



# PRZEGLĄD

miesięcznik

branżowy grupy meble.pl

nr **6-7/2016** (68-69)  
CZERWIEC - LIPIEC

ISSN 2082-6338  
cena: **16,90 zł**  
(w tym 8% VAT)

meble.pl

WYWIAD  
**JANUSZ MIKOŁAJCZYK**

NIKODEM SZPUNAR  
**KAŻDA PORA JEST  
DOBRA NA PODJĘCIE  
WYZWANIA**

**JAKIE JEST PRAWDZIWE  
OBLICZE POLSKIEGO  
PROJEKTOWANIA?**

PRODUKT  
**ŁAZIENKA  
NA CZASIE**

**DESIGN  
NASZ  
EUROPEJSKI**

TECHNOLOGIE  
**PRODUKCJA  
MAŁOSERYJNA  
I JEDNOSTKOWA**

# Tomasz Defratyka

o 20-leciu firmy Defrans,  
marce Defra i rynku mebli  
łazienkowych w Polsce

Najbardziej zaawansowane rozwiązania w zakresie projektowania i produkcji elementów meblowych.



170 dekorów płyty  
**EGGER**



meble na wymiar  
w 4 dni robocze



usługi cięcia  
i oklejania w 48h



klejenie klejem  
poliuretanowym



Nasze usługi świadczymy na całkowicie zautomatyzowanej linii produkcyjnej firmy

**HOMAG**  
GROUP



Intuicyjny konfigurator  
online mebli na  
**dowolny wymiar**

Kupuj on-line na  
**www.meble.pl**







Ponad **20** lat tradycji

**43.** Edycja

Międzynarodowe  
Targi Meblowe w Ostródzie

**amia**

Targi Technologii Obróbki  
Drewna i Produkcji Mebli

**06-09**

września **2016**

Ostróda, Expo Mazury



Spotkanie całej branży  
w jednym miejscu i czasie

Gwarancja efektywnych biznesowych  
relacji i kontraktów

Zarejestruj się na: [www.expobiletty.pl](http://www.expobiletty.pl)

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

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

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

4. Od redakcji

**FELIETONY**

- 6. **Klauzula obejścia przepisów podatkowych jak kierowniczka rola partii, czyli korekta systemu dla opornych cz. I**
- 8. **Na wakacje czy do pracy?**
- 10. **Jak wybierać dizajnerów na staż?**
- 12. **A może by tak wszystko rzucić?**



80

**RAPORT**

- 14. **Dobry wizerunek branży meblarskiej**

*W rankingu sieci z najlepszą obsługą klienta rynku handlu detalicznego Daymakerindex 2016 dobrze wypadły podmioty handlujące meblami: branża meblarska zajęła 7. miejsce na przebadanych 19 branż.*

**BRANŻA**

- 18. **Wiadomości**
- 32. **Z naciskiem na eksport**  
*Rozmowa z Tomaszem Defratyką, prezesem i właścicielem firmy Defrans.*
- 38. **Nie chodzi o to, by zastępować innych, ale wносить nową wartość**

**DESIGN**

- 42. **Design nasz europejski**  
*Wieloletnie doświadczenia zagranicznych studiów projektowych mogą nas zainspirować do poszukiwania nowych dróg współpracy designu z przemysłem.*
- 48. **W 6 dni dookoła świata designu**  
*1.148 eventów, czyli o 110 mniej niż przed rokiem, 11 lokalizacji – o 4 mniej niż ubiegłym w roku. Za to czas trwania festiwalu nie uległ zmianie, bo to wciąż 6 dni. Mimo wszystko, nie liczba wydarzeń jest miarą sukcesu Milan Design Week, znacznie ważniejsi są zwiedzający.*
- 52. **Z nadziejami na przyszłość**
- 55. **Piękno czy pragmatyzm?**  
*Jakie jest prawdziwe oblicze polskiego projektowania? Na to pytanie stara się odpowiedzieć wystawa „Piękno i pragmatyzm | Pragmatyzm i piękno”, zorganizowana przez Culture.pl i prezentowana podczas XXI Triennale di Milano.*



38

**ROZMOWA  
Z JANUSZEM  
MIKOŁAJCZYKIEM,  
PREZESEM  
ZARZĄDU  
MIKOMAX SMART  
OFFICE.**





Wiele wody musi upłynąć, by przekonać wszystkich nieobecnych na targach Salone Internazionale del Bagno, że łazienka to nie tylko przestrzeń intymna przeznaczona do dbania o ciało.



Zapytany, w jakim punkcie kariery aktualnie się znajduje, odpowiada, że to dopiero początek. Ten ambitny, otwarty na nowe technologie, świadomy projektant to Nikodem Szpunar.



42



**58. Festiwal Dobrych Projektów**  
Od 18 do 22 maja, już po raz trzeci Wroclowe Design Festival stał się przestrzenią testów, doświadczania i poznawania świata designu, rzemiosła, architektury i nowych technologii.

**60. Każda pora jest dobra na podjęcie wyzwania**

**68. Trendy**

**70. Nowości**

### PRODUKT

**72. Zoom na łazienkę**  
Choć to przestrzeń intymna, my dziś bezpardonowo otwieramy do niej drzwi i wspólnie z zaproszonymi do tej publikacji ekspertami z branży przedstawiamy najbardziej charakterystyczne trendy w segmencie mebli łazienkowych.

**80. Od natury do elegancji i detalu**  
Naturalność, elegancja i ranga detali. Tak najkrócej można podsumować propozycje wyposażenia łazienkowego, pokazanego na „Living Interior” podczas styczniowych IMM Cologne.

**83. Pewność dyskrecji w przyppywie euforii**

### TECHNOLOGIE

**90. Okiem specjalisty, czyli o usługowej produkcji mebli**  
Jak powinien być zorganizowany zakład usługowej produkcji mebli w obecnych czasach, a jak w przyszłości?

**93. Miriady możliwości**  
Rosnącą popularność technologii zadruku cyfrowego można zaobserwować w różnych segmentach branży meblarskiej.

### CHILLOUT

**96. O designie ze smakiem**  
Architekci i projektanci wnętrz zaproszeni przez firmę Wiór mieli okazję poznać walory lokalnej kuchni, ale i najlepsze smaczki polskiego designu.

**97. Open Day w Center Mebel**  
3 czerwca w białostockim oddziale firmy Center Mebel odbyła się prezentacja najnowszych rozwiązań dla stolarzy i producentów.

**98. ArchiDay z wiosennym zastrzykiem wiedzy i energii**

**99. Operacja doskonała**

**100. Felietony**

52

**„SALONESATELLITE”  
ZAWSZE ODWAŻNIE  
SPOGLĄDA  
W PRZYSZŁOŚĆ.  
W TYM ROKU ZROBIŁO  
TO PONOWNIE POD  
HASŁEM „NEW  
MATERIALS > NEW  
DESIGN”. PODCZAS 19.  
EDYCJI SZCZEGÓLNY  
NACISK POŁOŻONO  
BOWIEM NA NOWE  
MATERIAŁY. POLSKĘ  
REPREZENTOWALI:  
KOSMOS PROJECT,  
SVAROG FURNITURE  
ORAZ AGATA NOWAK.**

**BIZNES**  
meble.pl

Miesięcznik branżowy  
grupy meble.pl  
ISSN 2082-6338  
nr 6-7/2016 (68-69)

Wydawca:  
Wydawnictwo  
meble.pl sp. z o.o.  
ul. Hetmańska 40 lok. 108  
15-727 Białystok  
tel. +48 85 653 79 65  
fax +48 85 651 35 13  
www.wydawnictwo.meble.pl  
wydawnictwo@meble.pl

Prezes Zarządu  
Redaktor naczelny:  
Marek Hryniewicki  
tel. +48 533 340 140  
m.hryniewicki@meble.pl

Redaguje zespół:  
Diana Nachilo  
tel. +48 533 340 240  
d.nachilo@meble.pl  
Anna Zamojda  
tel. +48 533 340 440  
a.zamojda@meble.pl  
Anna Szypułska  
tel. +48 533 340 940  
a.szypułska@meble.pl

Zdjęcia: Tomasz Markowski  
Skład: www.urbanarts.pl

Reklama:  
Urszula Ditych  
tel +48 533 340 840  
u.ditych@meble.pl  
Katarzyna Romanowska  
tel. +48 533 341 040  
k.romanowska@meble.pl  
Kinga Antonowicz  
+48 533 340 740  
k.antonowicz@meble.pl

Redakcja nie zwraca materiałów  
nie zamówionych i zastrzega  
sobie prawo do dokonywania  
w nich skrótów. Redakcja nie  
ponosi odpowiedzialności za  
treść zamieszczanych reklam.

Zdjęcie na okładce:  
Tomasz Defratyka, prezes  
i właściciel firmy Deftrans.



**MAREK HRYNIEWICKI**  
*redaktor naczelny*

## *Góra rodzi mysz,* **CZYLI O PODATKU OD HANDLU**

**W teczce, którą w ubiegłorocznej kampanii wyborczej prezentowała ówczesna kandydatka na premiera, a w której miały być projekty kilkudziesięciu ustaw, z całą pewnością nie było ustawy o podatku od handlu.**

**N**ie było nawet – jak pokazały następne tygodnie – pomysłu na pomysł, jak rozegrać bitwę o handel. Nic więc dziwnego, że zamieszanie z podatkiem, który wedle pierwotnych założeń miał objąć placówki o powierzchni a to 250 m<sup>2</sup>, a to 400 m<sup>2</sup> – bo różne liczby padały, choć z czasem odstąpiono od metrów kwadratowych jako podstawy opodatkowania – trwa już ponad pół roku. Pod koniec maja Rządowe Centrum Legislacji opublikowało na swojej stronie internetowej projekt ustawy wraz z uzasadnieniem. Obrót od 17 mln zł do 170 mln zł miesięcznie ma być opodatkowany stawką 0,8%, natomiast dla obrotu powyżej 170 mln zł miesięcznie stawka podatku wyniesie 1,4% (kwota wolna to 17 mln zł miesięcznie).

Kampanijne zapowiedzi o 3,5 mld zł wpływów można dziś włożyć między bajki, sukcesem będzie, jeśli w przyszłym roku uda się zebrać połowę tej kwoty. W tym – jeżeli podatek wejdzie w życie po wakacjach – będzie to kwota zgoła symboliczna, zwłaszcza jeśli weźmie się pod uwagę szumne zapowiedzi, raptem kilkaset milionów złotych.

Ale nie tylko niższe od zakładanych wpływy budzą wątpliwości, również progresywny charakter podatku, który zapewne oprotestuie Komisja Europejska. Doświadczyły tego już Węgry, w których przed dwoma laty także chciano wprowadzić różne stawki w zależności od osiąganego przez sklep obrotu i które ostatecznie wycofały się z tego pomysłu.

Pal jednak sześć opinie Brukseli. Najwięcej jednak wątpliwości budzą ministerialne zapewnienia, że podatek nie zostanie przerzucony na konsumentów. A niby na kogo? Teza, że podatek płacą firmy jest równie łatwa do obrony jak ta, że krzesło i krzesło elektryczne to właściwie te same meble, bo na jednym i drugim można usiąść. Podatki płacą konsumenci, a firmy dopisują je jedynie do kosztów prowadzonej działalności. Rola przedsiębiorstw – i tych najmniejszych, i tych ogromnych – sprowadza się zatem do swoistego pośrednictwa w transferowaniu pieniędzy z tytułu podatków z kieszeni obywateli do państwowej kasy.

Daleki jestem od oceny, czy handel w Polsce płaci za małe podatki (co to właściwie miałyby oznaczać?) i czy powinien płacić jeszcze jeden – od obrotu. Jednak powszechna radość z nałożenia na sklepy jeszcze jednej daniny przypomina mi – parafrazując klasyka – radość karpi ze zbliżających się świąt Bożego Narodzenia. ◁



# KONFIGURATORY K12 SYSTEM i LINK



Proste i intuicyjne aplikacje, które pomagają Ci **krok po kroku** w wyborze właściwych ustawień produktu.

Dostępne dla  
**Apple, Android, Mac, Windows.**



[www.italianaferramenta.com/software.php](http://www.italianaferramenta.com/software.php)





**ANDRZEJ SADOWSKI**

*Autor jest prezydentem Centrum im. Adama Smitha oraz członkiem Narodowej Rady Rozwoju przy Prezydencie RP.*

## **Klauzula obejścia przepisów podatkowych jak kierownicza rola partii, czyli**

# **KOREKTA SYSTEMU DLA OPORNYCH CZ. I**

**Obecny system podatkowy jest tak skomplikowany i tym samym pełen luk, że tylko powszechna uczciwość Polaków sprawia, że rząd ma jeszcze jakiegokolwiek dochody z tytułu podatków.**

**W**iedzy o tym, a nawet świadomości, nie ma po stronie rządzących, którzy zamiast zmienić system, wprowadzają tzw. klauzulę obejścia prawa podatkowego. Władza próbuje obronić zły system podatkowy klauzulą „obejścia”, tak jak w PRL socjalizm wpisaniem do konstytucji „kierowniczej roli partii”.

System można zmienić, poczynając od jego korekty i uporządkowania. Wymaga to przyjęcia do wiadomości oraz akceptacji odpowiedzi na pytania: kto płaci podatki w sensie ekonomicznym?, jakie są podatki i jaka jest ich konstrukcja?, jaki jest pobór podatków?, jakie są stawki podatków?

Im wyższe koszty ma przedsiębiorstwo, tym mniej może sprzedać produkowanych dóbr. Podatek zawsze jest elementem kosztu w przedsiębiorstwie, tak jak cena energii, transportu itp. Im wyższe są podatki, tym mniej przedsiębiorcy sprzedadzą swoich produktów i usług. Środki na podatki z kolei pochodzą zawsze od klientów. Przedsiębiorcy oraz korporacje są tylko poborcami podatków. W Polsce, przy nietykalnej mnogości tytułów podatkowych i ich nazw, kluczowe są cztery grupy podatków: podatki od oficjalnej pracy na terenie Polski; podatek od małych przedsiębiorców działających na terenie Polski, którzy praktycznie nie eksportują wytwarzanych

dóbr; VAT i akcyza jako podatki od konsumpcji realizowanej na terenie Polski; CIT jako podatek od dochodu osiągniętego na świecie, ale w spółce zarejestrowanej w Polsce.

W Polsce w 1998 r. absurdalnie wprowadzono kilka podatków opodatkowujących tę samą podstawę, czyli pracę. Praca jako jedno źródło obciążona jest procentowymi ośmioma podatkami pod postacią: składki na Fundusz Gwarantowanych Świadczeń Pracowniczych, składki na Fundusz Pracy, składki emerytalnej, w tym składki do OFE, składki rentowej, składki wypadkowej, składki chorobowej, składki zdrowotnej, podatku dochodowego od osób fizycznych. Mało kto ze sprawujących władzę ma o tym wiedzę. Podobnie sprawa wygląda z podatkami od małych przedsiębiorców, którzy płacą kwotowo obliczaną: składkę na Fundusz Gwarantowanych Świadczeń Pracowniczych, składkę na Fundusz Pracy, składkę emerytalną, składkę rentową, składkę wypadkową, składkę chorobową (opcjonalnie), składkę zdrowotną. Dodatkowo, mały przedsiębiorca podlega obowiązkowi płacenia PIT w jednym z czterech wariantów.

Dla ponad połowy osób fizycznych prowadzących działalność gospodarczą składki kwotowe są tak wysokie, że w praktyce nie odprowadzają one podatku dochodowego. Dodatkowo część małych podatników funkcjonuje w systemie VAT, też go finalnie nie płacąc.

Podatek VAT płacą zawsze ludzie mało i średnio zarabiający, a nie, jak mylnie się przyjmuje, korporacje, które są tylko poborcami tego podatku w imieniu rządu. VAT nie płacą osoby zamożniejsze, bo odzyskują VAT od prywatnej konsumpcji dzięki swoim przedsiębiorstwom. Już w 2004 r. było o 50% za dużo podatników VAT w Polsce.

Od lat wpływy z CIT utrzymują się na zbliżonym poziomie około 30 mld zł. Jego znaczenie dla budżetu państwa jest niewielkie, przy nieproporcjonalnie wysokim zaangażowaniu przedsiębiorców w jego niezapłacenie oraz aparatu skarbowego w jego kontrolę.

CIT w praktyce jest podatkiem od nieumiejętności lub braku chęci jego legalnego unikania. Korporacje poprzez międzynarodowe regulacje zgodnie z polskimi przepisami unikają tego podatku w Polsce, mimo że korzystają z infrastruktury i usług naszego państwa.

W 1998 roku wprowadzono też szkodliwe i kosztowne tzw. ubruttowienie wynagrodzeń i świadczeń społecznych oraz utrzymano ustawową fikcję, że pracownik urzędu, bezrobotny czy rencista i emeryt są płatnikami podatku. W konsekwencji rząd sam sobie płaci podatki od wypłacanych przez siebie wynagrodzeń i świadczeń społecznych.

Osiem podatków od pracy trzeba co miesiąc płacić co do zasady czterema przelewami. Dodatkowo, płatnikiem tych podatków jest najpierw przedsiębiorca, który odprowadza zaliczki PIT i składki, a potem także pracownik przy rozliczeniu rocznym. Jedna praca jako źródło, osiem podatków, co najmniej cztery przelewy i dwóch płatników.

W przypadku małych przedsiębiorców podatków jest z kolei do dziewięciu, bo dochodzi jeszcze VAT, przelewów zaś pięć. Ponad połowa z tych podatników części z nich nie płaci, bo nie musi.

Taki system poboru musi być nieefektywny. Aparat biurokratyczny wykorzystuje ten fakt do manipulacji koncentracją uwagi władzy na „uszczelnianiu systemu”.

Jak zamiast tego dokonać jego korekty, a później zmiany – o tym w części drugiej.

*P.S. Dziękuję za pomoc dr. Kamilowi Zubelewiczowi.*



# MARCOPOL stawia na infrastrukturę produkcyjną i logistyczną

**MARCOPOL, wiodący producent i dostawca elementów łącznych dla przemysłu meblarskiego uruchomił jeden z najnowocześniejszych systemów magazynowych w Europie. Ta inwestycja otwiera przed spółką nowe możliwości związane z szybkością obsługi zamówień w kraju i zagranicą.**

*taż systemu przenośników i systemu karuzel, wreszcie spięcie go z naszym systemem informatycznym to elementy projektu, z którego wszyscy jesteśmy bardzo dumni – mówi Piotr Pierowicz, dyrektor zarządzający w MARCOPOL.*

Aktualnie Magazyn Wysokiego Składowania to blisko 12 tys. m<sup>2</sup> z liczbą 31 tys. miejsc paletowych.

*Nowy system działa równolegle z poprzednim rozwiązaniem opartym na transporcie palet i znajdującym się bezpośrednio pod przenośnikami transportowymi SSI. Takie rozwiązanie znacząco przyspiesza proces kompletacji, bowiem kompletacja wysyłek paczkowych i paletowych realizowana jest dwoma niezależnymi drogami transportowymi. Zastosowany w nowym systemie bufor konsolidacyjny w postaci dwóch karuzel SCS pozwala jednocześnie na równoległą i niezależną czasowo od siebie kompletację jednego zamówienia w wielu korytarzach magazynowych. Po umieszczeniu wszystkich towarów zamówienia w jednej z karuzel, system automatycznie przekierowuje zamówienie do strefy pakowania i kontroli kompletności przesyłki. Projekt ten wymagał od Działu IT naszej firmy integracji wielu systemów informatycznych, w tym m.in. ERP SAP, SSI Wamas oraz autorskich systemów KLAN-WMS i Listy – wyjaśnia Sebastian Smoliński, Główny Programista i Szef IT MARCOPOL.*

W przyszłości Spółka przewiduje stałe inwestycje w infrastrukturę produkcyjną i logistyczną. ◀



**M**ARCOPOL to rozpoznawalna w Europie marka elementów łącznych w branży B2B. W filozofii rozwoju firmy logistyka jest fundamentem do trwałego wzrostu biznesu. Współczesny klient oczekuje – oprócz wysokiej jakości produktu – również doskonałej obsługi oraz krótkiego czasu realizacji zamówienia. Szybkie przygotowanie towaru do wysyłki i transport do klienta staje się więc absolutnie priorytetową kwestią dla biznesu. Blisko dwa lata temu, równocześnie ze startem nowej strategii handlowej, w firmie MARCOPOL rozpoczął się projekt wdrożenia nowej linii logistycznej SSI Schaffer. Decyzja w tamtym czasie była strzałem w dziesiątkę, bowiem w ciągu dwóch lat odnotowaliśmy znaczący wzrost poziomu sprzedaży. Nowy system magazynowy spełnia nasze oczekiwania dziś, ale również jest przygotowany do obsługi coraz większych wolumenów w przyszłości. Wybór koncepcji, rozbudowa obecnej hali magazynu wysokiego składowania, mon-





**DR INŻ. TOMASZ WIKTORSKI**

*Autor jest właścicielem B+R Studio  
i ekspertem Ogólnopolskiej Izby Gospodarczej  
Producentów Mebli.*

## Na wakacje CZY DO PRACY?

**Dokąd mają Państwo ochotę się wybrać?  
Turcja, Zatoka Perska, Indie, a może Chiny?  
To nie propozycja wyjazdu wakacyjnego,  
ale niektóre z rynków objętych programem  
promocji Polskiej Gospodarki!**

**R**usza nabór na dotacje eksportowe. Wniosek o objęcie branży meblarskiej programem promocji opracowywałem dla Izby meblarskiej w ubiegłym roku. Meble zostały docenione i firmy mikro, małe i średnie mogą się ubiegać o dotacje na wyjazdy targowe. Dużym odmówiono udziału w budowaniu marki polskiej gospodarki. Cóż – takie były wytyczne unijne. No ale spójrzmy na destynacje przeznaczone dla meblarzy: Chiny, Zjednoczone Emiraty Arabskie, USA, Turcja, Rosja, Kazachstan, Indie. Powiało egzotyka.... Znów powiem – takie były wytyczne unijne. I tym razem mówię to lekko się usprawiedliwiając, ponieważ większość z tych rynków proponowałem we wspomnianym wyżej wniosku. Warunkiem unijnym było wskazanie rynków pozaunijnych, ponieważ Bruksela nie chce wspierać handlu wewnętrznego. Komisji Europejskiej nie w smak promowanie polskich firm za pieniądze współpłacone przez niemieckich, włoskich, francuskich podatników na ich własnych rynkach.

Dlaczego zaproponowałem te, a nie inne kraje? Chiny – ogromny potencjał, który szybko rośnie. 1,2 mld ludzi, o wynagrodzeniach zdecydowanie wyższych niż na Ukrainie. Wejście na ten rynek, ogromny jak ocean to prze-

skok o kilka klas. Indie – podobnie ponad miliard ludzi – dużo ludzi bogatych – rynek skoncentrowany w dużych miastach. Zjednoczone Emiraty Arabskie – najbogatszy kraj w „najbliższej okolicy” (postulowana Norwegię odrzucono). ZEA to również przyczółek do handlu w całej Zatoce Perskiej. Kazachstan – jako wrota do rynku rosyjskiego – Rosjanie i Kazachowie nadal potrzebują mebli, a polskie meble mają dobrą renomę. Można było wskazać Białoruś... Turcja – tego rynku nie proponowałem – ale rozumiem, że 80 mln konsumentów tuż przy granicy Unii Europejskiej trudno zlekceważyć – perspektywy do wzrostu są. USA mają ogromny potencjał – szczególnie w kontekście umowy o wolnym handlu pomiędzy USA i UE. W przypadku Chin, Indii i USA widzę trudność dla MSP w kwestii gotowości struktur do obsługi tak dużych rynków i poradzenia sobie z płynnością finansową.

Teraz będzie wisienka. Uważam, że rynki są strategicznie atrakcyjne, ale raczej w kategoriach kilku-kilkunastu najbliższych lat niż najbliższych miesięcy. Wiem też, że większość biznesu robiona jest przez Polaków z najbliższymi sąsiadami w Europie. Państwo wiedzą, że jedno z najważniejszych targów na świecie odbywają się w Europie – np. Kolonia, Mediolan – i tu przyjeżdżają handlowcy ze wszystkich wybranych przez Ministerstwo krajów. Zapropo-

nowaliśmy więc, żeby uwzględnić targi europejskie jako narzędzia promocyjne i... udało się. Jeśli chcą Państwo wziąć udział w targach w Mediolanie z dofinansowaniem unijnym musicie napisać, że na przykład jedziecie podbijać rynek Zjednoczonych Emiratów Arabskich! Wybór imprez targowych jest duży – 20 ośrodków – w każdym z reguły po 3 edycje w latach 2016-2019. Uważam, że po tej informacji zdecydowanie uważniej przeczytają Państwo ulotki na temat Programu Promocji Branży Meblarskiej PO IR 3.3.

Trzeba zacząć od strategii firmy, która musi uwzględnić ekspansję na wybrany z wyżej wskazanych rynków. Następnie wybrać minimum 4 imprezy targowe, na których zorganizują Państwo swoją ekspozycję. Dodatkowo wybrać dwa działania fakultatywne. Na przykład zakupić usługę szkoleniową dotyczącą umiędzynarodowienia lub usługę doradczą w zakresie przygotowania strategii. Można zorganizować misję wyjazdową na wybrany rynek – można zorganizować samemu w porozumieniu z trzema firmami lub skorzystać z oferty Instytutu Adama Mickiewicza. Można pokryć koszty zaproszenia kontrahentów zagranicznych do odwiedzenia firmy w Polsce. Można w końcu sfinansować przygotowanie materiałów promocyjnych, tłumaczenia, produkcję i emisję materiałów w mediach transgranicznych.

Na koniec muszę jeszcze wspomnieć, że średnie przedsiębiorstwa otrzymują nawet 60% dofinansowania, ale mikro przedsiębiorstwa nawet 85%! Wszystko w formule de minimis.

Termin składania wniosków? Do 5 sierpnia, a więc już niedługo!

Po więcej szczegółów zapraszam na stronę [www.brstudio.eu](http://www.brstudio.eu) <



# Dni Otwarte Grupy Homag

**W dniach 19-20 maja w Biertowicach odbyły się Dni Otwarte Grupy Homag. Takie spotkania organizowane są od 7 lat, czyli od czasu, gdy istnieje oddział Grupy Homag dla klientów z Polski Południowo-Wschodniej.**



Pionowe centrum obróbcze CNC „BHx 055” (Weeke).

Oprócz wspomnianej okleiniarki w trakcie Dni Otwartych pokazane zostały kompleksowe rozwiązania. Istnieje taki termin jak „mała stolarnia”, która musi być wyposażona w podstawowe maszyny, które muszą być ze sobą spięte poprzez oprogramowanie – mówi Dawid Towarnicki. – Dlatego prezentujemy komplet takich maszyn plus do tego oprogramowanie dodatkowe do przygotowania produkcji, do kontroli produkcji i do zarządzania tą produkcją.

Jednak Dni Otwarte to nie tylko prezentacja maszyn, ale też inspiracja dla klienta. Klient może porównać pracę maszyny u nas z pracą maszyny, którą ma u siebie i wyciągnąć z tego odpowiednie wnioski. Po to robimy Dni Otwarte i po to tutaj jesteśmy – konkluduje Dawid Towarnicki. <



Centrum obróbcze CNC z serii „Venture” (Weeke).

**N**a powierzchni 400 m<sup>2</sup> zaprezentowane zostały nowości, aczkolwiek w regionie największy popyt jest na maszyny podstawowe: pilarki, okleiniarki oraz małe CNC. Staramy się też zawsze, przynajmniej raz w roku, pokazać jakąś nowość. W tym roku jest nią okleiniarka z agregatem Air Tec umożliwiającym okleinowanie bezspoinowe obrzeżami dedykowanymi do obróbki przez laser czy poprzez gorące powietrze – mówi Dawid Towarnicki, właściciel firmy DMT Maszyny i przedstawiciel regionalny ds. sprzedaży w Grupie Homag.

Dla Grupy Homag rynek polski jest jednym z najważniejszych na świecie. Nic więc dziwnego, że portfolio klientów oddziału w Biertowicach obejmuje sto kilkadziesiąt firm. Niezależnie jednak od tego, czy w grę wchodzi linia za kilkanaście milionów euro, czy za sto kilkadziesiąt tysięcy euro – najważniejsze, by maszyny były elastyczne i przygotowane do zmiany produkcji stosownie do potrzeb. Homag zawsze stara się wyprzedzić trendy, które pojawiają się na rynku i prezentować maszyny, które odpowiadają potrzebom rynku. Maszyny, które oferuje mają tę elastyczność klientowi zapewnić.



Pilarka „HPP 300” (Holzma).



Okleiniarka wąskich powierzchni „Highflex 1230” (Brandt).



Okleiniarka „Ambition 2274” (Homag).

## **Dawid Towarnicki, właściciel firmy DMT Maszyny i przedstawiciel regionalny ds. sprzedaży w Grupie Homag:**

Rynek mniejszych maszyn jest dla nas bardzo ważny, wprawdzie jest on dość rozdrobniony, ale dysponuje znacznym potencjałem. Dzisiaj produkuje się bardzo dużo pod klienta, a przewagą małych firm jest to, że mogą bardzo szybko zrobić produkt pod konkretnego klienta, ale nie są w stanie tego zrobić bez odpowiednich maszyn.




**ZDZISŁAW SOBIERAJSKI**
*Przedsiębiorca z wieloletnim stażem.  
Pracuje z projektantami i przemysłem, tworząc  
zespoły wdrożeniowe.*

# Jak wybierać DIZAJNERÓW NA STAŻ?

**Gdy sześć lat temu szukałem pierwszego stażysty-dizajnera, nie wiedziałem jak się zabrać do takiej współpracy.**

**U**fundowałem opracowanie CAD/CAM projektu studenta i wykonaliśmy makietę produktu w skali 1:1. Była to obudowa do aparatu medycznego dla weterynarzy. W trakcie tego stażu więcej się uczyłem od studenta, niż on ode mnie. Ale minęło sześć lat i w tym czasie miałem już szesnaścioro stażystów. Powstało sześć prac magisterskich i dwa licencjaty dla branży medycznej. Przez ostatnie lata przewijało się też przez moje biuro 15-20 dizajnerów rocznie. Robiłem z nimi komercyjne wdrożenia różnych produktów dla branży motoryzacyjnej, wnętrzarńskiej, medycznej, elektromaszynowej, meblarskiej, architektonicznej i lotniczej. Taka intensywność wynika z faktu, że pracując dla inwestorów z przemysłu, zajmuję się opracowywaniem technologii produkcji zaprojektowanych elementów. Często też prowadzę dizajnerów w projektach zleczanych mi bezpośrednio przez przedsiębiorców. Dlatego szybko się przekonałem, że te dwa środowiska mówią w różnych językach, a współpraca wymaga bezustannego tłumaczenia z języka dizajnerskiego na biznesowy i z biznesowego na dizajnerski. Inaczej projektujemy kosztowne problemy. Przekonali się o tym właściciele firm samodzielnie zatrudniającego dizajnera po raz pierwszy. Powszechny stereotyp „artysty-plastyka” nie wziął się znikąd. Środowisko kreatywne zapracowało na niego poprzez nieudane projekty, złą współpracę, czy eksponowanie dziwnych „dizajnerskich” produktów na targach i festiwalach. Przełamanie

tego stereotypu wymaga poznania się podczas rzetelnej współpracy. Jednak uczenie się dopiero podczas komercyjnych wdrożeń, jest kosztowne. Zawsze skutkuje nieprzewidywanymi wydatkami oraz wydłużeniem procesu. Może zakończyć się fiaskiem całego projektu. Dlatego, formuła stażowa jest przede mnie polecana jako bezpieczny poligon doświadczalny dla każdego przedsiębiorcy, który planuje w przyszłości wdrożyć atrakcyjne, autorskie produkty. Przygotowanie zadań, zapoznanie stażystów ze specyfiką firmy, jej potrzebami, możliwościami i ograniczeniami wymaga od nas zaangażowania, ale zapewniam, że nie ma lepszego sposobu byśmy nauczyli się języka dizajnerów. A bez takiej znajomości nie będziemy w stanie dobrze zaprojektować późniejszej współpracy i sprecyzować naszych wymagań. Różnice w komunikacji świata biznesu z kreatywnym zaczynają się już na poziomie semantyki. Dla dizajnera takie pojęcia jak „projekt”, „etap”, „dokumentacja” znaczą coś innego niż dla przedsiębiorcy. Różne jest też poczucie czasu. Projektowy czas najwolniej płynie w uczelniach. W uczelni, jeden projekt trwa miesiącami i jest tylko pretekstem do różnych działań nie związanych bezpośrednio z produktem. Najszybciej czas płynie w przedsiębiorstwach, gdzie walka o utrzymanie płynności jest codziennością każdego właściciela i pracowników. Wprowadzenie ludzi z jednego środowiska do drugiego musi być szokiem dla obu stron i dopiero wzajemne poznanie oraz wspólne doświadczenia, mogą doprowadzić do synergii. Firmie przybędzie nowych wzorów. Strony nauczą się

jak ze sobą rozmawiać i współpracować. Program stażowy, który nie jest powiązany z procesem produkcyjnym, nie spowoduje dezorganizacji i niezamierzonych kosztów dla firmy. Projektanci nauczą się rozumieć biznes, a przedsiębiorcy, jak spożytkować umiejętności dizajnerów.

Zatrudnienie stażysty na terminowej umowie o pracę jest najtańszą metodą pozyskiwania nowych wzorów. Każdy projektant komercyjny będzie nas kosztował więcej niż etat stażysty. Oczywiście może być tak, że dostarczy lepiej dopracowany projekt w krótszym czasie. Ale w wielu przypadkach, projekty zrobione przy naszej ze stażystami współpracy, nie będą wcale gorsze. W końcu z każdego stażysty wyrośnie kiedyś profesjonalista. To tylko kwestia czasu. Dlatego powinniśmy adeptom wzornictwa umożliwiać zdobywanie doświadczenia. Tego w szkole ich nie nauczą. Praktyka zawodowa jest dla aspirującego do pracy w przemyśle dizajnera cennym doświadczeniem. Ale gdzie szukać stażystów? Jak ich znaleźć, zapytać? Metod jest kilka. Można udać się bezpośrednio na uczelnie i porozmawiać ze studentami. Odradzam kontakty oficjalne poprzez dziekanaty, bo z mojego doświadczenia są one nieefektywne. Możemy też dać ogłoszenie na portalach branżowych czytanych przez dizajnerów. Chętnych będzie wielu i wtedy pozostanie nam tylko problem, jak przebrnąć przez lekturę portfolio i wybrać tych najbardziej dla nas odpowiednich kandydatów. Można też napisać do Sobierajskiego, który rozwiąże problem i szybko zrekrutuje nam odpowiednią ekipę. Trzeba to robić starannie, bo nie z każdym dizajnerem warto pracować, a z niektórymi nawet nie należy.

A o tym, jak są szkoleni polscy dizajnerzy, jakie wynoszą ze szkół kompetencje i co potrafią zaprojektować, napiszę w kolejnym felietonie. <



# Complete Skin — innowacja w łazience

**Firma Melaco sp, z o.o. ma przyjemność zaprezentować innowacyjny materiał, doskonale sprawdzający się w produkcji mebli łazienkowych. Jest nim wstęga drzewiowa Complete Skin.**

**P**anel ma dwustronne profilowane krawędzie i jest wykonany na bazie płyty MDF. Zakres profilowania jest szeroki i zależy wyłącznie od projektanta. Najbardziej pożądane profile to zaoblenia R2, R10, R15 oraz profil V do rozwiązań bezuchwytowych. Wstęgi oklejane są w technologii PUR HOTMELT

LAMINATION wysokogatunkowymi włoskimi foliami, zarówno w wysokim połysku, jak i super matcie. Panel wykonany w takim procesie ma szereg zalet: doskonałe zaklejenie powierzchni i krawędzi, odporność na wilgoć i temperaturę, jednolitą powtarzalną barwę, brak zjawiska odprysków, doskonałą jakość krawędzi, a także nowoczesny design.



Wstęga drzewiowa CS to świetne rozwiązanie dla producentów mebli łazienkowych w zakresie krótkich i średnich serii. Produkt jest niezwykle efektywny dzięki zastosowaniu powtarzalnych, zoptymalizowanych szerokości już na etapie projektowania mebla. Powoduje to, że jeden komponent można zastosować w różnej konfiguracji np. jako szufladę, drzwi słupka, panel pod lustro, blat pod umywalkę, wieniec lub listwę ozdobną szafki podumywalkowej. Istotną zaletą tej technologii jest możliwość wykonania listew w tym samym deseni, zatem wykonanie witryn bądź listew dekoracyjnych nie stanowi problemu. ◀



reklama

**PRODUCENT ELEMENTÓW DO MEBLI I WYPOSAŻENIA WNĘTRZ**

67-100 Nowa Sól · ul. Ciepeliowska 9 · tel. +48 68 3879208 · fax +48 68 3872394 · [www.melaco.com.pl](http://www.melaco.com.pl)

**MELACO** spółka z o.o.



**ANNA GAŚSIOROWSKA**

*Autorka jest właścicielką firmy Negocjator Anna Gąsiorowska oraz trenerem windykacyjnym.*

# *A może by tak* **WSZYSTKO RZUCIĆ?**

**Bieszczady są piękne o każdej porze roku. I pewnie dlatego tak często słyszymy albo sami mówimy: *A może by tak wszystko rzucić i wyjechać w Bieszczady?***

**T**e przysłowiowe Bieszczady to dla wielu synonim braku problemów, kraina, w której czas płynie wolniej, miejsce, gdzie człowiek jest bliżej natury, z daleka od zgiełku wielkich miast, polityki. Istny raj, w którym nie liczy się to, ile i co kto ma, ale jakim jest człowiekiem.

Tylko czy koniecznie musimy wszystko rzucić i wyjeżdżać w Bieszczady? Możemy do sprawy podejść zupełnie inaczej. Możemy na weekend wyłączyć komórki, możemy nie czytać maili, wyłączyć telewizję. I znaleźć swoje własne Bieszczady, choćby miały być one na działce, kilka kilometrów za rogatkami miasta.

Dzisiejszy świat wymaga od nas życia na pełnych obrotach. Wiecznie biegniemy, ścigamy się. Nie mamy na nic czasu. Nawet poranną kawę bardzo często bierzemy ze sobą „na drogę”, a tę popołudniową, ze względu na natłok obowiązków, bardzo często pijemy już zimną. I zupełnie się temu przestaliśmy dziwić. Tak już jest. Ten, kto się nie ściga, przegrywa, odpada.

Tylko czy wiecznie biegając, starczy nam sił? Czy nie padniemy na którymś z etapów w drodze na sam szczyt? Nie mam tu nawet na myśli kwestii zdrowotnych, ale przede wszystkim – psychicznych. Dobrze jest znaleźć sobie jakiś cel poza samą pracą i zarabianiem pieniędzy.

Niech to będzie wolontariat, rozumiany nie tyle, jako przekazywanie datków, ale jako danie części siebie. Niech to będzie sport – na Rio już się pewnie nie załapiemy, ale na lepsze zdrowie, rozładowanie emocji już tak. Niech to będzie ta wspomniana już działka i kilka rzędków warzyw czy kwiatów. Niech to będzie cokolwiek, co nie jest związane z naszą pracą.

Przy odzyskiwaniu długów dużą rolę odgrywa odpowiednie podejście psychologiczne. Zarówno do siebie, jak i do dłużnika. Będąc w ciągłym biegu, często zapominamy, że o swoje samopoczucie psychiczne też trzeba zadbać. A zmęczony negocjator, to nie jest dobry negocjator. Mało tego, jeśli nie nastawimy się odpowiednio na negocjacje, często niełatwe, nasza pozycja w rozmowie będzie już na starcie słabsza. Marnym pocieszeniem jest to, że posiadanie długów również jest mocnym obciążeniem psychicznym i także druga strona negocjacji musi sobie umieć poradzić ze swoimi emocjami.

Tak więc każdy z nas musi znaleźć swoje Bieszczady. Świat się nie zawali, jeśli na chwilę zwolnimy. Więc dlaczego tego nie robimy? Mam wrażenie, że przemawia tutaj nasz egoizm – to my jesteśmy najważniejsi w firmie, nikt sobie bez nas nie poradzi. Musimy wszystkiego pilnować, trzymać zawsze rękę na pulsie. Przemawia tutaj także nasz brak pewności siebie – boimy się, że gdy my zwolnimy, to nagle

okaże się, że znajdzie się ktoś, kto zrobi coś za nas (a częściej: pod naszą nieobecność) lepiej, szybciej. Przemawia tutaj także nasz brak zaufania do ludzi. Nie tylko współpracowników, ale do wszystkich ludzi – „chcesz coś zrobić dobrze, zrób to sam”, a w realnym życiu będzie to: „chcesz coś zrobić dobrze, dopilnuj innych, by to dobrze zrobili”.

Nie jesteśmy pępkami świata. Nawet nie jesteśmy pępkami swoich firm, mimo wysokich stanowisk. Sami, w pojedynkę nigdy nie osiągnęlibyśmy sukcesu. Ale sami w pojedynkę możemy zadbać, byśmy mogli się tym sukcesem cieszyć. Do tego jednak potrzebny jest dystans, którego nie nabierzemy ciągle walcząc i biegając. Dystansu nabierzemy tylko wtedy, gdy nauczymy się zwalniać, odpoczywać.

Niedawno w Poznaniu odbył się bieg „Wings For Life”, w którym to meta goni zawodników. W Polsce wygrał amator. Człowiek, który zaczął biegać, by schudnąć, potem biegał, by wygrać jakiś bieg w swoim rodzinnym mieście. Stawiał sobie jasne cele i je konsekwentnie realizował. W jednym z wywiadów powiedział, że imprezy, w których bierze udział, wybiera pod kątem rodziny – jeśli żona i dziecko nie mogą z nim jechać, nie jedzie, wybiera inną imprezę. By wygrać „Wings For Life” musiał umiejętnie rozłożyć siły. Nie mógł narzucić sobie zbyt wysokiego tempa, bo wiedział, że to będzie długi i ciężki bieg.

My już biegniemy, we własnym biegu. Pozostaje tylko pytanie, czy bieg ten jest biegiem dla życia, czy jedynie dla kasy? Czy nasze obecne tempo pozwoli nam ukończyć ten bieg? A może już nas łapie kolka lub zadyszka? Czasem wolniej znaczy dalej. Pamiętajmy o tym, wyjeżdżając w nasze własne Bieszczady. ◀



# PRENUMERATA



wybierz

11 wydań – **140 zł**  
2x11 wydań – **250 zł**  
3x11 wydań – **330 zł**

najlepszą opcję



**Zamów prenumeratę  
w wersji drukowanej:**

tel.: +48 85 653 79 65, fax: +48 85 651 35 13

e-mail: [prenumerata@meble.pl](mailto:prenumerata@meble.pl)

[www.wydawnictwo.meble.pl/kup-prenumerate](http://www.wydawnictwo.meble.pl/kup-prenumerate)

# DOBRY WIZERUNEK BRANŻY MEBLARSKIEJ

**W rankingu sieci z najlepszą obsługą klienta rynku handlu detalicznego Daymakerindex 2016 dobrze wypadły podmioty handlujące meblami: branża meblarska zajęła 7. miejsce na przebadanych 19 branż. Interesujące wnioski płyną też z innego raportu – „Medialny wizerunek branży meblarskiej” – przygotowanego przez Instytut Monitorowania Mediów.**

**C**roczne badanie Daymakerindex przeprowadzane jest w Polsce przez firmę Daymaker już po raz szósty. Jego celem jest ocena i analiza obsługi klienta w handlu detalicznym na poziomie ogólnoeuropejskim, a rezultatem jest Indeks Daymaker – wskaźnik obsługi klientów w sieciach handlowych. Oprócz Polski badania prowadzone były także w Finlandii, Francji, Hiszpanii, Niemczech, Norwegii, Rumunii i Szwecji. W Polsce w tym roku przebadano 19 branż sprzedaży detalicznej (152 międzynarodowe i polskie sieci handlowe, łącznie 760 sklepów). Całkowity wynik badania Daymakerindex oceniający jakość obsługi klienta handlu detalicznego w Polsce jest lepszy niż w ubiegłym roku i latach poprzednich – widać pozytywny trend: od 66,8% w 2014 r., przez 70,9% w 2015 r. do 71,1% w 2016 r.

W trakcie badań obserwatorzy Daymaker opisywali swoje wrażenia w postaci odpowiedzi na 12 zdefiniowanych pytań zamkniętych:

- Czy zostałeś zauważony przez sprzedawcę w ciągu 30 sekund od wejścia do sklepu?
- Czy sprzedawca nawiązał z Tobą spontanicznie kontakt?
- Czy sprzedawca zadał Ci pytania mające na celu poznanie Twoich potrzeb?
- Czy sprzedawca zaproponował Ci konkretny produkt?
- Czy sprzedawca wyjaśnił zalety/korzyści produktu?
- Czy sprzedawca zaproponował przetestowanie, wypróbowanie produktu / zapoznanie się z produktem?

- Czy otrzymałeś propozycję sprzedaży dodatkowej?
- Czy sprzedawca pomógł Ci w podjęciu ostatecznej decyzji zakupu?
- Czy uważasz, że sprzedawca miał dobrą wiedzę na temat produktu?
- Czy uważasz, że sprzedawca był zaangażowany i zainteresowany Tobą jako klientem?
- Czy w Twojej opinii zostałeś obsłużony w miły sposób?
- Na skali od 1 do 10, gdzie 1 jest oceną najniższą, a 10 najwyższą, jak bardzo jesteś zadowolony z wizyty w tym sklepie?

Zyskane wyniki zostały przeliczone i zaprezentowane w skali procentowej (0-100%), przy czym wynik 80-100% uznawano jako bardzo dobry, 40-80% jako średni, a 0-40% jako wynik słaby.

Wśród przebadanych 19 branż najlepszą obsługą klienta mogą poszczycić się sklepy optyczne (85%), za nimi plasują się sklepy z biżuterią (81%) i RTV-AGD (80%). Najlepszy wynik ze wszystkich przebadanych sieci w Polsce osiągnęła Wólczanka (96%), zwycięzca główny Daymakerindex 2016.

## MEBLARZE (DOŚĆ) WYSOKO

Branża meblarska zajęła 7. miejsce w rankingu (75%). Najlepsze wyniki wśród przebadanych sieci sklepów meblowych osiągnęła IKEA (83%), za nią uplasowały się Meble – Black Red White (75%) i Meble Vox (68%). Branża

sklepów budowlanych zajmuje 11. miejsce w rankingu (70%) – najwyżej plasuje się OBI (83%), na drugim miejscu znalazła się Castorama (76%), a w dalszej kolejności Jula (72%), Leroy Merlin (72%) i Praktiker (47%). Z kolei sklepy branży wyposażenia wnętrz zajęły miejsce 18. (56%), a trzy pierwsze trzy miejsca zajęły Zara Home (79%), Duka (62%), Home & You (60%).

*Nasi tajemniczy klienci potwierdzili, że „powitanie” wypada coraz lepiej – mówi Sofia Valentin, dyrektor generalna firmy Daymaker. – Gdy przyjechałam z mężem do Polski w 2009 r. byłam zaskoczona i zdziwiona zachowaniem sprzedawców w sklepach. Nie mogłam uwierzyć, że nie mówią „dzień dobry” do wchodzącego klienta, a przecież to magiczne słowo otwiera i buduje relacje. Z badań wynika ponadto, że największy potencjał kryje się w ostatnim etapie dokonywania zakupu przez klientów – o ile w stosunku do ubiegłego roku wzrósł standard powitania (o 3%) czy pytania o preferencje (o 4%), wciąż olbrzymi potencjał kryje się w umiejętności zachęcenia klientów do zakupu dodatkowego produktu i przekonania ich do zakupu. Sprzedawcy nie uświadamiają sobie często, że klient może po prostu nie pamiętać o zakupie baterii do zegarka i naprawdę być wdzięczny za przypomnienie mu o tym. Poza tym, zaledwie 12% sprzedawców pomaga klientowi w podjęciu decyzji zakupowej.*

Wspólnym mianownikiem najlepszych branż jest wysoki poziom interakcji z klientem. W przypadku sklepów meblo-



**INTERAKCJI NA TEMAT WYBRANYCH MAREK MEBLOWYCH W PIERWSZYM KWARTALE 2016 R. BYŁO ŁĄCZNIE 4,5 MLN, Z CZEGO NAJWIĘKSZY UDZIAŁ W TEJ LICZBIE KOMENTARZY, POLUBIEŃ I UDOSTĘPNIENI MIAŁA IKEA (4,4 MLN, Z CZEGO 3 MLN STANOWIĄ UDOSTĘPNIENIA), JYSK (31 TYS.) I BLACK RED WHITE (29 TYS.). ZNACZĄCA CZĘŚĆ PUBLIKACJI NA TEMAT WSZYSTKICH MAREK MEBLOWYCH DOTYCZY OCZYWIŚCIE ICH PRODUKTÓW. Monika Tomsia, PR Manager Instytutu Monitorowania Mediów**



wych wyniosła ona 63%. Niewiele niższa była w branży wyposażenia wnętrz (62%). Z kolei w branży sklepów budowlanych sięgnęła 70%.

Wspomniane przez Sofię Valentin „dzień dobry” najczęściej pada w sklepach z biżuterią oraz obuwniczych (po 86%). Z kolei w branży wyposażenia wnętrz jest to 60% (13. miejsce), w sklepach meblowych – 53% (15. miejsce), a w branży sklepów budowlanych – 28% (17. miejsce).

Także w przypadku sprzedaży dodatkowej najwyższej sklasyfikowane są sklepy z biżuterią (57%) oraz obuwnicze (50%). Sklepy z branży wyposażenia wnętrz zajęły 13. miejsce (23%), sklepy meblowe – 15. miejsce (23%), a sklepy budowlane – 17. miejsce (20%)

Mającą swą siedzibę w Warszawie, szwedzka spółka od lat prowadzi projekty w 41 krajach świata. Przeprowadza ponad 100 tys. badań rocznie w większości branż sieci handlu detalicznego. Po raz pierwszy w tym roku przebadano też rynek europejski; łącznie 330 sieci. Okazało się, że Polska ma bardzo dobry wynik – podobnie jak w Niemczech średnia jakość obsługi klientów wyniosła 73%. Dla porównania – w Finlandii było to 65%, w Szwecji – 64%, w Hiszpanii – 62%, w Norwegii – 61%, w Rumunii – 58%, a we Francji – 54%.

Polska wypada najlepiej pod względem powitania (74%), wyprzedzając Niemcy (73%), Hiszpanię (56%), Finlandię (53%), Francję (52%), Rumunię (50%), Norwegię (45%) i Szwecję (44%). Gorzej jest ze sprzedażą dodatkową – tutaj zajmujemy 3. miejsce (31%), a wyprzedzają nas Niemcy (48%) i Hiszpania (36%), z kolei za nami są Rumunia (31%), Szwecja (19%), Francja (18%), Norwegia (16%) i Finlandia (13%).

W opinii Daymaker, potencjał w zakresie obsługi klienta jest wciąż niewystarczająco wykorzystywany, choć firmy już dostrzegają wymierne korzyści wynikające z badania, oceny oraz szkoleń w zakresie poprawy jakości obsługi klienta. *Wiele*



Sofia Valentin, dyrektor generalna firmy Daymaker (z lewej) wręcza nagrodę Annie Ściechowskiej, customer knowledge manager firmy IKEA, która osiągnęła najlepsze wyniki wśród przebadanych sieci sklepów meblowych.

*międzynarodowych firm inwestuje w doskonałe lokalizacje, świetne produkty czy marketing. Na pewno warto inwestować w ludzi – mówi Sofia Valentin.*

#### **IKEA I... DŁUGO NIC**

*Z zakupem mebli wiąże się wiele decyzji zakupowych, na które wpływa szereg czynników, m.in. popularność i wizerunek marki oraz opinie innych konsumentów – mówi Monika Tomsia, PR manager Instytutu Monitorowania Mediów. – Dlatego warto badać markę w szerszym kontekście, na tle konkurencji, najlepiej we wszystkich mediach.*

Z raportu „Medialny wizerunek branży meblarskiej”, który dla Instytutu Monitorowania Mediów opracowała Monika Tomsia, wynika, że od stycznia do marca br. o marce IKEA wszystkie media łącznie informowały prawie 12 tys. razy, co zapewniło sieci 83,7% udział w całości przekazów wzmiankujących o analizowanych brandach (badanie przeprowadzono na podstawie wybranych marek z branży meblarskiej: Abra, Agata Meble, IKEA, Black Red White, Fabryka Mebli Bodzio, Fabryka Mebli Forte, Jysk, Meble Vox). Kolejne miejsca, ale o znacznie mniejszym udziale zajmują: Black Red White (6,1%), Jysk

(4,1%), Fabryki Mebli Forte (2,4%) i Agata Meble (1,9%).

Kanałem, w którym toczy się najwięcej dyskusji o badanych markach łącznie jest Facebook (43% udziału we wszystkich mediach) – informuje Monika Tomsia. – Na drugim miejscu znajduje się Twitter (22%) i fora internetowe (13%). Nie oznacza to jednak, że te proporcje dotyczą każdej marki z osobna. Na przykład najwięcej publikacji na temat Mebli Vox i sieci Abra zostało umieszczonych na Facebooku, który zdominował inne kanały przekazu. To właśnie tam, gdzie mówi się o marce rzadziej warto częściej zaglądać i nawiązywać rozmowę z potencjalnymi klientami. W przypadku marek: Jysk, IKEA, czy Forte możemy mówić o większym zróżnicowaniu kanałów medialnych: od tych klasycznych po różne rodzaje społecznościowych.

Interakcji na temat wybranych marek meblowych w pierwszym kwartale 2016 r. było łącznie 4,5 mln, z czego największy udział w tej liczbie komentarzy, polubień i udostępnień miała IKEA (4,4 mln, z czego 3 mln stanowią udostępnienia), Jysk (31 tys.) i Black Red White (29 tys.) – wymienia Monika Tomsia. – Znacząca część publikacji na temat wszystkich marek meblowych dotyczy oczywiście ich produktów. ◀



**SIRO – Poland Sp. z o.o.**  
ul. Wernera 61/63, 26-600 Radom  
tel. +48 (48)331-23-23  
fax +48 (48)331-13-00  
e-mail: info@siro.pl, www.siro.pl

Produkt dostępny u dystrybutorów na terenie całego kraju oraz w sklepie internetowym pod adresem:  
**www.akcesoria.meble.pl**

# Nowości Salice łączą wzornictwo z efektywnością

Obecnie funkcjonalność i innowacyjność nie mogą być oddzielone od estetyki i wzornictwa. Rynek wymaga efektywnych i zaawansowanych technicznie produktów z eleganckimi i wyrafinowanymi kształtami – tak, aby wszystkie potrzeby klientów były w pełni zaspokojone.



otwieranie wszystkich typów frontów pozbawionych uchwytów, co pozwala producentom mebli na pełną dowolność ich stosowania.

Dodatkowo, w ofercie znajduje się też zawias „Air” w wykończeniu tytanowym, które dodatkowo zwiększa jego walory estetyczne i nadaje dodatkowej elegancji. Pozwala to także na uzyskanie jeszcze szerszego spektrum jego zastosowań. Tytanowe wykończenie – oferowane w produktach Salice od 2011 r. – sprawia, że zawias idealnie wkomponowuje się w projekty mebli o różnej kolorystyce wykończeń: zarówno tych ciemnych, jak i wszelkich odcieni drewna. Zaś dzięki tytanowemu wykończeniu samego zawiasu, odporność na korozję jest jeszcze wyższa niż w standardowych przypadkach.

Dzięki niewielkim rozmiarom „Air” nadaje się zarówno do frontów drewnianych, jak i aluminiowych i może być stosowany w wielu meblach – od kuchennych, poprzez łazienkowe i do pokoju dziennego, aż po gabloty sklepowe.

Inną z nowości jest „Lineabox”, innowacyjna szuflada metalowa, symbol rewolucji w formie i technologii.

**D**wie ostatnie nowości w ofercie Salice doskonale odzwierciedlają ten trend. „Air” i „Lineabox” to dwa produkty bardzo wyrafinowane estetycznie, z innowacyjnym designem i bardzo wysoką jakością wykonania.

„Air” to nowy zawias, którego bardzo mocnym punktem jest estetyka. Niewielkie rozmiary – tylko 10 mm grubości – i zwarta konstrukcja sprawiają, że po zamontowaniu jest niemal niewidoczny. Zawias „Air” pozwala na jego perfekcyjne zintegrowanie z bryłą mebla, która w ten sposób staje się idealna pod względem estetyki i niezakłóconej formy żadnej z zaprojektowanych linii.

Technicznie innowacyjny i rewolucyjny zawias „Air” ma trzystopniową regulację frontu i zintegrowany w konstrukcji system cichego, miękkiego domykania drzwi. Jest także dostępny z systemem Push, który pozwala na





**Lineabox****Lineabox****Lineabox**

„Lineabox” charakteryzuje się bardzo prostym, szybkim i bezpośrednim montażem. To ostatnie oznacza, że nie istnieje potrzeba wykonywania jakichkolwiek dodatkowych prac przy obróbce czy nawiercaniu otworów, nie są też konieczne żadne specjalistyczne narzędzia. Montaż jest realizowany z dużą łatwością i wyłącznie przy użyciu śrubokręta.

Wśród najważniejszych cech charakterystycznych warto pamiętać, że grubość profilu Lineabox jest zredukowana do zaledwie 9 mm, co czyni „Lineabox” jedną z najcieńszych szuflad na rynku, w dodatku brak jest jakichkolwiek widocznych dziur i elementów montażowych, co pozwala cieszyć się całkowicie gładką powierzchnią.

Tak jak w przypadku tradycyjnych szuflad, także i w tym przypadku system „Lineabox” dostępny jest w trzech wysokościach. Klient ma możliwość zbudowania trzyczęściowej szuflady (boki i tył) lub z zastosowaniem tylko dwóch boków „Lineabox” i własnego frontu i tyłu szuflady.

„Lineabox” jest szufladą mającą szeroki zakres personalizacji i wszechstronności, co pozwala na zastosowanie jej w wielu wnętrzach, takich jak kuchnia, salon, łazienka czy biuro.

Wersje do szuflad podumywalkowych są realizowane przy użyciu tych samych elementów co standardowa szuflada i bez

konieczności używania jakichkolwiek dodatkowych łączników czy elementów stabilizacyjnych. Tył szuflady może być docięty pod wymiar w zależności od grubości rur odpływowych i innych elementów związanych ze zlewem czy umywalką. W tej wersji „Lineabox” znajduje idealne zastosowanie zarówno w meblach kuchennych, jak i łazienkowych.

W wyposażeniu kuchennym możliwe jest także zastosowanie dwóch rodzajów wysuwanych kolumn. Także takie rozwiązanie cechuje łatwość montażu, zastosowanie dwóch boków i dostosowanie do spersonalizowanych potrzeb. Takie kolumny

mogą znaleźć zastosowanie jako uchwyty na butelki, przyprawy i klasyczne pojemniki różnego rodzaju.

„Lineabox” jest dostępna w czterech wersjach kolorystycznych: białej, tytanowej, szampańskiej oraz inox.

„Air” i „Lineabox” – produkty innowacyjne i zaawansowane technicznie – poszerzają szeroką gamę rozwiązań Salice, gdzie dbałość o wykończenie idzie w parze z najwyższymi wymogami efektywności. Takie połączenia wydajności i designu, innowacji i elegancji to ponadczasowe i nowatorskie rozwiązania, idealne do każdego wnętrza – dziś i w przyszłości. ◀



małych i średnich firm przypadka na tysiąc mieszkańców Polski (to najniższy wskaźnik w całej Unii Europejskiej) – wynika z raportu Banku Zachodniego WBK; dla porównania w Niemczech jest ich 4,6, a na Węgrzech – 2,8

## Rezygnacja Daniela Mzyka

Daniel Mzyk zrezygnował ze stanowiska prezesa Zarządu firmy Paged, które pełnił od końca 2008 r. Rezygnacja wejdzie w życie z dniem 30 czerwca. Na następcę Daniel Mzyk rekomenduje Tomasza Modzelewskiego.



Tomasz Modzelewski

**W OŚWIADCZENIU**, które przedstawił 12 maja, Daniel Mzyk przypomniał, że gdy obejmował stanowisko prezesa Zarządu Paged stał na skraju bankructwa – Grupa borykała się z efektami toksycznych opcji walutowych, które doprowadziły do rekordowej straty netto przekraczającej 50 mln zł. W najgorszym momencie na początku

2009 r. kapitalizacja spółki wynosiła około 20 mln zł.

W 2008 r. Paged był podmiotem działającym tylko w sektorze drzewnym, poprzez prowadzenie biznesu w 3 segmentach, które są w Grupie do dzisiaj: sklejkowym, meblowym i handlowym. Dzisiaj Paged jest już holdingiem przemysłowo-inwestycyjnym, który oprócz tych 3, podstawowych, historycznych segmentów prowadzi także działalność w innych branżach, czego przykładami są spółki Europa Systems produkująca systemy transportu wewnętrznego czy Ivpopol zajmująca się wynajmem samochodów zastępczych dla uszkodzonych w wypadkach. Przychody Grupy wzrosły ponad 2-krotnie, z 340 do ponad 820 mln zł. EBITDA wzrosła prawie 8 razy: z 20 do 156 mln zł. Wynik netto z ponad 50 mln zł straty wzrósł do prawie 80 mln zł (wynik za 2015 r.). Suma bilansowa Grupy przekroczyła wartość 1 mld zł już w 2014 r., obecnie Grupa zbliża się do osiągnięcia 1 mld zł przychodów.

*Żeby dalej skalować biznes w wysokim tempie, potrzebujemy zmiany podejścia – więcej uporządkowania, standaryzacji*

*procesów (zarówno inwestycyjnych, jak i zarządczych), międzynarodowych kompetencji, a także strategii kreowania wartości. Długo zastanawiałem się, czy Paged w obecnej formie jest w stanie sprostać temu wyzwaniu i doszedłem do wniosku, że należy zupełnie inaczej podejść do strukturalizacji zarządzania organizacją. Dlatego zdecydowałem się przejść do grona Rady Nadzorczej i zaprosić do zespołu kilka osób, które podzielą się swoimi doświadczeniami oraz pomogą nam w realizacji naszych celów – napisał Daniel Mzyk.*

Zapowiedział jednocześnie, że będzie rekomendował Radzie Nadzorczej powołanie na stanowisko prezesa Zarządu Tomasza Modzelewskiego, który w ciągu ostatnich 20 lat pracował m.in. w Procter & Gamble, GlaxoSmithKline, Gillette, a ostatnio w firmie Zelmer. W tej ostatniej, w czasie 10 lat pracy zbudował międzynarodową organizację sprzedającą produkty do ponad 40 krajów, jednocześnie znacząco zwiększając skalę biznesu, z 200 mln zł do 1 mld zł przychodów oraz wprowadzając nowoczesne standardy organizacyjne. ◀

## Grupa Impress inwestuje w przyszłość

Mająca 7 międzynarodowych zakładów produkcyjnych i zatrudniająca 800 pracowników Grupa Impress zamierza kontynuować dynamiczny wzrost inwestując w zwiększenie mocy produkcyjnych i w produkcyjny know-how w Polsce, w rozwiązania do prezentacji produktów i opracowywania próbek kolorystycznych w Hiszpanii oraz w rozbudowę ośrodka Decor Development Center w Niemczech. Te działania zapowiedziane zostały 4 maja br. przez kierownictwo Grupy Impress.

**GRUPA IMPRESS** w szybkim tempie przekształca zakład w Elku w europejskie centrum produkcji folii finish, której produkcja odbywa się teraz na hali o powierzchni powiększonej do ok. 16 tys. m<sup>2</sup>. W grudniu 2015 r. uruchomiono tam nowoczesną linię produkcyjną do lakierowania on-line, która pracuje zarówno w oparciu o technologię ESH (utwardzanie powierzchni strumieniem elektronów), jak i z wykorzystaniem konwencjonalnych systemów lakierniczych. Na przełomie 2016 i 2017 r. zaplanowano przeniesienie linii ESH z Aschaffenburga do Elku. W najbliższym czasie Impress

zainwestuje również w maszynę do lakierowania off-line, która ma rozpocząć pracę do 2017 r. Planowana wydajność produkcyjna wynosząca 250 mln m<sup>2</sup> folii finish jest jedną z największych na świecie w tej branży.

W zakładzie w Sant Pere de Vilamajor niedaleko Barcelony powstaje obecnie nowoczesny showroom, którego dopełnienie ma stanowić profesjonalny ośrodek Customer Coloration Center wyposażony w laboratoria mające na celu zwiększenie wydajności procesu opracowywania próbek kolorystycznych dla klientów z zagranicy.

Z kolei w nowej lokalizacji w Niemczech planowane jest stworzenie ośrodka Decor Development Center. W ramach Grupy Impress ma on zajmować się przewidywaniem globalnych trendów mających wpływ na opracowywanie dekorów i powierzchni począwszy od koncepcji, a na wydrukach laboratoryjnych skończywszy. Ponadto funkcja tego centrum rozwojowego ma polegać na doradzaniu, wspieraniu oraz dostarczaniu inspiracji klientom i partnerom biznesowym. W powiązonym centrum technologicznym opracowywane będą próbki kolorystyczne folii finish dla klientów, a także wzornictwo papierów dekoracyjnych. Decor Development Center będzie w przyszłości koordynować prace ośrodka Customer Coloration Center z Barcelony.

Z uwagi na panującą na rynku konkurencję oraz będącą jej efektem strategię biznesową Grupa Impress planuje wstrzymanie produkcji folii finish w Aschaffenburgu. ◀



15,2%

to – jak podał GUS – wzrost sprzedaży mebli, RTV, AGD w kwietniu 2016 r. w porównaniu do kwietnia 2015 r. (w stosunku miesiąc do miesiąca był to wzrost o 9,4%)

27

parków handlowych położonych w sąsiedztwie swoich sklepów w Europie zamierza sprzedać za ok. 900 mln euro IKEA (w grę wchodzi także 4 parki handlowe w Polsce)

## Dobry kwartał Grupy Pfeleiderer Grajewo

Przychody Grupy Pfeleiderer Grajewo w I kwartale br. wyniosły 215,5 mln euro, w porównaniu do 96,2 mln euro (tylko Pfeleiderer Grajewo) w I kwartale 2015 r. Tak duża różnica wynika z faktu konsolidacji wyników Grupy, po podwyższeniu kapitału i przejściu niemieckiej części biznesu. Grupa wygenerowała zysk netto w wysokości 4,3 mln euro. Szczegółowe wyniki finansowe przedstawił 11 maja w Warszawie na konferencji prasowej Zarząd Grupy Pfeleiderer Grajewo.

W STYCZNIU BR. Grupa Pfeleiderer Grajewo zakończyła z sukcesem proces prawnej oraz finansowej integracji jednostek biznesowych znajdujących się we Wschodniej i Zachodniej Europie. Jej efektem było utworzenie jednego Pleiderera, grupy mającej szeroką gamę różnorodnych produktów oferowanych na szybko rozwijających się rynkach europejskich. Obecnie prowadzone działania skoncentrowane są na integracji organizacyjnej oraz operacyjnej wschodniej i zachodniej dywizji firmy. Ich celem jest współpraca na wszystkich poziomach wewnątrz Grupy Pfeleiderer oraz wykorzystanie potencjału wynikającego z dalszej synergii.

Ze względu na fakt utworzenia jednego Pleiderera wyniki operacyjne oraz poziom aktywów Grupy Pfeleiderer Grajewo są trudno porównywalne z wynikami ubiegłorocznymi. Jednakże z operacyjnego punktu widzenia wyniki w I kwartale 2016 r. są dla nas zadowolające – stwierdził Michael Wolff, prezes Zarządu Grupy Pfeleiderer. – Na wyniki Grupy wpłynęło kilka zdarzeń jednorazowych, które wynikały m.in. z przejścia Pfeleiderer GmbH i związane były ze specyfiką

wymogów rachunkowości. Jesteśmy na dobrej drodze do dalszego rozwoju i spodziewamy się kilkunastoprocentowego wzrostu zrównoważonej EBITDA w ciągu tego roku.

Wszystkie grupy produktów oferowane przez Pfeleiderer przyczyniły się do wzrostu sprzedaży, w szczególności

mimo presji na obniżkę cen, związanej przede wszystkim z niską ceną zakupu materiałów.

Wyniki w segmencie Europy Wschodniej są mniej zadowolające: przychody (uwzględniające sprzedaż wewnętrzną Grupy) spadły z 96,2 mln euro w I kwartale 2015 r. do 86,3 mln euro w I kwartale 2016 r. Na osiągnięte rezultaty wpływ miały przede wszystkim negatywny efekt różnic kursowych (-3,5 mln euro), spadek sprzedaży płyt MDF produkowanych w Grajewie oraz presja cenowa ze strony producentów płyt wiórowych z Ukrainy i Białorusi.

Na rok 2016 przewidziano kilka kluczowych dla Grupy inwestycji. Należy do nich m.in. nowa linia do lakierowania, piaskowania oraz personalizacji produktów ściennych, która powstaje w Grajewie. Jej ukończenie pozwoli uniknąć zagrożenia, jakim jest oparcie sprzedaży na produktach bez wartości dodanej. Kolejne przedsięwzięcie to linia do produkcji blatów w Wieruszowie. Poprawa procesu wytwarzania przyczyni się do zwiększenia produkcji oraz poprawy konkurencyjności grupy w segmencie blatów kuchennych. <

**215,5**  
mln euro  
wyniosły przychody  
Grupy Pfeleiderer Grajewo  
w I kwartale br.

te charakteryzujące się wysoką wartością dodaną, jak laminaty HPL i płyty MFC. Na rynkach Europy Zachodniej pozytywne wyniki sprzedaży związane były ze zwiększonymi wolumenami we wszystkich segmentach. Wyniki sprzedaży osiągnięte w I kwartale 2016 r. w krajach zachodnioeuropejskich były wyższe od ubiegłorocznych o 2,6%, po-

reklama



producent akcesoriów  
meblowych i budowlanych



Nomet Sp. z o.o.

ul. Kanałowa 40/42 | 87-100 Toruń | tel. +48 56 61 98 100 | fax. +48 56 61 98 117

www.nomet.pl

## Polacy o wystroju swoich mieszkań

Według najnowszych badań przeprowadzonych pod koniec kwietnia br. przez TNS Polska na zlecenie Black Red White, niemal 40% Polaków chciałoby często lub bardzo często zmienić coś w swoim domu. A jak wyglądają pozostałe wyniki?

Aż 90% POLAKÓW przywiązuje dużą wagę do wyglądu domowych wnętrz, a dla 45% ankietowanych salon jest najważniejszym pomieszczeniem w domu i stanowi odzwierciedlenie naszych osobowości, wręcz wizytówkę. To właśnie ten pokój Polacy najchętniej poddawaliby metamorfozie – deklaruje tak 33% badanych.

Według badań ponad połowa z nas w pierwszej kolejności chciałaby wymienić w swoich domach meble oraz kolory ścian. A co jest dla nas największą motywacją do wprowadzania częstych zmian oprócz zużycia obecnych mebli? Okazuje się, że podejmujemy takie decyzje pod wpływem nowych trendów oraz inspiracji zaczerpniętych z czasopism oraz mediów poświęco-



**Magdalena Mirkowicz, autorka bloga wnętrzarskiego My Pink Plum!:**

*Nie jest łatwym zadaniem piękne urządzenie swojego mieszkania. Najlepiej jest, kiedy kierujemy się własnym gustem, wspomagając się modnymi obecnie trendami, ale bywa, że to portfel dyktuje nam rozwiązania. Z przyczyn ekonomicznych, najczęściej wybieramy dwa style, nowoczesny i klasyczny. Nowoczesny styl wybierany jest przez ludzi młodych i mających. Jest on stosunkowo łatwy do namierzenia w sklepach i świetnie odcina się od tradycyjnych, rodzinnych wnętrz. Na klasyczny styl najczęściej decydują się ludzie starsi, przyzwyczajeni do już sprawdzonych rozwiązań. Style prowansalski i skandynewski, tak kochane przez kobiety, też często znajdują się w polskich domach. Polki kochają delikatne, ale charakterystyczne i piękne wzornictwo, formy i materiały.*

nych tematyce wnętrzarskiej. W ciągu najbliższego półroczia niemal jedna czwarta z nas (23%) planuje odświeżenie jednego pomieszczenia w swoim

domu. Co piąty Polak zamierza kupić dodatki i artykuły dekoracyjne, a co dziewiąty dokupi meble. Jest to dobrą informacją dla branży meblarskiej oraz dekoratorów wnętrz i architektów.

Aranżacja mieszkania jest dla większości Polaków sposobem na stworzenie własnego miejsca, natomiast co czwarty badany uważa to za element, który ułatwia codzienne życie. Również, co czwarty z respondentów traktuje wystrój domu jako sposób na wyrażenie swojej osobowości. Polacy bardzo cenią wygląd wnętrz swoich mieszkań i domów, deklarują zamiłowanie do piękna i chcą mieć istotny wpływ na to, jak wygląda ich otoczenie – mówi Agnieszka Sikorska, menedżer ds. aranżacji wnętrz w Black Red White. Wyniki badań TNS Polska pokazują, że Polacy cenią prosty wystrój wnętrz. Największe uznanie wśród respondentów zdobył styl nowoczesny i styl klasyczny. Styl nowoczesny wybierany jest częściej przez ludzi młodych i lepiej sytuowanych, natomiast stylizykę klasyczną preferują osoby starsze. Najchętniej wybieramy meble w odcieniu jasnego drewna. Prawie 20% badanych zaaranżowałoby salon meblami w kolorze brązowym.

Dla Polaków bardzo ważnym aspektem jest cena mebli, ale nie w oderwaniu od wzornictwa i wyglądu oraz względów praktycznych. Polacy szukają w salonach meblowych systemów, które rosną wraz z ich rodzinami. Zaczynają od jednej komody, a wraz ze zmianą sytuacji życiowej zmienia się aranżacja mieszkania. Warto zwrócić uwagę, że Polacy chcą także mieć wpływ na finalny wygląd mebli, które znajdują się w ich mieszkaniach. Aż 33% badanych deklaruje ochotę wprowadzania własnych zmian oraz pomysłów w istniejących już rozwiązaniach. <

## Nowa hala produkcyjna KAM

W marcu ruszyły prace budowlane, a już jesienią planowane jest ukończenie nowej hali produkcyjnej Spółki Meblowej KAM z Milejewa. Inwestycja pozwoli zwiększyć dotychczasową produkcję mebli kuchennych, poprawić ich jakość i wprowadzić do oferty kolejne nowe kolekcje.



W marcu na plac budowy weszła ekipa budowlana. Rozpoczęto prace ziemne i wylewanie ław fundamentowych. Nowa hala ukończona zostanie w październiku i będzie najwyższej położoną fabryką w regionie. Fot. KAM

ROK 2016 jest dla spółki KAM, producenta mebli kuchennych, wyjątkowy. Firma świętuje jubileusz 25-lecia istnienia. To będzie również ważny rok dla zakładu, który znacząco zwiększy swoje zaplecze produkcyjne. Przy starej hali o powierzchni 7 tys. m<sup>2</sup>, w której dotychczas odbywała się produkcja i znajdował się magazyn, zostanie wybudowana nowa hala, licząca ponad 3 tys. m<sup>2</sup>. Prace budowlane rozpoczęły się wiosną, a ich ukończenie ma nastąpić w październiku br., kiedy to planowany jest odbiór techniczny obiektu.

W nowej hali, która będzie połączona ze starą halą produkcyjną i magazynem, powstaną nowe ciągi produkcyjne – wyjaśnia Andrzej Wołosz, współwłaściciel Spółki Meblowej KAM. – Chcemy je zautomatyzować, żeby linia produkcyjna była bardziej zmechanizowana.

Nowa hala produkcyjna z nowoczesną linią technologiczną pozwoli znacznie zwiększyć dotychczasowy wolumen produkcji. Dzięki niej możliwe będzie także wprowadzenie nowych kolekcji, które dodatkowo urozmaicą portfolio firmy KAM. Nowe ciągi produkcyjne pozwolą także położyć jeszcze większy akcent na jakość mebli.

Nowa hala pozwoli nam zwiększyć produkcję i poprawić jej jakość, która obecnie jest kluczowym elementem zwiększającym przewagę konkurencyjną na rynku – mówi Andrzej Wołosz. – Nie może się to jednak odbyć kosztem pracowników, tylko maszyn, bo to one mają wykonać tę pracę lepiej.

W związku z rozbudową zakładu i zwiększeniem produkcji, planowane jest także zwiększenie dotychczasowej załogi i zatrudnienie nowych pracowników. <



## Marcopol stawia na dystrybucję

Firma Marcopol, producent śrub i dostawca elementów złącznych dla wielu gałęzi przemysłu, uruchomiła jeden z najnowocześniejszych systemów magazynowych w Europie. Inwestycja otwiera przed spółką nowe możliwości związane z szybkością obsługi zamówień w kraju i zagranicą.

*WSPÓŁCZESNY KLIENT*, oprócz wysokiej jakości produktu, oczekuje doskonałej obsługi oraz krótkiego czasu realizacji zamówienia. Szybkie przygotowanie towaru do wysyłki i transport do klienta staje się więc absolutnie priorytetową kwestią dla biznesu. Blisko dwa lata temu, równocześnie ze startem nowej strategii handlowej wystartował projekt wdrożenia nowej linii logistycznej SSI Schaffer. Decyzja w tamtym czasie była strzałem w dziesiątkę, bowiem w ciągu dwóch lat odnotowaliśmy znaczący wzrost poziomu sprzedaży. Nowy system magazynowy spełnia nasze oczekiwania dziś, ale również jest przygotowany do obsługi coraz większych wolumenów w przyszłości. Wybór koncepcji, rozbudowa obecnej hali magazynu wysokiego składowania, montaż systemu przenośników i systemu karuzel, wreszcie spięcie go z naszym systemem informatycznym to elementy projektu, z którego wszyscy jesteśmy bardzo dumni – mówi Piotr Pierowicz, dyrektor zarządzający w Marcopol.

Nowy system działa równolegle z poprzednim rozwiązaniem opartym na transporcie palet i znajdującym się bezpośrednio pod przenośnikami transportowymi SSI. Dzięki takiemu rozwiązaniu kompletacja wysyłek paczkowych i paletowych realizowana jest dwoma niezależnymi drogami transportowymi, co przyspiesza proces kompletacji. Zastosowany w nowym systemie bufor konsolidacyjny w postaci dwóch karuzel SCS pozwala nam na równoległą i niezależną czasowo od siebie kompletację jednego zamówienia w wielu korytarzach magazynowych. Po umieszczeniu wszystkich towarów zamówienia w jednej z karuzel, system automatycznie przekierowuje zamówienie do strefy pakowania i kontroli kompletności przesyłki. Projekt ten wymagał od Działu IT naszej firmy integracji wielu systemów informatycznych, w tym m.in. ERP SAP, SSI Wamas oraz autorskich systemów KLAN-WMS i Listy – wyjaśnia Sebastian Smoliński, główny programista i szef IT Marcopol. ◀



Magazyn wysokiego składowania uruchomiony przez firmę Marcopol to blisko 12 tys. m<sup>2</sup> z liczbą 31 tys. miejsc paletowych.



HUBERTUS  
DESIGN

SENOSON<sup>®</sup>

PŁYTY I FRONTY MEBLOWE  
o zwiększonej odporności na zarysowania  
i działanie promieniowania UV

HUBERTUS SUPER MAT

**NOWOŚĆ**  
ZWIĘKSZONA ODPORNÓŚĆ  
NA WCHŁANIANIE  
TŁUSZCZÓW  
I WYBRZYSZCZENIE

HUBERTUS SUPER POŁYSK



ATRAKCYJNA CENA  
NAJWYŻSZA JAKOŚĆ  
KRÓTKIE TERMINY REALIZACJI

HUBERTUS DESIGN Sp. z o.o.

41-100 Siemianowice Śląskie  
ul. Srokowiecka 22

tel. +48 32 229 02 59 (60), fax +48 32 228 30 53

biuro@hubertus-meble.pl, biuro@hubertusmeble.pl

[www.hubertus-meble.eu](http://www.hubertus-meble.eu)

PATRONAT BIZNES

## Jubileuszowa edycja targów „DremaSilesia”



Przez trzy dni X Targów Maszyn i Narzędzi do Obróbki Drewna „DremaSilesia” (23-25 kwietnia) w hali Expo Silesia w Sosnowcu ofertę zaprezentowało 59 wystawców z Polski i zagranicy, a odwiedziło ją ponad 1,4 tys. profesjonalistów.



Stoisko firmy Top Solution.

**TARGI „DREMASILESIA”** to kompleksowa oferta adresowana do małych i średnich przedsiębiorstw z branży drzewnej i meblarskiej, dająca szansę zapoznania się z szeroką gamą innowacyjnych rozwiązań, co zdecydowanie wpływa na zwiększenie konkurencyjności danej firmy na rynku. W tym roku wystawcy pokazali maszyny i narzędzia do obróbki drewna oraz procesów pomocniczych (systemy pakowania i składowania), komponenty do produkcji mebli, kleje i chemikalia dla przemysłu drzewnego i meblarskiego oraz wyroby z drewna: podłogi, tarasy, drzwi, okna, a także urządzenia wykorzystywane w procesach przygotowania materiału i uzyskiwania energii z drewna.

Osoby odwiedzające halę targową wykazywały duże zainteresowanie przeprowadzanymi przez nas prezentacjami maszyn. Dzięki temu udało nam się

nawiązać kontakt z wieloma klientami, którzy na własne oczy przekonali się, jak pracują i jak z bliska wyglądają oferowane przez nas produkty – mówi Marcin Troczewski z firmy KMA Maszyny. – Odwiedzają nas także goście z lat poprzednich oraz stali klienci, którzy już mają nasze maszyny i są zdecydowani na kolejne. Jest to najlepsza odpowiedź na to, czemu tu jesteśmy i chcemy być.

Zdaniem Marka Kota, dyrektora firmy Schelling Polska, „DremaSilesia” to targi małe, ale z racji tego, że wzrasta znaczenie targów regionalnych firma Schelling bierze również w nich udział.

Jest to najprostsza i najtańsza droga dotarcia do klienta. Podczas targów możemy pokazać produkty, a nie prospekty, a także spotkać wielu potencjalnych nabywców w krótkim czasie. Tegoroczną lokalizację i organizację uważam za bardzo dobrą. Zaskoczyła mnie niespodziewanie duża liczba zwiedzających – mówi Marek Kot.

Uczestnicy mogli także wziąć udział w prezentacjach i tematycznych konferencjach zorganizowanych w strefach Parkietu, Wiedzy oraz Bezpieczeństwa Maszyn.

Kolejna edycja targów „DremaSilesia” odbędzie się w Sosnowcu w dniach 21-23 kwietnia 2017 r. ◀

## Hettich on tour

Po sukcesie mobilnego showroomu Hettich on Tour, który ukryty we wnętrzu ciężarówki przemierzył wiele krajów na świecie, teraz ta koncepcja promocji jest kontynuowana na terenie Polski. Od 26 kwietnia do 9 czerwca goście, którzy odwiedzili miejsca przystanku mobilnego showroomu mogli doświadczyć działania nowej techniki meblowej Hettich.

W NASZYM mobilnym showroombie chcemy pokazać gościom szeroką ofertę w zakresie nowoczesnej techniki meblowej i pokazać im możliwości rozwoju i realizacji wielu pomysłów projektowych – mówi Beata Lasota, dyrektor zarządzający Hettich Polska.

W ciągu 45 dni trwania akcji Hettich on Tour mobilny showroom odwiedził łącznie 18 miast w Polsce. Prezentowane

w mobilnym showroombie okucia zostały specjalnie dobrane do oczekiwań polskiego rynku – zapewnia Beata Lasota. – Sposób ekspozycji produktów umożliwiał zapoznanie się z ich głównymi walorami: możliwościami tworzenia własnych zestawień kolorystycznych w szufladach czy kreowania różnych linii meblowych poprzez dodawanie im dodatkowych, komfortowych rozwiązań technicznych np. pełnego wysuwu szuflady, otwierania frontów bez uchwytów przez ich lekkie naciśnięcie, czy konstruowanie szaf klasy premium.

Zarówno producentów mebli, jak i architektów na pokazy Hettich przyciągały przede wszystkim nowości. Dla polskich firm, które niemal 90% swojej produkcji sprzedają zagranicą ogromne znaczenie nabiera innowacyjność, która pozwala im zdobywać uznanie w oczach zagranicznych klientów.

Do spektrum nowości prezentowanych w ramach Hettich on Tour w Polsce eksperci wybrali oczekiwane przez polskich meblarzy systemy do mebli z drzwiami przesuwymi. Nie są to tylko okucia do frontów szaf garderobianych, ale także mniejszych szafek np. biurowych czy kuchennych, którym dedykowane są okucia „SlideLine M” oraz „SysLine S”. Ciekawostką dla uczestników były okucia do drzwi składanych „WingLine”, zastosowane w kuchennych szafkach wiszących. ◀

PATRONAT BIZNES

## Nowe miejsce na mapie biznesu meblarskiego

„Warsaw Home” to międzynarodowe targi wyposażenia wnętrz organizowane w Ptak Warsaw Expo – nowym centrum targowo-kongresowym k. Warszawy.

WYDARZENIE, którego najbliższa edycja odbędzie się w dniach 21-23 października, dedykowane jest przedstawicielom branży m.in. producentom, dystrybutorom, właścicielom sklepów, architektom, projektantom wnętrz i klientom finalnym. Organizatorem targów jest holding Ptak, który od 23 lat organizuje stałe wystawy i sprowadza klientów kontraktacyjnych z całego świata. Dowodem na to jest Ptak Fashion City, do którego rocznie przyjeżdża ponad 8 mln odwiedzających, z czego połowa to zagraniczni klienci hurtowi. Wieloletnia obserwacja rozwo-

ju polskiej branży meblarskiej skłoniła Zarząd holdingu Ptak do stworzenia platformy biznesowej, która w jeszcze większym stopniu umożliwi rozwój eksportu i ekspansji na rynki zagraniczne polskich producentów mebli.

Targi „Warsaw Home” zostały podzielone na dni: 21 października – B2B, 22-23 października – B2B+B2C, a targowe ekspozycje na strefy: Furniture, Deco, Premium, Kitchen, Interior Finish, Poland Design Festival, Strefa Architekta. Targom towarzyszyć będą prelekcje, konferencje oraz uroczysta gala wręczenia nagród. ◀

W A R S A W A



PATRONAT BIZNES



# E-commerce Innovations dla B2B

19 maja w Warszawie odbyła się 6. edycja konferencji E-commerce Innovations poświęcona pozyskiwaniu klientów biznesowych i usprawnieniu współpracy między nimi, dzięki nowoczesnym rozwiązaniom e-commerce.

W ODRÓŻNIENIU od poprzednich konferencji skoncentrowanych na sprzedaży internetowej klientom ostatecznym, tegoroczną edycję wydarzenia poświęcono e-commerce B2B. W konferencji organizowanej przez firmę Promedia wzięli udział właściciele firm oraz menedżerowie e-commerce. Uczestnicy mogli zapoznać się z różnymi aspektami rozwiązań B2B: od komunikacji z klientem biznesowym, automatyzacji procesów zamówień i możliwości technologicznych w e-commerce, po systemy zabezpieczenia transakcji i metody płatności.

Cykl prelekcji rozpoczęła Judyta Mojżesz-Zimonczyk, head of PR & marketing INIS, która przekonywała słuchaczy, że kampanie reklamowe on-line to „must have” w komunikacji z klientem biznesowym i doradzała, jak skutecznie wykorzystywać e-mail marketing. Następnie Marcin Rutkowski, PR & marketing manager I-systems, opowiadał, jak można budować przewagę konkurencyjną poprzez technologię, rozwiązania e-commerce, które pozwalają na zwiększenie sprzedaży oraz oszczędność zasobów, dzięki automatyzacji procesów ofertowania, windykacji i kontroli dystrybucji.

Anna Rak, country manager Trusted Shops, pokazała różnice i podobieństwa między sprzedażą internetową skierowaną do konsumenta, a tą adresowaną do klienta instytucjonalnego. Z kolei Natalia Przydatek, specjalista ds. sprzedaży w firmie Przelewy24, pokazała, jak nowoczesne rozwiązania płatnicze ułatwiają pracę platformom B2B oraz jak zintegrowane płatności on-line wpływają na konwersję sprzedaży. Uczestnicy E-commerce Innovations mogli się także dowiedzieć, w jaki sposób można usprawnić realizację zamówień. Temu tematowi poświęcony był wykład Andrzeja Jacka Rybaka, CEO Way2Send. ◀



Ważnym punktem programu było ogłoszenie wyników konkursu na najlepsze sklepy internetowe E-commerce Innovations Awards 2016. Nagrody laureatom wręczył Jerzy Osika (po prawej) – prezes firmy Promedia organizującej konkurs. Zwyciężyła [www.itaka.pl](http://www.itaka.pl) – statuetkę odebrał Tomasz Szagdaj (po lewej), e-commerce manager firmy Nowa Itaka.

# tendence

27 – 30. 8. 2016

[fresh.new.ideas](http://fresh.new.ideas)

# „new

to nowe i inspirujące pomysły, które sprawiają, że zakupy będą dla klientów jeszcze bardziej przyjemne. “



Dirk Bieler,  
kierownik sprzedaży, detal

Nowości i trendy na nowy sezon. Międzynarodowe, inspirujące oraz zaskakujące targi – Tendence 2016. Bądź z nami! [fresh-new.ideas.com](http://fresh-new.ideas.com)

[info@poland.messefrankfurt.com](mailto:info@poland.messefrankfurt.com)  
tel. (22) 49 43 200

# Przybywa pieniędzy w portfelach przedsiębiorców

Korzystna koniunktura i bardzo wysoki wzrost gospodarczy notowane pod koniec 2015 r. pozytywnie odbiły się na sytuacji finansowej polskich firm. W I kwartale br. kontrahenci płacili bardziej terminowo, a w portfelach przybyło pieniędzy. Przedsiębiorcy z większym optymizmem patrzą też w przyszłość. Pojawiają się jednak sygnały mogące świadczyć o tym, że trwająca od kilku kwartałów hossa będzie powoli hamować.

„PORTFEL NALEŻNOŚCI POLSKICH PRZEDSIĘBIORSTW” to cykliczne badanie przeprowadzane na zlecenie Krajowego Rejestru Długów Biura Informacji Gospodarczej oraz Konferencji Przedsiębiorstw Finansowych w Polsce. Według raportu sporządzonego po I kwartale br. sytuacja finansowa 29% przedsiębiorców poprawiła się, u 58% pozostała bez zmian, a tylko 13% skarży się na jej pogorszenie.

W 7-letniej historii badania jeszcze nigdy tylu przedsiębiorców nie wskazało na poprawę swojej sytuacji finansowej. Rekordowo niskie są również koszty, jakie ponoszą przedsiębiorcy w związku z obsługą przeterminowanych należności. Wynoszą one obecnie 5,9% wszystkich firmowych kosztów. Na tym idealnym obrazie zaczyna się jednak pojawiać pierwsze rysy. Część wskaźników uległa bowiem pogorszeniu i być może po 2 latach prosperity osiągnęliśmy kres możliwości ich poprawy – mówi Adam Łącki, prezes Zarządu Krajowego Rejestru Długów.

O 4% w porównaniu z poprzednim kwartałem zwiększył się odsetek tych firm, u których opóźnienia z otrzymywaniem płatności występują w mniejszej lub większej skali – wynosi obecnie 84%. Dobrą wiadomością jest jednak to, że konsekwencje zatorów płatniczych są dla przedsiębiorców mniej odczuwalne – nie odczuwa ich 37% badanych, czyli o 5% więcej niż w poprzednim kwartale. Wciąż jednak więcej jest tych, dla których brak zapłaty to poważna bariera w prowadzeniu działalności. Takie konsekwencje odczuwa blisko połowa bada-

## Radosław Koński, dyrektor Departamentu Windykacji Kaczmarcki Inkasso:

Skuteczność windykacji zależy od czasu reakcji. Im szybciej podejmiemy działania mające na celu zmotywowanie dłużnika do zapłaty, tym większe jest prawdopodobieństwo, że odda pieniądze.



nych firm. Pod tym względem najgorzej wypadają branże budowlana i finansowa. Opóźnienia w otrzymywaniu należności są barierą dla 65% firm z tych sektorów. Najlepiej jest w przemyśle, gdzie zatory są przeszkodą dla 43% badanych.

Przedsiębiorcy narzekają najczęściej, że z powodu braku zapłaty nie mogą regulować własnych zobowiązań i muszą ograniczać inwestycje. W obu przypadkach odsetek wskazań oscyluje w okolicach 24%.

To klasyczny przykład złej i dobrej wiadomości, bo wskaźnik w obu przypadkach jest podobny, ale odmienne są trendy. Zła jest taka, że wzrosło grono firm, które nie płacą swoim dostawcom, bo nie otrzymały zapłaty od klientów. Dobra zaś to taka, że o prawie 5% zmalał odsetek przedsiębiorstw, które z tego powodu wstrzymały inwestycje. Wzrost inwestycji, to najlepszy prognostyk dla utrzymania wzrostu gospodarczego – mówi Mirosław Sędłak, prezes Rzetelnej Firmy.

W I kwartale br. średni czas oczekiwania na zapłatę wydłużył się o 6 dni w stosunku do poprzedniego i wynosi obecnie 3 miesiące i 17 dni. Prawie co czwarta wystawiana faktura nie jest natomiast płacona na czas.

Mimo wzrostu koniunktury, długi wciąż rosną. To pokazuje, że jest grupa przedsiębiorców, którzy nie płacą, mimo tego, że mają pieniądze. Stosowanie zasady ograniczonego zaufania przy doborze kontrahentów nadal jest zasadne – ostrzega Adam Łącki.

Potwierdzeniem tego jest wzrost należności przeterminowanych dłużej niż rok – z 12,7% do 13,4%. Według wycień Krajowego Rejestru Długów po upływie roku od terminu płatności, spłaca się tylko co czwarta faktura. Potwierdzają to doświadczenia firmy windykacyjnej Kaczmarcki Inkasso.

Skuteczność windykacji zależy od czasu reakcji. Im szybciej podejmiemy działania mające na celu zmotywowanie dłużnika do zapłaty, tym większe jest prawdopodobieństwo, że odda pieniądze – mówi Radosław Koński, dyrektor Departamentu Windykacji Kaczmarcki Inkasso.

Choć część wskaźników mierzących poziom zatorów płatniczych pogorszyła się, to jednak Indeks Należności Przedsiębiorstw nadal utrzymał wysokość wartości. A ponieważ jest mocno skorelowany z PKB, można przypuszczać, że mimo wszystko, w kolejnych kwartałach będziemy obserwować wysokie tempo wzrostu gospodarki. <



**MIMO WZROSTU KONIUNKTURY, DŁUGI WCIĄŻ ROSNĄ. TO POKAZUJE, ŻE JEST GRUPA PRZEDSIĘBIORCÓW, KTÓRZY NIE PŁACĄ, MIMO TEGO, ŻE MAJĄ PIENIĄDZE. STOSOWANIE ZASADY OGRANICZONEGO ZAUFANIA PRZY DOBORZE KONTRAHENTÓW NADAL JEST ZASADNE.**

Adam Łącki, prezes Zarządu Krajowego Rejestru Długów.

reklama



- filtry odpylające
- ściany lakiernicze
- kotły na biomasę
- silosy na trociny

sprawność wentylatorów podciśnieniowych > 88%  
ograniczenie hałasu filtra – nawet < 72%  
jeszcze mniej pyłu resztkowego < 0,1 mg/m<sup>3</sup>

ekoinnowacyjne systemy odpylania

**NESTRO**®



## IKEA najbardziej pożądanym pracodawcą

Z wyników badań przeprowadzonych przez firmę Antal już po raz szósty i opublikowanych w raporcie „Najbardziej Pożądani Pracodawcy w opinii Specjalistów i Menedżerów” wynika, że w branży: Handel detaliczny i e-commerce za najatrakcyjniejszego pracodawcę uznana została IKEA, na którą głosowało 9,3% ankietowanych.

**PROWADZONE CO ROKU** badania ukazują preferencje polskich specjalistów i menedżerów odnośnie potencjalnego miejsca zatrudnienia. O przyznaniu tytułów 63 firmom w 14 branżach zdecydowały głosy 3.427 specjalistów i menedżerów z całego kraju reprezentujących różne branże. Wyniki badania wskazują na znaczący spadek wysokości wynagrodzenia jako kryterium wyboru miejsca pracy. Ważniejsze od wynagrodzenia są wielkość i prestiż firmy, styl zarządzania i kultura organizacyjna oraz innowacyjność.

*Pracownicy wiedzą, że firmy mające dobrą opinię na rynku – prestiżowe, o zdefiniowanej kulturze pracy i dbające o rozwój – wynagradzają adekwatnie do kompetencji. Rozważając więc zmianę miejsca zatrudnienia specjaliści i menedżerowie patrzą właśnie na te kryteria, ufając, że zaproponowane im warunki finansowe i benefity będą odpowiadały ich wartości dodanej dla firmy. Czasy, gdy cenione na rynku pracy były firmy oferujące wysokie wynagrodzenie, ale zanedbujące rozwój pracowników i dbałość o poziom usług, są już za nami – wyjaśnia Małgorzata Pukropek, menedżer zespołu Antal HR Consulting.*

Najważniejszym źródłem wiedzy o firmie są dla specjalistów i menedżerów zatrudnieni w niej znajomi. Jednocześnie w porównaniu do poprzedniej edycji znacząco (z 17% w roku ubiegłym na 9% w obecnej edycji) spadł odsetek respondentów, dla których najbardziej pożądanym pracodawcą jest ich własna firma. Niezmiennie istotne źródła wiedzy to publikacje w mediach i opinie zamieszczane w Internecie. Te ostatnie z roku na rok nabierają większego znaczenia.

*Wyniki szóstej edycji badania pokazują, że po polskim rynku pracy porusza się pracownik świadomy swojej wartości i mający oczekiwania względem pracodawcy. Silne znaczenie dla potencjalnych pracowników ma budowanie wizerunku na podstawie faktycznych działań. Pracodawcy powinni spojrzeć w tym samym kierunku, co specjaliści i menedżerowie. Dla tych liczy się innowacyjność, warto więc zaszczyć ją nie tylko jako element postawy biznesowej, ale i jako realną strategię np. w obszarze naszych usług lub wewnątrz organizacji. Nie tylko wesprze to pracodawców w przyciąganiu do swojej organizacji talentów, ale i przyczyni się do poprawy sytuacji Polski w skali makro – komentuje Artur Skiba, prezes Antal i wiceprezes Stowarzyszenia Agencji Zatrudnienia. ◀*

## Zmiany w IMS Sofa

22 kwietnia nastąpiły zmiany w Zarządzie firmy IMS Sofa.

Z **FUNKCJI CZŁONKÓW ZARZĄDU** odwołani zostali Tomasz Rogoziński i Hendrik Godehardt, a do składu Zarządu, w funkcji Członków, powołani zostali: Marcin Nawrocki, odpowiadający za zarządzanie finansami, HR i administracją, Andrzej Marek, odpowiadający za obszary sprzedaży, zakupów i marketingu oraz Robert Mosiński, odpowiadający za obszar produkcyjno-logistyczny. ◀

*Jakość mamy w standardzie ...*



# pmw

PMW Wojciech Mielczarek, Piątki 86; 13-100 NIDZICA  
tel. (89) 650 03 40, fax (89) 650 03 45  
e-mail: pmw@pmw.net.pl, www.pmw.net.pl



# Dobre wyniki na rynku mieszkaniowym

Jak informuje firma doradcza REAS, specjalizująca się w zagadnieniach związanych z rynkiem mieszkaniowym, pierwszy kwartał 2016 r. przyniósł zgodnie z oczekiwaniami bardzo dobre wyniki sprzedaży. Aktywni byli zwłaszcza kupujący korzystający z dopłat w ramach programu MDM. W sześciu miastach o największej skali rynku (Warszawa, Kraków, Wrocław, Trójmiasto, Poznań i Łódź) deweloperzy sprzedali ponad 14,3 tys. mieszkań.

**W I KWARTALE 2016 R.** liczba mieszkań wprowadzonych do sprzedaży wyraźnie wzrosła w porównaniu z kwartałem poprzednim. Zgodnie z wynikami monitoringu REAS w sześciu aglomeracjach o największej skali obrotów na rynku pierwotnym (Warszawa, Kraków, Wrocław, Trójmiasto, Poznań i Łódź) w okresie od stycznia do marca do sprzedaży wprowadzono 13,7 tys. mieszkań. Łącznie w czterech minionych kwartałach (II kw. 2015 r. – I kw. 2016 r.) w sprzedaży na tych rynkach pojawiło blisko 54,4 tys. nowych lokali, co oznacza, że pobity został rekordowy dotychczasowy wynik z 2007 r.

Ponieważ liczba lokali sprzedanych przewyższyła nieznacznie nowe wprowadzenia oferta zmalała w porównaniu z końcem roku o nieco ponad 400 jednostek, czyli o niecałe 0,9%. Odnotowana zmiana jest niewielka zarówno w skali całego rynku, jak i w przypadku poszczególnych miast. Umiejętne dopasowywanie wielkości oferty do realnego popytu ze strony firm deweloperskich sprawia, że liczba mieszkań dostępnych w sprzedaży utrzymuje się na bezpiecznym poziomie 47-51 tys. już od prawie 2 lat.

Utrzymuje się też trend spadkowy liczby gotowych niesprzedanych mieszkań dostępnych w ofercie. Na koniec marca było ich łącznie w sześciu miastach 8,3 tys., o ponad 900 mniej niż kwartał wcześniej. Stanowiło to 17% całej oferty, gdy jeszcze rok wcześniej udział ten wynosił 23%.

W I kwartale 2016 r. liczba transakcji liczona łącznie dla sześciu rynków była zbliżona do poprzedniego analizowanego okresu. Nie pokonała jednak rekordowego wyniku z ostatniego kwartału 2015 r. (14,4 tys.) i wyniosła nieco ponad 14,3 tys. W czterech kolejnych kwartałach na rynku pierwotnym sprzedanych zostało prawie 54,7 tys. lokali. Jest to najwyższy dotychczas odnotowany w 12 kolejnych miesiącach wolumen sprzedaży.

Mimo obniżek limitów znaczenie programu MDM w większości miast nadal rośnie. W I kwartale liczba wniosków o dopłaty składanych w ramach rządowego programu, zgodnie z danymi BGK, wzrosła w grupie analizowanych miast o 6,1% w porównaniu z poprzednim kwartałem.

Łącznie złożono ich blisko 3,5 tys., co stanowiło 25% sprzedanych mieszkań.

Gdyby wyniki I kwartału miały być podstawą prognozy na dalszą część roku, uzasadniona byłaby zapowiedź kolejnych rekordów sprzedaży i równie wysokiej podaży. Są jednak – według analityków REAS – dwa powody, dla których w przewidywaniach tych wskazana jest pewna ostrożność. Pierwszy, to szczególny charakter I kwartału, w którym sprzedaż napędzana była przez kupujących w programie MDM. Wyczerpanie środków na dopłaty z puli na 2016 r. i ograniczony dostęp (50%) do puli środków na kolejne lata obowiązywania

miastach będzie wzmocniane na preferencyjnych warunkach w porównaniu z największymi aglomeracjami. Nie jest wreszcie znany harmonogram realizacji poszczególnych elementów programu.

Istotny, choć nie natychmiastowy wpływ na rynek mieszkaniowy mogą mieć także wchodzące w życie 1 maja zmiany przepisów regulujących obrót nieruchomościami rolnymi. Ich wejście w życie sprawi, że – między innymi – deweloperzy nie będą mogli nabyć gruntów rolnych o powierzchni przekraczającej 0,3 ha, oprócz tych, które w miejscowym planie zagospodarowania przestrzennego są przeznaczone na cele inne, niż rolne.

Konsekwencje dla rynku mieszkaniowego będą wielorakie, choć rozłożone w czasie. W kilkutygodniowej perspektywie nastąpi gwałtowne ożywienie na rynku terenów inwestycyjnych. W dalszej perspektywie tereny objęte planami staną się dobrem rzadkim i cennym, a ich ceny zapewne wzrosną. W około 2-letniej perspektywie brak podaży tanich terenów znacznie być wyraźniej odczuwalny również dla odbiorcy końcowego ze względu na

## ZJAWISKA NA LOKALNYM RYNKU MIESZKANIOWYM

	Zmiana   kw. 2016 r. / IV kw. 2015 r.	Zmiana   kw. 2016 r. / I kw. 2015 r.
sprzedaż	-0,6%	+24,8%
wprowadzone do sprzedaży	+21,0%	+21,7%
sprzedaż w ostatnich 4 kwartałach	+5,5%	+25,8%
wprowadzone w ostatnich 4 kwartałach	+4,7%	+10,1%
oferta na koniec kwartału	-0,7%	+1,3%
w tym gotowe niesprzedane	-10,0%	-23,1%
średnia cena mieszkań wprowadzonych w kwartale [brutto]	+1,2%	+2,4%
średnia cena mieszkań sprzedanych w kwartale [brutto]	+1,6%	+3,3%
średnia cena mieszkań w ofercie [brutto]	+0,9%	+1,9%
Łączne dane dla 6 rynków: Kraków, Łódź, Poznań, Trójmiasto, Wrocław, Warszawa.		

Źródło: REAS.

programu, może skutkować wyraźnym spadkiem popytu w segmencie tanich lokali w końcówce roku.

Drugi czynnik, to wpływ działań rządu i parlamentu na zachowania uczestników rynku. Niestety, w I kwartale nie ogłoszono jeszcze szczegółów nowego programu mieszkaniowego. Wiadomo, że rząd zamierza zasadniczo zmienić charakter wsparcia – z sektora własnościowego na sektor mieszkań czynszowych. Nie wiadomo jednak, jaką formę i skalę ma mieć nowe społeczne budownictwo czynszowe, ani w jakim kierunku mają pójść regulacje dotyczące ochrony lokatorów. Rząd ma również w planach przygotowanie regulacji pozwalających na otwarcie kas oszczędnościowo-budowlanych. Nie jest jednak jasne, jaką politykę przyjmie wobec sektora deweloperskiego i nabywców mieszkań własnościowych. Nie wiadomo, czy budownictwo w mniejszych

spadek podaży tanich mieszkań realizowanych na gruntach położonych z dala od centrum.

Gdyby jeszcze dokonać zmian w ustawie o samorządzie terytorialnym, wówczas miasta mogłyby kupować grunty rolne bez ograniczeń i bez konkurencji ze strony deweloperów, a zatem – po niższych niż obecne cenach. Samorządy mogłyby wówczas uchylać plany i dokonywać wtórnej parcelacji, a następnie sprzedawać deweloperom działki na przetargach. Takie działanie uchroniłoby je przed koniecznością kosztownego wykupu terenów pod drogi czy objekty publiczne. Dla uporządkowania procesów rozwoju miast takie rozwiązanie byłoby korzystne, a jednocześnie mogłoby zapobiec wzrostowi cen terenów pod budownictwo wielorodzinne. Pytanie, czy mieści się to w wizji autorów nowego programu mieszkaniowego i samorządów miast. <

## Zostań specjalistą z IMS Sofa

Firma IMS Sofa jest inicjatorem programu „Zostań specjalistą”, skierowanym do absolwentów gimnazjów, którzy chcą zdobyć dobrze płatny zawód. W ramach tego programu młodzież z regionu kujawsko-pomorskiego, która zdecyduje się na kształcenie w zawodzie tapicera, może liczyć na wsparcie ze strony firmy.

**PROGRAM** „Zostań specjalistą” zaprasza absolwentów gimnazjów do wyboru dalszej drogi kształcenia w klasie tapicerskiej w Zespole Szkół Drzewnych w Bydgoszczy. Uczniowie tej klasy zdobywają nie tylko bogatą wiedzę teoretyczną o zawodzie tapicera, ale mogą także w pełni korzystać z praktycznych profitów, płynących z uczestnictwa w programie.

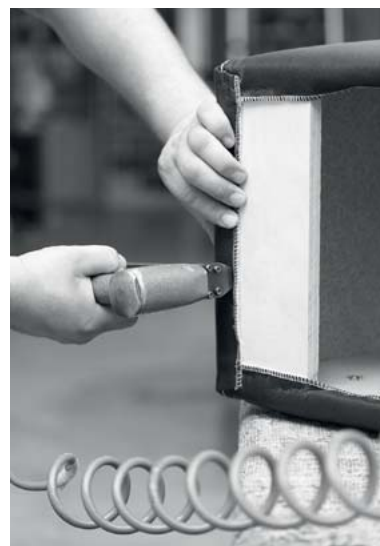
IMS Sofa, inicjator programu, ma zakłady mebli tapicerowanych w Bydgoszczy, Chełmnie i Kobylnicy pod Słupskiem. Uczniowie klasy tapicerskiej zapraszani będą na praktyki zawodowe do bydgoskiej fabryki, a po zakończeniu nauki absolwenci mogą zatrudnić się m.in. w zakładzie w Bydgoszczy lub Chełmnie na stanowisku tapicera.

*IMS Sofa zapewnia uczniom klasy tapicerskiej praktyczną naukę zawodu w nowoczesnej fabryce mebli wypoczynkowych, umowę o pracę w celu przygotowania zawodowego, kieszonkowe na własne wydatki oraz gwarancję zatrudnienia po zakończeniu nauki – mówi Joanna Gil z IMS Sofa.*

Popularyzacja zawodu tapicera jest także celem Zespołu Szkół Drzewnych w Bydgoszczy, ponieważ placówka cieszy się długą i bogatą tradycją kształcenia w praktycznych kierunkach związanych m.in. z rzemiosłem drzewnym.

Obecnie zawód tapicera został nieco zapomniany – ubolewa Ilona Chilicka, dyrektor Zespołu Szkół Drzewnych

w Bydgoszczy. – *Warto zatem przypomnieć, że to nie tylko ciekawa alternatywa dla innych kierunków kształcenia, ale także bardzo przyszłościowa. Wielu z nas nie zdaje sobie sprawy, że w samej Bydgoszczy, jak i w okolicach naszego miasta jest bardzo dużo firm meblarskich, oferujących pracę fachowcom w swojej dziedzinie. Rynek pracy jest otwarty dla specjalistów w zawodzie tapicera, którzy mogą liczyć na wysokie zarobki oraz stałe umowy.* ◀



## Pfleiderer nagrodzony

Za skuteczną restrukturyzację oraz podjęte w jej następstwie re-IPO na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie Grupa Pfleiderer otrzymała I Wyróżnienie niemieckiego dziennika „Handelsblatt”. Nagrodę odebrali prezes Zarządu Michael Wolff i członek Rady Nadzorczej dr Michael Keppel, 17 maja, podczas XII Konferencji dot. Restrukturyzacji, zorganizowanej przez „Handelsblatt” we Frankfurcie.

**BARDZO SIĘ CIESZĘ**, że dzięki wysiłkom wszystkich pracowników sfinalizowaliśmy z sukcesem proces restrukturyzacji niemieckiej części biznesu Pfleiderer. Nasze starania zostały docenione przez dziennik „Handelsblatt” i jest to dla nas najlepszy impuls, by dalej podążać w tym kierunku, wzmacniając naszą pozycję – skomentował Michael Wolff, prezes Zarządu Pfleiderer Grajewo.

Z kolei Dr Michael Keppel, członek Rady Nadzorczej Pfleiderer Grajewo i członek Zarządu spółki Atlantik podkre-

ślił, że ta złożona restrukturyzacja odbywała się przy wsparciu spółki Atlantik i stanowi wyjątkowy przykład historii sukcesu, którą podsumowały re-IPO oraz styczniowa finalizacja transakcji. Tym bardziej cieszy nas wyróżnienie, które otrzymaliśmy od dziennika „Handelsblatt”. Jako europejska spółka notowana na giełdzie, Grupa Pfleiderer ma dziś przed sobą solidne perspektywy wzrostu oraz doskonały zespół kierowniczy, z czego my wszyscy, zaangażowani w ten proces, możemy być dumni. ◀

reklama

# MOOD

Meet only Original Designs

Fabrics  
FUTURE  
FUN

**TOUR & TAXIS  
BRUSSELS!**

6-7-8 September 2016

Bringing you Producers of Upholstery,  
Window and Wall coverings + Yarns

moodbrussels.com



**indigo**  
BRUSSELS HOME EDITION  
creative textile & surface design show

**TOUR & TAXIS BRUSSELS!**  
6-7-8 September 2016  
indigobrussels.com



## Gdynia Design Days 2016 wkrótce rusza

W dniach 1-10 lipca w Pomorskim Parku Naukowo-Technologicznym w Gdyni odbędzie się 9. edycja Gdynia Design Days. Ofertę programową festiwalu wypełniają warsztaty, wykłady i wystawy. Zaprezentowane zostaną zarówno gotowe produkty, jak i dobrze zaprojektowane strategie, usługi i procesy.

**HASŁEM TEGOROCZNEJ EDYCJI** Gdynia Design Days jest „Odzyskane”, nawiązujące do historii Gdyni, która w tym roku obchodzi 90. urodziny. Taki jest też tytuł wystawy głównej festiwalu, która ma stanowić inspirację do twórczego i mądrego podejścia do morza i środowiska oraz pokazywać ciekawe, innowacyjne i przyjazne morzu i ludziom rozwiązania projektowe.

W tym roku GDD wyprodukuje serię designerskich mebli i artykułów wyposażenia wnętrz, które będą dostępne w sprzedaży podczas trwania wydarzenia. Produkty powstaną we współpracy młodych polskich projektantów z lokalnymi rzemieślnikami z Pomorza pod wspólną marką Manuba Kolekcja GDD.

Z kolei Irrational Times to polsko-szwedzka wystawa współczesnego designu, inspirowanego wzajemnymi wpływami kultury słowiańskiej i skandynawskiej na przestrzeni wieków, a Miasto i Las to cykl wystaw i warsztatów propagujących ochronę środowiska i postawy proekologiczne.

Stwórz i Sprzedaj to specjalny moduł szkoleniowy o tematyce biznesowej dedykowany młodym przedsiębiorcom, którzy dopiero rozpoczynają przygodę z tworzeniem własnej firmy w sektorach kreatywnych. Celem spotkań jest przekazanie pakietu praktycznych umiejętności i narzędzi, które pozwolą pewniej poczuć się w biznesowej rzeczywistości. ◀



## Zmiana w Zarządzie Pfeleiderer Grajewo

Michael Wolff tymczasowo zarządza działalnością operacyjną Pfeleiderer Grajewo. Dotychczasowy dyrektor Operacyjny, dr Gerd Schubert, ustąpił z Zarządu ze skutkiem natychmiastowym. Michael Wolff łączy zarządzanie funkcjami operacyjnymi z swoimi podstawowymi obowiązkami do czasu wyboru nowego Dyrektora Operacyjnego. Decyzję o dokonaniu zmiany w Zarządzie podjęła 1 czerwca Rada Nadzorcza Pfeleiderer Grajewo.

**DECYZJA RADY NADZORCZEJ** jest związana z operacyjną integracją jednostek biznesowych Zachód i Wschód. Celem tego procesu jest wzmocnienie współpracy na wszystkich poziomach wewnątrz Grupy oraz uwolnienie potencjalnych synergii, które można osiągnąć dzięki głębokiej integracji. W listopadzie 2015 r. główna siedziba Pfeleiderera została przeniesiona do

Wrocławia, co zapoczątkowało centralizację funkcji wspierających niemiecką i polską część biznesu. W styczniu 2016 r. Grupa Pfeleiderer Grajewo zakończyła z sukcesem proces re-IPO. Jej efektem było utworzenie Jednego Pfeleiderera.



Michael Wolff od 1 czerwca tymczasowo zarządza działalnością operacyjną Pfeleiderer Grajewo.

Uproszczenie struktur operacyjnych i zarządczych stanowi kolejny logiczny krok na drodze do dalszej poprawy efektywności oraz optymalizacji kosztów. Przyniesie to korzyści zarówno dla spółki, jak i jej akcjonariuszy – powiedział dr Paolo G. Antonietti, przewodniczący Rady Nadzorczej Pfeleiderer Grajewo.

Pozostali członkowie Zarządu pozostaną na swoich stanowiskach. Michael Wolff nadal będzie prezesem Zarządu oraz Dyrektorem Generalnym. Richard Mayer, pełni funkcję Dyrektora Finansowego, Rafał Karcz jest Dyrektorem Administracyjnym, a Wojciech Gątkiewicz, jako Dyrektor ds. Sprzedaży i Marketingu, nadzoruje sprzedaż, marketing oraz działalność badawczo-rozwojową. ◀

PATRONAT BIZNES

## Poczuj siłę zmysłów podczas 8. Nocy z Designem

23 czerwca Galeria Wnętrz Domar z Wrocławia zaprasza na Noc z Designem. Tegoroczne wydarzenie przebiega pod hasłem: „Siła zmysłów” i odwoływać się będzie do naszej percepcji designu poprzez 5 zmysłów właśnie.

**DESIGN**  
UDOMOWIONY

**MIŁOŚNICY PIĘKNEGO WZORNICTWA** zobaczą nowości rodzimych i zagranicznych producentów, nowinki prezentowane na targach Salone del Mobile w Mediolanie, będą przechadzać się po strefach tematycznych odwołujących się do wzroku, smaku, węchu i dotyku.

Goście zobaczą niezwykle drewniane eksponaty z wystawy rzeźb użytkowych Dobroteki, wykonane na plenerach w 2014 i 2015 r., poznają historię marki Kler, stół „3+”, „G-table” oraz system „Pakiet” zaprojektowane przez Oskara Ziębę, nagrodzone

fotele „Tulli” Tomka Rygalika (Red Dot Design Award), premierę firmy Swarzędz Home – dynamiczne siedziska „Bamp”, kolekcję „Balance” zaprojektowaną dla Mebli Vox i nagrodzoną prestiżowym wyróżnieniem Top Design Award 2016, a także ścieżki ogrodowe projektowane z myślą o niewidomych. Wrocławskie Humanitarium wprowadzi nas w świat iluzji.

Nie zabraknie kolejnej edycji Marek Dolnośląskich, z premierowymi przedmiotami projektantów z regionu. Wrocławscy graficy stworzą happening na parkingu pod galerią. Będą niespodzianki drażniące i uwodzące zmysły.

Event potrwa w godz. 19.00-24.00. ◀



PATRONAT BIZNES

## Rusza konkurs „Diamenty Designu”



Rozpoczyna się druga edycja konkursu „Diamenty Designu”, wyróżniającego i promującego ciekawe pomysły i rodzime rozwiązania wzornicze w meblarstwie i artykułach wnętrzarskich. Zwycięskie prace zostaną zaprezentowane na Międzynarodowych Targach Budowlanych i Wnętrzarskich „Warsaw Build 2016”.

KONKURS „DIAMENTY DESIGNU”, który po raz kolejny towarzyszy jesiennym targom „Warsaw Build”, kierowany jest do niezależnych polskich projektantów i wykonawców mebli oraz elementów wyposażenia wnętrz. Udział mogą wziąć osoby indywidualne, debiutanci, a także zespoły projektowe czy firmy, zajmujące się projektowaniem i wykonawstwem mebli i artykułów wnętrzarskich. Zgłoszenia autorskiego projektu, przeznaczonego zarówno do użytku prywatnego, jak i masowego, zawierające zdjęcie i opis, nadsyłać można na adres konkurs@warsawbuild.pl do 22 lipca.

*Pierwsza edycja konkursu pokazała, że polscy projektanci mają ciekawe pomysły i koncepcje wzornicze, ale też doskonale czują rynkowe trendy łącząc współczesny design z funkcjonalnością – mówi Anna Rabej, organizator „Warsaw Build 2016”.*

*– Ideą przedsięwzięcia jest promowanie niezależnych twórców i umożliwienie prezentacji prac na międzynarodowych targach z udziałem zagranicznych kontrahentów. Ubiegłoroczny zdobywca tytułu „Diament Designu” – krzesło „El Animalito”, autorstwa Dagmary Oliwy-Pyzik z Forma Caprichosa – święci kolejne międzynarodowe triumfy, m.in. na targach „Design Week*

2016” w Mediolanie, a sama autorka planuje rozwój działalności m.in. na rynek włoski.

Zwycięzcy konkursu zostaną wyłonieni w dwóch kategoriach: Wybór Jury – wyróżniający najciekawsze prace pod względem innowacyjności, użyteczności, nowatorskich materiałów, potencjału rynkowego, oraz Wybór Internautów – osób indywidualnych, które zgłoszą na projekty umieszczone na stronie internetowej organizatora. Udział w konkursie jest bezpłatny. Zgłosić można maksymalnie trzy prace, z których każda będzie traktowana jako oddzielne zgłoszenie.

Wyróżnione projekty zaprezentowane zostaną na targach „Warsaw Build 2016”, które odbędą się w dniach 16-18 listopada br. w EXPO XXI Warszawa. ◀

## Teraz Rejs

Wśród laureatów XXVI edycji Konkursu „Teraz Polska” znalazła się m.in. firma Rejs. Uroczysta Gala, połączona z wręczeniem nagród odbyła się 30 maja w Teatrze Wielkim w Warszawie.

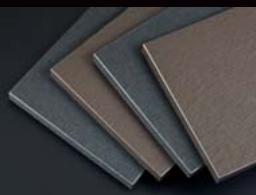
W TYM ROKU Kapituła Konkursu „Teraz Polska” uhonorowała 15 produktów, 8 usług, 2 przedsięwzięcia innowacyjne oraz 3 gminy. Wśród nagrodzo-

nych produktów – w kategorii Pozostałe Produkty – znalazły się systemy wysuwne do mebli kuchennych firmy Rejs z Rypina. ◀

reklama

# Płyty meblowe

# NIEMANN POLSKA



PATRONAT BIZNES

## Ostróda zaprasza



W dniach 6-9 września w Expo Mazury w Ostródzie odbędą się Międzynarodowe Targi Meblowe oraz Targi Technologii Obróbki Drewna i Produkcji Mebli AMIA.



Arena Ostróda, miejsce Międzynarodowych Targów Meblowych, to najnowocześniejszy obiekt targowo-konferencyjny w kraju.

**MIĘDZYNARODOWE TARGI ME-BLOWE** w Ostródzie to jedno z najważniejszych wydarzeń targowych branży meblarskiej w Polsce. Odbijające się w najnowocześniejszym obiekcie targowo-konferencyjnym w kraju, z roku na rok przyciągają coraz więcej zwiedzających – w tym roku organizatorzy spodziewają się gości z 25 państw. Kolejna, 43. już edycja z pewnością przyniesie nowe, efektywne biznesowe relacje i kontrakty oraz wpłynie na dalszy rozwój branży. Odwiedzający znajdą w Ostródzie jedną z największych w Polsce prezentację oferty zarówno polskiego, jak i zagranicznego przemysłu meblarskiego, od tkanin czy płyt po gotowe wyroby, również te designerskie.

Równoległe z targami mebli odbędzie się 3. edycja Targów Technologii Obróbki Drewna i Produkcji Mebli AMIA, co daje możliwość przyjazdu w jednym czasie wielu specjalistów z kilku dziedzin i działów jednej firmy.

Oba wydarzenia ze względu na swój międzynarodowy charakter mają nieoceniony wpływ na promocję województwa warmińsko-mazurskiego, a formuła biz-

nesowa i podpisane podczas targów kontrakty bez wątpienia pobudzają aktywność gospodarczą w regionie.

Współpracę przy wydarzeniach potwierdzili już Wydział Technologii Drewna Szkoły Głównej Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie oraz Marszałek Wojewódz-

## Agata najlepiej rozpoznawalna

**W badaniu przeprowadzonym na początku kwietnia salony Agaty pojawiły się w spontanicznych odpowiedziach aż 69% ankietowanych, którzy mieli wskazać markę sklepu meblowego. Badaniem zostali objęci mieszkańcy regionów, w których już funkcjonują salony Agaty.**

**W ZESTAWIENIU** salony Agaty wyprzedziły Black Red White oraz sieć IKEA, które wymieniło odpowiednio ponad 65% i 60% ankietowanych. Jednocześnie aż 30,8% respondentów wymieniło salony Agaty na pierwszym miejscu, podczas gdy 28% wskazało IKEA, a 16,2% Black Red White (badanie świadomości Top-of-Mind). To oznacza, że salony Agata są najlepiej rozpoznawalną marką w swojej kategorii.

stwa Warmińsko-Mazurskiego, Gustaw Marek Brzezina.

Na terenie targów MTM i AMIA wytyczone zostaną:

- strefa polskiego wzornictwa – promocja polskiego designu, rodzimych projektantów, uczelni,
- strefa wyposażenia wnętrz – dekoracje, tkaniny, akcesoria wyposażenia domu i mieszkania,
- strefa drewna – promocja działalności Lasów Państwowych, tematyczne prelekcje, szkolenia i praktyczne pokazy, które podnoszą świadomość społeczną o leśnictwie, rodzajach i światowych zasobach drewna w nawiązaniu do branży meblarskiej.

W trakcie trwania targów obejrzeń będzie można wystawę produktów nagrodzonych w konkursie „Spełnij dziecięce marzenia 2016” organizowanym przez redakcję miesięcznika „BIZNES meble.pl”, nad którym Międzynarodowe Targi Meblowe objęły patronat honorowy.

Dla firm, które nie boją się śmiałych rozwiązań i inwestują w funkcjonalne i nowoczesne produkty przyznane zostaną nagrody Expo Mazury, czyli Żagle Rozwoju. ◀

*Porównując te wyniki badań do roku 2012 obserwujemy znaczny wzrost znajomości salonów Agaty (wcześniej Agata Meble) wśród Polaków. Konsekwentny rozwój sieci, regularna komunikacja w mediach oraz unowocześnienie wizerunku marki przynoszą oczekiwane rezultaty. Przy czym w ciągu ostatnich lat nie zwiększaliśmy radykalnie budżetu na reklamę, ale głównie poprawialiśmy jakość i efektywność działań marketingowych. Jednocześnie wprowadzaliśmy zmiany organizacyjne w salonach i tworzyliśmy w sklepach przestrzeń bardziej przyjazną dla klientów. Te wszystkie działania w połączeniu z ofertą ponad 250 producentów mebli i dodatków do aranżacji wnętrz pozwoliły poszerzyć grono osób odwiedzających nasze sklepy, a także kojarzących samą markę Agata – mówi Marek Gonsior, dyrektor ds. marketingu Agaty.*

Badanie CAWI zostało przeprowadzone na zlecenie Agaty przez Dentsu Aegis Network na grupie 733 osób w wieku 20-50 lat, zamieszkujących w promieniu 50 km od salonów Agaty, które planują zakup mebli w ciągu 6 miesięcy. ◀

## Warmińska Zabawka Plażowa

Fundacja Formwell zaprasza do wzięcia udziału w konkursie „Warmińska Zabawka Plażowa” organizowanym w ramach festiwalu Warmia Mazury Design Festival.

**PROJEKTY** można zgłaszać do 28 lipca (na adres: adres konkurs@formwell.pl). Projekt musi być przygotowany zgodnie z wymogami druku 3D, a zastosowanie zabawki może być dowolne. Konkurs jest skierowany do osób od 17 roku życia. Udział w konkursie jest bezpłatny. Dziesięć najlepszych projektów zostanie

wydrukowanych na drukarce 3 D i zaprezentowanych na wystawie „Warmińska Zabawka Plażowa” (Plaża Miejska nad jeziorem Ukiel w Olsztynie, od 19 sierpnia do 30 września br.) oraz na innych wystawach organizowanych przez Fundację Formwell. Zwycięskie projekty mogą zostać wdrożone do produkcji i sprzedaży. ◀



## Branża meblarska biega i pomaga

Przebiegli ponad 2 tys. kilometrów i nie chcą przestać. Biegają nie tylko dla siebie – meblarze uczestniczący w akcji „Bieg Po Moc” pokonują kilometry, by pomóc mistrzowi wyjechać na Paraolimpiadę w Rio de Janeiro. Wciąż można dołączyć do akcji.



Michał Derus regularnie trenuje, by w Rio osiągnąć jak najlepszy wynik. Teraz rozpoczął starty w zawodach outdoorowych – i to od razu od zwycięstwa w biegu na 100 metrów podczas mitingu w Bydgoszczy z czasem 11:14.

**BIEGANIE ZDOBYŁO** w Polsce rzesze zwolenników – także wśród pracowników branży meblarskiej. Stąd platforma „Bieg Po Moc”. Założenie projektu jest proste: biegamy, a każdy przebiegnięty kilometr oznacza kolejną złotówkę na koncie. Te pomogą zrealizować cel Michała Derusa, złotego medalisty Mistrzostw Świata niepełnosprawnych w Lyonie i Doha oraz

Mistrzostw Europy w Swansea, jakim jest udział w igrzyskach paraolimpijskich w Rio de Janeiro. Uczestniczących w akcji pracowników branży meblarskiej i zaliczonych kilometrów przybywa, a dystans do Rio się skraca.

Przystąpienie do akcji jest proste – na platformie [www.biegpomoc.pl](http://www.biegpomoc.pl) należy zarejestrować swój udział, a potem doda-

wać informacje o zaliczonych oficjalnych biegach, dystansach i czasach. Do tej pory do akcji przystąpiło 77 uczestników związanych z branżą meblarską – wśród nich znaleźli się nie tylko Polacy, ale też Włosi, Niemcy, a także obywatel Chin. Od momentu wystartowania „Biegu Po Moc” uczestnicy przebiegli już ponad 2 tys. kilometrów. A należy pamiętać, że sezon biegowy dopiero się rozpoczyna, co pokazuje regularnie rosnący licznik na stronie „Bieg Po Moc”.

Tygodniowo przybywa średnio 350-400 kilometrów, liczymy więc, że uda nam się zgromadzić znaczną sumę na pomoc Michałowi Derusowi. Mamy też nadzieję na wsparcie kolejnych biegaczy – mówi Tomasz Knot, dyrektor zarządzający w Häfele Polska, pomysłodawca platformy „Bieg Po Moc”, który sam bierze udział w akcji.

Inicjatywa sprawia, że biegacze zyskują nową motywację – biegają nie dla siebie. Nie dziwi więc, że ustanowili kilkadziesiąt rekordów życiowych. Najlepszymu zawodnikowi udało się przebiec maraton z czasem 2 godziny 47 minut, a inny z biegaczy ustanowił prawdziwy rekord akcji – przebiegł ultramaraton o dystansie 110 kilometrów. ◀

PATRONAT BIZNES

## GIA — konkurs dla branży wyposażenia wnętrz

**gia** global innovation awards  
honoring housewares retail excellence

Do końca lipca można zgłaszać salony z branży wyposażenia wnętrz do polskiej odsłony międzynarodowego konkursu Global Innovation Awards.

**KONKURS WYŁANIA** najciekawsze koncepcje sklepów wnętrzarskich z całego świata, doceniając m.in. misję i strategię, design sklepu, visual merchandising, marketing, szkolenie pracowników, jakość obsługi klienta i innowacyjność. Chętne firmy mogą dodatkowo zgłosić do konkursu sklepy internetowe. Konkurencja odbywa się w dwóch etapach – krajowym i globalnym. Aby wziąć udział w polskiej odsłonie konkursu, należy wypełnić formularz dostępny na stronie [www.promedia.biz.pl](http://www.promedia.biz.pl) i wraz ze zdjęciami dostarczyć go na adres firma Pro-media, organizatora polskiej edycji, do 31 lipca 2016 r.

Zwycięzcę polskiej edycji poznamy 14 września br. podczas „Interior Design Forum” w Warszawie. Zwycięzcy światowych rozgrywek („Global Honorees”) zostaną ogłoszeni 18 marca 2017 r. na uroczystej gali w Chicago. Dodatkowo najlepsza wystawa sklepowa zostanie wyróżniona nagrodą „Martin M. Pegler Award for Excellence in Visual Merchandising”.

Zwycięzcy zarówno krajowych, jak i światowych eliminacji, będą szeroko promowani na międzynarodowych targach wnętrzarskich „International Home + Housewares Show” w Chicago (18-21 marca 2017 r.), gdzie będą mieć okazję wziąć udział w interesujących wykładach, korzystać z indywidualnych konsultacji i odwiedzić najlepsze sklepy ze swojej branży.

Globalnym organizatorem konkursu jest stowarzyszenie IHA (International Housewares Association). ◀



ProfilCut Q Premium

120 m/s

**Najwyższa precyzja i jakość cięcia przy produkcji okien, drzwi, mebli**

Nowy system głowic Leitz jest optymalnym rozwiązaniem dla przedsiębiorstw, które chcą uzyskać jak największą korzyść ze swojej produkcji. Wyjątkowa konstrukcja narzędzi jest przekonująca pod wieloma względami.

**ProfilCut Q Premium** wprowadza zupełnie nowe kryteria w zakresie wydajności, ograniczenia kosztów, różnorodności zastosowania, wagi narzędzi i ich obsługi. Za wydajnością przemawia możliwość zastosowania o 50% większych prędkości skrawania i posuwu, znacznie lepsza jakość obróbki oraz zmniejszenie czasów przestoju dzięki prostej obsłudze.

Profesjonalny serwis narzędzi:  
 ■ Bilgoraj ☎ 0841 687-13-79  
 ■ Grudziądz ☎ 0561 465-07-99  
 ■ Kraków ☎ 012 658-93-17  
 ■ Łódź ☎ 081 218-82-95  
 ■ Opole ☎ 0771 464-93-99  
 ■ Poznań ☎ 061 814-57-17  
 ■ Radomsko ☎ 0441 683-03-88

LEITZ-Polska sp. z o.o.  
 ul. Duńska 4  
 97-500 Radomsko  
 tel. 44/ 683-03-88  
[leitz@leitz.pl](mailto:leitz@leitz.pl)

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

reklama





## **Tomasz Defratyka**

Urodzony w 1974 r. we Wrocławiu, ukończył studia na Wydziale Prawa i Administracji Uniwersytetu Wrocławskiego. Z zamiłowania wielbiciel dobrej kuchni, nieustających podróży, nieoczekiwanych wyzwań i Depeche Mode. Z branżą łaźienkową związany od zawsze.

# Z NACISKIEM NA EKSPORT

*Z Tomaszem Defratyką, prezesem i właścicielem firmy Deftrans, rozmawia Marek Hryniewicki.*

**W** tym roku przy padka 20-lecie istnienia firmy Deftrans. Takie jubileusze są zawsze okazją do „wycieczki w przeszłość”. Jakże zatem były początki firmy?

Już w trakcie studiów, po pierwszym roku, zacząłem szukać pracy. Rozpocząłem pracę w niemieckiej firmie Pelipal, która zajmowała się produkcją mebli łazienkowych. Pracowałem tam ponad 3 lata. Polski oddział firmy został zlikwidowany, ale umiejętności i wiedza pozostały, dlatego postanowiłem wykorzystać taką szansę. Znalazłem współnika, z którym zaczęliśmy działać – najpierw był to import mebli łazienkowych z Hiszpanii.

**Już jako Deftrans?**

Tak. I ten import trwał 2-3 lata, mniej więcej do 1999 r. Jednak polska gospodarka w tym czasie zaczęła się na tyle dynamicznie rozwijać, a meble wyprodukowane w Polsce stawały się już na tyle konkurencyjne w stosunku do mebli hiszpańskich, że nie było już – mówiąc kolokwialnie – na czym zarobić. Nie miałem zatem innego wyjścia, jak spróbować robić je samemu. Kupiłem zatem niezbędne do produkcji maszyny. Tutaj – nie ukrywam – pomógł mi brat, który znał się na produkcji i renowacji mebli, dlatego powoli, małymi krokami, szafka po szafce zaczęliśmy robić meble łazienkowe. Pierwsze, drugie, trzecie, dziesiąte, aż okazało się, że umiemy to robić. Po mniej więcej pół roku, może po 8 miesiącach, od rozpoczęcia produkcji, zrezygnowaliśmy ostatecznie z importu i skupiliśmy się wyłącznie na produkcji.

**Wiem, że to trudne, bo zapewne w ciągu 20 lat firma przechodziła różne koleje losu, ale gdyby miał Pan wskazać najważniejsze, kluczowe wydarzenia w tym 20-leciu, to co by Pan wymienił?**

Wskazałbym dwa wydarzenia. Pierwsze miało miejsce kilka lat po rozpoczęciu działalności. Produkcja zaczęła nam

już rosnąć, a my nie mieliśmy warunków lokalowych do jej rozwijania. Zapadła zatem decyzja o zakupie w Miliczu, skąd pochodzimy i gdzie firma jest do dziś zarejestrowana, pomieszczeń, które mogliśmy zaadaptować na potrzeby produkcyjne.

**Duże to były pomieszczenia?**

Okolo 2 tys. m<sup>2</sup>. Na nasze potrzeby było to bardzo dużo – zastanawialiśmy się nawet, co my z tymi metrami zrobimy. Przekonało nas ostatecznie to, że w tym budynku można było praktycznie z marszu rozpocząć produkcję. Po uruchomieniu tego zakładu produkcja rzeczywiście nam bardzo mocno podskoczyła. Jednak mniej więcej po 2 latach

4 hektary, a pierwsza hala, którą pobudowaliśmy miała 4,5 tys. m<sup>2</sup>. Pierwsza szafka wyjechała z tego zakładu w lutym 2005 r.

Z czasem dokupiliśmy kolejne hektary gruntu, żeby nie popełnić błędu i mieć ciągle przestrzeń do rozwoju. To była dla nas druga kluczowa data. I wtedy mocno ruszyliśmy z produkcją. W tamtych latach mieliśmy po 20-30% wzrostu sprzedaży rok do roku.

**A jak wygląda Deftrans dziś? Chodzi mi o potencjał produkcyjny, zatrudnienie, sprzedaż...**

Obecnie zatrudniamy ponad 500 osób – powiem szczerze, że nigdy nie przypuszczałem, iż dojdziemy do takie-

**OBECNIENIE ZATRUDNIAMY PONAD 500 OSÓB. POD DACHEM MAMY 22 TYS. M<sup>2</sup>. ALE NADAL SIĘ ROZBUDOWUJEMY I JESZCZE W TYM ROKU, A NAJPOŹNIEJ NA POCZĄTKU PRZYSZŁEGO DOJDZIE KOLEJNYCH 5 TYS. M<sup>2</sup>. NASZA SPRZEDAŻ TO MNIEJ WIĘCEJ 50% NA KRAJ I 50% NA EKSPORT. W EKSPORCIE SPRZEDAJEMY CHYBA DO WSZYSTKICH KRAJÓW EUROPEJSKICH, A OD KILKU LAT OBSŁUGUJEMY RÓWNIEŻ KLIENTÓW Z LIBII, ARABII SAUDYJSKIEJ, AUSTRALII. W TYM ROKU WYSŁALIŚMY PIERWSZE KONTENERY DO KANADY.**

okazało się, że znowu brak nam miejsca. Zaczęliśmy się rozglądać w najbliższych okolicach i tak trafiliśmy niedaleko, bo raptem 28 kilometrów od Milicza, do miejscowości Odolanów.

**Który to był rok?**

To był rok 2003. W Odolanowie kupiliśmy działkę – to dla mnie była też taka pamiętna data, bo w tym samym dniu urodziła mi się córka: rano podpisałem akt notarialny, a o godz. 15 urodziła się córka. Tam było gołe pole, trzeba było przekształcić grunt, bo wprawdzie w planie zagospodarowania przestrzennego był to już grunt przemysłowy, ale w papierach figurował jeszcze jako grunt orny. W pierwszym podejściu kupiliśmy

go poziomu zatrudnienia. Pod dachem mamy 22 tys. m<sup>2</sup>. Ale nadal się rozbudowujemy i jeszcze w tym roku, a najpóźniej na początku przyszłego dojdzie kolejnych 5 tys. m<sup>2</sup>. Nasza sprzedaż to mniej więcej 50% na kraj i 50% na eksport. W eksporcie sprzedajemy chyba do wszystkich krajów europejskich, a od kilku lat obsługujemy również klientów z Libii, Arabii Saudyjskiej, Australii. W tym roku wysłaliśmy pierwsze kontenery do Kanady.

**Zaczynał Pan działalność od mebli łazienkowych – najpierw był ich import, a później rozpoczęła się produkcja. Od pewnego czasu Deftrans ma w ofercie także meble kuchenne...**



▷ Tak, 2 lata temu zapadła decyzja, w dużym stopniu pod wpływem klientów, którzy pytali, czy nie moglibyśmy zrobić im kuchni. I znowu: pierwszy komplet, drugi, trzeci, a dziś ten segment bardzo ładnie nam się rozwija i stanowi około 20% całej produkcji. Mamy wspólnych klientów, mało tego – mamy tych samych kupców, którzy kupują od nas łazienki i kuchnie. W jakimś sensie daliśmy naszym odbiorcom rozwiązanie

**2 LATA TEMU ZAPADŁA DECYZJA, W DUŻYM STOPNIU POD WPŁYWEM KLIENTÓW, KTÓRZY PYTALI, CZY NIE MOGLIBYŚMY ZROBIĆ IM KUCHNI. I ZNOWU: PIERWSZY KOMPLET, DRUGI, TRZECI, A DZIŚ TEN SEGMENT BARDZO ŁADNIE NAM SIĘ ROZWIJA I STANOWI OKOŁO 20% CAŁEJ PRODUKCJI. MAMY WSPÓLNYCH KLIENTÓW, MAŁO TEGO – MAMY TYCH SAMYCH KUPCÓW, KTÓRZY KUPUJE OD NAS ŁAZIENKI I KUCHNIE. W JAKIMŚ SENSIE DALIŚMY NASZYM ODBIORCOM ROZWIĄZANIE PROBLEMU, BO NIE MUSZĄ KUPWAĆ MEBLI OD RÓŻNYCH DOSTAWCÓW.**

problemu, bo nie muszą kupować mebli od różnych dostawców.

A przy okazji ta sytuacja zapewnia im też pewną spójność kolekcji.

Dokładnie tak, obniża też koszty logistyczne. Dlatego dziś – jak już powiedziałem – bardzo mocno rozwijamy segment kuchni.

Od 4 lat istnieje marka Defra. Defra – czyli co?

Defra, czyli – najkrócej mówiąc – meble łazienkowe. To po pierwsze. A po drugie – chcieliśmy bardziej ukierunkować naszą ofertę i powiedzieć klientom, że mamy meble, które dedykujemy rynkowi detalicznemu. Defra to wyższy standard mebli, które nie są do samodzielnego montażu.

Ale mamy też meble do samodzielnego montażu, które pod brandem producenta dostarczamy do marketów.

A jak duży jest udział marki Defra w całości produkcji?

Wolałbym odpowiedzieć, jaki stanowi udział w sprzedaży krajowej, bo eksport to zupełnie inna sytuacja. Na rynku krajowym Defra to około 40% naszej sprzedaży.

Wspomniał Pan, że Defra to marka w wyższym standardzie, meble, które nie są do samodzielnego montażu. Czy to oznacza, że nie ma jej w sprzedaży internetowej?

Meble marki Defra sprzedają nasi dystrybutorzy, w tym niektórzy poprzez sklepy internetowe. Na wniosek klientów podjęliśmy decyzję, że my jako Defra, czy jako Defrans, nie sprzedajmy bezpośrednio produktów w Internecie. To była w pełni świadoma decyzja, podjęta po konsultacji z dystrybutorami, którzy mówili wręcz, że jeśli taka sytuacja nastąpi, to zrezygnują ze współpracy z nami. Ale

nie widzimy w tej sytuacji problemu czy zagrożenia. Przynajmniej na dzień dzisiejszy.

Jak ocenia Pan pozycję marki Defra na rynku mebli łazienkowych w Polsce?

Nie chciałbym się sam oceniać, proszę o to spytać konkurencję lub naszych klientów.

Na ostatnich targach IMM w Kolonii, a właściwie na towarzyszącym im wydarzeniu „Living Interiors” zaprezentowaliście Państwo kolekcję „Immu”, której uzupełnieniem były lustra „Tafla”, zaprojektowane przez Oskara Ziętę. A czy zewnętrzni projektanci tworzą także kolekcje mebli?

Obecnie nie korzystamy z usług zewnętrznych projektantów, ale rozważamy taką możliwość i wydaje mi się, że

niebawem nawiążemy taką współpracę. Mieliśmy dwie kolekcje, które zostały zaprojektowane przez zewnętrznych projektantów: Magdalenę Garnarcz i Szymona Hanczara. To była premiera, ale mam nadzieję, że zewnętrzni projektanci ponownie niebawem pojawią się w firmie. Współpracowaliśmy też z P-EP-em – chcieliśmy się przekonać, co o meblach łazienkowych myślą studenci. To była udana współpraca, zresztą jeden z tych projektów – kolekcja „Intro” – otrzymał „Diamant Meblarstwa”. Te projekty cieszą się zainteresowaniem, ale myślimy już o nowych aspektach współpracy z projektantami.

Jak wygląda rynek mebli łazienkowych w Polsce? Zwykło się go dzielić na produkty tańsze, dostępne w marketach i produkty droższe, dostępne w markowych salonach i sklepach z wyposażeniem.

Ten schemat powoli zaczyna tracić na aktualności. Markety coraz wyżej pozycjonują ofertę. Najlepiej widać to w Leroy Merlin. Nie jest to może jeszcze zjawisko powszechne, ale myślę, że będzie się ono nasilało.

Czy rynek mebli łazienkowych jest rynkiem producenta mebli łazienkowych, producenta ceramiki, sprzedawcy, czy może rynkiem klienta finalnego. Kto wywiera największy wpływ na to, co znajduje się w łazience przeciętnego Polaka?

Producenci ceramiki. Szafka łazienkowa nie żyje bez umywalki – taka jest specyfika tego mebla. On sam w sobie nie funkcjonuje.

Czyli musi mieć Pan najpierw umywalkę, by przystąpić do projektowania szafki, a później do jej produkcji?

Tak. Bardzo mało sprzedaje się, zwłaszcza w Polsce, meble bez umywalki. Zawsze najpierw jest szafka z umywalką, a później ewentualnie coś więcej: jakaś szafka stojąca czy wisząca.

**MEBLE MARKI DEFRA SPRZEDAJĄ NASI DYSTRYBUTORZY, W TYM NIEKTÓRZY POPRZEC SKLEPY INTERNETOWE. NA WNIOSEK KLIENTÓW PODJĘLIŚMY DECYZJĘ, ŻE MY JAKO DEFRA, CZY JAKO DEFTRANS, NIE SPRZEDAJMY BEZPOŚREDNIO PRODUKTÓW W INTERNECIE. TO BYŁA W PEŁNI ŚWIADOMA DECYZJA, PODJĘTA PO KONSULTACJI Z DYSTRYBUTORAMI, KTÓRZY MÓWILI WRĘCZ, ŻE JEŚLI TAKA SYTUACJA NASTĄPI, TO ZREZYGNUJĄ ZE WSPÓŁPRACY Z NAMI. ALE NIE WIDZIMY W TEJ SYTUACJI PROBLEMU CZY ZAGROŻENIA. PRZYNAJMNIEJ NA DZIEŃ DZISIEJSZY.**



Są takie zjawiska, jak personalizacja czy customizacja, które w coraz większym stopniu dotyczą także mebli. Rozumiem, że w przypadku mebli łazienkowych, podobnie jak i mebli kuchennych bardzo łatwo o tę personalizację.

Personalizacja to trend, który wykracza daleko poza meblarstwo. W meblu łazienkowym jest on jednak o tyle trudny do zrealizowania, że tutaj wypadkową jest ta – wspomniana przeze mnie wcześniej – umywalka. Umywalek nie robi się w kilkunastu wymiarach.

**Czyli nie produkujecie Państwo meble na indywidualne zamówienie?**

Nie produkujemy mebli na wymiar. Ale staramy się tak konstruować ofertę, by oferować jak największy wachlarz rozmiarowy.

**Wystawiacie się Państwo na targach zagranicznych, ale nie widać Was w Polsce, choćby w Poznaniu. Dlaczego? Czy to oznacza, że bardziej Wam zależy na rynkach zagranicznych?**

Nie do końca jest tak. To pytanie należałoby zadać raczej szefostwu targów, bo to oni kreują jakość targów, rozpoznawalność imprez targowych. My tylko

zamawiamy metry kwadratowe. Ostatni raz wystawialiśmy się w Poznaniu 12 lat temu. Wtedy jako firma byliśmy w zupełnie innym miejscu. Nasze przyrosty były wtedy takie, że nie mieliśmy potrzeby, by się wystawiać. W Polsce – w odróżnieniu od Europy Zachodniej – meble łazienkowe nie sprzedają się w salonach meblowych, a zatem jako producent mebli łazienkowych jesteśmy bliżej rynku budowlanego niż meblarskiego. Poznańskie targi jakiś czas temu zaczęły się rozmywać, nie wiadomo było właściwie, na których powinniśmy się wystawiać. Przykładowo „Budma” przesunęła się w stronę ciężkiej budowlanki. Natomiast bardzo ładnie rozwinęły się targi „Meble Polska”. O ile w tym roku nasz kalendarz uniemożliwił wystawianie się, o tyle w przyszłym roku będziemy chcieli być obecni w Poznaniu jako wystawca na targach „Meble Polska”. Przy czym z naciskiem nie na odbiorców krajowych, bo w kraju mamy bardzo mocną pozycję, ale na eksport.

**Na koniec chciałbym jeszcze spytać o projekt, który stworzył Pan razem ze współnikiem, czyli o KOM. Czym jest KOM?**

KOM to Kreatywny Obiekt Multifunkcyjny. W Miliczu istniała przez kilkadziesiąt lat spółdzielnia produkująca bombki choinkowe, znana nie tylko w Polsce, ale i poza granicami, bo mnóstwo tych bombek trafiało na eksport. Spółdzielnia upadła, ale pozostał teren i budynki, które kupiliśmy. Udało nam się też w drodze przetargu nabyć kolekcję bombek. Jest ich około 6 tys., wszystkie ręcznie robione, a pokazujemy je na stałej wystawie: „KOMnata bombki”, która jest częścią Muzeum Bombki. Muzeum przedstawia historię tego miejsca i historię produkcji słynnych milickich bombek.

**Ale – jak rozumiem – oprócz ekspozycji „KOMnata bombki” w Obieckie mają miejsce i inne działania?**

Tak, przede wszystkim skupiamy się na edukacji. Po 2 latach funkcjonowania KOM-u powstała nasza szkoła podstawowa im. Astrid Lindgren, w której aktualnie uczy się 60 dzieci. Klasy są niewielkie – do 15 dzieci. Cały projekt z powodzeniem funkcjonuje i mamy nadzieję, że będzie się rozwijał.

Życząc tego, dziękuję za rozmowę.

reklama



## Taki jak klient chce

ROL ERGO EPS 340



ROL ERGO EDD 650 X3



ROL ERGO EDD 650 L405



ROL ERGO EDD 650 X 3 STRIGHT



**ROL ERGO® od ponad 30 lat jest światowym liderem na rynku stelaży biurowych z regulacją wysokości, dzięki rozwiązaniom technologicznym, które pozwalają tworzyć przyjazne miejsca pracy.**

Dystrybutor



Biuro Przedstawicielskie Janusz Kuźmiński

ul. Andromedy 26 01-934 Warszawa

tel.: 022 835-22-75, 022 865-40-88 ÷ 89, tel./fax: +48 22 835-55-97

biuroejk@biuroejk.pl

www.biuroejk.pl

**ROL | ERGO**

THE ART OF TECHNOLOGIES

www.rolergo.com

# SIĘGNIJ PO DIAMENT



## DOŁĄCZ DO NAJLEPSZYCH

organizatorzy:



patron technologiczny:



patron biznesowy:



patroni medialni:

ambiente

{designteka.pl}



foorni.pl



MIESZKANIEZPOMYSLEM.PL  
WIEKOWE WYKONANIE WYKONANIE WYKONANIE

Archweb

IA. infoarchitekta.pl





# 11. EDYCJA KONKURSU

WWW.DIAMENTMEBLARSTWA.PL



DIAMENT  
meblarstwa  
2017

patroni honorowi:



# NIE CHODZI O TO, BY ZASTĘPOWAC INNYCH, ALE WNOSIĆ NOWĄ WARTOŚĆ

Z Januszem Mikołajczykiem, prezesem  
Zarządu Mikomax Smart Office, rozmawia  
Anna Zamojda.

**C**o oznacza nazwa Mikomax? Domyślam się, że nawiązuje do nazwiska Mikołajczyk...

Firma została założona w latach 90. Szukaliśmy nazwy, która nie będzie bezpośrednio wskazywała na branżę, ponieważ nie było wiadomo, w którym kierunku wyspecjalizuje się nasza działalność. Kładliśmy też nacisk na prostą nazwę, która sprawdzi się zarówno w Polsce, jak i na rynkach zagranicznych. Oczywiście jej początek nawiązuje do nazwiska Mikołajczyk.

Mikomax to firma rodzinna. Tego typu biznesy są charakterystyczne dla polskiej gospodarki, w tym dla polskiej branży meblarskiej. Jak Pan myśli, dlaczego jest to tak popularna forma działalności?

Wiele polskich firm rozpoczęło działalność na początku lat 90. Okres tuż po przemianie ustrojowej sprzyjał otwarciu prywatnych biznesów. Ich istotą było zarządzanie przez jedną osobę, do której stopniowo dołączali kolejni członkowie rodziny. To naturalny sposób prowadze-

nia i rozwoju przedsiębiorstwa, który dodatkowo dawał poczucie wspólnego celu i satysfakcji płynącej z tworzenia czegoś od podstaw.

Firmy, które wtedy powstały, obecnie są dojrzałymi organizacjami z ponad dwudziestoletnim stażem. Ich forma prawna mogła ulec zmianie, jednak w większości przypadków właściciele wciąż sprawują nad nimi nadzór, przekazując zarządzanie menedżerom. Polska gospodarka wolnorynkowa jest jeszcze młoda, w porównaniu np. z rynkiem niemieckim. U naszych zachodnich sąsiadów tego typu biznesy kierowane są przez jedną rodzinę od czterech pokoleń. Ich zaangażowanie często ogranicza się już tylko do nadzoru właścicielskiego. Możliwe, że polskie firmy pójdą ich śladem. Jednak u nas kolejne pokolenie dopiero zaczyna włączać się w działania. Czas zweryfikuje, czy będą przedsiębiorczy i zagwarantują ciągły rozwój biznesu.

Zdecydowali się Państwo na dość specyficzną produkcję mebli. Dlaczego wybrali Państwo właśnie meble biurowe?

Genezą profilu działalności był zakład stolarski, który wraz z kolegą założyliśmy

na początku lat 80. Po przełomie ustrojowym i otwarciu granic zaczęliśmy sprządać metalowe elementy do produkcji mebli. Dzięki dofinansowaniu z Polsko-Amerykańskiego Funduszu Przedsiębiorczości w 1991 roku wspólnie z żoną Anną otworzyliśmy Mikomax. Szukając nowych dostawców natrafiłem na fabrykę mebli biurowych w dawnej NRD – jej nowy właściciel wystawił na sprzedaż całe wyposażenie i zawartość magazynów. Cena była na tyle atrakcyjna, że postanowiłem zakupić całość. Część została sprzedana, reszta – w tym maszyny – wykorzystałem we własnej fabryce mebli biurowych. W tych latach zaczęły pojawiać się nowe firmy, a zagraniczne koncerny rozpoczęły inwestycje w naszym kraju. Był to złoty okres dla rynku meblarskiego, który zaczął zwiększać popyt na rozwiązania biurowe. Wykorzystaliśmy tę szansę.

Jak ocenia Pan aktualną sytuację rynkową w tym segmencie? Czy ciągle jest to segment perspektywiczny czy rynek jest już raczej nasycony?

Rynek mebli dedykowanych przestrzeniom biurowym nieustannie się rozwija. Wynika to przede wszystkim z nowych inwestycji na rynku nieruchomości oraz innego podejścia do miejsca pracy. Zmiany na rynku rozwiązań adresowanych do biur uzależnione są również od np. rozwoju technologii i obszaru HR czy nowych sposobów komunikacji.

Nowoczesne firmy już zauważyły, że funkcjonalnie zaprojektowane biuro oraz zastosowanie przemysłowych, ergonomicznych rozwiązań korzystnie wpływa na wizerunek, jest kartą przetargową w walce o najlepszych pracowników i wreszcie, realnie przekłada się na ich efektywność i kreatywność. Potwierdzają

**POLSKA GOSPODARKA WOLNORYNKOWA JEST JESZCZE MŁODA, W PORÓWNANIU NP. Z RYNKIEM NIEMIECKIM. U NASZYCH ZACHODNICH SĄSIADÓW TEGO TYPU BIZNESY KIEROWANE SĄ PRZEZ JEDNĄ RODZINĘ OD CZTERECH POKOLEŃ. ICH ZAANGAŻOWANIE CZĘSTO OGRANICZA SIĘ JUŻ TYLKO DO NADZORU WŁAŚCIELSKIEGO. MOŻLIWE, ŻE POLSKIE FIRMY PÓJDĄ ICH ŚLADEM. JEDNAK U NAS KOLEJNE POKOLENIE DOPIERO ZACZYNA WŁĄCZAĆ SIĘ W DZIAŁANIA. CZAS ZWERYFIKUJE, CZY BĘDĄ PRZEDSIĘBIORCZY I ZAGWARANTUJĄ CIĄGŁY ROZWÓJ BIZNESU.**



## Janusz Mikołajczyk

jest prezesem Zarządu Mikomax Smart Office, firmy specjalizującej się w optymalizacji przestrzeni biurowych, która realizowała projekty m.in. dla EY, Qatar Airways czy Narodowego Banku Polskiego. Z wykształcenia inżynier budownictwa. Od początku kariery zawodowej związany z produkcją mebli i elementów wyposażenia wnętrz. W 1991 roku, wspólnie z żoną Anną, założył firmę Mikomax. Pasjonat golfa, z zamiłowaniem do poznawania tajemnic praw fizyki.



▷ to najnowsze badania. Aż 87% menedżerów z sektora usług dla biznesu (np. centra BPO/SSC) zauważa, że jest ono istotnym czynnikiem w procesie rekrutacji. Nie bez znaczenia są zmiany pokoleniowe. Generacja Y, która obecnie stanowi główną grupę osób aktywnych zawodowo, inaczej postrzega pracę – oczekuje od niej i od biura więcej niż np. moi rówieśnicy. Dlatego tak ważne jest śledzenie najnowszych trendów. Jako jedni z pierwszych w Polsce zaczęliśmy badać zachowania i potrzeby pracowników z różnych branż i na tej podstawie dostarczać niestandardowe rozwiązania.

Organizacja miejsca pracy zawsze będzie ważna. Spędzamy w niej dużą część naszego dnia. Dla przeciętnego pracowni-

sem traci ona vitalność i tempo rozwoju. Dzieci uznały, że chcą się zaangażować. Zawsze powtarzałem, że praca na własny rachunek, choć ciężka, daje niedostępną na etacie wolność. Bardzo cieszę się z decyzji, jaką wówczas podjęły.

Ważnym momentem było przystąpienie Polski do Unii Europejskiej. Dzięki znacznemu zastrzykowi funduszy z dofinansowania unowocześniliśmy zakład produkcyjny, inwestując w maszyny nowej generacji (m.in. sterowane komputerowo centra obróbcze) oraz rozwijając unikatową na polskim rynku technologię laserową. W 2013 roku rozszerzyliśmy nazwę o Smart Office, co było podsumowaniem zmian, które już zaszły w firmie. Mikomax Smart Office przestał być tylko producen-

polskim, ale też za granicą. Jesteśmy docenianym ekspertem w zakresie aranżacji przestrzeni biurowej, nowoczesnych i gotowych rozwiązań. Nie tylko produkujemy, ale też projektujemy, badamy i analizujemy efektywność miejsca pracy, świadczymy dodatkowe usługi – tak, aby dopasować biuro do organizacji i jej celów. Aktywnie uczestniczymy w najważniejszych wydarzeniach branżowych i cały czas śledzimy najnowsze trendy w projektowaniu przestrzeni biurowej i tworzeniu nowoczesnego miejsca pracy.

**Jak wygląda obecnie Państwa baza produkcyjna? Czy w najbliższym czasie planują Państwo jakieś istotne inwestycje?**

W 2015 roku zakończyliśmy największą inwestycję w historii firmy. Wspólnie z firmami IMA Klessmann i Schelling uruchomiliśmy system produkcji jednostkowej z wykorzystaniem automatyzacji transportu i laserowej technologii oklejania. W tej chwili jesteśmy jedynym dostawcą mebli w Polsce, który jest w stanie zaoferować najwyższą jakość wykończenia laserowego, niezależnie od kształtu elementu. W najbliższych planach mamy zakup lasera do profili oraz zautomatyzowanie lakierni proszkowej.

**RYNEK MEBLI DEDYKOWANYCH PRZESTRZENIOM BIUROWYM NIEUSTANNIE SIĘ ROZWIJA. WYNIKA TO PRZED WSZYSTKIM Z NOWYCH INWESTYCJI NA RYNKU NIERUCHOMOŚCI ORAZ INNEGO PODEJŚCIA DO MIEJSCA PRACY. ZMIANY NA RYNKU ROZWIĄZAŃ ADRESOWANYCH DO BIUR UZALEŻNIONE SĄ RÓWNIEŻ OD NP. ROZWOJU TECHNOLOGII I OBSZARU HR CZY NOWYCH SPOSOBÓW KOMUNIKACJI.**



ka zatrudnionego na pełen etat jest to niemal ¼ roku. Dlatego otoczenie musi nam sprzyjać. Nowe podejście do przestrzeni biurowej jest szczególnie mocno widoczne w firmach z obszaru IT czy handlowych. To tam najczęściej odchodzi się od standardowych rozwiązań, na rzecz np. „hot desków” czy wielofunkcyjnych systemów, które zmieniają swoje zastosowania w zależności od prowadzonych projektów.

**Jakie były najważniejsze etapy rozwoju firmy na przestrzeni tych 25 lat? Czy jakieś wydarzenia szczególnie wpłynęły na to, jaką firmą Mikomax Smart Office jest dzisiaj?**

Prowadzenie firmy wymaga umiejętności dopasowania działalności do zmieniających się warunków biznesowych. Cieszę się, że na przestrzeni 25 lat funkcjonowania Mikomax pojawiające się kryzysy – np. w latach 2001 czy 2008 – nie wpłynęły w znaczący sposób na rozwój przedsiębiorstwa.

Firma od początku prężnie się rozwijała, nie tylko na rodzimym rynku. Już w 1996 roku otrzymaliśmy propozycję sprzedaży Mikomax firmie z Niemiec. Ponieważ działamy rodzinnie, decyzję też podjęliśmy wspólnie. Wiedziałem, na przykładzie innych rodzinnych biznesów, że jeśli młode pokolenie nie wejdzie do firmy we właściwym momencie, to z cza-

tem mebli, ale – podążając za światowymi trendami – stał się ekspertem w aranżacji nowoczesnej przestrzeni biurowej. Od tego czasu oferujemy klientom pomoc w projektowaniu biura i dostosowaniu rozwiązań do potrzeb danej organizacji. Swoje kompetencje rozszerzamy dzięki autorskim badaniom rynku, m.in. przestrzeni biurowej czy wykorzystania narzędzi analitycznych w codziennej pracy z klientem. W efekcie tych działań, w 2014 roku powstał „Stand Up”, opatentowany produkt Mikomax Smart Office. Jako pierwsi na rynku zastosowaliśmy manualną zmianę wysokości blatu, dzięki której może być wykorzystany w niemal każdej przestrzeni, bez konieczności użycia energii elektrycznej. Rozwiązanie to zwiększa ergonomię miejsca pracy, wpisuje się w tryb „sit and stand” i zapobiega dolegliwościom związanym z długotrwałą, wymuszoną pozycją siedzącą.

**Czy te ćwierć wieku temu przypuszczali Państwo, że firma tak się rozwinie i osiągnie sukces na rynku?**

Nie zakładaliśmy z góry sukcesu czy punktu, w którym będziemy za dziesięć czy dwadzieścia lat. W czasie gdy zaczynaaliśmy, rynek dynamicznie się rozwijał. Po ćwierćwieczu mogę powiedzieć, że jestem dumny z pozycji, jaką Mikomax Smart Office ma obecnie nie tylko na rynku

**Czy Państwa sprzedaż w kraju opiera się wyłącznie o sieć salonów firmowych czy są też Państwo otwarcie na współpracę z partnerami handlowymi?**

Dzięki sieci salonów Mikomax Smart Office działamy w całej Polsce. Mają one wyłączność w realizacji projektów w swoim regionie. Dążymy do tego, by nasze showroomy były liderami na rynku. Aktualnie mamy 16 salonów w kraju: w Białymstoku, Bydgoszczy, Gliwicach, Gorzowie Wielkopolskim, Jeleniej Górze, Katowicach, Krakowie, Lublinie, Łodzi, Poznaniu, Rzeszowie, Sopocie, Szczecinie i Warszawie. Jesteśmy tam, gdzie najsilniej rozwija się rynek nieruchomości. Najnowsze prognozy pokazują, że np. centra obsługi klienta będą lokowane w mniejszych miastach, z dobrze rozwiniętym zapleczem akademickim.

**Na ile rynków zagranicznych trafiają obecnie meble Mikomax Smart Office? Które kierunki eksportowe są dla Państwa najważniejsze i dlaczego? O jakie rynki planują Państwo powalczyć w najbliższej przyszłości?**

Rynek zachodni jest znacznie bardziej rozwinięty. To właśnie tam nasze najnowsze rozwiązania dedykowane nowoczesnym przestrzeniom biurowym – „Stand Up”, „#Hush” i system „Balance” – cieszą się największym zainteresowaniem. Wynika to z większej świadomości w zakresie



ergonomii i aktywnego podejścia do wykonywanej pracy.

Od początku funkcjonowania firmy rozwialiśmy sprzedaż zagraniczną. Obecnie współpracujemy z 37 partnerami na całym świecie. W 2014 roku zrealizowaliśmy projekt w ramach Działania 6.1 Paszport do eksportu, w celu rozszerzenia działań do Europy Zachodniej. Najbardziej intensywnie funkcjonujemy na terenie Niemiec, Wielkiej Brytanii, Holandii, Danii, ale również Rumunii, gdzie w ostatnich latach można zaobserwować znaczny wzrost inwestycji firm, które przenoszą część lub całą działalność na rynki Europy Środkowej. Nasze produkty można znaleźć też na rynkach: francuskim, litewskim, słowackim, ukraińskim, białoruskim i rosyjskim. Realizujemy również projekty w krajach z obszaru Zatoki Perskiej, w tym w Arabii Saudyjskiej. W najbliższej przyszłości obierzemy kolejne kierunki rozwoju eksportu – kraje skandynawskie i Półwysep Arabski. Nieustannie wzmocniamy też naszą pozycję na rynkach europejskich.

**Jak wygląda Państwa współpraca z architektami? Czy stanowią oni ważne ogniwo łączące Państwa z inwestorami?**

Naturalnie współpraca z architektami wewnątrz jest nieodłącznym elementem funkcjonowania Mikomax Smart Office. Nacisk kładziemy zarówno na współpracę lokalną, jak i kooperację z międzynarodowymi biurami projektowymi. Wraz z salo- nami organizujemy spotkania i warsztaty dla architektów wewnątrz. Współdziałamy z uczelniami artystycznymi, np. ostatnio przeprowadzaliśmy warsztaty dla łódzkiej Akademii Sztuk Pięknych. Jesteśmy rodzinną firmą z dużym doświadczeniem, dlatego stawiamy na kompleksowe działanie, które przejawia się w łączeniu fachowej wiedzy o produkcji mebli z autorską koncepcją zastosowania jej w nowoczesnym miejscu pracy. Doskonale rozumiemy światowe trendy w projektowaniu i aranżacji biur.

**Jakie wartości są dla Pana i Pana rodziny najważniejsze w prowadzeniu biznesu?**

**WDRAŻANIE NOWEJ GENERACJI MOŻNA PRZEPROWADZIĆ W DWOJAKI SPOSÓB. PIERWSZY TO POZNAWANIE FIRMY OD PODSTAW, PRZEJŚCIE PRZEZ WSZYSTKIE STANOWISKA. SVOJE PLUSY MA RÓWNIĘŻ DRUGI SPOSÓB – WŁĄCZENIE SIĘ W DZIAŁANIA PO ZDOBYCIU DOŚWIADCZENIA W INNYCH FIRMACH I WYKORZYSTANIE TEGO DOŚWIADCZENIA W SWOIM BIZNESIE. W MIKOMAX SMART OFFICE SPRAWDZIŁY SIĘ OBA ROZWIĄZANIA.**

**W 2013 ROKU ROZSZERZYLIŚMY NAZWĘ O SMART OFFICE, CO BYŁO PODSUMOWANIEM ZMIAN, KTÓRE JUŻ ZASZŁY W FIRMIE. MIKOMAX SMART OFFICE PRZESTAŁ BYĆ TYLKO PRODUCENTEM MEBLI, ALE – PODĄŻAJĄC ZA ŚWIATOWYMI TRENDAMI – STAŁ SIĘ EKSPERTEM W ARANŻACJI NOWOCZESNEJ PRZESTRZENI BIUROWEJ. OD TEGO CZASU OFERUJEMY KLIENTOM POMOC W PROJEKTOWANIU BIURA I DOSTOSOWANIU ROZWIĄZAŃ DO POTRZEB DANEJ ORGANIZACJI.**

Sukces firmy w dużej mierze zależy od współpracy i zaufania w biznesie. W porównaniu z innymi krajami, w Polsce jest ono na niskim poziomie. To ludzie są najwyższą wartością firmy. Uważam, że kluczowa jest umiejętność budowania zespołu. Mikomax Smart Office to nasza pasja. Cieszymy się, że dzielą ją osoby, z którymi ją tworzymy. Mamy liczną grupę pracowników, którzy są z nami już ponad dwadzieścia lat.

**Czy prowadzenie biznesu z rodziną to wygoda czy wyzwanie? Jak to wyglądało i wygląda w Państwa przypadku?**

To zarówno wygoda, jak i wyzwanie dla całej rodziny. Z jednej strony łatwiej przekazywać część obowiązków osobom, które znam najlepiej, z drugiej strony zarządzanie przedsiębiorstwem i przejmowanie odpowiedzialności za nowe obszary to zmiana, która musi być procesem rozłożonym w czasie. Nie jest on łatwy, więc powinien odbywać się stopniowo i płynnie. Wymaga doskonałego poznania sposobu funkcjonowania firmy, z jednoczesnym wprowadzaniem świeżości, nowych pomysłów i energii. Osoba dołączająca do zespołu może spojrzeć na biznes bardziej obiektywnie i sugerować rozwiązania, które napędzą dalszy rozwój. Nie chodzi o to, by zastępować innych, ale wносить nową wartość. Dlatego w mojej ocenie tego typu zmiana powinna trwać minimum pięć lat.

**Według ostatniej edycji „Barometru firm rodzinnych”**

(z września 2015 r.) 38% polskich firm rodzinnych rozważa wprowadzenie zmian strategicznych w ciągu najbliższych dwunastu miesięcy. Najczęściej planowane jest przekazanie własności (48% respondentów), a także przekazanie zarządzania i władzy nad firmą kolejnemu pokoleniu (odpowiednio 44% i 42%). Czy także Państwo myślą już o przekazaniu sterów firmy młodszemu pokoleniu?

W rodzinnym biznesie ważne jest nasze doświadczenie i dynamizm oraz świeżość działania naszych dzieci. Obecnie to oni zarządzają firmą jeżeli chodzi o działania operacyjne. Wdrażanie nowej generacji można przeprowadzić w dwojaki sposób. Pierwszy to poznanie firmy od podstaw, przejście przez wszystkie stanowiska. Swoje plusy ma również drugi sposób – włączenie się w działania po zdobyciu doświadczenia w innych firmach i wykorzystanie tego doświadczenia w swoim biznesie.

W Mikomax Smart Office sprawdziły się oba rozwiązania. Nasz syn Maciej jest w firmie od dziesięciu lat. Zaczął z nami pracować jeszcze na studiach, a po uzyskaniu dyplomu w pełni zaangażował się w życie przedsiębiorstwa na stanowisku menedżera. Dzisiaj jest prokurentem. Z kolei córka Zuzanna, która pełni funkcję dyrektora ds. marketingu i handlu, dołączyła do nas po kilku latach pracy w korporacjach, wnosząc do firmy doświadczenie i obserwację prowadzenia biznesu z dużych firm. Oboje są członkami Zarządu. Istotne jest, by każdy miał swój obszar działań, za który w pełni odpowiada. Od dzieci oczekujemy nie tyle zastępstwa, ale wniesienia czegoś nowego do firmy.

**Dziękuję za rozmowę.**





# Design nasz EUROPEJSKI

Największym dotychczasowym sukcesem studia DNA z siedzibami we Włoszech i w Rosji jest współpraca z firmą Jacuzzi, liderem w branży wellness i SPA.



**Krajowe usługi projektowe wciąż stanowią niewielki procent europejskiego rynku designu. Chociaż sukces coraz częściej jest udziałem Polaków, wieloletnie doświadczenia zagranicznych studiów projektowych mogą nas zainspirować do poszukiwania nowych dróg współpracy designu z przemysłem.**

Diana Nachiło



Krzeseł „Bop” zaprojektowane przez hiszpańskie Jordi Pla Studio dla duńskiej firmy Normann Copenhagen. Wykonane jest z lakierowanego jesionu, charakteryzuje się ergonomią i wygodą.

**M**łodzi projektanci z Polski często narzekają na trudności we współpracy z przemysłem. Dlaczego tak się dzieje, jest tematem na co najmniej kilka osobnych analiz. Z różnych badań wynika, że rynek designu oceniany jest jako trudny i niszowy. Sukcesy są jednak możliwe, a na tworzenie studiów projektowych decyduje się coraz więcej Europejczyków: tak absolwentów szkół artystycznych, jak i pasjonatów pragnących realizować własne marzenia. Szacuje się, że na rynku europejskim aktywnych jest kilkaset tysięcy młodych projektantów. Jak sobie radzą młodzi i doświadczeni? Jakie kompetencje mogą wykształcić młode polskie marki, aby pretendować do bycia partnerem rynkowym w Europie? I wreszcie: co zyskuje na tym przemysł?

## ZACZNIJMY OD KLIENTA

Wśród klientów włoskiego Studio Volpi są takie marki, jak B&B Italia, Faber czy Paola Lenti. Dwudziestoletnia firma zajmująca się projektowaniem z zakresu inżynierii, branding i digitalu, niedawno otworzyła filie w Chinach i Stanach Zjednoczonych. Design definiuje przede wszystkim jako emocje, które wywołuje produkt końcowy. Erika Di Rocco, odpowiedzialna za multimedia i komunikację Studio Volpi, zaznacza, że globalny rynek pragnie coraz więcej. Często kieruje uwagę na „touch and feel” oraz „user experience” produktów. Bardziej niż estetyka liczy się umieszczenie użytkownika w centrum uwagi. *Konsument, jak przystało na dzisiejsze czasy, stał się bardziej krytyczny i rozważny. Posiada coraz większą wiedzę, dzięki czemu potrafi odróżnić mało użyteczny gadżet od faktycznie dobrego, użytecznego i efektywnego produktu* – mówi Erika Di Rocco. Z tego powodu, produkty zaprojektowane przez Studio Volpi są wynikiem równowagi między estetyką, innowacyjnością, funkcjonalnością oraz kreatywnością. Dzięki doświadczeniu

i wiedzy potrafi znaleźć równowagę pomiędzy oczekiwaniami klienta, a wymogami technicznymi. *Technologia cyfrowa w dzisiejszych czasach jest niezwykle zmienna, a przede wszystkim wszechobecna, przez co klient stoi w obliczu problemów związanych z łącznością, interakcją i dezinformacją polegającą na mnogości ofert w sferze wizualnej, co widoczne jest również w branży meblarskiej. Teraz, kiedy technologie stały się demokratyczne, każda firma pragnie jak najwięcej innowacyjnych rozwiązań dla swoich produktów, by w tym ciągłym wyścigu utrzymać się na jak najwyższym poziomie – podkreśla Erika Di Rocco. Przemiany rodzą nowe wyzwania, a jej zdaniem rola takich firm, jak Studio Volpi jest coraz bardziej strategiczna: opierając się na badaniach, pobudzać ciekawość; poszukując coraz to nowych rozwiązań, wyjść naprzeciw każdemu wyzwaniu.*

Wszechstronność jest również jednym z atutów londyńskiego V2 Studios. Założyli je bracia Andy i Chris Vernall, absolwenci Royal College of Art i Central Saint Martin. Zanim zaczęli obsługiwać światowe marki z branży wyposażenia wnętrz, meblarskiej czy transportowej, z sukcesem zdobywali światowe doświadczenie z zakresu projektowania produktu i pracy na rzecz branży motoryzacyjnej. Dziś mogą się pochwalić współpracą z takimi markami, jak Philips, Panasonic, LG, Orange czy też Lexus i Volvo. Andy Vernall podkreśla, że w ciągu 12 lat działalności można wskazać wiele udanych kooperacji z różnych branż. Bracia Vernall zaprojektowali fotele samolotowe i samochodowe, meble, a nawet zabawki. Przedstawiciele największego w Europie – brytyjskiego rynku projektowego, za suk-

**NIE CHODZI O TO, ABY BYĆ NAJLEPSZYM W DESIGNIE. CHODZI O TO, ABY BYĆ JAK NAJLEPSZYM DLA NASZYCH KLIENTÓW I FINALNYCH UŻYTKOWNIKÓW.** *Andy Vernall, współzałożyciel V2 Studios.*



„Citrus Spray” zaprojektowany przez hiszpańskie Joan Rojas Studio dla firmy Lékúe.



Kolekcja ekologicznych płytek ceramicznych „Craft” zaprojektowanych przez Joan Rojas Studio dla Peronda Group. Ważnym składnikiem płytek jest papier z recyklingu pochodzący z biur i odpadów produkcyjnych Peronda. Za każde sprzedane 10m<sup>2</sup> płytek, Peronda wraz z organizacją WWF sadzą jedno drzewo.

Projekt Michaela Schneidera dla marki Villeroy&Boch.



„Multipl’s” to redesign krzesła produkowanego we Francji od 1922 roku. Autorem projektu jest Joan Rojas Studio.



**ZAWSZE POSZUKIWAĆ NOWYCH IDEI I BYĆ W ZGODZIE ZE SOBĄ.** *Katja Zabel, Atelier Zabel.*





” **JEST NIEZWYKLE WAŻNE MÓWIĆ TYM SAMYM DESIGNERSKIM JĘZYKIEM I SZANOWAĆ SIĘ WZAJEMNIE.**  
*Michael Schneider, założyciel Designschneider.*



Miejskie SPA zaprojektowane przez studio DNA.

Łóżko „Kuka” zaprojektowane przez Studio Volpi dla rynku chińskiego. Połączono w nim włoski design z technologią, dbałością o szczegóły, jakością detali i z interaktywnością gadżetów technologicznych. Oryginalnym pomysłem było stworzenie relaksującej przestrzeni – kokonu, w którym można posłuchać muzyki, obejrzeć film lub zrelaksować się dzięki zastosowaniu terapii kolorystycznych.



Stół 8950 zaprojektowany przez Michaela Schneidera, założyciela Designschneider dla firmy Rolf Benz.

▷ ces uważają zarówno współpracę z producentami sprzedającymi kilka milionów produktów w międzynarodowych sieciach, jak i projekty dla mniejszych firm, które sprzedają się w tysiącach lub setkach sztuk. Mimo to, Andy Vernall podkreśla, że studiu nie zależy na agresywnej autopromocji. *Preferujemy długotrwałą kooperację. Budowanie relacji z klientem nie polega na stworzeniu jednego produktu, który odniesie sukces. Rozumiemy to jako pomoc w budowaniu lepszego biznesu poprzez tworzenie wielu produktów, serwis i doświadczenie projektowe oferowane przez długi czas – podkreśla.* Dodaje też, że rzadko zdarza się, aby zostawiali swoje zobowiązania, żeby odwiedzić targi czy wystawy w poszukiwaniu pracy. *Organiczny wzrost pochodzi z ciężkiej pracy wykonywanej z pasją. Chcemy, żeby klienci byli przekonani, że to, co od nas otrzymują to coś znacznie więcej niż projekt – mówi Andy Vernall.*

Od 6 lat z sukcesem pracuje hiszpańskie, wszechstronne Joan Rojas Studio. Jego oferta bazuje na produkcji, grafice i web designie. W portfolio Joan Rojas Studio znajduje się m.in. sofa „Connect”, z powodzeniem sprzedawana przez Kibuc w 70 salonach meblowych. Przedstawiciele studia pytani o to, co jest dla nich miarą sukcesu, odpowiadają: *Jest wiele czynników, które determinują sukces produktu: liczba sprzedanych egzemplarzy, nagrody krajowe i zagraniczne, ale przede wszystkim to, kiedy klient jest zadowolony, ufa nam, a nawet rekomenduje innym producentom. To najlepszy znak, że praca została dobrze wykonana.*

Długotrwała współpraca z grupą Resol to jeden z największych sukcesów Carrasco Barceló design studio z Hiszpanii. Założyli je 40-letni dziś David Carrasco Barceló i jego o rok starszy brat Miguel. Zdecydowali się na to po 10 latach pracy w różnych firmach i studiach projektowych. Dziś David przyznaje, że jednym z najbardziej satysfakcjonujących projektów jest „Ona



Atelier Zabel, z siedzibą w Niemczech, zostało założone w 2000 roku przez Ekatherine Zabel. Międzynarodowy zespół specjalizuje się w aranżacji wnętrz, a także w projektowaniu dodatków łazienkowych, czy też dekoracyjnych papierów podarunkowych.



Chair”. Było to pierwsze zlecenie od hiszpańskiego producenta, które zaowocowało stworzeniem bliskiej relacji i pewnością pracy nad następnymi projektami.

### SPOTKANIE NA TARGACH

Pierwsze spotkanie Carrasco Barceló design studio z grupą Resol odbyło się na targach. Później były wizyty w biurze producenta i na produkcji. *Staraliśmy się pokazać, jak pracujemy. Wszystko po to, aby udowodnić, że rozumiemy ich produkt i będziemy potrafili rozwiązać problemy, jakie mogą się pojawić w trakcie produkcji plastikowego krzesła produkowanego metodą formowania wtryskowego* – zaznacza David Carrasco Barceló.

W ciągu 16 lat pracy, Atelier Zabel z siedzibą w Niemczech, projektowało dla klientów z wielu krajów, w tym: Rosji, Włoch, Izraela, Wielkiej Brytanii, Ukrainy, Stanów Zjednoczonych, Belgii czy Holandii oraz z Polski (Ergis-Eurofilms). Atelier może się poszczycić współpracą z takimi markami, jak Bausch Decor, JAB Anstoetz, Renolit, Schattdecor czy Villeroy&Boch oraz nagrodami, jak Red Dot oraz IF Design Award. Katja Zabel podkreśla, że tworzący studio profesjonalni projektanci z Niemiec, Australii, Kanady, Rosji czy Indii chętnie bywają na międzynarodowych imprezach wystawienniczych, żeby poznać możliwości potencjalnych klientów i nawiązać z nimi kontakt.

O wymiernych korzyściach z obecności na targach opowiada Michael Schneider, założyciel niemieckiego studia Design-schneider. W tym roku na targach IMM w Kolonii zadebiutowała kolekcja „Ten” zaprojektowana przez niego dla japońskiej firmy Condehouse. *Mój pierwszy kontakt z Condehouse miał miejsce 4 lata temu podczas IMM w Kolonii. CEO Condehouse zobaczył tam nasze krzesło „Kanon” zaprojektowane dla Artisan. Spodobało mu się tak bardzo, że przekazał mi swoją wizytówkę. W kolejnych latach spotykaliśmy się przy okazji międzynarodowych targów meblowych. W 2015 roku poprosił mnie o przygotowanie projektu dla Condehouse* – wspomina Michael Schneider.

Od targów i konferencji często zaczyna się też owocna współpraca z przemysłem studia DNA. Firmę z siedzibą we Włoszech i w Rosji tworzy wielokulturowy, multidyscyplinarny zespół specjalizujący się w kreacji produktu. Budują go m.in. de- ▷

Krzesło „Ten” zaprojektowane dla japońskiej firmy Condehouse jest jednym z największych dotychczasowych sukcesów studia Design-schneider. W tym roku miało premierę na targach IMM w Kolonii.



Największy sukces projektowy Jordi Pla Studio to „Ovo” zaprojektowane dla Lékue – sprzedaż ponad milion sztuk na świecie.



**” MYŚLĘ, ŻE NIE MA JASNYCH REGUŁ WSPÓŁPRACY PROJEKTANTA Z PRZEMYSŁEM. STARAMY SIĘ BYĆ CZĘŚCIĄ FIRMY, DLA KTÓREJ PROJEKTUJEMY.**



**WAŻNA JEST KOMUNIKACJA POMIĘDZY PRODUCENTEM A DESIGNEREM, PO TO, ABYŚMY WIEDZIELI JAKIE SĄ NASZE OGRANICZENIA I JAK GŁĘBOKO MOŻEMY SIĘ ZAANGAŻOWAĆ W PROJEKTOWANIE. David Carrasco Barceló, współtwórca Carrasco Barceló design studio.**

Stolik „Eclipse” zaprojektowany przez londyńskie studio V2.

Maksymalna elastyczność i modułowość to wartości, które przyświecały Studio Volpi w tworzeniu sofy „MXM” dla chińskiej firmy o wysokim poziomie. Stąd proporcje bardzo głęboko osadzonego siedzenia (w przeciwieństwie do poduszek na oparciu), z naprężonymi liniami, ostatecznie jednak nadającego efektu lekkości. Innowacyjne wykorzystanie tkanin dało możliwość eksperymentowania z efektami kolorystycznymi. Równolegle prowadzone były badania z inżynierami nad modelowaniem elementów produktu.



▷ signeryzy, graficy, specjaliści od marketingu. DNA stosuje innowacyjne metody analityczne. W rozpoznaniu potrzeb klienta kieruje się obserwacją trendów społecznych i kulturalnych. *Kontekst jest bardzo ważny, aby właściwie opracować wizję, technologię, projekt i jego komunikację* – mówi Giorgia D'Annibale z DNA. Nie bez powodu produkty opracowane przez studio mogą pochwalić się takimi nagrodami, jak IF Design Award, a wśród klientów są takie marki, jak Whirlpool, DeLonghi czy Electrolux. Do największych sukcesów studia DNA należy wieloletnia współpraca z firmą Jacuzzi, liderem w branży wellness i SPA, a także z firmami z branży spożywczej.

#### OTWARTY MODEL WSPÓŁPRACY

DNA w przejrzysty sposób wymienia poszczególne etapy współpracy z producentami: od rozpoznania kontekstu, po stworzenie prototypu. Większość zapytanych przez nas studiów projektowych przyznaje jednak, że nie ma jednego, określonego modelu współpracy designera z przemysłem. *Nie ma klarownych zasad. Współ-*



**KREATYWNÓŚĆ JEST JAK MIĘSIEŃ, KTÓRY TRZEBA STAŁE ODŻYWIAĆ I ĆWICZYĆ.** Jordi Pla Sabaté, założyciel Jordi Pla Studio.

*praca i elastyczność są kluczowe w kreowaniu produktu. Każdy designer pracuje według swoich zasad, podobnie jak każdy producent. Sednem jest znalezienie wspólnej płaszczyzny porozumienia, dzięki której doświadczanie procesu projektowego będzie ekscytujące i owocne finansowo dla wszystkich uczestników* – mówi Andy Vernall. *Z naszego doświadczenia wynika, że współpraca przebiega w różny sposób. Zdarzało się, że to my proponowaliśmy klientowi brief, analizę i propozycję produktu. Bywały jednak przypadki, kiedy to my oczekiwaliśmy od klienta pełnej wiedzy na temat oferty, potrzeb, jego filozofii i sposobu komunikacji. Dobrze przygotowany brief zawsze ułatwia pracę projektantowi, bo to przede wszystkim klient zna swoje potrzeby* – podkreślają przedstawiciele Joan Rojas Studio.

Michael Schneider jest zdania, że każda współpraca jest inna. Zwykle bywają etapy, które ją charakteryzują: brief, tworzenie, finalizacja i realizacja. Założyciel Designschneider podkreśla, że najlepsze rezultaty osiąga się dzięki współpracy z działem technicznym fabryki, który innowacyjną ideę traktuje jako wyzwanie. Projektant lubi kończyć współpracę z producentem zdaniem: „Zatwierdzone przez próbę”. Współpracę z działem technicznym ceni też David Carrasco Barceló. *Lubię dzielić się pomysłami z technologami, bo oni lepiej niż ktokolwiek wiedzą, co się sprawdzi, a co nie* – mówi. Dodaje też, że zawsze stara się spojrzeć na produkt z różnych punktów widzenia, mając jednak na uwadze tak ważną rzecz, jak budżet użytkownika finalnego. *Jesteśmy zaangażowani w projekt od pierwszego szkicu do powstania finalnego pro-*



V2 Studios w swoim portfolio ma liczne projekty z zakresu oświetlenia, w tym lampy „Cloak”.

Stół „Athos” zaprojektowany przez włoskie Studio Volpi dla B&B Italia. Projektanci zadbali o to, żeby mechanizm nie był zbyt skomplikowany, a elementarne funkcje okazały się jasne dla przeciętnego użytkownika.



DNA tworzy międzynarodowy zespół specjalistów z zakresu designu, inżynierii, grafiki i marketingu. Klienci z różnych branż, w tym meblarskiej i samochodowej, korzystają z usług identyfikacyjnych i kreacji nowego produktu.



duktu. Jest to dla nas jedyną gwarancją jakości i sukcesu – mówi jeden z założycieli Carrasco Barceló design studio.

Jordi Pla Sabaté, założyciel hiszpańskiego Jordi Pla Studio, lubi znać oczekiwania klienta, a jednocześnie odkrywać nieoczywiste motywacje. Zdarza się, że koncepcja projektanta burzy założenia briefu. Studio Jordi ma w portfolio m.in. realizacje dla firmy Normann Copenhagen, a także „Ovo”, sprytnie rozwiązanie z zakresu drobnego sprzętu kuchennego, które w ponad milionie sztuk zostało sprzedane przez producenta – firmę Lékúé. Jordi Pla Sabaté jest pomysłodawcą „Ovo”. Jak zaznacza, na akceptację projektu wpłynęła m.in. dobrze opracowana dokumentacja, którą przedstawił producentowi. *Potrzebuję być na każdym etapie powstawania projektu. Lubię mieć kontrolę i wspierać klienta w doborze materiałów, opracowywaniu dokumentacji technicznej i budowaniu prototypów* – mówi. Zaznacza też: *Projekt nie jest skończony, zanim nie trafi do sklepów*. Podkreśla też, że niejednorodny jest nie tylko model współpracy z przemysłem, ale i zasady wynagradzania projektantów. Zwykle są to kilkuprocentowe tantiemy od sprzedaży produktu przez określony czas. Jego zdaniem, lepsze byłoby wynagrodzenie za zaangażowanie projektanta w każdy etap powstawania produktu. Nie tylko hiszpańskim projektantom znana jest frustracja z powodu wyśrubowanych oczekiwań producentów, niewdrożonych projektów lub ich zamrożenia. *Mam nadzieję, że przyszłość przyniesie bardziej klarowne reguły wynagradzania projektantów* – mówi z nadzieją Jordi Pla Sabaté. <



Współpraca przy tworzeniu „Ona Chair” dla Grupo Resol była bardzo satysfakcjonująca dla Carrasco Barceló design studio.



Firma Paola Lenti zajmuje się projektowaniem wnętrz (głównie mebli), jak i przestrzeni zewnętrznych. Studio Volpi zrealizowało dla nich trzy kolorystyczne systemy modułowe: „Pawilon”, „Cabanne” i „Resort”. Równoległe, zespół digital stworzył oprogramowanie Configuratore, które pozwala na konfigurację produktów z bardzo wysokiej jakości, renderowanych do oryginalnych, indywidualnych produktów. Po konfiguracji można uzyskać wszystkie cenniki oraz wyceny w detalu.

Lampa „Knot” zaprojektowana w 2010 roku przez V2 Studios dla autorskiej marki Vitamin. Zastosowane w niej szkło jest ręcznie kształtowane, co daje niezwykły efekt.

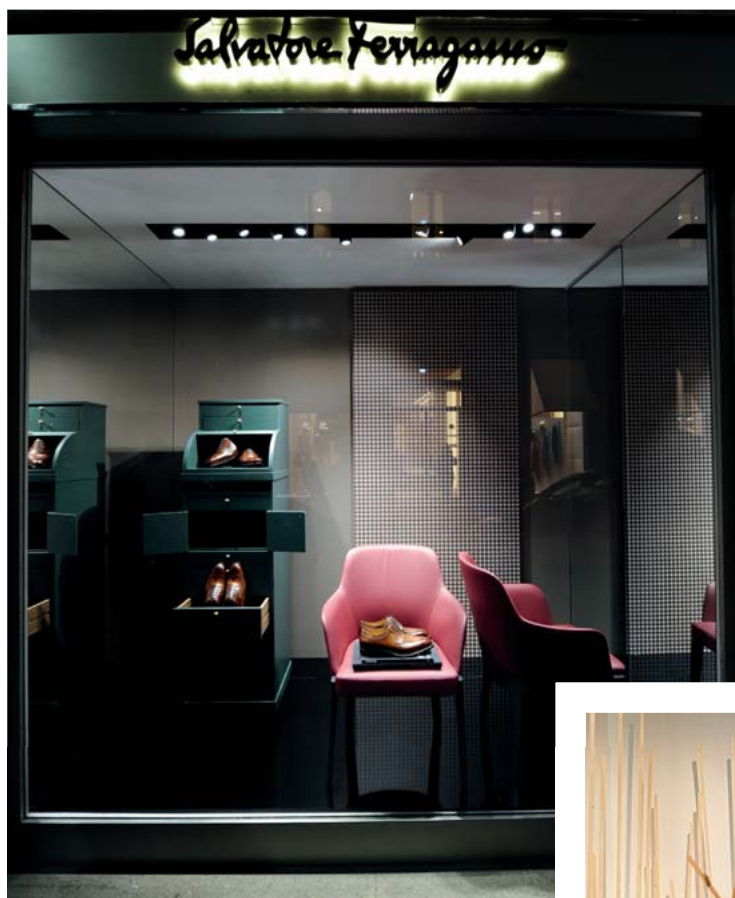
**JAK SUGERUJE NAZWA, KOOPERACJA TO WSPÓLNA PRACA RAMIĘ W RAMIĘ. JEŚLI IDEA JEST DOBRA, NIEZWYKLE POZYTYWNE WPŁYWA TO NA PROJEKT.** *Członkowie Joan Rojas Studio.*



# W 6 DNI DOKOŁA ŚWIATA DESIGNU

1.148 eventów, czyli o 110 mniej niż przed rokiem, 11 lokalizacji – o 4 mniej niż w roku ubiegłym. Za to czas trwania festiwalu nie uległ zmianie, bo to wciąż 6 dni. Mimo wszystko, nie liczba wydarzeń jest miarą sukcesu Milan Design Week, znacznie ważniejsi są zwiedzający. W ciągu tych 6 dni Mediolan przemierzał tłum poszukujący trendów, które w przyszłości będą miały wpływ na przemysł.

Anna Szypulska



Podczas Milan Design Week doszło do współpracy marek Molteni & C i Salvatore Ferragamo.



„Adaptation”, proj. Fabio Novembre, prod. Capellini.



„Time Maze”, proj. Daniel Libeskind, prod. Alessi.



Firma AGC Asahi Glass wzięła udział w Milan Design Week, prezentując unikalną instalację „Amorphous”.

„Time and Relax” proj. Sezgin Aksu.





Przestrzenna instalacja o interaktywnym, multimedialnym charakterze uruchomiła zmysły odwiedzających ekspozycję Grupy Impress podczas Tortona Design Week. Duże wrażenie wywarły na gościach najnowsze dekory, odzwierciedlające trzy trendy: „I'M Essential”, „I'M Eminent” i „I'M Trend”. Zostały one przedstawione w formie trójwymiarowej prezentacji, dzięki której każdy mógł stworzyć wnętrze według własnej koncepcji.



„Embroidery chair”, proj. Johan Lindstén, prod. Capellini.



Kartell by Laufen. Fot. Franco Chimenti.



Showroom marki Porro.



Kolekcja „Lift-Bit” to modułowe meble, które zaprojektował Carlo Ratti Associati. Fot. Michele Versaci, Max Tomasini.

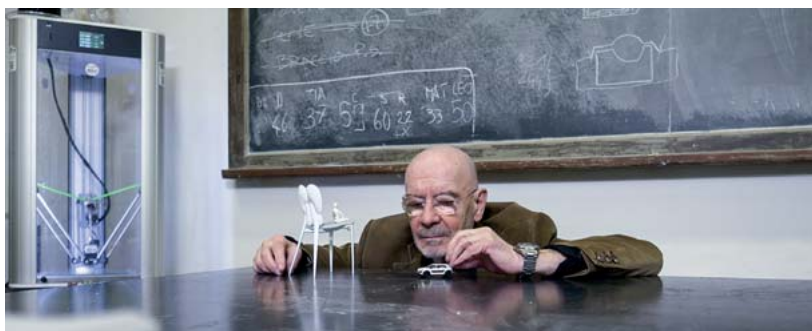


Wystawa Moroso pt. „Ron Tom Tom” na cześć Rona Arada i Toma Vacka.





Ekspozycja Diesel Living podczas Milan Design Week 2016. Fot. Mauro Consilvio.



Podczas tegorocznej edycji tygodnia designu w Mediolanie marka Citroen zaprezentowała unikatowy przedmiot – „Cactus Chair”. Został on zaprojektowany przez słynnego włoskiego projektanta Mario Belliniego, którego zainspirowała technologia Airbump zastosowana w Citroenie C4 Cactus.



„Along the Lines of Happiness” to unikalny eksperyment rzeźbiarki Laury Ellen Bacon i projektanta mebli Sebastiana Coxa. Ręcznie wykonana instalacja składa się z litej, giętej na parze, półeliptycznej konstrukcji, w którą wpleciono drewniane pasma. Forma ta przechodzi w linię prostą, w której cieńsze paski drewna tworzą pełen ekspresji łuk o intrygującym, wijącym się kształcie. Projekt powstał z inicjatywy AHEC w celu ukazania potencjału amerykańskiego miękkiego klonu, wiśni amerykańskiej i czerwonego dębu amerykańskiego, poprzez świadome przekraczanie granic możliwości pracy z tymi trzema gatunkami drewna.



„Ceramiche Piemme”, proj. Gordon Guillaumier, prod. Bits. Fot. Andrea Basile Studio.





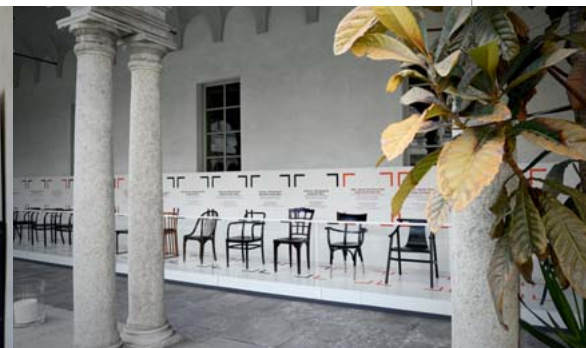
Duet Adriano Design, projektanci marki Dueacca. Fot. Max Sarotto.



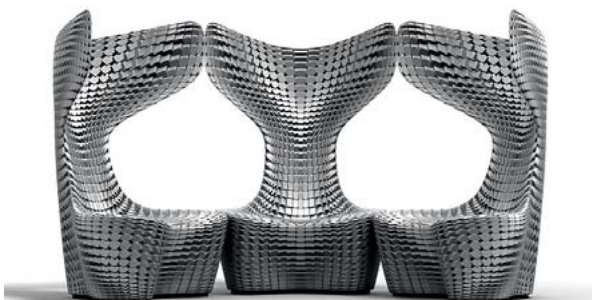
Dueacca wprowadziła do oferty nowe sposoby poboru wody. Fot. Mancini Graziano.



„Icons reloaded” to zlokalizowana w sercu dzielnicy Brera ekspozycja marki Gebrüder Thonet Vienna.



„Artigo. Neverending Evolution” w Palazzo Litta w Mediolanie. Fot. Max Rommel.



„Psychodelic Cactus” to koncepcja, której autorem jest Paul Smith a wykonawcą słynącą z kontrowersji marka Gufram.

„Drum”, proj. Przemysław „Mac” Stopa, prod. Capellini.





# Z NADZIEJAMI NA PRZYSZŁOŚĆ

„SaloneSatellite” zawsze odważnie spogląda w przyszłość. W tym roku zrobiło to ponownie pod hasłem „New Materials > New Design”. Podczas 19. edycji szczególnie nacisk położono bowiem na nowe materiały. Wydarzenie po raz kolejny stało się miejscem spotkań producentów, łowców talentów, ale przede wszystkim najbardziej obiecujących młodych projektantów. Polskę reprezentowali: Kosmos Project, Svarog Furniture oraz Agata Nowak.

Anna Szypulska



Kolekcję mebli zakorzenioną w słowiańskiej kulturze można było podziwiać na ekspozycji Svarog Furniture. Hasło tej nowej serii to „Wild at heart, peaceful at home”. Joanna Sieradzan, założycielka marki, w umiejętny sposób połączyła nowoczesną myśl projektową z symboliką kultury słowiańskiej, czerpiąc z jej tajemniczości i dzikości. Fot. Aneta Kowalczyk i Kacper Lipiński - Kiali - HK Photography.

„Plastics Round Up” prod. Kartell.

„Loom”, proj. Patricia Urquiola, prod. Kvadrat.



Ewa Bochen i Maciej Jelski, czyli duet, który tworzy studio Kosmos Project, pojawił się na „SaloneSatellite” z premierową kolekcją krzeseł.



## LAUREACI „SALONESATELLITE AWARD”

Pierwsze miejsce w 7. edycji konkursu „SaloneSatellite Award” zajęło Studio Philipp Beisheim z Niemiec z produktem „Inflatable Sidetable”. W uzasadnieniu werdyktu jury można przeczytać m.in.: *Projektant podczas tworzenia tego stołu respektował zasady funkcjonalności. Nadmuchiwana podstawa zapewnia kompaktowość, która ułatwia zarówno wysyłanie, jak i przechowywanie przedmiotu wykonanego z nietypowego dla meblarstwa materiału: sprężystego, wodoodpornego płótna używanego do produkcji pontonów. Autor podtrzymał naszą wiarę w jeden z głównych celów projektowania. Wybór materiału zawiera bowiem zawałowane odniesienia do aktualnych wydarzeń i najbardziej palących problemów społecznych, które dotyczą nas wszystkich.*



studiophilippbeisheim



Laureatami drugiej nagrody, za projekt „Warm Stool”, zostali Japończycy ze studia Bouillon. Członkowie kapituły, jako powód wyróżnienia, podali zaangażowanie w oryginalność i użyteczność koncepcji. Za innowacyjne uznali wykorzystanie tradycyjnego surowca, jakim jest terakota, do wymyślenia obiektu, który do tej pory nie istniał.

Trzecie miejsce na podium zajęło niemieckie Studio Nito, które nagrodzono za projekt „Bobina Chair”. Jury doceniło fakt, iż produkt jest pięknie zrealizowany. Dzięki innowacyjnemu procesowi produkcyjnemu, udało się połączyć tradycyjne materiały, takie jak nici bawełniane, z bardziej współczesnymi i osiągnąć rezultat, który wydaje się znajomy, ale jest przecież czymś całkowicie nowym.



„Shibam 1” proj. Ettore Sottsass  
„XXX” proj. Joahanna Grawunder, prod. Glas Italia.

Obecność na „SaloneSatellite 2016” to nie jedyny sukces hiszpańskiego studia Muka Design Lab, które na swoim koncie ma już „Red Dot Award 2015”.



W trójce reprezentującej Polskę znalazła się Agata Nowak, która zaprezentowała w Mediolanie m.in. „Offline chair”, „Multifunctional desk” i „Seat/magazine rack”.

„Rememberme” proj. Tobias Juretzek, „Summit” proj. Giulio Iachetti, prod. Casamania.



„1006 Navy chair”, 111 „Navy Chair”, prod. Emeco.



„Astrati” proj. Michele de Lucchi, „Clessidra” proj. Mario Botta, prod. Riva1920.



Na ekspozycji w ramach „SaloneSatellite” pojawił się jeden z najnowszych projektów Ewy Bochen i Macieja Jelskiego „Irrational Times”. Obiekty stworzone przez Kosmos Project są inspirowane mitologią i legendami słowiańskimi. Każdy z nich opowiada historię zaczerpniętą z dawnych podań. Wielofunkcyjny obiekt przeznaczony do przestrzeni przy wejściu domu, obrazuje trójpodział kosmosu. Składa się z wieszaka na ubrania, siedziska i pojemnika na drobne przedmioty, a wykonany jest z drewna ręcznie malowanego i lakierowanego.

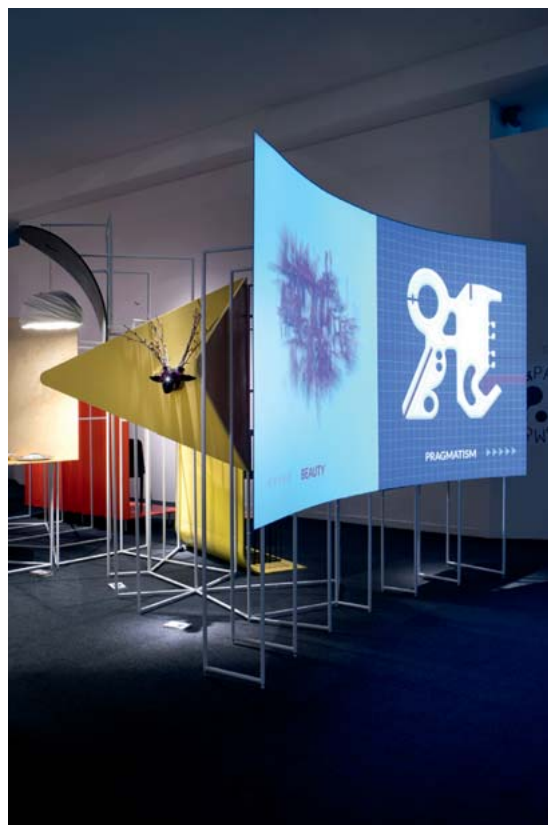
Fot. Andrea Mariani, autorka



Na wystawę można wejść z dwóch stron – przez wejście „Piękno” lub „Pragmatyzm”. Widz podąża od obiektów zakorzenionych w formie, do tych skupionych na funkcji albo odwrotnie. Takie podwójne doświadczenie wystawy jest możliwe dzięki wyjątkowej aranżacji zaprojektowanej przez grupę architektoniczną Centrala. Ekspozycję otwiera abstrakcyjna animacja Tymka Borowskiego, która zestawia ze sobą dwa sposoby działania. Pierwszy jest ekspresyjny, zmienny, swobodny, nieuzasadniony, drugi zaś analityczny, stworzony z konieczności. Pierwszy kieruje odbiorców do wejścia na wystawę przez hasło „Piękno”, drugi z kolei kieruje ich do wejścia „Pragmatyzm”. Mimo że animacja rozdziela te dwie perspektywy, nie stawia ich w opozycji do siebie. Połączenie i równowaga tych dwóch cech to wyznaczniki dobrego designu. Fot. Jan Lutyk.



Dekoracyjne poroże „My Dear”, projekt Agnieszki Bar.



# PIĘKNO CZY PRAGMATYZM?

Anna Szypulska



Młynki do pieprzu „Totem Mill” zaprojektowane przez Krystiana Kowalskiego dla Tylko. Fot. Jan Lutyk.



W części „Piękno” znajduje się m.in. stół „Deska do Deski” zaprojektowany przez grupę Malafor. Fot. Jan Lutyk.

**Jakie jest prawdziwe oblicze polskiego projektowania? Na to pytanie stara się odpowiedzieć wystawa „Piękno i pragmatyzm | Pragmatyzm i piękno”, zorganizowana przez Culture.pl i prezentowana podczas XXI Triennale di Milano. Obiekty pokazywane są na niej przez pryzmat dwóch podstawowych kryteriów projektowania: estetyki i użyteczności. Co zwycięży? Wybór należy do zwiedzających.**

Zwiedzający, którzy wybiorą hasło „Piękno”, zobaczą m.in. fotel „RM56”, proj. Roman Modzelewski, prod. firma Vzor oraz „FiDU Alphabet” Oskara Zięty i Mariana Misiaka.

Pod pojęciem „FiDU Alphabet” Oskara Zięty i Mariana Misiaka wbrew pozorom nie kryje się żaden zbiór znaków, ale rozwiązania technologiczne i produkcyjnych wyznaczonych przez właściwości surowca – blachy.



Fotel „RM56”, proj. Roman Modzelewski, prod. firma Vzor, to najprawdopodobniej jeden z pierwszych przykładów zastosowania plastycznych właściwości sklejki w polskim meblarstwie.



Rodzina siedzisk „Prop”, proj. Studio Szpunara dla Paged Collection. Siła projektu Nikodema Szpunara wynika z pogodzenia klasycznego stylu z minimalizmem. Konstrukcję mebli tworzą toczzone z drewna nogi oraz sklejkowe siedzisko i oparcie. W skład kolekcji wchodzi cztery wersje fotela, krzesło oraz dwie wersje stołka barowego. Fot. Ernest Wińczyk.



System modułowych regałów „Prom”, proj. Grynasz Studio dla marki Meesh.

Wystawa wpisuje się w hasło przewodnie tegorocznego Triennale: „21st Century. Design After Design”. Kuratorzy Triennale w swojej koncepcji zwracają uwagę na to, w jak wiele kontekstów design jest uwikłany. Design jest wrażliwy na wszelkie zmiany kulturowe, społeczne, ekonomiczne i technologiczne, a jednocześnie sam jest czynnikiem kulturotwórczym, wpływa na relacje społeczne, ekonomiczne i na wdrażanie nowych technologii. Na pierwszym planie siedziska „Prop”. Fot. Jan Lutyk.



**KOMENTARZ KURATORSKI:**

**Magda Kochanowska**, kurator wystawy „Piękno i pragmatyzm | Pragmatyzm i piękno”:  
Interesowało mnie sprostowanie

odbiory do zadeklarowania, którą z cech designu uważa za ważniejszą: formę czy funkcję. Wychodziłam z prostego założenia, że rzeczy niepiękne i nieużyteczne nie mają racji bytu nawet w XXI w. Zwiedzający muszą dokonać wyboru, co jest według nich we współczesnym projektowaniu ważniejsze. Dlatego na wystawę można wejść przez wejście „Piękno” lub „Pragmatyzm”. Wystawa na wstępie sugeruje, że taki wybór jest możliwy, aby chwilę później udowodnić, że dobre projektowanie musi być zarówno estetyczne, jak i funkcjonalne, choć balans pomiędzy tym pojęciami bywa różny i wcale nie taki oczywisty. Niezależnie od tego, od której strony rozpocznie się zwiedzanie, polskie projektowanie daje się poznać jako piękne i użyteczne. Wybór obiektów, jak i zaproponowana gradacja, są subiektywne i prowokujące, bo nie każdy musi oceniać relacje pomiędzy tymi dwoma cechami, tak jak sugeruje wystawa.

Triennale zawsze było wydarzeniem, podczas którego podejmowano się komentowania ważnych, bieżących zjawisk. Ostatnia edycja zrealizowana w XX w. poświęcona była napięciom pomiędzy lokalnością a globalizacją. Tegoroczna odbywa się pod hasłem „Design After Design” i podejmuje dyskusję nad tym czym jest design w XXI w., kim jest projektant, jakie są jego role. Każdy z 20 prezentowanych w Mediolanie przedmiotów to odrębna opowieść o projektantach i ich odpowiedzialności za środowisko, wrażliwości na problemy ludzi, to podnoszenie problemów lokalności i globalizacji, propozycje nowych form produkcji i dystrybucji, tematy związane z trwałością produktów, problemami demograficznymi i społecznymi, krytyka konsumpcji. Nie chciałam jednak wprost mówić o tych wszystkich ważnych tematach. Chciałam odnieść się do rzeczy oczywistych i wynieść je na piedestał. Dobry design zawiera w sobie zarówno mądre przesłanie, jak i uważne wejście w kontekst społeczny, jest odpowiedzialny i zgodny z zasadami zrównoważonego rozwoju. Jest też piękny i użyteczny. Bez tych dwóch elementów przypadną wszystkie wartościowe komunikaty zawarte w projektach.

Istotne jest też to, że wystawa prezentuje wybór nowych produktów. Znakomita większość powstała lub została wdrożona do produkcji w ciągu ostatnich dwóch lat.

**Magda Kochanowska (ur. 1977)**

Adiunkt na Wydziale Wzornictwa Akademii Sztuk Pięknych w Warszawie. Autorka licznych publikacji dotyczących wzornictwa w pismach specjalistycznych i popularnych. Teoretyk i krytyk designu, kuratorka wystaw. W 2014 r. tworzyła „Polish Job” – wystawę polskiego designu prezentowaną podczas Milan Design Week. Była kuratorem generalnym polskiej prezentacji designu na II Biennale Designu w Istambule 2014. Zrealizowała wystawę polskiego projektowania w ramach XXI Triennale International Exhibition 2016.

**Tytuł wystawy:** „Piękno i pragmatyzm | Pragmatyzm i piękno”

**Data:** 2 kwietnia – 12 września br.

**Miejsce:** Museo della Permanente, Mediolan

**Organizator:** Culture.pl

**Kurator:** Magda Kochanowska

**Projekt ekspozycji:** grupa architektoniczna Centrala

**Projekt identyfikacji wizualnej:**

**Kuba Jezierski**

**Produkcja wystawy:** Michał Nowakowski

i Marta Piechocka-Nowakowski,

**ArtConnection**

Lampa „Cyclone”, którą zaprojektował Bartek Mejor, jest swego rodzaju grą z ruchem.



Wybierając hasło „Piękno” zobaczyć można ceramiczną lampę „Cyclone” proj. Bartek Mejor oraz zestaw talerzy „Od dobrobytu do odbytu, przez odbyty w niebyt” Kariny Marusińskiej. Fot. Jan Lutyk.

Zestaw talerzy „Od dobrobytu do odbytu, przez odbyty w niebyt” Kariny Marusińskiej stanowi komentarz do zjawiska kompulsywnej konsumpcji. Fot. Justyna Fedec.



Lampa „Bunia” AZE Design powstała w ramach inicjatywy „Uwolnić projekt”, polegającej na opracowaniu współczesnych wersji dawnych wytworów rzemieślniczych, znajdujących się w zbiorach Państwowego Muzeum Etnograficznego w Warszawie. Punktem wyjścia była refleksja nad całością społecznego systemu jakim jest rzemiosło, jego wytwory, twórcy i użytkownicy. Fot. Paweł Heppner.

Zestaw mebli „Tripod Furniture” zaprojektował Bartosz Mucha. Fot. Jan Lutyk.

# FESTIWAL DOBRYCH PROJEKTÓW

Od 18 do 22 maja, już po raz trzeci Wroclove Design Festival stał się przestrzenią testów, doświadczania i poznawania świata designu, rzemiosła, architektury i nowych technologii. Festiwal to nie tylko prezentacja dobrze zaprojektowanych przedmiotów, ale przede wszystkim działania nastawione na edukację, pobudzanie kreatywności i przedsiębiorczości.



**WROCLOVE  
DESIGN**

III MIĘDZYNARODOWY FESTIWAL  
DOBRYCH PROJEKTÓW

Data: 18-22 maja 2016 r.

Miejsce: Wrocław

Organizatorzy: Fundacja Open Mind,  
Grupakreatywni.pl

Mecenas: Aleja Bielany

Partnerzy Główni: Advantage Au-  
stria, Vantage Development

Liczba uczestników: ponad 70 wy-  
stawców, ponad 100 projektantów  
i twórców z całego świata

Imprezy towarzyszące: 40 warsz-  
tatów i wykładów zrealizowanych  
w przestrzeni Aleja Bielany, ok. 250  
godz. debat, warsztatów i dyskusji



Podczas Wroclove Design Festival swoje prace i produkty zaprezentowało wiele znanych marek i projektantów, m.in. Balma, Omenaa Mensah Amadora, Hultaj, Loca Bikes, Monika Patuszyńska, Ingrid Sol Leccia, Libet, Felt Stories, Schody Kerix, Trufle Mozaiki, Modern Line, Deante, Stacja Dizajn, Fam Fara – która zorganizowała i przeprowadziła także warsztaty z dziećmi, Phormy, Vank, Wood & Paper. Fot. Maciek Lulko.

**T**rzecia edycja Międzynarodowego Festiwalu Dobrych Projektów organizowana pod hasłem For Sale: Design, zapraszała do wspólnej dyskusji nad znaczeniem designu we współczesnym świecie, który coraz bardziej przypomina „świat na sprzedaż”. Zaprezentowano nie tylko dorobek uznanych polskich projektantów, ale też europejskich i światowych. Wystawcy i projektanci mieli okazję skonfrontować swoje koncepcje z odbiorcą w ramach spotkań, warsztatów i wykładów. ◀



Wystawa Proces stworzona przez Grynasz Studio w współpracy z Małgorzatą Koralewską na przykładach 10 świetnych polskich wdrożeń przybliżyła schemat pracy projektanta z inwestorem, sposób rozwijania koncepcji oraz efekt końcowy – gotowy przedmiot. To była wyjątkowa okazja, aby prześledzić drogę, którą za każdym razem przebywa produkt, zanim trafi na sklepowe półki. Na zdjęciu: domowa szklarnia, proj. Aleksandra Kujawska. Fot. Maciek Lulko.

Jedną z najciekawszych ekspozycji był „Rower Sowa” – prawie w całości wykonany z wodoodpornej sklejki brzożowo-olchowej. Rower został nagrodzony w konkursie organizowanym przez Koło Naukowe Technologów Drewna. Fot. Anna Mikołajczyk.





W specjalnej strefie Kids, podczas warsztatów, najmłodszy goście Festiwalu rozwijali swoje umiejętności na wielu polach. Wspólnie tworzenie mozaik z Trufle Mozaiki, budowanie trwałych mebli papierowych z Fathers czy zamienianie drewnianych odpadów w klocki i maszyny z Pracownią Jaszewicz dostarczało dzieciom wiele radości. Fot. Aleksandra Krupa.



Marka Vank wyeksponowała produkty nagrodzone iF Design Award. Fot. arch-tecture.blogspot.com.

W programie Wroclowe Design Festival znalazły się liczne warsztaty, spotkania i debaty, które były okazją do rozwijania potencjału twórczego dorosłych, dzieci i młodzieży. Warsztaty i wykłady prowadzili specjaliści interdyscyplinarnie łączący różne dziedziny m.in. Robert Majkut – jeden z wiodących europejskich projektantów (na zdjęciu w środku). Fot. Dawid Sobecki / Fresh Design.



Niemiecka wystawa EcoDesign, której przyświecało hasło „thinking ahead”, czyli patrzenie w przyszłość, skierowana była na wzmocnienie świadomości, że nasze codzienne decyzje, nawet drobne, konsumenckie wybory, które podejmujemy na każdych zakupach, mają wpływ na naszą przyszłość. Fot. Anna Mikołajczyk.



W samym centrum festiwalu można było znaleźć spektakularną, przestrzenną instalację Austrian Design Explosion – 150 lat austriackiego designu, łączącego fascynację technologią, kreatywne podejście do materiałów i poetyckość. Prezentowała produkty blisko 90 firm i projektantów, które odzwierciedlały przemiany zachodzące we wzornictwie Austrii od początków rewolucji przemysłowej, aż do obecnej epoki cyfrowej. Fot. Anna Mikołajczyk.

Design towarzyszy nam nie tylko przez całe życie, ale – jak pokazał Wroclowe Design Festival – też po śmierci. Postmortal to przestrzeń poświęcona trendom w designie pośmiertnym – śmierć wcale nie oznacza zerwania więzi z konsumpcjonizmem. W dość kontrowersyjnej, festiwalowej strefie można było poznać najnowsze trendy w modzie dla zmarłych, a także w sposobach pochówku. Miłośników ekologii zafascynowały biodegradowalne urny „Ovo/Mala” czy „Bios Urns”, dzięki którym zostaną po nas żywe pomniki-drzewa. Fot. Przemysław Wojciak.





## Nikodem Szpunar

Projektant, członek Stowarzyszenia Projektantów Form Przemysłowych. Jest absolwentem Wzornictwa na ASP w Warszawie, studiował Design w National College of Art and Design w Dublinie. W swoim studio pracuje nad projektami m.in. dla Capdell, Paged Meble, Ervive, Moromou, jak również dla agencji kreatywnych: Albo/Albo, SohoGroup, GoCreate, Narodowego Instytutu Audiowizualnego czy Watchdog Sieci Obywatelskiej. Zdobył m.in. pierwszą nagrodę w konkursie „make me!”, wyróżnienia w „Young Design” oraz konkursie meblowym firmy Ton. Jego projekty można oglądać na międzynarodowych targach i wydarzeniach branżowych: Tent w Londynie, DMY w Berlinie, Salone del Mobile w Mediolanie, IDT Expo w Hongkongu czy ICFF w Nowym Jorku, a także w kraju, np. ArenaDesign w Poznaniu, BWA we Wrocławiu, Łódź Design Festival czy Wawa Design w Warszawie.



Zapytany, w jakim punkcie kariery aktualnie się znajduje, odpowiada, że to dopiero początek. Możliwości podejmowania wyzwań i zdobywania nowych doświadczeń dostarczają mu ogromnej satysfakcji. Z każdego ze swoich projektów może być dumny, gdyż wie, że zrobił wszystko, by efekt końcowy był jak najlepszy. Ten ambitny, otwarty na nowe technologie, świadomy projektant to Nikodem Szpunar.

# KAŻDA PORA JEST DOBRA NA PODJĘCIE WYZWANIA

Anna Szypulska

Siła projektu „Prop” dla Paged Collection wynika z pogodzenia klasycznego stylu z minimalizmem. Konstrukcję mebli tworzą toczone z drewna nogi oraz sklejkowe siedzisko i oparcie. Tapicerowanie dodaje modelom miękkości i podkreśla ich unikalny charakter. W skład kolekcji wchodzi cztery wersje fotela, krzesło oraz dwie wersje stołka barowego. Fot. Jakub Certowicz.



**J**ednym z pierwszych wyzwań, z którym, jak wspomina w rozmowie, miał okazję się zmierzyć, był wybór zawodu projektanta. *Najpierw poszedłem do liceum plastycznego, gdzie oczywiście były potrzebne zdolności manualne, gdzie cały czas krążyłem wokół ogólnie pojętego tworzenia, ale wtedy jeszcze nic nie wiedziałem o wzornictwie – mówi Nikodem Szpunar. – Nie wiedziałem, że w ogóle jest taki zawód jak projektant. Dopiero pod koniec nauki w liceum dowiedziałem się o tym od nauczyciela malarstwa. Powiedział, że na Akademii Sztuk Pięknych w Warszawie jest Wydział Wzornictwa i że może mi się spodobać. Spróbowałem. Okazało się, że bez większego problemu dostałem się na studia. Dopiero wtedy faktycznie zacząłem się dowiadywać czym jest projektowanie, bo tego się nie da pojąć, póki się nie zagłębi w ten temat. Po studiach na nowo zacząłem się dowiadywać czym jest projektowanie i zawód projektanta.*

W 2013 r. projektant wspólnie z Kamilą Niedzwiedzką założył Studio Szpunar. Jeszcze wcześniej, w 2010 r., dzięki lampie „Komar”, zwyciężyli w konkursie „make me!”, który jest jednym z kluczowych elementów Łódź Design Festival.

A meble? Nie pojawiły się w życiu projektanta niespodziewanie. Nikodem Szpunar wraca pamięcią do czasów, gdy jego ojciec robił meble do domu. Najistotniejsza z perspektywy projektanta jest skala mebla, możliwość własnoręcznego wykonania nie tylko rysunków, ale też modeli, praca z materiałem. Podoba mu się to, że efekty są namacalne, że może na nie pracować własnymi rękami. *Nie chcemy się specjalizować w jakiejś dziedzinie, ale to się dzieje poniekąd automatycznie – zauważa Nikodem Szpunar. – Kolejni producenci widzą, że wykonujemy projekty mebli, więc ich propozycje zmierzają przeważnie w tym kierunku. Lubimy jednak również mniejsze formy, zdarzyło nam się na przykład zaprojektować statuetkę dla Ministerstwa Gospodarki. Nagroda wręczana jest przedsię-* ▸



Krzesło z kolekcji „Lorem” firmy Paged cechuje wysoki komfort siedzenia, uzyskany dzięki odpowiedniej ilości gąbki na siedzisku oraz ergonomicznie wyprofilowanej sklejce oparciowej. Wagę mebla udało się zredukować dzięki dwukrotnemu zmniejszeniu grubości sklejki. Charakterystyczna ramka, na której wspiera się oparcie, stylistycznie nawiązuje do reszty kolekcji. Wykonane z drewna dębowego w naturalnym wykończeniu. Fot. Ernest Wińczyk.

▷ *biorcom, którzy działają na korzyść eksportu, czyli promują Polskę i polskie produkty. To był bardzo rzeźbiarski projekt, mała forma, w której staraliśmy się zawrzeć konkretny komunikat. Jest to inne podejście niż przy projektowaniu mebla. Wiadomo bowiem, że mebel musi być funkcjonalny, oczywiście ładnie wyglądając we wnętrzu, ale przede wszystkim musi działać – to jest jego główne zadanie.*

*Ze słów Nikodema Szpunara wynika, że bardzo go interesuje moc przekazu, która tkwi w formie. Bez tego nie ma przedmiotu – stwierdza projektant. – Forma musi być okiełznana. Trzeba każdy fragment projektu przemyśleć, poświęcić mu czas, po prostu z nim побыć, żeby był dopracowany. To detale tworzą spójną całość.*

*Nikodem Szpunar uważa, że na każdym etapie projektowania można odnaleźć coś ciekawego. Na każdym etapie trzeba poznawać nowe rzeczy, odkrywać w sobie nowe umiejętności – każdy etap jest inny – twierdzi projektant. – Na etapie koncepcji mamy dużo swobody, podróżujemy wtedy po mapie różnych pomysłów, powstają rysunki, czasem nawet są wykonywane pędzlem i tuszem, nie tylko cienkopisem, często okazują się dla nas wartością samą w sobie. Po drodze powstają makiety w skali, które podpowiadają czy dany kierunek jest słuszny. Później jest czas na prototypowanie, które wydaje się ciekawe z tego względu, że podczas tego procesu coś, co było na papierze*



Rodzina siedzisk „Prop”, proj. wnętrza Piotr Paradowski. Fot. Agata Wnuk.





Głównym założeniem przy projektowaniu mebli „Lorem” dla Pagedu było stworzenie systemu ułatwiającego proces produkcji. Powtarzalne formatki przyspieszają produkcję i przyczyniają się do ograniczania kosztów. Cechą charakterystyczną kolekcji jest smukła linia, oraz łączenie płyt pod kątem 45°. Dodatkowo część mebli ma cokoł w postaci drewnianej ramki, który nadaje im charakter. Kolekcja z założenia miała być prosta w formie, ale różnorodna jeśli chodzi o możliwości aranżacji wnętrza. Meble miały być uniwersalne, dobrze się prezentować zarówno pojedynczo, jak również w zestawie. Pozbawione dodatkowych elementów dekoracyjnych stanowią uzupełnienie posiadanych w domu mebli. Ogromny nacisk położony został na kolor, który buduje wnętrze. Dzięki temu całe wnętrze można urządzić w stonowanym kolorze, z akcentem kolorystycznym w postaci czerwonej komody czy szarej bejcowanej witryny. Do wyboru są różne wykończenia, od naturalnego dzikiego dębu, przez bejcę czerwoną i szarą, po matowy kryjący lakier i tapicerowane w całości łóżko. Fronty w regale wykonane są z litego drewna, dzięki wkładkom użytkownik może je samodzielnie aranżować według własnych potrzeb. Szufłady w komodach wyposażone są w system push dzięki któremu można pozbyć się uchwytów. Na uwagę zasługują duża liczba elementów z litego drewna, np. ramki. Fot. Ernest Wińczyk.



*czy w makiecie, co było tylko naszym wirtualnym pomysłem, staje się pełnowartościowym przedmiotem. Zupełnie inne emocje temu towarzyszą, bo musimy zapanować nad detalem, nad produkcją. Myślę, że wykonywanie dokumentacji technicznej to najbardziej żmudny proces i być może najmniej lubiany, aczkolwiek bardzo pouczający. Wtedy tak naprawdę sprawdza się każdy wymiar, śledzi się projekt centymetr po centymetrze i dowiaduje, gdzie są błędy, które da się jeszcze poprawić. Długo oczekiwany etap to ten, podczas którego przedstawia się projekt producentowi. Zmierzenie się z opiniami i uwagami bywa trudne, bo wtedy konfrontujemy różne sposoby widzenia, odmienne doświadczenia i co najważniejsze potrzeby producenta oraz jego odbiorców.*

Projektant jest zdania, że warto pamiętać o tym, co było i czerpać z tego, ale też warto budować swoją przewagę przy pomocy nowych technologii. *Stół, przy którym siedzimy (stół z kolekcji „Lorem”, proj. Nikodem Szpunar, prod. Paged – przyp. red.) został wyprodukowany na obrabiarkę 5-osiowej nowej generacji, która daje zdecydowanie większe możliwości obróbki – informuje Nikodem Szpunar. Poproszony o określenie, w jakim punkcie kariery aktualnie się znajduje, odpowiada, że nie uznaje tego punktu za przełom, że to jest dopiero początek. Pracujemy z firmami, które zlecają nam realizację projektów, ale gdzieś pomiędzy zleceniami toczymy walkę o codzienność – przyznaje Nikodem Szpunar. – Porównałbym to do kuli śnieżnej. Jeśli powstanie jeden projekt i zostanie zauważo-*



Głównym założeniem było zaprojektowanie składanego, drewnianego biurka. Projekt wykonany dla marki Ervive. Fot. Ervive.



Projekt zrealizowany we współpracy z siecią obywatelską Watchdog w ramach kampanii „Projektujemy lepszą codzienność”. Lustro zadrukowane jest wzorem, który utrudnia dostrzeżenie swojego pełnego odbicia. Patrząc na nie pod kątem, powierzchnia staje się jednokolorowa, paski „zlewają” się ze sobą. Pomyśl na nie wziął się z kwestii jawności i przejrzystości informacji w działaniach administracji (czy raczej ich braku). Lustro jest obiektem blisko człowieka, ponieważ odbicie zawsze wywołuje jakąś emocję. Paski natomiast powodują, że oko nie jest w stanie złapać ostrości na odbicie i nadruk jednocześnie. Obraz jest „poszatkowany”, pocięty, niewyraźny.  
Fot. Hola Hola Film.



▷ *ny, to powstaną też kolejne, a na bazie kontaktów i publikacji ta kula śniegowa się powiększa.*

W opinii Nikodema Szpunara w ostatnim czasie zwiększyła się świadomość ludzi, którzy kupują meble. *To nie jest przecież tak, że każde następne pokolenie chce tego samego – zauważa projektant. – Młodzi ludzie widzą co prawda w domach dziadków i rodziców tradycyjne meblöścianki, ale czy oni też ich chcą? Mają Internet, wiedzą co się dzieje, widzą choćby ofertę sklepów IKEA, koncertu, który pokazuje niemalże sezonowo rozwój wzornictwa. Te młode generacje chcą zmian.*

Projektant nie określa ostatecznego celu, do którego zmierzają jego kariera. Kluczowe są dla niego kolejne wyzwania, czyli możliwość nawiązania współpracy z nowymi firmami, inspirujące kontakty z ludźmi. *Myślę, że istotne jest wyjście poza granice Polski i tak naprawdę poznanie innego podejścia*

Projekt i realizacja oświetlenia oraz stolików do Kawiarni Fabrycznej w Warszawie. LAMPY „One50” wykonane są z naturalnego forniru jesionowego, który nadaje światłu złotą barwę oraz ukazuje rysunek słoików drewna. Wnętrze kawiarni utrzymane jest w stylu lat 60. Głównym założeniem było stworzenie elementów podkreślających klimat kawiarni. Podstawy stolików zostały wykonane z profili stalowych, dociążonych betonowym elementem, nawiązującym swoim industrialnym charakterem do nazwy kawiarni. Fot. Studio Szpunar.



Prototyp fotela „Belk” zaprojektowanego dla hiszpańskiej marki Capdell. Fot. Capdell.



do projektowania – przyznaje Nikodem Szpunar. Trudno nie zauważyć, że jest typem człowieka, który ciągle jeszcze chce się uczyć. *Każdy projekt jest dla nas nauką, poznawaniem od nowa – wyjaśnia projektant. – Możliwość wejścia do jakiegoś zakładu czy spotkania z rzemieślnikiem, pozyskania wiedzy, poznania technologii, to doświadczenia, które są bardzo cenne. Gdy pierwszy raz pojechaliśmy zobaczyć, jak jest produkowany „Prop”, maszyny do wycinania elementów, formy do gięcia drewna i cały długi proces od kawałka drewna do finalnego mebla, zrobiły na nas ogromne wrażenie. Przy kolejnej wizycie byliśmy świadkami tego, jak pracownicy na linii uczyli się sklejać elementy naszego projektu, bo to nie jest tak, że każde krzesło klei się w ten sam sposób. Zaimponowali nam ludzie, którzy opowiadali o swojej pracy z pasją i energią. Poznawanie takich osób jest nieocenione w pracy projektanta. Wiadomo, że nie wszędzie można tego doświadczyć, ale gdy już się trafi do takiego miejsca, to z chęcią się do niego wraca i współpracuje z takimi ludźmi.*

Bycie projektantem to z punktu widzenia Nikodema Szpunara nieustanna chęć rozwoju, marzy o tym, żeby zajmować się tym jak najdłużej i żeby to sprawiało jak najwięcej radości: *Myszę, że proces projektowy jest na tyle ciekawy, że trudno, by mógł się znudzić. Jestem więc przekonany, że w przyszłości pojawi się wiele różnych kierunków, w których będziemy mogli się rozwijać.* ◀



Na system składają się umywalka, różnej długości blaty oraz szafka wisząca z szufladami. Zaletą systemu jest stworzenie szerokiej gamy produktów dostosowanych do indywidualnych potrzeb klienta. Umywalka ma prostą uniwersalną formę z zewnątrz, natomiast wewnątrz jest bardziej organiczna, „płynąca”, co ułatwia utrzymanie czystości. Dodatkowo ma wewnętrzną półkę, dającą możliwość ustawienia podręcznych produktów do higieny. Opcjonalna dolna zabudowa wyposażona jest w szufladę i szafkę. Blaty mogą być oferowane w szerokiej gamie wybarwień drewna.

W skład kolekcji „Lorem”, która była jedną z nowości firmy Paged na targach „Meble Polska” w Poznaniu, wchodzi również lakierowane w całości, płytkie, wiszące szafki z przesuwnymi drzwiczkami. Fot. Ernest Wińczyk.



# Żyj w bardziej przyjazny sposób!



„Användbar”: wisząca siatka na doniczki i wisząca siatka z tacą (proj. M. Staaf, J. Halwardsson, H. Dalrot).

Zielony styl życia jest bardziej przyjazny zarówno dla nas samych, jak i dla naszej planety. Chodzi o robienie drobnych rzeczy, zawsze i wszędzie, kiedy tylko możemy i jakie każdy z nas wykonuje w domu na co dzień. To na przykład oszczędzanie wody, energii czy generowanie mniejszej ilości odpadów. Dzięki temu możemy być częścią czegoś znacznie większego, odczuwać radość i satysfakcję z dbania o wspólne dobro, jakim jest nasza planeta.



„Användbar”: torby (proj. M. Falvey, T. Stevenson) 100% bawełna.

**C**hcesz zrobić coś dobrego, jednocześnie oszczędzając pieniądze i dobrze się bawiąc? Zacznij od najbliższego otoczenia, czyli od swojego domu. To łatwe! Wybory, których dokonujemy, naprawdę mogą sporo zmienić. Na co dzień dążymy do tego, by nasze życie było pełne spokoju oraz harmonii. Chcemy prowadzić bardziej zrównoważony styl życia i żyć w bardziej świadomy sposób. Zgodnie z tą ideą została zaprojektowana kolekcja IKEA „Användbar”. To ukłon w stronę natury i wiele rozwiązań ułatwiających codzienne domowe czynności. Od pielęgnacji roślin, przez gotowanie oraz przechowywanie żywności, aż po segregację odpadów i sprzątanie. Co czyni kolekcję jeszcze bardziej wyjątkową? Część produktów została zaprojektowana przez polską projektantkę – Maję Ganszyniec.

Przedmioty codziennego użytku z serii „Användbar” powstały z naturalnych materiałów, takich jak glina, drewno, bawełna czy szkło. Wyróżnia je ponadczasowe, skandynawskie wzornictwo,



Kolekcja IKEA „Användbar”.





„Användbar”: torba na owoce i warzywa, nadaje się doskonale do przechowywania owoców i warzyw w chłodnym i suchym miejscu.

które sprawdza się w każdym wnętrzu. Od teraz nawet najprostsze codzienne domowe czynności mogą pomagać planecie – ale w stylowy sposób, o którym wszyscy będą chcieli mówić.

W naturze rośliny nie muszą być podlewane, bo wilgoć zapewniają opady deszczu. Dla miłośników zieleni w domu idealnym rozwiązaniem będą samonawadniające się doniczki z gliny, które pozwalają absorbować wodę zgromadzoną w pojemniku. Dzięki temu rośliny same mogą zdecydować, kiedy i ile wody im potrzeba.

Więcej zieleni w domu zapewni również drewniana ławka z podłokietnikami oraz skrzynką na kwiaty. Dzięki projektowi autorstwa Mai Ganszyniec stworzymy w mieszkaniu kojącą atmosferę parku. A jeśli przestrzeń domowa jest ograniczona, pomocne okażą się wiszące tace i osłonki na doniczki. Uzyskamy efekt zielonego ogrodu, bez konieczności zajmowania powierzchni użytkowych.

Wzorując się na tradycji przygotowywania potraw w glinianych garnkach, znanej już starożytnym Rzymianom, polska projektantka przygotowała coś również dla miłośników gotowania w szwedzkim stylu. Specjalne naczynia pozwalają na zrobienie jedzenia w zdrowszy sposób, bo przy użyciu mniejszej ilości tłuszczu.

Jak to działa? Przed włożeniem do piekarnika wystarczy namoczyć naczynie w wodzie, a potrawa utrzyma naturalną wilgoć i stałą temperaturę podczas pieczenia. Dodatkowo idealnym uzupełnieniem każdego zdrowego posiłku mogą



„Användbar”: ława z koszami do sortowania (proj. D. Wahl, L. von Schantz, Johanna Jelinek).

być kiełki. Stylowa dwupoziomowa kiełkownica wykonana jest z naturalnej gliny, która świetnie utrzymuje wilgoć. Dzięki temu własnoręcznie wyhodujesz świeże kiełki bez zbędnej fatygi i plastikowych opakowań.

W jaki jeszcze sposób możemy chronić nasze środowisko? Na przykład minimalizując zużycie plastikowych torebek. Nie chodzi tu wyłącznie o bawełniane torby na zakupy, ale również o tradycyjne, bawełniane woreczki do przechowywania warzyw, dzięki którym zachowają one na dłużej swoją świeżość. Różnokolorowe tasiemki ułatwiają identyfikację zawartości.

Prowadzenie zrównoważonego stylu życia wcale nie wymaga od nas posiadania ogromnego domu. Dzięki połączeniu drewnianej ławki z pojemnikami do segregowania suchych odpadów zyskamy więcej miejsca w domu, gdy postawimy ją przy drzwiach wejściowych. Zapewnimy sobie wygodne miejsce do zakładania butów i ułatwimy wynoszenie kosza z odpadkami. Dzięki temu jesteśmy na szczycie recyklingu. Dosłownie.

Potrzebujesz jeszcze więcej inspiracji i pomocnych wskazówek dotyczących oszczędzania energii, wody czy recyklingu? Znajdziesz je w książce „Przyjazne domy”, w której zebrano wiele cennych porad, dzięki którym każdy z nas będzie mógł przyczynić się do poprawy stanu środowiska naturalnego, już we własnym domu. ◀





Sofa Mamut, Brez

*Ubrani w garnitury  
i biznesowe  
kostiumy nosimy  
w sercu tęsknotę  
za prawdziwym  
wyrazem swojej  
dzikiej natury.  
Czasem można do niej  
puścić oko. Dać wyraz  
drobnym akcentem.*

Pad, MDF Italia



Kubik, Riva 1920

River Stones, Tonon



Krzesła Thonet







Moduly Mag, Hülsta



Stół Gio, B&B Italia



Design Collection,  
Hülsta

Little Perillo,  
Dauphin



Up Lounge, Tonon



### KOŁOS

Stół „Kolos” należy niewątpliwie do najdłuższych stołów aktualnie dostępnych na rynku. Model ten został bardzo dobrze przyjęty przez potencjalnych klientów podczas swojej premiery, która miała miejsce na tegorocznych targach „Meble Polska” w Poznaniu. Stabilność, kompaktowa budowa oraz możliwość wykorzystania w pomieszczeniach o różnym przeznaczeniu to tylko niektóre zalety tego stołu. Wszystko to dzięki zastosowaniu prowadnicy synchronicznej oraz czterech wkładek (każda ma długość 60 cm), które dają możliwość płynnego rozsuwania stołu na długość od 160 do 400 cm. Co istotne, wszystkie wkładki znajdują się w jednym miejscu – w skrzyni podstawy. To rozwiązanie oraz optymalne wymiary złożonego stołu (długość – 160, szerokość – 100, wysokość – 75 cm) powodują, że model ten dobrze się wpasuje w niejedyne wnętrze.

**PRODUCENT:** Hubertus



### NOI

Najnowsza kolekcja marki Absynth została stworzona z myślą o ludziach ceniących światowy design w klasycznej formie oraz wykorzystanie najlepszych materiałów. Dzięki dostępności kilkunastu modułów każdy może skomponować system sof, mały narożnik czy też najbardziej rozbudowany wypoczynek dla 15 osób. To, jak ostatecznie będzie wyglądał mebel i ile będzie kosztował zależy tylko od potrzeb oraz możliwości finansowych przyszłego użytkownika. Największymi zaletami kolekcji „Noi” są: francuski szew, dostępność mebla w dwóch grupach cenowych tkanin, w dwóch wersjach: „Basic” i „Natural” (z dodatkowym, zewnętrznym stelażem dębowym) oraz niekierujące się możliwości aranżacyjne. Idealnym dopełnieniem mebli tapicerowanych są stoliki kawowe z marmurowymi lub dębowymi blatami do wyboru.

**PRODUCENT:** Absynth



### MELLOW

Komody „Mellow” marki Livin Hill to propozycja na ożywienie i urozmaicenie każdego pomieszczenia. Ciepłe i soczyste kolory w połączeniu z utrzymaną we francuskim stylu formą stanowią oryginalną ofertę do wykorzystania jako niebanalny dodatek do wystroju wnętrza. Komody dostępne są w trzech kolorach: „Olive”, „Yellow” i „Turquoise”. Oferowane są trzy wersje mebla: 2S (wymiary: 61x38x72 cm), 3S (wymiary: 68x38x76 cm) oraz 5S (wymiary: 41x60x112 cm). Marka Livin Hill to starannie wyselekcjonowane kolekcje mebli i artykułów dekoracyjnych. Bogactwo i różnorodność wykonania poszczególnych kolekcji otwiera wiele możliwości na zaaranżowanie własnej przestrzeni w niepowtarzalny sposób.

**PRODUCENT:** Livin Hill

### LUX STRIPES

Sypialnia jest przestrzenią do odpoczynku, dlatego bardzo ważne jest, aby każdy czuł się w niej komfortowo. Sypialnia „Lux Stripes” firmy Maridex łączy w sobie funkcjonalność oraz stylowy i nowoczesny wygląd. Kontrastowe zestawienie czerni i bieli zaakcentowanej srebrnymi paskami powoduje, że meble nie są nudne i bezbarwne. W skład kolekcji wchodzi: obszerne łóżko, komoda, szafki nocne oraz duża szafa z przesuwными drzwiami, która cieszy się dużym zainteresowaniem klientów. Wykonane z płyty laminowanej meble są trwałe i solidne.

**PRODUCENT:** Maridex



## NOWOŚCI NA LATO

### SB10 SLIM BOX

„SB10 Slim Box” to najnowsza odsłona znanego i bardzo cenionego systemu do zabudowy szuflad „System Box”. Innowacyjny, wyposażony w ultracienkie płaszczyzny boczne system charakteryzuje się nowoczesnym i gładkim wzornictwem. Spełnia wysokie wymagania wytrzymałościowe, funkcjonalne i estetyczne. Zmniejszony rozmiar boków i wysokie obciążenie dynamiczne 40 kg pozwolą na zagospodarowanie dodatkowej przestrzeni wewnątrz szuflady. Nowa konstrukcja opiera się na wysokiej klasy prowadnicach z funkcją miękkiego domykania, co gwarantuje bezproblemową pracę przez wiele lat. Spośród dwóch kolorów z nowej gamy kolorystycznej (biały i antracyt), pięciu wysokości (62,5; 88; 126; 172 i 238 mm) oraz siedmiu długości boków (270, 300, 350, 400, 450, 500 i 550 mm) stworzymy szufladę na miarę naszych potrzeb i upodobań. System dostępny jest w dwóch wersjach: do standardowych szuflad z uchwytemi oraz w wersji „push”.

**DYSTRYBUTOR:** Amix

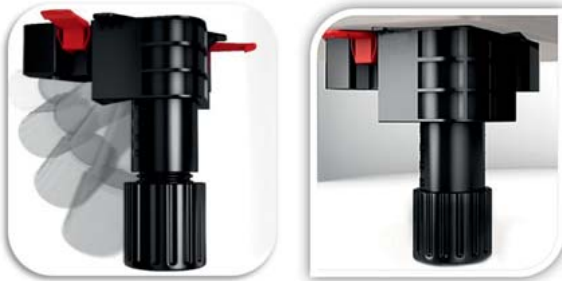




## FENNEL

Transport mebli z warsztatu do klienta niesie ze sobą wiele zagrożeń. W szczególności dotyczy to przewożenia dolnych szafek, które mają regulowane nóżki. Może się zdarzyć, że podczas transportu nóżki ulegną uszkodzeniu lub – w przypadku niezamontowanych nóżek – możemy o nich po prostu zapomnieć. Rozwiązaniem tego problemu są regulowane nóżki „Fennel”. Nóżka jest na stałe zamocowana do podstawy, dzięki czemu nigdy o niej nie zapomnimy. Dodatkowo możemy ją złożyć i schować do transportu. Regulowane nóżki dostępne są w dwóch wysokościach (90-165 oraz 140-210 mm), z regulacją co 10 mm (skala wysokości zaznaczona jest bezpośrednio na nóżce). Dodatkowe zalety produktu to: dwie możliwości montażu (wkręt, kołki) oraz obciążenie aż 1,5 tony na 4 nóżki. Jedyne w swoim rodzaju jest również rozwiązanie mocowania cokołu. Blizsze informacje znajdują się w katalogu „Demos 2016”.

**DYSTRYBUTOR:** Demos Trade



## WIKTORIA

Najnowsza kolekcja do sypialni firmy Mebin, wykonana w naturalnej okleinie z udziałem litego drewna, zachwyca nienaganną formą brył z finezyjnie wyprofilowanymi nóżkami. Niezwykła staranność i dbałość o detal widoczne są w interesującym układzie usłojenia, dekoracyjnym wykończeniu frontów i ozdobnych uchwytych. W lekkich, proporcjonalnych bryłach zastosowano nowoczesne rozwiązania (np. system cichego domyku). W kolekcji dostępne są: obszerne łóża w kilku rozmiarach, gustowna toaletka z nadstawką i owalnym lustrem, szafki nocne oraz szeroki wybór szaf. Meble w szlachetnym wybarwieniu „Venge patyna” znakomicie wyglądają na tle wzorzystych, ciemnozielonych lub jasnoszarych tapet. „Wiktorija” to propozycja dla wymagających. Jej wytworna elegancja z pewnością nie ulegnie zmieniającej się modzie, nie będzie też konkurować z nowoczesną stylistyką, ponieważ klasyczne piękno i harmonia są ponadczasowe.

**PRODUCENT:** Mebin



## CORANO

„Corano” to nowoczesne meble na wysoki połysk. Czytelne, oszczędne w wyrazie linie podkreślają minimalistyczny design kolekcji, zaś grafitowe przeszkleń, zamknięte w aluminiowych ramach, nadają lekkość geometrycznym bryłom. Połyskliwe elementy serii „Corano” otulają wnętrza luksusem i nadają przestrzeni wyrazisty charakter.

**PRODUCENT:** Bydgoskie Meble



## CHATAM LIVINGROOM

Galeria Heban wprowadza do swej oferty nowości włoskiej marki Visionnaire Home, przedstawione na „Salone del Mobile 2016”. Wśród nich znalazła się kolekcja „Chatam Livingroom”, którą tworzy imperialna, narożna, wpisana w okrąg sofa „Chatam”, wykonana z perłowej skóry. Ten efektowny mebel z 15 poduszkami udekorowany jest dużymi, złotymi zamkami błyskawicznymi oraz lakierowanymi, złotymi nóżkami, które nadają jej niepowtarzalny, luksusowy, a jednocześnie wyjątkowo nowoczesny charakter. Dopełnieniem sofy jest okrągły stolik kawowy „Charles” z blatem z marmuru „Sahara Noir” i podstawą z beżowej, marmurowej skóry. Elementami zdobniczymi są tu także: złoty zamek błyskawiczny oraz stalowa obroż łącząca oba te elementy.

**DYSTRYBUTOR:** Galeria Heban



## ALDO

W kolekcji „Aldo” (proj. Husarska Design Studio, Jadwiga Husarska-Sobina we współpracy z Magdaleną Paleczną) umiejętnie połączono nowoczesność z klasyką designu oraz funkcjonalnością. Oparcie i tylne nogi modelu wygięte zostały z jednego kawałka drewna bukowego. Ten charakterystyczny element wykonany jest ręcznie w fabryce Pagedu w Jasienicy, która jako jedna z niewielu na świecie kulturywie tradycyjną technikę gięcia drewna na gorąco. Innym nawiązaniem do klasyki jest oparcie w stylu krzesła windsorskiego, z charakterystycznymi szczeblami rozchodzącymi się w kształcie pawiego ogona. Kluczowa funkcjonalność to możliwość sztaplowania – to było główne założenie projektu i największe wyzwanie dla projektantów. Dzięki temu złożone krzesła zajmują niewiele miejsca, co w połączeniu z niezwykle lekką, ale i wytrzymałą formą siedziska sprawia, że „Aldo” perfekcyjnie nadaje się do przestrzeni publicznych. Na kolekcję składa się krzesło oraz stół barowy.

**MARKA:** Paged Collection

# ZOOM NA ŁAZIENKĘ

Choć to przestrzeń intymna, my dziś bez pardonowo otwieramy do niej drzwi i wspólnie z zaproszonymi do tej publikacji ekspertami z branży przedstawiamy najbardziej charakterystyczne trendy w segmencie mebli łazienkowych.

Anna Żamojda



Laminaty HPL można wykorzystać zarówno w strefach mokrych, jak i suchych. „HPL Compact” firmy Pfleiderer doskonale nadaje się do obłożenia ścian w kabinach prysznicowych i okolicach toalet. Dzięki wyjątkowej wytrzymałości na działanie wilgoci, środków chemicznych i uszkodzeń mechanicznych gwarantuje długoletnie, bezproblemowe użytkowanie. „HPL Compact” jest ciekawą alternatywą dla płytek ceramicznych. Układa się go łatwo i szybko, co pozwala na skrócenie czasu realizacji inwestycji. Na zdjęciu laminat w dekorze „Orchidea” o strukturze „Hammer” i blat w dekorze „Dąb Dakota” z oferty firmy Pfleiderer.



Firma Lupus.eu specjalizuje się w produkcji mebli dla odbiorców hurtowych. Ten doświadczony producent mebli łazienkowych przez kilka lat oferował meble pod marką Fila. Pozwoliło to na dalsze sukcesy firmy w realizacji seryjnej produkcji według projektu odbiorcy wysokich serii. Na zdjęciu przedstawiona jest przykładowa kolekcja z wykorzystaniem frontów o klasycznym wzorze, lakierowanych na biały wysoki połysk.

**K**atarzyna Jaros-Puzio, dekorator wnętrz i projektant IKEA, zwraca uwagę na fakt, że łazienka to jedno z najważniejszych pomieszczeń w każdym domu: *To tu każdy z domowników kieruje pierwsze kroki zaraz po przebudzeniu. Dlatego istotne jest, aby przestrzeń ta była nie tylko estetyczna i modna, ale przede wszystkim funkcjonalna i dopasowana do trybu życia, jaki prowadzimy.*

Z obserwacji Agnieszki Rodziejewicz, szefa produktu z działu sanitarnego sieci Leroy Merlin, wynika, że najbardziej widocznym trendem w tym segmencie jest sam fakt niemal „obowiązkowego” posiadania szafki pod umywalkę. *Postumenty i półpostumenty do umywalki coraz wyraźniej odchodzą do lamusa i znajdują zastosowanie głównie w przypadku umywalki stylizowanych i tam gdzie cała łazienka jest aranżowana w stylu nawiązującym do retro (angielskim, prowansalskim) – zauważa. – Meble podwieszane cieszą się coraz większym zainteresowaniem, głównie ze względu na aspekty wizualne i wygodę utrzymania w czystości podłogi. Popularne są także szuflady w szafkach. Fronty z drzwiczkami wybierane* ▷





Meble z serii „Katalonia Sensea” to propozycja sieci Leroy Merlin. Szafka podumywalkowa wyposażona jest w dwie szuflady na prowadnicach z cichym zamykaniem. Meble dostępne są w kolorze białym, czerwonym i czarnym na wysoki połysk.

Umywalka „Corian Peace 7610” firmy DuPont połączona jest bezszwowo z otoczoną nią blatem „Corian Juniper” (z kolekcji „Earth Heritage”), gdzie żyłkowane, niebieskawe-szare tony tworzą intrygujący kontrast z tradycyjną podłogą parkietową. W zestawieniu z ozdobnym kranem tworzy eklektyczne połączenie, odświeżając eleganckie wnętrza miejskiej kamienicy.

**LAMINATY HPL MAJĄ BARDZO SZEROKIE MOŻLIWOŚCI ARANŻACYJNE. DZIĘKI PODATNOŚCI NA ZGINANIE I ELASTYCZNOŚĆ, MOŻNA NIMI OKŁADAĆ POWIERZCHNIE ZAOBLONE (NP. FILARY), A TAKŻE DRZWI. ICH POWIERZCHNIA JEST ODPORNA NA ZARYSOWANIA, ŚCIERANIE ORAZ USZKODZENIA MECHANICZNE, KTÓRYCH WPROST NIE SPOŚÓB UNIKNAĆ W – ZAWSZE PEŁNYCH KOSMETYKÓW I RÓŻNYCH DROBIAZGÓW – ŁAZIENKACH.**  
Jakub Wołodko, product manager Pfleiderer.



Kolekcja mebli i ceramiki „Venticello” firmy Villeroy & Boch charakteryzuje się wyrafinowaną prostotą, oszczędnością form oraz najlepszej jakości materiałami. Idealnie pasuje do minimalistycznych i nowoczesnych wnętrz, ale dzięki dodatkom może też całkowicie zmienić ich charakter. Minimalizm szarych mebli ciekawie współgra z ciepłym odcieniem miedzi, który dominuje w dodatkach: uchwytach, relingach na ręczniki i armaturze. Miedź to też idealny materiał, by nadać wnętrzu styl „glamour”.



„Klasis” marki Defra to stylowe meble łazienkowe, wykonane w całości z drewna olchowego, w niepowtarzalnym, ciepłym odcieniu orzecha. Klasyczne linie brył, mosiężne uchwyty i dekoracyjne zawieszki sprawiają, że meble „Klasis” świetnie zaprezentują się w łazienkach utrzymanych w klimacie retro.



Meble łazienkowe „Kulm” to propozycja firmy Szynaka-Meble.



Kolekcję mebli „Seso” poleca uwagę klientów firma Szynaka-Meble.



Kolekcja mebli nowoczesnych w odważnym, czerwono-białym zestawieniu kolorystycznym to propozycja firmy Lupus.eu. Oświetlenie LED idealnie pasuje do charakterystyki pomieszczenia oraz mebli. Jest to produkt popularny przy seryjnej produkcji.

▷ są głównie w niższym segmencie cenowym, natomiast w średniej i wyższej półce królują szuflady. „Soft-close”, czyli tzw. ciche domyk stał się już niemal standardem. Jest oczekiwany i chętnie wybierany przez klientów.

Paweł Buczkowski, szef sprzedaży w firmie Oristo, podkreśla, że współczesne meble łazienkowe to daleko bardziej zawansowane projekty niż te sprzed kilku czy kilkunastu lat. *Prócz designu, który – jak zauważyliśmy – charakteryzuje się cyklicznością, ważną rolę odgrywają okucia i dodatki ułatwiające zagospodarowanie niewielkiej stosunkowo powierzchni – dodaje.*

### WIZUALNA LEKKOŚĆ

*Projektanci stawiają obecnie na prostotę i oszczędność form, ale także na lekkość, niemal eteryczność mebli – mówi Magdalena Usar, marketing manager w firmie Villeroy & Boch Polska. – Z tego powodu projektuje się szafki podwieszane, które wizualnie zajmują mniej przestrzeni, nie przytłaczają i sprawiają wrażenie delikatniejszych, a dodatkowo idealnie wpasowują się w niewielkie pomieszczenia. Minimalistyczne wnętrza uzupełniają akcenty kolorystyczne, które są w stanie całkowicie zmienić charakter łazienki. Stonowane barwy me-*



Kolekcja „Murcia” marki Defra łączy ciekawe wzornictwo z kompaktową formą, dostosowaną do niewielkich łazienek. Kojarząca się z ruchem wody, wyfrezowana w górnej krawędzi frontu łagodna fala pełni funkcję uchwytu. W serii zastosowano wygodne w użytkowaniu systemy „DefraSoftClose” oraz „DefraPlatinum”. Kolekcja dostępna jest w kolorze białym i czerwonym polysku.

Meble „Flores” firmy Aquaform, dostępne w kolorach białym i „Legno Jasne”, mają prosty design i są kompaktowe, dzięki czemu nie przytłaczają wnętrza. Szafki mają mechanizmy hamujące przy domykaniu i ergonomiczne uchwyty oraz łatwo je utrzymać w czystości. Do konsoli podumywalkowej, dostępnej w wersji prawej i lewej, dedykowana jest ceramiczna umywalka „Kerra” w kształcie miski. W kolekcji znajdziemy także lustro o wymiarach 60x120 cm, również w kolorach białym i „Legno Jasne”.

Kolekcję „Vena Plus” firmy Devo wyróżnia wiodący motyw łagodnej fali na frontach i szufladach. Kompozycja miękkich linii z nowoczesnością bezuchwytywego systemu otwierania frontów pozwoliła wyeliminować dodatkowe zdobienia i uwypuklić osobiłą linię frontów. Przestronne i wygodne w użytkowaniu są szuflady pod umywalką, a sama umywalka jest bardzo funkcjonalna. Istnieje możliwość zastosowania wielokolorowego oświetlenia LED, które doświetla miejsca uchwytu i wewnątrz szuflady. Meble są dostępne zarówno w wielu kolorach jednolitych, jak i w dekorach drewna, co pozwala dopasować je do indywidualnych potrzeb klienta.



### Hieronim Walczak, specjalista ds. mebli łazienkowych w firmie Coram Poland, dystrybutora marek Tiger i Antado:

*Dużym zainteresowaniem cieszą się bezuchwytywe rozwiązania frontów i szuflad, gdzie rolę uchwytów pełnią podcięcia we frontach, przerwy między szufladami, nafrezowania czy rozwiązania typu „push to open”. Brak widocznych uchwytów podkreśla formę mebla i dodaje jej nowoczesnego charakteru. W szufladach szafek podumywalkowych coraz częściej obecne są systemy wewnętrznej organizacji, ułatwiające utrzymanie porządku. Standardem są już zawiasy i prowadnice z systemem cichego domykania, które podnoszą komfort użytkowania mebli. W szafkach nadumywalkowych częściej stosowane są gniazda elektryczne, umożliwiające swobodne korzystanie z urządzeń takich jak suszarka czy gólarzka. Na popularności zyskuje też oświetlenie, zwłaszcza typu LED, wybierane ze względu na energooszczędność. Montowane jest w różnych rodzajach szafek (wiszących, pod umywalkę, regałach), wewnątrz i na zewnątrz. Technologia LED coraz częściej wykorzystywana jest również w przypadku klasycznych lusterek – zarówno do oświetlenia tafli, jak i jej wewnętrznego podświetlenia.*







**KLIENCI POSZUKUJĄ PRZEDĘ WSZYSTKIM SZAFEK PODUMYWALKOWYCH, ALE TAKŻE WIĘKSZYCH, STOJĄCYCH SZAFEK LUB PODWIESZANYCH SŁUPKÓW, KTÓRE POMIESZCZĄ DUŻĄ ILOŚĆ RZECZY. SPORĄ POPULARNOŚCIĄ CIESZĄ SIĘ SZAFKI Z WBUDOWANYMI KOSZAMI NA BIELIZNĘ ORAZ SZAFKI Z SZUFLADAMI.**

Aneta Dziedzina, szef marketingu Grupy Armatura, w skład której wchodzi Aquaform.

Kolekcja „Flow” to najnowsza propozycja firmy Oristo. Łukowe fronty w połączeniu z chromowanymi elementami uchwytu to poszukiwane przez klientów zestawienie. Dedykowane, dostępne w trzech rozmiarach umywalki są autorskim pomysłem firmy, który wraz z meblami został zastrzeżony w Urzędzie Patentowym. Najwyższej jakości okucia i materiały odporne na działanie wody zapewniają niezawodność działania i długie, bezpieczne użytkowanie.



Modułowy system „Strato” hiszpańskiej marki Inbani to połączenie lekkiej i oszczędnej formy, wysokiej jakości wykonania oraz dużych możliwości aranżacji. W kolekcji jest kilkadziesiąt elementów, m.in. szafki, półki, blaty, lustra i akcesoria, które można swobodnie zestawiać, kierując się wymogami funkcjonalnymi i estetycznymi. Fronty mogą być drewniane, szklane lub z lakierowanej płyty MDF. Dwa ostatnie wykończenia dostępne są w wersji błyszczącej lub matowej, w dowolnym kolorze z palety RAL. Można wybrać także rodzaj blatu (marmur „Carrara”, drewniany, lakierowany matowy lub błyszczący, „SolidSurface”, szklany matowy lub błyszczący). Agentem Inbani w Polsce jest Sylwia Szmalec – Inspirownia.

bli mogą być ożywione np. modną miedzią, która może nadać pomieszczeniu (w zależności od akcesoriów) zarówno styl „glamour”, jak i „industrial”, a nawet retro. Z drugiej strony widać też silne odwołania do natury: w kolorystyce, formach, materiałach. Często pojawia się także oświetlenie, które dodaje meblom charakteru i lekkości, a dodatkowo jest bardzo funkcjonalne (w podświetlanych szafkach łatwiej odnaleźć poszukiwane rzeczy). Ważną rolę odgrywa też wielofunkcyjność mebli – aby mądrze wykorzystać dostępną przestrzeń projektanci tworzą regały na rolkach, stołki z szufladami czy panele prysznicowe z miejscem do przechowywania.

W opinii Eweliny Dąbrowskiej, specjalisty ds. sprzedaży w firmie Devo, obecnie w tym segmencie dominuje połączenie funkcjonalności z prostotą i wysoką jakością wykonania. Klienci poszukują przede wszystkim rozwiązań łączących estetykę z funkcjonalnością – podkreśla. – Modne są meble oszczędne w formie, które nadają pomieszczeniu nowoczesny styl. Konsument zwraca uwagę również na detale – dokładne wykonanie i oryginalne wykończenie.

Na istotny aspekt zwraca uwagę Emilia Cichocka, DuPont protection solutions, A&D relations manager Poland w firmie DuPont Surfaces (Corian): *Meble łazienkowe przede wszyst-*



Na kolekcję „Legato” firmy Villeroy & Boch składają się szafki podumywalkowe, wysokie i boczne. Oświetlenie LED zamontowane do szafek podumywalkowych powoduje, że umywalki nabierają lekkości i zdają się unosić nad blatem. Tradycyjne uchwyty zastąpiono wąskimi, frontowymi wgłębieniami, które pozwalają na wygodne otwieranie szuflad i drzwiczek. Optymalną organizację przestrzeni wewnątrz szafek zapewniają szklane przegrody i pojemniki na drobiazgi. Fronty mebli dostępne są aż w dziesięciu kolorach („Glossy White”, „Santana Oak”, „Stone Grey”, „Glossy Grey”, „Oak Graphite”, „White Matt”, „Terra Matt”, „Elm Impreso”, „White Wood” i „Black Matt Lacquer”).



Kolekcja „Wave” (prod. Antado, dystr. Coram Poland) wzorniczo oparta jest na motywie fali, która widoczna jest zarówno w kształcie ceramicznej umywalki, jak i w rysunku frontów. W skład serii wchodzi dwie szafki pod umywalkę, regał wysoki (z drzwiami i szufladami), szafka wisząca oraz regał niski. Rolę uchwytów spełniają w szafkach „grzbiety fali”. Meble dostępne są w trzech wariantach kolorystycznych (biały połysk, szary mat, grafit mat). Wykonane są z lakierowanego MDF-u (front) i płyty meblowej (boki). Zestaw można wzbogacić o podświetlane lustro LED.



**Sylwia Szmalec, Inspirownia, agent marki Inbani:**

Trendy w modzie, architekturze i wzornictwie są podobne. Także segment mebli łazienkowych podąża za globalnym kierunkiem, który wyznacza estetyka, funkcjonalność, ekologia i styl życia. Od strony projektowej łazienka jest coraz bardziej oszczędna i minimalistyczna – dominują lekkie i proste bryły mebli oraz modułowe kolekcje, pozwalające na indywidualną aranżację przestrzeni. Producenci oferują rozwiązania „skrojone na miarę”, tj. dostosowane do indywidualnych potrzeb użytkowników i ograniczeń architektonicznych.



Meble „Merida” (prod. Aquaform) dostępne są w dwóch wariantach kolorystycznych: biel i dąb oraz biel i „Legno Jasne”. Oba doskonale wpisują się w aktualne trendy aranżacji wnętrz w naturalnych, jasnych barwach, powiększających optycznie przestrzeń. Występują w trzech rodzajach („Merida Pojedyncza”, „Merida Podwójna” i „Merida Asymetryczna”), odpowiednich do łazienek o różnych wymiarach. W kolekcji są też: lustro, wysokie szafki i funkcjonalny przyborek na kółkach. Meble wyróżniają się wysoką jakością wykonania. Mają zwiększoną odporność na wilgoć, mechanizmy spawalniące przy dymkaniu i gładkie, łatwe do utrzymania w czystości powierzchnie.



Kolekcja „Silver” firmy Oristo funkcjonuje na rynku polskim i europejskim od ponad roku i cały czas notuje wzrost zainteresowania klientów. Jej powstanie to spłot kilku wizji i wyznacznik swoistego kierunku w dbałości o detale designerskie. Subtelne połączenie dodatków i charakterystycznego kształtu wkomponowanego we front uchwyty odzwierciedla trendy w dzisiejszej produkcji, również u konkurentów. Szeroka gama rozmiarów mebli pozwala odnaleźć w ofercie Oristo idealne rozwiązanie do własnej łazienki.



Tradycyjna seria „Silverån” z oferty IKEA powstała z myślą o małych łazienkach. Kolekcja oferuje wszelkie niezbędne meble, od szafek narożnych po ławy ze schowkiem, pozwalające wykorzystać każdy kąt łazienki. Szafki występują w różnych szerokościach i głębokościach, dzięki czemu nawet najmniejsza przestrzeń zostanie zagospodarowana. Niezwykle przystępne ceny pozwoliły na maksymalne oszczędności. Meble dostępne są w dwóch wariantach kolorystycznych – białym i jasnobrązowym.



Do produkcji mebli widocznych na zdjęciu wykorzystano płytę laminowaną firmy Pfeleiderer w dekorze „Dąglezja”.

▷ kim powinny być wytrzymałe i odporne na panującą w tych pomieszczeniach wilgoć, na brud i bakterie oraz grzyby.

Z obserwacji Macieja Maciejewicza z firmy Lupus.eu wynika, że w meblach łazienkowych w dalszym ciągu przeważa kolor biały. Najczęściej klienci decydują się na wykończenie w połysku, w połączeniu z nowoczesnym uchwytem. Oczekują również oświetlenia LED – dodaje. – W produkcji seryjnej rzadko pojawiają się odważne kolory. Decydują się na nie klienci detaliczni, szukający wyróżnienia. Standardem stało się już natomiast stosowanie przewodnic szufladowych i zawiasów z systemem cichego dymkania.

Zdaniem Anety Dziedziny, szefa marketingu Grupy Armatura, w skład której wchodzi Aquaform, trendy dotyczące łazienek są nierozzerwalnie związane z trendami w wystrój wnętrza: Ponieważ nadal modny pozostaje styl skandynawski, minimalizm i nowoczesność, ciągle bardzo popularne są łazienki w bieli i neutralnych kolorach, a także z elementami drewna i naturalnego kamienia. Wybierane są zarówno fronty na wysoki połysk, jak i matowe. Kolory to przede wszystkim biel, ale również okleiny imitujące naturalne odcienie drewna, a także, choć w mniejszym stopniu, zdecydowane, nasycone kolory, jak bordo, fiolet czy czerń.



Hieronim Walczak, specjalista ds. mebli łazienkowych w firmie Coram Poland, dystrybutora marek Tiger i Antado, stwierdza natomiast, że *ponadczasowym kolorem mebli łazienkowych był, jest i zapewne długo jeszcze będzie biały*. Podkreśla, że meble w tym wykończeniu nie tylko wyglądają elegancko, ale są też uniwersalne estetycznie i pasują do większości łazienkowego wyposażenia oraz aranżacji. *Na znaczeniu traci czerni, która jeszcze kilka sezonów temu była bardzo modna, zyskują za to szarość i odcienie grafitu – barwy łagodniejsze estetycznie, a równie eleganckie jak biel i czerni – dodaje.* – *Producenci sięgają też po kolory odważne (fiolet, czerwień) lub pastelowe (wanilia, beż). Często stosowanym rozwiązaniem jest również multikolor (korpus mebli w innym kolorze, front w innym, najczęściej kontrastowym), w którym meble prezentują się świeżo i atrakcyjnie.*

O aktualnych trendach kolorystycznych mówi też Sylwia Szmalec, agent w Polsce hiszpańskiej marki Inbani: *O ile rok temu najpopularniejsze były różne odcienie szarości połączone z bielą, czernią i drewnem, w tym sezonie nowością są barwy jasne, pastelowe. Delikatne i kobiece kolory wprowadzają do pokoi kąpielowych lekkość, optymizm i przytulność.* Do

Serię „Wave” poleca uwadze klientów sieć sklepów Leroy Merlin. W jej skład wchodzi: słupek (wysokość – 118, szerokość – 35, głębokość – 25 cm) oraz szafka pod umywalkę w dwóch wymiarach (szerokość – 61 lub 46 cm, wysokość – 58, głębokość – 35 cm). Fronty mebli są białe, lakierowane w wysokim połysku i ze strukturą fali, natomiast korpusy oferowane są w kolorze ciemnego orzecha.



Kolekcja „BowI” hiszpańskiej marki Inbani jest kobieca, subtelna i delikatna. Zaprojektowana jak biżuteria przez Arika Levy zachwyca troską o każdy detal i zaskakuje kontrastem pomiędzy formą, przestrzenią i materiałem. Podstawę wzorniczą stanowi połączenie czystej bieli, cienkiego metalu oraz detali z marmuru – szlachetne, eleganckie i jednocześnie funkcjonalne. W skład kolekcji wchodzi umywalki wolnostojące i nablatowe, półki i postumenty pod umywalkę, lustra wiszące i stojące, stojaki na ręczniki oraz wielofunkcyjne kosze łazienkowe. Poszczególne elementy mogą funkcjonować w przestrzeni jako samodzielne wyspy lub razem, jako elementy przemyślanej kompozycji. Agentem Inbani w Polsce jest Sylwia Szmalec – Inspirownia.

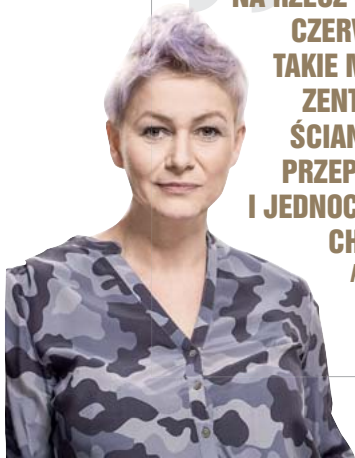
Czysta, geometryczna stylistyka mebli „Items” (prod. Tiger, dystr. Coram Poland) spodoba się zwłaszcza zwolennikom minimalizmu. Mają zwartą, kompaktową formę, którą podkreśla brak uchwytów i klasyczna kolorystyka: biel, czerni i wykończenie drewnopodobne. W wersji białej dostępne są dwa wykończenia (półmat, wysoki połysk), w czarnej jest wyłącznie wysoki połysk, natomiast „Dąb Milano” to powierzchnia matowa. W zależności od wykończenia meble są wykonane z lakierowanego MDF-u lub płyty laminowanej. Szufłady i drzwi wyposażono w system cichego domykania „Soft Close”, który podnosi komfort użytkowania i przedłuża żywotność produktu.

**NAJNOWSZYM TRENDEM JEST EKSTRAWAGANCKIE ODEJŚCIE OD BIELI NA RZECZ ODWAŻNYCH KOLORÓW: CZERWIENI, CZERNI, ZIELENI. TAKIE MEBLE DOSKONAŁE PREZENTUJĄ SIĘ NA BIAŁYM TLE ŚCIAN I PODŁÓG, STANOWIĄC PRZEPIĘKNY BARWNY AKCENT I JEDNOCZEŚNIE UWYDATNIAJĄ CHARAKTER WŁAŚCICIELI.**

*Katarzyna Świątek, kierownik działu marketingu w firmie Deftrans.*



„Hennes” (oferta IKEA) to połączenie tradycyjnego wyglądu mebli z nowoczesnymi rozwiązaniami. Na kolekcję składa się wiele pomysłowych produktów: zaczynając od regałów, poprzez wysoką szafkę z lustrem, a kończąc na ławie z półką do przechowywania. Wszystko po to, by w prosty sposób zorganizować łazienkę, niezależnie od jej metrażu. Pełnowymiarowe, głębokie, wykonane z litego drewna szufłady wyposażono w funkcję cichego domykania. Szufłady są całkowicie wysuwane. Przegrody pozwolą poukładać ręczniki, przybory do makijażu i inne drobiazgi. Meble „Hennes” występują w dwóch kolorach – ciemnobrązowym i białym.





Seria „Viva” firmy Devo charakteryzuje się ciekawym wzorem dzięki zabudowie kubaturowej. Modułowa budowa sprawia, że – w zależności od potrzeb – słupek można dowolnie konfigurować. Przestrzeń pomiędzy modułami zagospodarowana jest przez szufladki, dzięki czemu wykorzystana jest nawet najmniejsza powierzchnia użytkowa (co jest istotne dla przechowywania drobnych akcesoriów łazienkowych). Kolekcja jest dostępna w kilku kolorach w strukturze drewna. W zestawie są umywalki ceramiczne o różnych kształtach i wymiarach. Meble z tej serii dostępne są również w wersji do postawienia.

„Spektra Ceramic” (prod. Antado, dystr. Coram Poland) to szafki podumywalkowe w nowych rozmiarach oraz z nowymi, ceramicznymi umywalkami, uzupełniające kolekcję „Spektra”. Dostępne są we wszystkich dekorach kolekcji podstawowej („Fino Grafit”, „Stare Drewno”, „Szary Połysk Wolfram Grey”, „Dąb Samba”). Wykonano je z foliowanego MDF-u. W standardzie wyposażone są w zawiasy i prowadnice z systemem cichego domykania. Kolorystyką i formą świetnie komponują się z elementami kolekcji „Spektra”, w której znajdują się szafki podumywalkowe, regały, szafki nadumywalkowe, umywalki dolomitowe i lustra.



▷ skonalnie wyglądają w duecie z perłową szarością, naturalnym drewnem, białym marmurem lub wciąż modną miedzią.

### POWRÓT DO PRZESZŁOŚCI

Na inny trend zwraca uwagę Katarzyna Świętek, kierownik działu marketingu w firmie Deftrans: *W ostatnim czasie obserwujemy powrót do wnętr elementów w stylu lat 50. i 60. Coraz więcej osób docenia piękno, wielofunkcyjność i prostotę formy mebli określanych mianem retro, eksponując je w swoich wnętrzach. Są to zarówno poddane renowacji meble z poprzedniej epoki, ale też te stworzone w XXI w., inspirowane wzorami wybitnych projektantów sprzed pół wieku. Równie pięknie meble w stylu lat 60. prezentują się w łazienkach, zachwycając naturalnymi dekorami, prostą linią i soczyście barwnymi dodatkami. Polacy, jako niezwykle sentymentalny naród, doceniają klasyczne drewniane meble we wnętrzach, wprowadzając je także do przestrzeni łazienkowych. Ciepłe barwy orzecha, wyjątkowa struktura naturalnego drewna, mosiężne uchwyty, dekoracyjne zawiasy dodają elegancji i klasy nawet najmniejszej łazience.* ◀



Meble „Studio” (prod. Tiger, dystr. Coram Poland) reprezentują styl nowoczesny, w wersji minimalistycznej: bryły szafek są idealnie gładkie i błyszczące, a uchwyty mają formę krótkich relingów. Nowoczesną estetykę podkreślają wykończenia: błyszcząca biel, naturalny dąb „Dąb Chalet” i orzech. Meble wykonane z foliowanego MDF-u oraz markowych płyt meblowych, licowanych eleganckimi okleinami dekoracyjnymi. W standardzie zawierają udogodnienia użytkowe, takie jak prowadnice i zawiasy z systemem cichego domykania.

Gładkie linie umywalki „Corian Serenity” firmy DuPont, zainstalowanej na ramie ze stali i „Corian Deep Sable”, tworzą wrażenie wyrafinowania. Na nastrojo- wym oświetleniem staje się centralnym punktem łazienki.

**ŁAZIENKI MAMY W POLSCE NIEWIELKIE, A W STARSZYM BUDOWNICTWIE CZĘSTO NIESTETY NIEUSTAWNE. DLATEGO W BLOKOWYCH ŁAZIENKACH KRÓLUJĄ SZAFKI UMYWALKOWE W SZEROKOŚCI 60 CM I CORAZ POPULARNIEJSZE – 50 CM. ALE NAWET W TYCH STOSUNKOWO NIEWIELKICH FORMATACH KLIENCI CHCĄ MIEĆ WYBÓR GŁĘBOKOŚCI SZAFKI – RÓWNYM UZNANIEM CIESZĄ SIĘ ZARÓWNO PŁYTSZE – 38-40 CM, JAK I STANDARDOWE O GŁĘBOKOŚCI OK. 45-47 CM.**

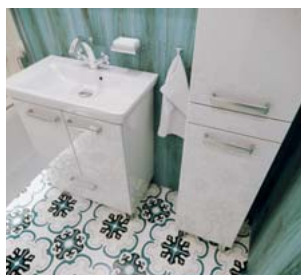
*Agnieszka Rodziewicz, szef produktu, dział sanitarny Leroy Merlin.*





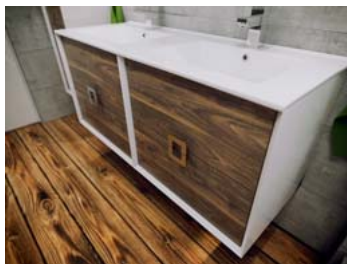
# Piękno to suma detali

Dla firmy Deftrans bieżący rok jest wyjątkowy – ten polski producent mebli łazienkowych obchodzi 20-lecie działalności. Najnowsze kolekcje z oferty firmy są kwintesencją tego, z czym Deftrans jest kojarzony – najnowszych technologii oraz funkcjonalnego, a przy tym modnego wzornictwa.



**Capri**  
Idealna dla miłośników prostej, klasycznej formy we wnętrzach. Szeroka gama brył pozwoli zaaranżować łazienkę w nietuzinkowy sposób. Zaokrąglone krawędzie uchwytów wysmuklają bryłę, a system cichego domykania (DefraSoftClose) poprawia komfort użytkowania. Dopelnieniem kolekcji jest dopasowana do małych łazienek wąska umywalka „Porto”.

**Amura**  
Smukłe, lakierowane na wysoki połysk korpusy mebli „Amura” zamykają fronty wykonane z pięknego dekoru. Geometrię brył oddają oryginalne, chromowane uchwyty oraz specjalnie dobrane umywalki. To propozycja dla osób ceniących niepowtarzalny smak.



**Latte**  
Kolekcję wyróżniają nowoczesne, regularne kształty szafek w różnorodnej paletce barw. Błyszcząca biel, naturalny buk truflowy, elegancji orzech select oraz czekoladowy teak marine to kolory, które każdego dnia dodadzą ci energii i pobudzą do działania.



# OD NATURY DO ELEGANCJI I DETALU

Naturalność, elegancja i ranga detali. Tak najkrócej można podsumować propozycje wyposażenia łazienkowego, pokazanego na tegorocznej wystawie „Living Interior” podczas styczniowych targów IMM Cologne.

Barbara Sojko



Bogaty w różnorodność bryły zestaw „Cadence” (prod. Ethnicraft, Belgia) pozwala atrakcyjnie i funkcjonalnie zaaranżować małą i dużą łazienkę. Meble wykonane zostały z drewna dębu, co dodaje ich prostym formom autentyczności, ciepła i naturalności.

Misę wanny „Otaku” tworzą pasy prasowanego forniru pokryte materiałem polimerowym, dzięki czemu jest ona wodoodporna i wytrzymała. Wpisana została w stalową ramę co nadało całości nowoczesny szlif. Twórca wanny – izraelski designer Tal Engel, czerpał inspirację z tradycyjnych azjatyckich technik budowania łodzi.



Podstawową zaletą przenośnego lustra jest szybkie jego ustawienie zgodnie z potrzebami użytkownika. W każdej chwili można go postawić tam gdzie właśnie jest potrzebne. Dodatkową wartością luster „Splinter” (proj. Nendo, prod. Conde House Europe, Niemcy) jest ujmująco prosta estetyka.

Otwarta konstrukcja szafki pod umywalkę jest tyleż praktyczna co interesująca. Wykonana z naturalnego drewna i przykryta grubym kamiennym blatem tworzy stabilną podstawę – w tym przypadku – dla dwóch umywalk, a zarazem zdobi i wzmacnia naturalny klimat łazienki. Fot. Keramag.



## NATURALNIE?... NATURALNIE!

Inspiracje czerpane wprost z natury są w łazience... naturalne. To trend, który trwa od dawna i nie tylko nigdy nie przemienie, ale i umacnia się z sezonu na sezon. Dlaczego tak bardzo cenimy naturalność w łazience? Bo tutaj, jak w żadnym innym wnętrzu, niemal organicznie odczuwamy związki ze środowiskiem i czujemy, że jesteśmy jego częścią. Naturalne kolory, naturalne materiały, naturalne formy to wszystko pozwala czuć się swobodnie, a jednocześnie intymnie.



Pojemników, koszyków, skrzynek itp. w łazience nigdy za wiele. W naturalny trend idealnie wpisują się kosze „Fibra” (prod. Ames, Niemcy) zaprojektowane przez Sebastiana Herknera. Zostały one wyplecione z trawy esparto, dziko rosnącej powyżej 2.600 m n.p.m. i farbowanej barwnikami z natury.





Meble w łazience potrafią intrygować. Nieco magiczny, a przy tym przestrzenny charakter ma „Immu” – satynowa szafka osadzona na ażurowej czarnej podstawie z aluminium (prod. Deftrans, Polska). Dedykowane jej lustra „Tafla” (proj. Oskar Zięta) potęgują te wrażenia.

## SALONOWY SZYK

Łazienka jak salon... Nie ma w tym ani cienia przesady... Zgodnie z tym trendem wnętrze ma być funkcjonalne, wyposażone w bogaty zestaw urządzeń i przyborów sanitarnych, a jednocześnie trochę na pokaz, wykorzystujące triki projektowe i palety kolorystyczne właściwe reprezentacyjnym przestrzeniom. Salonowa elegancja podnosi status łazienki w hierarchii domowych wnętrz.



Grafitowo-szare odcienie to sprawdzony sposób na salonową aranżację łazienki. Żółte akcenty w postaci np. umywalki czy pojemników na kosmetyki to wysmakowana „kropka nad i”. Kolekcja umywarek „Artis” (prod. Villeroy & Boch, Niemcy) od tego roku występuje w nowych kolorach, inspirowanych naturą i zmieniającymi się porami roku.



Elegancki wieszak na ręczniki itp. utensylia, jak np. „Julia” z Casa Collection (prod. Giorgio Armani, Włochy), może całkowicie odmienić oblicze łazienki. Obok designerskiego wyglądu wyróżnia go prosta, łatwa w obsłudze konstrukcja oraz mobilność.

W kolekcji „Xeno2” z ekskluzywnego programu Keramag Design (prod. Keramag, Niemcy), obok ceramiki sanitarnej, dostępne są także różnorodne meble. Spójne stylistyczne stanowią nie tylko użyteczne, ale i estetyczne wyposażenie łazienki. Głęboką szufladę z przegródkami w umywalkowej szafce docenią nie tylko kobiety.



Salonowego charakteru doda pokojowi kąpielowemu stojąca lampa. Dzięki niej można wykreować intymny nastrój, tak niezbędny np. podczas relaksującej kąpieli w wannie. Na zdjęciu: lampa „47” z oferty niemieckiej firmy Balada & Co.



Nowa bateria prysznicowa z serii „Axor One” (prod. Axor Hansgrohe, Niemcy) jest bardzo elegancka w formie, wielofunkcyjna i komfortowa w użytkowaniu. Aby zaświecić jednak pełnym blaskiem potrzebuje przestrzeni i szarografitowego otoczenia.

## PIERWSZY PLAN DLA DETALI

Całość robi wrażenie, ale detal przyciąga uwagę. Zwłaszcza w łazience ta idea nabiera szczególnego wymiaru. Wystarczy światło wydobywające się zza lustra, nietypowy wieszak, zmnożone półki czy subtelny żart projektanta, aby uczynić łazienkowe wnętrze indywidualnym, naznaczonym osobowością czy poczuciem humoru jego właściciela. Ranga detali to niezależny od mody trend, który towarzyszy wszystkim stylom aranżacji łazienek.

Świetnym przykładem oryginalnych, a przy tym praktycznych rozwiązań do łazienki jest szafka podumywalkowa „Intro” (prod. Deftrans, Polska). Jej forma to kombinacja otwartych i zamkniętych geometrycznych elementów, które tworzą spójną estetycznie całość.

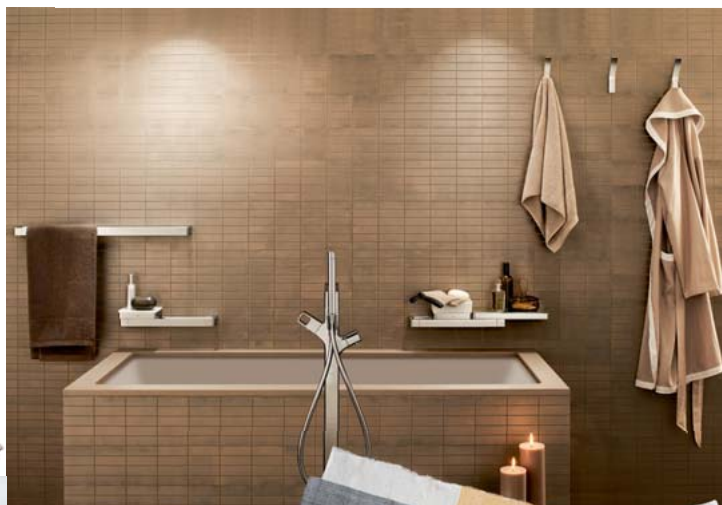


Aksesoria łazienkowe „Axor Universal” (prod. Axor Hansgrohe, Niemcy) pozwalają na użyteczną aranżację przestrzeni wokół wanny. Dzięki nim wszystkie przybory mają stałe miejsce i są zawsze w zasięgu ręki. Znaczenie ma również ich przyjazne, nie rozpraszające uwagi wzornictwo.



Z jednej strony uniwersalizm, z drugiej najwyższa funkcjonalność. Meble z rodziny „Xeno2” (prod. Keremag, Niemcy) nie narzucają się ani swą formą – proste kubiki, ani barwą – biel na wysoki połysk. Ich prawdziwa wartość kryje się za frontami – to wyspecjalizowane wnętrza, stojące na straży ład i porządku wśród łazienkowych bibelotów.

Trudno o bardziej prosty i jednoznaczny kształt stojącego wieszaka. Jednak jego „rozszczipione” zwieńczenie jest prawdziwym majstersztykiem. Wieszak „Splinter” to dzieło znanego projektanta Nendo, a znajduje się w ofercie Conde House Europe (Niemcy).



Redesign ściany każdego dnia umożliwia „now! mag” (prod. Hürlsta, Niemcy). Jest to zestaw składający się z magnetycznych płyt oraz akcesoriów, takich jak pudełka-półki, zaczepy i lusterka. Dzięki nim łazienka staje się ultra-elastyczna, bo układy elementów na tablicy można zmieniać bez żadnych ograniczeń.



Dywaniki „Nobsa” zaprojektowane przez Sebastiana Herknera (prod. Ames, Niemcy) wyróżniają się nietypowością. Przyciągają uwagę mixem barw, niestandardowym obrysem i ogólnym wrażeniem, jaki wywołują. Fot. Andreas Valbuena.



# PEWNOŚĆ DYSKRECCJI W PRZYPLÝWIE EUFORII

Wiele wody musi upłynąć, by przekonać wszystkich nieobecnych na targach Salone Internazionale del Bagno, że łazienka to nie tylko przestrzeń intymna, przeznaczona do dbania o ciało. To miejsce, które poprawia nastrój i podnosi poziom hormonu szczęścia w organizmie. Pobyt w Mediolanie nie pozwala wskazać dominującego trendu w aranżacji łazienek. Tęsknimy i za naturą, i za stylem industrialnym, uwodzi nas czerń, ale wokół siebie chcemy widzieć kolory, marzymy o relaksie i oczywiście o złocie.

Anna Szypulska



Mała rodzina stolików-tac „Tray”, zaprojektowanych dla Inbani przez duet: Daniel Debiasi & Federico Sandri, może być stosowana zarówno obok wanny lub umywalki, ale także gdziekolwiek indziej w łazience. Proste tace spoczywają na stojakach o różnych wysokościach. Fot. Angel Segura.

Detale, które tworzą obraz kolekcji „Calix”, proj. Gian Vittorio Plazzogna, prod. Novello, dają jednocześnie poczucie harmonii i lekkości, prostoty i wyrafinowania. Nowe laminaty symulują cztery różne odcienie dębu i trzy naturalne kolory kamienia.

## BLISKOŚĆ NATURY

Na pytanie: jaka jest Twoja wymarzona łazienka? coraz częściej udzielamy odpowiedzi: taka, która czerpie inspiracje z natury, jest wykończona drewnem i urzeka harmonią form, synergią barw i struktur.



Punktem wyjścia do powstania serii „Wood-e” marki Regia, której przedstawicielem w Polsce jest firma Gres, był pomysł wykorzystania litego drewna w sposób podkreślający jego naturalną strukturę i niepowtarzalność. Każdy element został wykonany przez stolarza ręcznie, z wielką precyzją. Kunstz starej szkoły obróbki drewna podkreślają schowki wkomponowane w blat, które stanowią tym samym nowoczesny akcent. Podczas projektowania serii „Wood-e” zgodnie z wytycznymi klienta, kawałek drewna zamienia się w coś ekskluzywnego i niepowtarzalnego.



„La Fenice” marki Arcom łączy nowoczesny styl, elegancję i lekkość. Modułowa konstrukcja opiera się na szerokiej gamie rozmiarów i wykończeń, począwszy od 44 matowych kolorów aż do barwionego dębu.

## NURT INDUSTRIALNY

Strefa wpływów stylu industrialnego sięgnęła łazienek. Rozciągnął się nad nimi potężny front, któremu towarzyszą szarości i metale. Nie przeszkadza on jednak w poszukiwaniu nowych kształtów i materiałów, wprost przeciwnie – sprzyja zmianom.

„Container” został zaprojektowany przez Cosmic jako rekonceptualizacja kolekcji, która nie tylko zrewolucjonizowała sektor łazienek w 2003 r., ale też dała początek nowemu trendowi. Twórcy: architekt Xavier Claramunt i projektant wnętrz Miquel de Mas, opracowali koncepcję zainspirowaną ideą prostoty zakorzenionej w elegancji kształtów i materiałów.



Gołębie szarości i niebanalne struktury to główne wyróżniki kolekcji „NK 08” firmy Compab.



Devon & Devon czerpie inspirację z najbardziej klasycznej tradycji anglosaskiej i proponuje małą szafkę łazienkową „Harry Junior”. Kontrastujące ze sobą biel i czerń oraz czarne linie, w które zostały oprawione białe, pojedyncze drzwi, czynią ten mebel eleganckim i praktycznym.



Pomysł na kolekcję „Isole”, którą Marco Piva zaprojektował dla firmy Lithea, zrodził się z powiązań między historią i architekturą Sycylii. Koncepcja projektowa odnosi się do przedmiotów i ozdób, które znajdowały się w pokojach ze strefami wellness w barokowych pałacach i willach sycylijskich. Fot. Thomas Pagani.

W skład kolekcji „Raster” marki Agha wchodzi elementy metalowe pomalowane w trzech modnych kolorach: bieli, antracycie i rdzy.



**PROJEKT „ISOLE” ZOSTAŁ ZAINSPIROWANY FASCYNUJĄCYMI, LOKALNYMI MATERIAŁAMI, KTÓRE MÓWIĄ O INTENSYWNYCH PRZEMIANACH GEOLOGICZNYCH, JAKIE WYSTĘPOWAŁY NA WYSPIE, GENERUJĄC NOWE Kształty W PRZYRODZIE.** Marco Piva, projektant „Isole”.





Kolekcja „Val”, zaprojektowana dla marki Laufen przez Konstantina Grcica sprawdza się w urządzonych w stylu minimalistycznym układach łazienkowych.



**W CAŁYM PROCESIE TWÓRCZYM WIELE RZECZY ODBYWA SIĘ RÓWNOLEGLE. TO INTENSYWNY CZAS BADANIA PRAWIE WSZYSTKIEGO, CO MOŻE BYĆ ISTOTNE DLA PROJEKTU. JAKO PROJEKTANCI DYSYONUJEMY PEWNYM DOŚWIADCZENIEM, ALE PRZEDE WSZYSTKIM CHCEMY PATRZEĆ NA PRZEDMIOTY BEZ ŻADNYCH UPREDZEŃ.** *Konstantin Grcic, projektant kolekcji „Val” dla marki Laufen. Fot. Markus Jans.*

## W KLIMACIE NOIR

Spomiędzy dystygowanej elegancji i nurtu industrialnego, z chęcią podążania za aktualnymi tendencjami, wyłania się surowa, stylowa, tajemnicza... łazienka spowita w czerni. To odwaga czy ekstrawagancja? A może wygoda?

„Qualitime Black” to wyrafinowana propozycja firmy Ethnicraft, stworzona z myślą o miłośnikach niebanalnych konstrukcji. Fot. Nicolas Schimp.



W kolekcji Kartell by Laufen uwagę zwracają czarne matowe wykończenia oraz elementy w kolorze spalonej szarości.



Kolekcję „Blok” marki Cosmic charakteryzuje wszechstronność i zdolność spełnienia różnych potrzeb. Zapewnia ona możliwość tworzenia kombinacji w nieskończonej liczbie rozmiarów, kolorów i wykończeń. Propozycja z powodzeniem łączy w sobie nowoczesność z funkcjonalną konstrukcją, która może przystosować się do bardzo różnych środowisk.

„K.one” to ekskluzywne meble marki RiFra, które zaskakują innowacyjną grą chromatycznych wykończeń i kształtów, tworząc wyjątkowy efekt wizualny.

## ABSOLUTNE MINIMUM

We wnętrzach łazienek coraz częściej dąży się do ograniczania liczby ekspozowanych elementów. W aranżacji ma dominować przejrzystość, a kluczowe stają się wysokiej jakości materiały.

Kolekcja „OOH!” marki Planit została stworzona, by znaleźć się w samym sercu łazienki. Marco Devigili zaprojektował wszystko w taki sposób, iż korzystanie z poszczególnych elementów za każdym razem dostarcza niezapomnianych wrażeń.



„Giunone”, kompaktowa i elegancka kolekcja Edoné, pozwala zaoszczędzić miejsce, przy okazji dysponując szeroką gamą materiałów i wykończeń. Propozycję wyróżnia wysoki stopień personalizacji, a jednocześnie troska o środowisko naturalne.

Giulio Gianturco zaprojektował dla Makro „Hidden Wireframe”. System, który przypomina eleganckie drewniane pudełko, dopiero po otwarciu ujawnia swoją prawdziwą tożsamość.

Sebastian Herkner, projektant kolekcji „Plateau” dla marki Ex.t. Fot. Federica DiGiovanni

Kolekcja łazienkowa „Plateau”, stworzona przez niemieckiego projektanta Sebastiana Herknera dla marki Ex.t., inspirowana jest ideą gry, ale też eksperymentów z kształtami i kolorami, w celu utworzenia zbioru produktów, które są stylowe, praktyczne i uniwersalne.



„Puro” marki Milldue to modułowy system, który oferuje szeroką gamę rozwiązań, jednocześnie pozostając wierny ideom projektowania. Minimalistyczny i elegancki design został wzbogacony szlachetnymi powierzchniami i ostrymi jak brzytwa geometrycznymi formami.



## STREFA RELAKSU

Przestrzenne łazienki stają się pokojami kąpielowymi. W strefie SPA warto znaleźć czas na relaks dla ciała oraz ducha.



Cechami charakterystycznymi kolekcji „Him”, którą dla marki Zucchetti wymyślił duet w składzie Ludovica i Roberto Palomba, są kompaktowość i opływowy kształt.

Ludovica i Roberto Palomba, projektanci kolekcji „Him” dla Zucchetti. Fot. Enrico Costantini.

Zaprezentowana w Mediolanie przez markę Cosmic kolekcja „The Grid”, proj. Ricarda Ferrera, to przykład inspiracji architekturą, dialogu między równoległymi liniami. Przypomina puzzle, gdyż składa się z wielu kawałków, które pasują do siebie, zapewniając jednocześnie maksymalną funkcjonalność.



Fragment ekspozycji firmy Idea Group podczas tegorocznej edycji Salone Internazionale del Bagno w Mediolanie.



„Time and Moment” to projekt, który Sertan Özbudun wykonał dla wiodącej tureckiej marki Vitra. Designer próbował zaprojektować przestrzeń, w której można odzyskać wspomnienia z najbliższymi. Jego celem było stworzenie miejsca umożliwiającego korzystanie z dobrych chwil w łazience.

„Tao” marki Stocco jest na wskroś współczesną koncepcją systemu mebli łazienkowych, która trafnie interpretuje tendencje rynkowe, zachowując równowagę pomiędzy minimalistycznymi kształtami i innowacyjnym wzornictwem.



## MOC KOLORÓW

Gdy za oknem bywa szaro, tęsknimy za kolorami, a wystarczy je zaprosić do łazienki. Nic tak nie pobudza do działania w godzinach porannych, jak przyjemność czerpana z pobytu w odważnie zaaranżowanej łazience.



„Pollock” marki Arcom umożliwia pełną swobodę aranżacji przestrzeni, korzystania z wielu rozwiązań i materiałów, połączonych ze sobą za pomocą mocnej koncepcji. Kreatywność projektu wyrażona została zarówno w kontrastach, jak i w harmonii kształtów.



Jednym z dwóch nowych produktów Novello jest „Drop”. Gian Vittorio Plazzogna starał się zatrzeć granice między łazienką i pokojem do prania, suszenia oraz prasowania.



Szafka podumywalkowa z serii Kartell by Laufen.



Materiały i kolory wykorzystane w serii „Juke Box” marki Regia, której przedstawicielem w Polsce jest firma Gres, oznaczają odejście od sztampowych trendów oraz zerwanie z panującym w ostatnich latach minimalizmem. Wszystkie meble w kolekcji wykonane są z wzorzystego klonu, a jego naturalny wzór został podświetlony błyszczącym lakierem poliestrowym.





System „Tailor”, który zaprojektował ekscentryczny Alessandro La Spada jest w stanie samodzielnie opowiedzieć swoją historię, Kolekcja wyznacza ewolucję filozofii marki Milldue.

„Magnifica” jest jedną z najnowszych kolekcji wyposażenia łazienek marki Scavolini, którą zaprojektował architekt Gianni Pareschi. Stanowi ona wyrafinowane połączenie tradycyjnego smaku i uroku nowoczesności, tworząc ekskluzywną i elegancką oprawę łazienki. Fot. Paolo Zitti.



„Mirage” to kreacja wymyślona dla Pomd’or przez utalentowanego projektanta jakim jest Eugeni Quitllet. Magiczny efekt zanurzenia w wyrafinowanej atmosferze to zasługa elementów wykończenia, które łączą złoto, różowe złoto i chrom z innymi materiałami.

**GEOMETRIA WNOSI WARTOŚĆ WIZUALNĄ, POZWALA OSIĄGNAĆ POZIOM WYRAFINOWANIA. PROJEKT JEST BARDZO SKOMPLIKOWANY, NIE RYZYKUJE JEDNAK PRZENIESIENIEM DO CZASÓW BAROKU.**

*Eugeni Quitllet,  
projektant kolekcji  
„Mirage”.*

Niestandardowy złoty kolor pojawia się w projektach duetu w składzie Ludovica i Roberto Palomba dla Kartell by Laufen.

## ZŁOTE CZASY

Gorączka złota we wnętrzach trwa. Blask szlachetnego kruszcu nadaje luksusowy charakter każdej łazience, bez względu na to czy pojawia się na bateriach, umywalce, lustrze czy meblach.

Marka Maison Valentina prezentowała w Mediolanie unikalną na rynku ekskluzywnych łazienek koncepcję. Celem pojawienia się takich materiałów, jak mosiądz, marmur, drewno i szkło jest zaferowanie wysokiego poziomu komfortu.





**mgr inż. PIOTR DOMAŃSKI**

*Autor pracował m.in. w Fabryce Mebli Famos, Warexpo, CHZ Polimex-Cekop, Furnel Interantional Ltd., Stolbudzie Warszawa, Nowym Stylu i IMA Polska (w tej ostatniej firmie w latach 2005-2014 był prezesem Zarządu). Od 2014 r. prowadzi własną firmę konsultingową dla branży meblarskiej.*

# Okiem specjalisty, czyli o usługowej produkcji mebli

**System usługowej produkcji mebli jest najstarszym stosowanym rozwiązaniem. W końcu zakłady były pierwszym producentem mebli, dopiero później powstały fabryki, ze swoimi standardowymi i tanimi wyrobami. Jak powinien być zorganizowany zakład usługowej produkcji mebli w obecnych czasach, a jak w przyszłości? Problemem tym zajmuję się od wielu lat w swoim życiu zawodowym. I jeśli powiedziałbym Państwu, że mam jednoznaczne rozwiązanie, to nie byłoby to prawda.**

**N**ie ma tu jedynej i słusznej drogi rozwoju zakładu produkującego usługowo meble wg indywidualnych projektów, można jedynie spróbować sformułować zasady, które trzeba dostosować do indywidualnych przypadków. Postawmy sobie najpierw pierwsze pytanie: *Czego oczekuje klient zlecający wykonanie mebli zaprojektowanych indywidualnie?*

Postaram się odpowiedzieć na to pytanie w kolejności ważności poszczególnych punktów (wg mojego uznania):

1. Krótkiego terminu realizacji zlecenia
2. Dotrzymania ustalonego terminu realizacji
3. Bezpośredniego kontaktu z osobą decyzyjną
4. Pełnej szacunku obsługi
5. Właściwie przygotowanej oferty z opisem i wizualizacją mebli w 3D
6. Wysokiej jakości produktu i gwarancji dobrego wykonania
7. Umiarkowanej ceny (wcale nie najniższej).

Czym powinien dysponować producent chcący produkować usługowo meble, aby spełnić powyższe wymagania? Wymieniłbym tutaj takie kwestie, jak:

1. Wysoka kultura osobista własna i pracowników

2. Umiejętność nawiązywania i utrzymania z klientem relacji opartych na zaufaniu
3. Dostęp do wszystkich technologii spotykanych w branży meblarskiej (przy czym nie musi ich sam mieć, może współpracować ze sprawdzonymi dostawcami tych technologii)
4. Współpraca z doświadczonymi zespołami projektantów
5. Pracownicy o dużych umiejętnościach stolarskich i umiejętności obsługi komputera, systemów komputerowych oraz obrabiarek sterowanych CNC (podobno dzisiaj jest to niemożliwe; moim zdaniem – możliwe, są to jednak pracownicy wymagający dużego szacunku we współpracy oraz właściwego wynagrodzenia)
6. Systemy informatyczne CAD do przygotowania oferty oraz dokumentacji technologiczno-produkcyjnej
7. Zorganizowany system dostaw różnych materiałów
8. Zorganizowany system funkcjonowania działań operacyjnych – sprzędaż, zaopatrzenie, technologiczne przygotowanie produkcji i produkcja, kontrola jakości
9. Maszyny i urządzenia, które są przedstawiane automatycznie, szybko i precyzyjnie – a więc sterowane CNC

10. Dobre zespoły pracowników wyposażonych we właściwe narzędzia wykonujących montaż mebli u klienta.

Być może można by do tej listy wymagań dołożyć jeszcze kilka punktów – ja nie mam nic przeciwko temu.

Zwracam uwagę, że dopiero na pozycji 9. umieściłem obrabiarki i urządzenia sterowane CNC. Dlaczego? Moja odpowiedź jest następująca: widziałem wiele firm wyposażonych w najnowocześniejsze obrabiarki i urządzenia CNC, a jednak funkcjonujących niewłaściwie.

Co to znaczy „niewłaściwie”? To znaczy bez organizacji wewnętrznej, wykonujące zlecenia klientów nieterminowo, dostarczające meble o nie najwyższej jakości. Musimy sobie powiedzieć jedną zasadniczą prawdę: TO LUDZIE TWORZĄ FIRME, a nie budynki i maszyny. Oczywiście ja jako doradca nie mam wpływu na bardzo wiele ww. punktów. Mogę jedynie zwracać na te aspekty uwagę. Stąd w niniejszym artykule skoncentruję się na tym, w czym mogę pomóc.

## **WŁAŚCIWY SYSTEM INFORMATYCZNY**

Ogólnie mówiąc w zakładach usługowej produkcji mebli mamy do czynienia z dwoma rodzajami zleceń. Pierwszy rodzaj to zlecenia raczej mebli o typowej konstrukcji o niestandardowych wy-



miarach i wymagających różnorodnych materiałów i okuć. Drugi rodzaj – to meble całkowicie o niestandardowych konstrukcjach, wymagające dostępu do różnych technologii występujących w branży meblarskiej.

Pierwszy rodzaj dotyczy produktów mniej marżowych i prostszych. Krótko mówiąc są to np. meble kuchenne, których korpusy wykonywane są z płyty wiórowej laminowanej z frontami oklejonymi folią PCV, lakierowanymi lub drewnianymi z wykorzystaniem specjalistycznego wyposażenia.

Dla przygotowania ww. zlecenia sensowne jest wykorzystanie informatycznego oprogramowania będącego w zasadzie konfiguratorem. Program ten ma gotową bibliotekę konstrukcji szafek, dla których należy zdefiniować wymiary, materiały i okucia. W ten oto szybki sposób powstanie konstrukcja mebla, którą można przedstawić klientowi w wymiarze 3D jako pojedynczy lub zestaw jako kompozycję.

Dlaczego tego typu konfigurator? Jest niedrogi w zakupie, można się szybko nauczyć jego stosowania, wykonanie oferty dla klienta i dokumentacji technologiczno-produkcyjnej jest bardzo szybkie, a czas to koszt. Konfigurator bez problemu wykona nam automatycznie kalkulację materiałową, napisze programy CAM na centrum obróbcze lub wiertarkę CNC oraz we współpracy z programem optymalizacji cięcia płyty napisze program na pilarkę lub centrum CNC nesting dla cięcia formatki meblowych.

Dla drugiego rodzaju produktów (meble całkowicie o niestandardowych konstrukcjach, wymagające dostępu do różnych technologii występujących w branży meblarskiej) niezbędne jest posiadanie profesjonalnego programu CAD-CAM, tak aby móc opracować własną konstrukcję mebla lub mebli i na tej podstawie przygotować ofertę, a następnie po otrzymaniu zlecenia dokumentację technologiczno-produkcyjną obejmującą swoim zakresem kalkulację materiałową, listę materiałów, optymalizację cięcia płyty, rysunki elementów (konieczne), rozstrzelony rysunek mebla plus program CAM. Przygotowanie oferty i następnie dokumentacji wymaga już więcej czasu.

Zdaję sobie z tego sprawę, że wnikliwie czytający ten artykuł czytelnik zapyta: *a co z pracochłonnością?*

W przypadku produktów pierwszego rodzaju – mamy do czynienia z technologią raczej standardową, stąd są tu dwie metody. Pierwsza bazująca na doświadczeniu osoby kalkulującej (materiały x wskaźnik). Druga wymagająca określenia minutowego kosztu stanowiska i jego wydajności plus narzuty.

W przypadku produktów drugiego rodzaju sytuacja jest bardziej skomplikowana, stąd w fazie składania oferty opierałbym się na wskaźniku wynikającym z wcześniejszego doświadczenia, a dopiero po otrzymaniu zamówienia dążyłbym do znormalizowania poszczególnych operacji technologicznych w oparciu o koszty i wydajności poszczególnych stanowisk, a w przypadku całkowicie nietypowych operacji – na założeniach. Dla tego rodzaju wyrobów marża powinna być na tyle wysoka, że ryzyko ewentualnego błędu nieznacznie by ją obniżało.

#### FUNKCJONOWANIA DZIAŁÓW OPERACYJNYCH

W zakładzie, w którym w ciągu jednego dnia realizowanych jest kilka zleceń produkcyjnych konieczne jest posiadanie systemu informatycznego, który co najmniej będzie koordynował i integrował pracę działów: sprzedaży, zaopatrzenia, technologicznego przygotowania produkcji, oraz co najmniej kontroli realizacji zleceń produkcyjnych. W przypadku mniejszych zakładów, realizujących 2-3 zlecenia w tygodniu, możliwa jest jeszcze kontrola ludzka ▶

# SEMACO

SEWING MACHINES TRADING COMPANY

## Maszyny do tapicerki meblowej

Maszyny do szycia skóry i grubych materiałów

Pikowarki ramowe i wieloigłowe

Doradztwo techniczno-technologiczne

Specjalistyczne oprzyrządowanie do maszyn



Systemy przygotowania i zarządzania produkcją

Konstrukcja, fotodigitalizacja szablonów

Import plików z formatu DXF AutoCAD

Wysokowydajne, automatyczne planowanie rozkroju

Optymalizacja zużycia materiałów

Dokumentacja techniczna, kalkulacja kosztów

Obsługa zleceń produkcyjnych

Profesjonalne plotery atramentowe i wycinające



## Nowoczesna krojownia

Urządzenia i lagowarki do wydajnego warstwowania materiałów do rozkroju

Katery do automatycznego rozkroju nakładów jedno- i wielowarstwowych także skór, pianek i włóknin

Stoły krojce z poduszką powietrzną lub taśmociągami

Urządzenia wspomagające proces rozkroju



Kraków, os. Szkolne 19A, tel.: 12/6432588  
 Katowice, ul. Krakowska 87, tel.: 32/2009060  
 Łódź, ul. Legionów 97, tel.: 42/6371824  
 sprzedaz@semaco.com.pl

[www.semaco.com.pl](http://www.semaco.com.pl)

▷ albo prosty system kontroli materiałów i realizacji zleceń na poszczególnych stanowiskach lub buforach między stanowiskami.

Szybki dostęp do informacji na temat realizacji zlecenia produkcyjnego jest bardzo istotnym elementem dla terminowego jego wykonania. Dla systemu produkcji widziałbym tu dwie propozycje:

1. Realizuję każde zlecenia w całości i następnie zaczynam następne. Zaletą tego systemu jest duża pewność co do realizacji całego zlecenia oraz wyeliminowanie tzw. kompletacji elementów przed montażem lub wysyłką. Wadą – zmniejszona wydajność materiałowa o 2-3% i nieco mniejsza wydajność obrabiarek i urządzeń wynikające z bardzo częstego ich przestawiania.
2. Łączę zlecenia klientów, tak aby wydłużyć serię. Uzyskujemy nieco większą wydajność materiałową oraz wydajności maszyn i urządzeń.

nie pracuje. Przyjmijmy, że czas wprowadzenia danych do komputera pilarki to 10 minut, a liczba wprowadzanych programów – 20 na zmianę. W takim układzie pilarka pracuje tylko 280 minut na pełen czas zmiany (480 minut). A wystarczy, że program optymalizacji cięcia powstanie automatycznie w biurze i zostanie przesłany siecią informatyczną bezpośrednio do sterowania pilarki wraz z listą zleceń, a czas przestawienia na nowy program skróci się np. do 1 minuty.

Istotnym elementem jest również dysponowanie programem optymalizacji cięcia płyty z tzw. modułem gospodarowania resztkami płyt. W jednostkowej produkcji zawsze powstaje bardzo dużo resztek płyt, które powinny być w przyszłych zleceniach brane pod uwagę.

### CENTRUM OBRÓBCZE CNC NESTING

Od czasu kiedy urządzenia te produkowane są w Polsce i ich poziom tech-

### OKLEINIARKA WĄSKICH PŁASZCZYZYN

Co nam z okleiniarki wąskich płaszczyzn, w której zmiana grubości obrzeża wymaga przestawiania bardzo wielu oprzyrządowań i agregatów: liniał, wstępne frezowanie, strefa docisku, prowadzenie obrzeża na wysokość, wymiana obrzeża, agregat profilowego frezowania wzdłużnych krawędzi, agregat kopiowania naroży, cyklina profilowa? Zmiana ustawienia oraz wykonanie próbnych elementów to jest dla okleiniarki jednostronnej min. 15 minut x 10 przestawień na zmianę, czyli 150 minut.

Stosując okleiniarkę ze sterowaniem CNC wystarczy jedynie zmierzyć grubość obrzeża, a reszta przestawia się automatycznie. Czas przestawiania maks. 1 minuta, czyli tylko 15 minut dla 15 przestawień. Przy dobrze ustawionej maszynie nie ma konieczności wykonywania próbnych elementów.

### CZAS PRACY I PRZESTOJU PILARKI

Pilarka	Ręczna optymalizacja Czas w minutach	Automatyczna optymalizacja Czas w minutach
Czas wprowadzania listy elementów do sterowania maszyny	10	1
Liczba wprowadzonych zmian w ciągu zmiany	20	20
Łączny czas przestoju pilarki w minutach na zmianę	200	20

### CZAS PRACY I PRZESTOJU OKLEINIARKI

Okleiniarka	Ustawianie ręczne Czas w minutach	Ustawianie automatyczne Czas w minutach
Czas ręcznego przestawiania okleiniarki w minutach	15	1
Liczba przestawień w ciągu zmiany	10	10
Łączny czas przestoju okleiniarki w minutach na zmianę	150	10

Natomiast wzrasta mi pracochłonność związana z koniecznością kompletacji elementów przed montażem lub wysyłką.

### SZYBKIE I PRECYZYJNE PRZESTAWIANE URZĄDZENIA

W zasadzie odpowiedź jest prosta – oczywiście obrabiarki i urządzenia sterowane CNC. W usługowej produkcji mebli wydajność za wszelką cenę nie ma takiego znaczenia jak możliwości technologicznego wykonania. Technika CNC daje nam bardzo dużą dokładność wymiarową elementów niezależną od obsługi, szybkie czasy przestawiania, wysoką i powtarzalną jakość elementów, szczególnie w przypadku okleiniarki wąskich płaszczyzn.

### PILARKA PANELOWA

Co nam z pilarki panelowej wyposażonej w sterowanie CNC, kiedy optymalizacja cięcia płyt wykonywana jest przez pracownika obsługującego ręcznie na klawiaturze, a pilarka w tym czasie po prostu

nie pracuje. Jest porównywalny z techniczną propozycją firm zachodnich rozwiązanie to od strony inwestycyjnej nie jest już ograniczone barierą cenową.

Co nam daje nesting? Nie mamy ograniczenia, tak jak w przypadku pilarki, wynikającego z konieczności cięcia płyty na pasy. Jest więc o wiele większa elastyczność cięcia formatek o różnych wymiarach bez ograniczeń, wyeliminowany zostaje tzw. banan (nie ma pasów), istnieje dodatkowa możliwość wykonywania wierceń pionowych. Wadą jest cena frezu diamentowego oraz jego żywotność – maks. 12 tys. mb rzazu (może jednak być mniejsza w przypadku piasku w płycie wiórowej), większa strata na rzazie (18 mm zamiast 3,4 mm). Z drugiej strony są większe możliwości technologiczne oraz bardzo duża dokładność elementów meblowych.

Moim zdaniem metoda cięcia nesting bardziej nadaje się do systemu produkcji mebli przy realizacji osobnych zleceń.

Problem optymalizacji – tak jak w pil-

### WIERTARKA CNC LUB CENTRUM OBRÓBCZE CNC

Dla produkcji usługowej mebli, szczególnie kiedy zamiast pilarki miałyby się do dyspozycji centrum CNC nesting, proponowałbym wiertarkę pionową zamiast centrum obróbczego. W przypadku centrum obróbczego dla każdej zmiany wymiaru elementu trzeba zmieniać ustawienie belek stołu i ssawek, a to zawsze jest ok. 3-5 minut. W przypadku wiertarki jest to tylko czas wyboru programu obróbczego w komputerze.

Najlepszą propozycją są tu wiertarki pionowe – niedrogo od strony inwestycyjnej. Sugerowałbym jednak, aby element był mocowany na dwóch zaciskach.

Oczywiście dla bardziej skomplikowanych układów technologicznych polecałbym pilarki stolarskie z wychylną piłą ustawiane za pomocą osi NC, podobnie frezarki dolnowrzecionowe, strugarki czterostronne, pilarki poprzeczne optymalizujące itd.

Problemów z właściwą organizacją zakładu usługowej produkcji mebli jest jeszcze bardzo wiele. Wspomnę tylko o takich kwestiach, jak m.in.: organizacja każdego stanowiska obróbczego, okleiniarka z powrotem czy bez?, jaki transport wewnętrzny dla elementów meblowych, a jaki dla płyt?, jak zorganizować magazyn resztek płyt?, jak zorganizować bufory i ustawić maszyny?, co z odpyleniem?, jakie przyjąć wielkości wydajności poszczególnych obrabiarek i urządzeń?

Te problemy są często rozwiązywane we współpracy klientów z takim doradcą jak ja. ◀



# MIRIADY MOŻLIWOŚCI

Rosnącą popularność technologii zadruku cyfrowego, która daje nieograniczone możliwości personalizowania projektów mebli i wnętrz, można zaobserwować w różnych segmentach branży meblarskiej.

Anna Żamojda



Różnorodne obrazy umieszczone na frontach szaf z drzwiami przesuwными firmy Maridex nadadzą każdemu wnętrzu niepowtarzalny charakter. Meble wykonane z płyty laminowanej dostępnej w czterech kolorach („Śliwa Wallis”, „Kasztan Wenge”, „Dąb Sonoma” i białym) oraz dwóch szerokościach (155 i 205 cm).

**D**igital Print HPL oferuje architektom i projektantom proste i niezawodne narzędzie ekspresji artystycznej – przekonuje Joanna Zawadzka, menedżer ds. sprzedaży i marketingu w firmie Abet, dystrybutora marki Abet Laminati, która

technologię druku cyfrowego na laminacie stosuje od 1996 r. – Technologia ta pozwala na wyprodukowanie laminatu w indywidualnie zaprojektowanym wzorze. Możliwości takie, wykorzystywane przy produkcji nośników reklamy i informacji wizualnej, równie często są stosowane przez architektów, jako środek przydający danej realizacji wyjątkowość i niepowta-

rzalność. Proces realizacji zamówienia jest nieskomplikowany i nie wymaga ilości minimalnych. Laminat z nadrukiem cyfrowym jest idealny również dla wymagających zastosowań, gdzie istotna jest odporność na promienie UV. Spełnia on europejskie normy pod względem odporności na ścieranie, działanie ciepła i wilgoci, a także na uderzenia i zarysowania. ▸



W prezentowanej sypialni wykorzystano grafikę na szkle z wzorem dmuchawca. W szafie zastosowano system oparty na profilu aluminiowym „Onyx” firmy Komandor.



Firma Ruke wprowadziła do oferty nowy model lustra „Mosaic” (53x63 cm), bazujący na zadruku cyfrowym. Szklana tafła z osadzoną grafiką z modnym motywem mozaiki została wykorzystana jako podkład dla srebrnego lustra. Ten prosty zabieg pozwolił na uzyskanie oryginalnego efektu. Na tej samej zasadzie można tworzyć lustra z dowolną grafiką wybraną przez klienta, co daje nieograniczone możliwości wzornicze.

Sofa „Trendy” firmy Libro wyposażona jest w funkcję spania i pojemnik na pościel. Nadruk imituje przód amerykańskiego krążownika szos. Siedzisko i oparcie mebla zbudowane jest na bazie wysokich sprężyn bonnellowych (12 cm).

Sofa „Play Punky” z poduchami drukowanymi (nadruk imituje kurtkę ramoneskę z pinsami) to propozycja firmy Libro. Wyposażona jest w funkcję spania i pojemnik na pościel. Siedzisko i oparcie zbudowane na bazie wysokich sprężyn bonnellowych (12 cm).



„Reflection” z kolekcji „Digital Visions” firmy Schattdecor doskonale oddaje moment i uczucie lekkości oraz przemijalności. Ciekawa, barwna kolorystyka tworzy fascynującą, niepowtarzalną atmosferę.



„Batik” firmy Schattdecor, będący patchworkiem złożonym z barwnych kafelków, doskonale prezentuje możliwości zadruku cyfrowego. Ta kombinacja różnych struktur graficznych i harmonizujących ze sobą tekstur tworzy dynamiczną, przykuwającą wzrok kompozycję. Obserwator ciągle odkrywa nowe elementy rysunku. Wielość barw sprzyja powstawaniu interesujących kontrastów. W postaci folii można ten wzór wykorzystać w wielu rozwiązaniach meblowych.

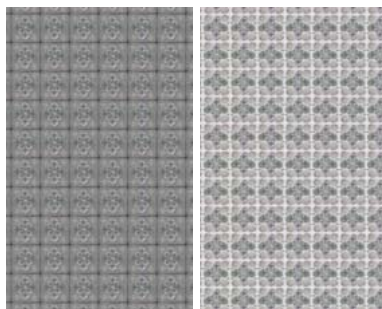


Grafika na szkle z wzorem liter to propozycja firmy Komandor. System drzwi przesuwanych oparty jest na profilu aluminiowym „Heliodor”.



Prezentowane zdjęcia dekoru „Sosna Szkołcka” z oferty firmy Impress pokazują siłę druku cyfrowego. W dwadzieścia minut grafik może z naturalnego drewna sosnowego przygotować białone drewno ze stemplowanymi napisami i włączyć drukowanie.

„Freelancer” (proj. Maja Palczewska, prod. Interprint) to oryginalna i przyciągająca wzrok kompilacja rombów, która jednak nie kojarzy się z przewidywalnym, geometrycznym układem. Mimo uporządkowania, dekor zadziwia różnorodnością i dynamizmem. Efekt ten osiągnięto dzięki utrzymaniu elementów w kilku barwach i wzorach – fantazyjnych (paski, kropki, kreski, figury geometryczne), a także odwzorowujących rysunek naturalnego kamienia. Przewodnią kolorystyką jest biel i szarość, przeplatana i ożywiana jasnym dekorom drewnopodobnym, wyraźnie odcinającym się od pozostałych wzorów.



Odwzorowująca niewielkie, kwadratowe kafelki „Ariadna” (proj. Maja Palczewska, prod. Interprint) to propozycja dla tych, którzy szukają wzorów nietuzinkowych, ale zarazem subtelných. Symetryczny układ geometrycznych form ożywiają finezyjne rysunki kwiatów uporządkowanych w sposób gwarantujący harmonię i spokój. Delikatność rysunku podkreśla kolorystyka. W obu wersjach – jaśniejszej i ciemniejszej – dominują delikatne szarości, beże i złamane biele, które zostają ożywione gdzienigdzie wtrąconymi pastelami.



Obecnie cała kolorystyka Impressu jest przygotowywana cyfrowo. Dekor, zanim trafi na maszynę produkcyjną bądź laboratoryjną, jest drukowany na ploterach przystosowanych do druku na papierze rotograviurowym. Technologia ta umożliwia szybki wybór właściwych odcieni spośród kilkudziesięciu propozycji. Gdyby odbywało się to metodą tradycyjną trzeba by było zamiast jednego dnia spędzić nad projektem co najmniej tydzień. Impress Decor przygotowuje dekory do druku cyfrowego. Bardzo dobrym przykładem jest kolorowa „Lisboa”. Dzięki obróbce elektronicznej można dopasować wymiar dekoru oraz kolor i charakter powierzchni, np. dodać pięknie postarzające ten wzór przetarcia.

▷ Zdaniem Danuty Pawlik, menedżera ds. marketingu w firmie Schattdecor, oferującej zadruk cyfrowy od 2011 r., jego zaletą jest, obok możliwości tworzenia unikatowych wzorów, produkcja krótkich serii. W przeciwieństwie do wkłótdruku, gdzie zlecenia liczone są w tysiącach m<sup>2</sup>, tutaj oferujemy zadruk nawet kilkunastu czy kilkudziesięciu metrów – podkreśla. – Zadruk cyfrowy daje niezliczone możliwości – począwszy od projektów fotorealistycznych, a skończywszy na strukturach graficznych we wszystkich wariantach kolorystycznych. To właśnie dlatego kolekcja „Digital Visions by Schattdecor”, którą aktualnie

tworzy ponad 200 wzorów, umożliwia idealne kształtowanie powierzchni wewnętrznych i zewnętrznych, frontów meblowych, drzwi, stołów, wnętrz szaf, lad sklepowych czy podłóg.

Interprint wykorzystuje druk cyfrowy w produkcji papierów dekoracyjnych od wiosny ub.r. Usługę tę pragniemy oferować nie tylko producentom mebli, ale także klientom związanym z rynkiem kontraktowym i wyposażeniem wnętrz publicznych, bowiem ta technologia daje unikalne możliwości tworzenia indywidualnych projektów dla dużych obiektów handlowych czy sportowych, dla sieci lokali gastronomicz-

nych, hoteli, sklepów czy punktów usługowych – mówi Sylwia Lasota, kierownik marketingu w firmie Interprint. – Architekt lub projektant wnętrz może stworzyć samodzielnie lub we współpracy z naszym biurem projektowym dowolny wzór, idealnie dopasowany do koncepcji projektowej danego obiektu. Nie bez znaczenia jest tu także wynikająca z przemysłowej skali cena – znacznie niższa niż w przypadku jednostkowego zadruku cyfrowego.

Technologia ta stosowana jest również na tkaninach. Druk cyfrowy nie ma ograniczeń co do wielkości raportu, jak to jest w przypadku druków realizowanych meto-



dą tradycyjną „na mokro” – zauważa Filip Andrzejewski, specjalista ds. marketingu w firmie Davis, która stosuje ją od 2013 r. – *Tkaniny drukowane cyfrowo mają o wiele lepsze wyniki na tarcie suche i mokre. Producenci mebli tapicerowanych mogą zlecić wydrukowanie poszczególnych elementów mebli łącznie z zaznaczeniem paserów, wskazujących gdzie należy wyciąć je na produkcji. Dodatkowo, jakość druku cyfrowego jest bardzo dobra.*

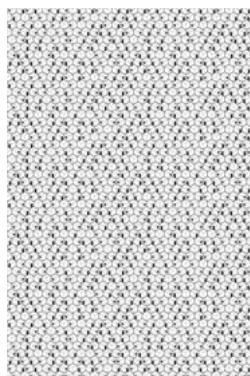
Edyta Świątek, dyrektor handlowy w firmie Lech, która możliwość indywidualnego nadruku tkanin wprowadziła na początku ub.r., zwraca uwagę na fakt, że dzięki nowoczesnej technologii transferu można przenieść dowolny zaprojektowany wzór na niemalże każdą tkaninę poliestrową. *Otwiera to przed producentami, architektami i osobami, które przeprowadzają renowacje mebli nowe możliwości. Jeśli dodamy do tego wysoką jakość i trwałość wydruku oraz nieskończone możliwości wzornictwa, rozwiązanie to może absolutnie zrewolucjonizować rynek tekstylny – stwierdza.*

Firma Libro stosuje zadruk cyfrowy na szeroką skalę od 2011 r. *Byliśmy pierwszą firmą na rynku polskim, a może również w Europie, która wykorzystwała tę technologię w meblach tapicerowanych w specyficznym sposób – podkreśla Grzegorz Kalinowski, dyrektor handlowy firmy Libro. – Polegało to na tym, że poduchy oparciowe sofy „Play” zawierały elementy grafiki łączące się w jeden obraz po ułożeniu poduch na sofie. Patrząc na rozwój tej kolekcji i pokrewnych modeli w naszej ofercie, a także na ilość firm naśladowujących lub wręcz kopiujących nasze wyroby można stwierdzić, że popularność druków cyfrowych rośnie, zwłaszcza w meblach dziecięcych i młodzieżowych. Główną zaletą są niskie koszty wdrożenia takiego nadruku i praktycznie brak minimum produkcyjnego. Daje to możliwości posiadania w ofercie bardzo wielu nadruków, dostosowanych do różnych gustów i zainteresowań klientów.*

Duże zainteresowanie zadrukiem cyfrowym można zauważyć w segmencie szkła, chętnie stosowanego m.in. na frontach szaf z drzwiami przesuwными. Zdaniem Anny Wróbel, projektantki mebli z firmy Komandor, w ofercie której szkło z grafiką znajduje się od ponad pięciu lat, cyfrowe nadruki na frontach szaf to idealne rozwiązanie, by wydobyc indywidualny charakter wnętrza. *W zależności od preferencji właściciela można dobrać wzór, który będzie odpowiadał jego zainteresowaniom. Nasi klienci mają również możliwość wykorzystania własnego zdjęcia na frontach szaf, dzięki czemu można jeszcze bardziej spersonalizować wnętrze – puentuje. ◀*



Tkanina z wzorem „Vintage Carpet” z oferty firmy Davis dostępna jest w różnych wersjach kolorystycznych.



Wzór z kolekcji „Parade” (proj. Giulio Iacchetti, prod. Abet Laminati).



Florystyczny wzór na tkaninie „Aster Blume” to propozycja firmy Davis.

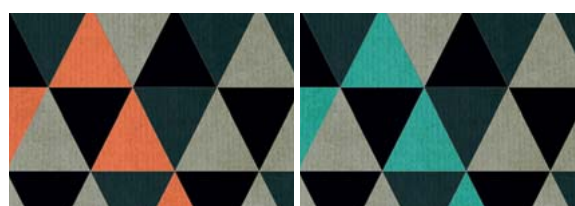


Okładziny ścienne z laminatu, na który nadrukowano wzór z żurawiami z oferty firmy Abet Laminati wykonano w Ośrodku Radioterapii w Kaliszu (proj. arch. Anna Malicka).



„Sevilla” to nadruk wykonany na tkaninie „Malaga” z oferty firmy Lech. Skład chemiczny materiału – 100% PES, gramatura – 280 g/m<sup>2</sup>, szerokość – 148 cm ± 2 cm, odporność na ścieranie – 25 tys. cykli.

„Mercure” to nadruk wykonany na tkaninie „Orion” z oferty firmy Lech. Skład chemiczny materiału – 100% PES, gramatura – 285 g/m<sup>2</sup>, szerokość – 145 cm ± 2 cm, odporność na ścieranie – 30 tys. cykli.



Firma Ruke od trzech lat zajmuje się produkcją „Monoglassu”, czyli zadruku cyfrowego osadzanego w taflach szkła. Produkt od początku cieszył się popularnością, a w ostatnim roku jego sprzedaż wzrosła o ponad 100%. „Monoglass” najczęściej wykorzystywany jest jako wypełnienie w aluminiowych profilach szaf i szafek kuchennych oraz jako szklane panele między szafkami. Grafiki drukowane są w wysokiej rozdzielczości 1.400x720 dpi, która zapewnia wysoką jakość obrazu i głębię koloru. Dodatkowym plusem jest nieścieralność grafiki oraz trwałość i wytrzymałość na czynniki zewnętrzne. Szkło stanowi 100% ochronę przed zabrudzeniami i wilgocią.



# O DESIGNIE ZE SMAKIEM

W drugiej połowie maja, architekci i projektanci wnętrz zaproszeni przez białostocką firmę Wiór mieli okazję poznać walory lokalnej kuchni, ale i najlepsze smaczki polskiego designu. Nie zabrakło też akcentów na światowym poziomie.

Diana Nachiło



W miłej atmosferze można było porozmawiać o rozwiązaniach zaprezentowanych w salonie ekspozycyjnym firmy Wiór.



Imprezę „Cudze chwalicie, swego nie znacie” z wdziękiem poprowadziła Katarzyna Pawłowska, Foorni.

Tylko dr Krystyna Łuczak-Surówka potrafi tak interesująco i ze smakiem opowiadać o designie.



O włoskiej idei projektowania kuchni można było porozmawiać z Christianem Pinese z firmy Barazza.



Warsztaty przyrządzania regionalnych potraw zamieniły się w prawdziwy kulinarny show.



Alina Tomaszewska z firmy Sevroll System przekazuje tytuł autoryzowanego partnera handlowego Mieczysławowi Kostro, współwłaścicielowi firmy Wiór, dystrybutora materiałów i akcesoriów do produkcji mebli takich marek, jak: Blum, Pfleiderer, Sevroll, Peka, Drewpol, Häfele, Barazza, Falmecc, Sibiu, Restol, Zobal, Fulgor, Schöck, Smeg.



Gotowanie z Franke to jedna z atrakcji spotkania.

Firma Blum zaprezentowała nową szufladę Movento Tip-On Blumotion.



Grzegorz Kurak, właściciel firmy Center Mebel, prezentuje nowy kosz cargo firmy Inoxa (z prowadnicami firmy Blum).



3 czerwca w białostockim oddziale firmy Center Mebel odbyła się prezentacja najnowszych rozwiązań dla stolarzy i producentów mebli pod hasłem Open Day.



# OPEN DAY W CENTER MEBEL



Roman Klejzerowicz (w środku) opowiada o najnowszych propozycjach firmy Egger.



Wśród prezentowanych produktów firmy Gamet był m.in. uchwyt UU15 z kolekcji „Hantle”, nagrodzony w organizowanym przez miesięcznik „BIZNES meble.pl” konkursie „Diament Meblarstwa 2016”.

Interesujące nowości i prezentacje, miła atmosfera, smaczny catering... Open Day w zgodnej opinii gości był udaną imprezą.



Zainteresowaniem gości cieszyły się narzędzia firmy CMT.



Na Open Day pojawili się nie tylko stolarze i producenci mebli, ale także architekci i projektanci wnętrz.



# ArchiDay z wiosennym zastrzykiem wiedzy i energii



Dr Krystyna Łuczak-Surówka – historyk i krytyk designu – przeprowadzała transmitowane na żywo na platformie archidesk.pl wywiady z przedstawicielami zaproszonych marek, architektami oraz projektantami, m.in. z Rafałem Hampel (Axor).

Prelekcje, warsztaty, szkolenia, konsultacje, interakcje z produktami i mnóstwo czasu na rozmowy – tak najkrócej można opisać ArchiDay Wiosna 2016. A wszystko jednego dnia – 21 kwietnia br., w jednym miejscu – przestrzeni kreatywnej Babka w Warszawie. Organizatorem i pomysłodawcą tego bezprecedensowego spotkania architektów i projektantów wnętrz była Grupa Domideco.



Olga Kisiel-Konopka (OKK) i Daniel Welfel (Andrew Lucas London w Polsce).



Przestrzeń OKK! Design.

Yassen Hristov, fotograf wnętrz i architektury w akcji! Warsztat fotograficzny odbył się dzięki wsparciu Centrum Fotografów Polskich.



Dr Krystyna Łuczak-Surówka podczas prelekcji pt. „Wprost z Mediolanu” podzieliła się wrażeniami z tegorocznej edycji Salone Internazionale del Mobile.



Uczestnicy warsztatu z projektowania parametrycznego pod okiem Adriana Krężlika składali zaprojektowany wcześniej fotel.



Jak zwykle ogromnym zainteresowaniem cieszyły się warsztaty.

foto: CYKADA STUDIO



Od lewej: Daniel Fituch (InteliHOUSE), Ewa Mierzejewska (dziennikarka prasowa i telewizyjna), Rafał Hampel (Axor).



Liveact airbrushing w wykonaniu Bartka „MrPainOne” Bujanowskiego. Widzowie mogli zobaczyć, jak odmówić stary mebel czy spersonalizować nowy. Efekt pracy artysty, obraz o wymiarach 2,8 x 2,1 m, został przekazany na cele charytatywne, jako wsparcie chorych i porzuconych dzieci, podopiecznych Fundacji Odnosić Radość.

Opr. Anna Szypulska, Fot. Łukasz Kłos, Cykada Studio, photography@SIONon@gmail.com



# OPERACJA DOSKONAŁA

Produkcja mebli tapicerowanych może być jeszcze bardziej rentowna, o czym mogli się przekonać uczestnicy spotkania zorganizowanego 19 maja przez firmę Lectra w warszawskim Hotelu Bristol.

*Diana Nachiło*



Miłe chwile na rozmowy i pyszny poczęstunek.



Kontrola elementów przygotowanych do wycięcia na etapie przygotowania zlecenia produkcyjnego. Kontrola pod względem ilości elementów, stref jakościowych i poprawności wyboru elementów.



Uczestnicy konferencji śledzą proces digitalizacji skóry, transmitowany z Francji. Błędy oznaczone na blamie skóry są odpowiednio klasyfikowane przy pomocy elektronicznego pióra.



Częścią konferencji była transmisja on-line z Centrum Nowoczesnych Technologii firmy Lectra we Francji. Połączono ją z prezentacją oprogramowania prowadzoną przez konsultantów w Warszawie: Karolinę Walczyk i Karolinę Kujawę.

Przygotowanie zleceń produkcyjnych wraz z generowaniem raportu potrzebnego na kolejnych etapach procesu produkcyjnego.

Cięcie blamu skóry na cutterze Versalis-Furniture oraz odbiór i sortowanie wyciętych elementów na wyjściu.





**Anna Szypulska**  
dziennikarka miesięcznika „BIZNES meble.pl”

## Piękni pragmatyczni

**J**est rok 1988. Na olimpiadę do Seulu jedzie dwa razy mniej zawodników niż 8 lat wcześniej do Moskwy. Po raz pierwszy Polacy nie odnoszą sukcesów w koronnej dyscyplinie igrzysk – lekkoatletyce. Rozpoczyna się gorszy okres w występach reprezentacji olimpijskiej. W Polsce pogłębia się kryzys gospodarczy, a strajki obejmują zakłady pracy w całym kraju. Grażyna Łobaszewska śpiewa: *Brzydka ona, brzydki on, Mała stacja, kiepski bar*. Chyba gorzej być nie może, więc w powietrzu wiszą zmiany, bo jak przewidział Heraklit z Efezu: *Wszystko się zmienia z wyjątkiem samego prawa zmiany*.

Jest rok 2016. Po najdłuższej w historii przerwie, trwającej 15 lat, do Mediolanu powraca Triennale. Tegoroczna edycja odbywa się pod hasłem „Design After Design” i podejmuje dyskusję m.in. nad tym, czym jest design w XXI w. Wydarzenie służy refleksji i wymianie doświadczeń. Polski akcent to ekspozycja „Piękno i pragmatyzm | Pragmatyzm i piękno”. Magda Kochanowska, kurator wystawy, wychodzi z prostego założenia, że rzeczy niepiękne i nieużyteczne nie mają racji bytu nawet w XXI w. *Dobry design zawiera w sobie zarówno mądre przesłanie, jak i uważne wejście w kontekst społeczny, jest odpowiedzialny i zgodny z zasadami zrównoważonego rozwoju* – mówi Magda Kochanowska. – *Jest też piękny i użyteczny. Bez tych dwóch elementów przepadną wszystkie wartościowe komunikaty zawarte w projektach*. Na wystawie w Mediolanie pojawia się m.in. zaprojektowany przez Nikodema Szpunara dla Pagedu „Prop”. Z rozmowy, której zapis publikujemy na naszych łamach, wynika, że projektanta bardzo interesuje moc przekazu, która tkwi w formie. *Bez tego nie ma przedmiotu. (...) Forma musi być okiełznana* – stwierdza Nikodem Szpunar.

Forma jak najbardziej, ale zmiana już niekoniecznie. Zmiany bywają nieokiełznane i wszyscy coś na ten temat wiemy.



**Diana Nachiło**  
dziennikarka miesięcznika „BIZNES meble.pl”

## Ostre cięcie

**S**aper myli się tylko raz, jak – nie bez racji – mówi znane powiedzenie. Błędy są wpisane w naszą naturę, tak jak i poczucie odpowiedzialności. O ile mogą to o sobie powiedzieć projektanci pracujący w zagranicznych studiach projektowych, czy niektórzy dostawcy technologii dla przemysłu meblarskiego, mam wątpliwości co do racjonalności działań podejmowanych przez Ministerstwo Środowiska w ramach wielkiego programu naprawczego Puszczy Białowieskiej. Naprawa ta polega, mówiąc w największym i najbardziej widocznym skrócie, na intensywnej wycince drzew.

Pytani przez nas przedstawiciele zagranicznych studiów projektowych jednoznacznie mówią, że nie odcinają się od odpowiedzialności za swoje projekty. Michael Schneider zaznacza, że współpracę z producentem lubi kończyć zdaniem: „Zatwierdzone przez próbę”. Jordi Pla Sabaté jest zdania, że projekt nie jest skończony zanim nie trafi do sklepów. Poszczególne etapy współpracy pozwalają wyeliminować ewentualne błędy, a nie udawać, że ich nie ma. Na błędy w materiale zwraca uwagę digitalna technologia rozkroju, którą mogli bliżej poznać uczestnicy konferencji w jednym z warszawskich hoteli. Elektroniczne pióro cuttera klasyfikuje błąd i go eliminuje.

W życiu dość sporadycznie zdarzają się tak proste i bezpieczne rozwiązania. Czasem do wyjścia z problemu potrzebne jest ostre cięcie. Czy jest jednak ono potrzebne Puszczy Białowieskiej? Wycinka „chorych” drzew jest już faktem. Drastyczna kuracja antykornikowa trwa. Na szczęście, Ministerstwo Środowiska demontuje informacje o złożeniu wniosku co do usunięcia puszczy z listy dziedzictwa kulturowo-przyrodniczego UNESCO. To by dopiero było logiczne działanie na rzecz ochrony Puszczy Białowieskiej. Czy faktycznie, tak byłoby lepiej? Lepiej dla puszczy, oczywiście. A gdzie jest logika? Z tego wszystkiego chyba się ukryła. Gdzie? W puszczy, oczywiście.



**Anna Żamojda**  
dziennikarka miesięcznika „BIZNES meble.pl”

## Jak ten czas leci...

**C**zy mają Państwo swoje ulubione meble? Moim w domu rodzinnym był kiedyś stary fotel bujany, na którym głównie... bujałam w obłokach. Dziś przypomina mi o nim jedynie czarno-białe, przechowywane w albumie zdjęcie. Na fotelu siedzi na oko 7-8 letnia, uśmiechnięta dziewczynka, w krótkiej sukieneczce, z okropnie posiniaczonymi nogami. To były czasy: huśtawka, trzepak, gry w gumę, podchody i dwa ognie, leniuchowanie na kocu na przybłokowym trawniku... Miałam też ulubiony mebel w domu moich dziadków – był nim biały, kuchenny kredens. Za jego szklaną szybką babcia trzymała wszystkie pocztówki, które przysyłałam jej z wakacji. A obok stał stół, który zawsze się zapiekał, gdy przyjeżdżałam w odwiedziny. I takie śmieszne taboreciki, z ceratową „tapicerką”... Meble dalej stoją, choć babci i dziadka już dawno z nami nie ma...

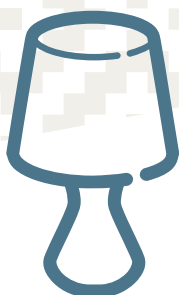
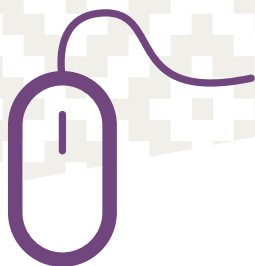
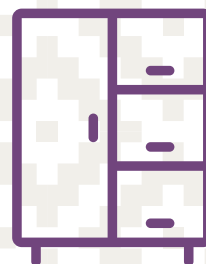
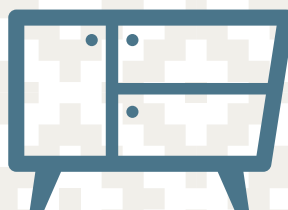
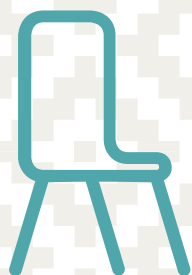
Dziś moim ukochanym meblem jest wygodny, zielony fotel, który stoi w kącie dużego pokoju. Choć ma już swoje lata i swoje przeszedł, nie wyobrażam sobie, że miałabym go wymienić na jakiś inny. A przecież tyle pięknych mebli wypożyczonych oglądam na branżowych targach, w katalogach i na zdjęciach przesyłanych przez producentów.

W ubiegłą sobotę na krótki moment najbliższemu memu sercu meblem stała się – o ironio! – szkolna ławka, za którą zasiadałam przez cztery cudowne lata mojego życia, ramię w ramię ze Stefcia, moją licealną przyjaciółką. Zasiadłam za nią znowu, po dwudziestu latach od matury. Odżyły wspomnienia, w oczach zakręciły się łzy, choć jednocześnie buzia uśmiechała się od ucha do ucha. To był wspólny wieczór, spędzony w gronie dawnych kolegów i koleżanek. A najlepsze było to, że – jak to pięknie napisał Andrzej Sikorowski, a zaśpiewała Maryla Rodowicz – *choć w papierach lat przybyło to naprawdę wciąż jesteśmy tacy sami*. I to było słyhać, widać i czuć!



# B+R STUDIO

analizy rynku meblarskiego



PIERWSZY RAPORT O RYNKU E-COMMERCE  
DLA BRANŻY MEBLARSKIEJ W POLSCE.

---

# ECOMMERCE W BRANŻY MEBLARSKIEJ

[www.brstudio.eu](http://www.brstudio.eu)

TEL. + 48 792 731 201

# MINIMALISTYCZNY DESIGN, CICHE DOMYKANIE

NOWOCZESNE SYSTEMY  
NAWIERZCHNIOWE

Linia okuć do drzwi przesuwnych z górnym układem jezdnym. Dzięki zastosowaniu niskiego toru górnego, elementy systemu stają się mało widoczne, a szafa zyskuje minimalistyczny wygląd. Górne łożyskowe wózki przykręcane do wewnętrznej płaszczyzny fasady, zapewnią najwyższą kulturę pracy, a zastosowanie domykacza, spowalnia przy zamykaniu drzwi.

## RODZAJE WYPEŁNIEŃ:

płyta 16-22 mm

