

# Innowacyjny start

nr 3 (38) 2015 MAJ

ISSN 1898-5009

Periodyk wydawany przez Urząd Marszałkowski Województwa Małopolskiego



## Małopolski Tydzień Dizajnu



DIZAJN – BIZNES – KRAKÓW  
22–31/05/2015



KAPITAŁ LUDZKI  
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



UNIA EUROPEJSKA  
EUROPEJSKI  
FUNDUSZ SPOŁECZNY



Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego



## SPIS TREŚCI

### Innowacyjny start

**REDAKTOR NACZELNY:** dr hab. Łukasz Mamica (Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie)  
**SEKRETARZ REDAKCJI:** dr Piotr Kopyciński (Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie)  
**ZESPÓŁ REDAKCYJNY:** Tomasz Bluszczyk (Urząd Marszałkowski Województwa Małopolskiego), Agnieszka Bachórz (Urząd Marszałkowski Województwa Małopolskiego), Joanna Domańska (Urząd Marszałkowski Województwa Małopolskiego), Monika Machowska (Krakowski Park Technologiczny Sp. z o.o.), Wojciech Przybylski (Krakowski Park Technologiczny Sp. z o.o.), Jadwiga Widzińska, Anna Armuta (Centrum Transferu Technologii, Politechnika Krakowska), Leszek Skalny (Tarnowska Agencja Rozwoju Regionalnego), Piotr Żabicki (Centrum Innowacji Transferu Technologii i Rozwoju Uniwersytetu Jagiellońskiego), Elżbieta Sztorc (Urząd Marszałkowski Województwa Małopolskiego), Adelina Kasprzak (Centrum Transferu Technologii Uniwersytetu Rolniczego im. Hugona Kołłątaja w Krakowie)  
**KONTAKT Z REDAKCJĄ:** Departament Rozwoju Gospodarczego Urzędu Marszałkowskiego Województwa Małopolskiego,  
 tel.: (12) 63-03-444, (12) 63-03-248; fax: (12) 63-03-445, e-mail: [tomasz.bluszczyk@umwm.pl](mailto:tomasz.bluszczyk@umwm.pl)  
**NAKLAD:** 2 500 egz.  
**OPRACOWANIE GRAFICZNE:** Krzysztof Sanecki  
**DRUK:** Drukarnia Kolejowa Kraków Sp. z o.o.

Zdjęcie na pierwszej stronie okładki przedstawia oświetlenie w jadalni sanatorium „Patria” w Krynicy. Foto: Aleksandra Kwiatkowska

1	Od Redakcji
2	Przemysł kreatywny w Małopolsce
3	Szlak Architektury modernistycznej w Krynicy
4	Patria w Krynicy – ikona polskiego modernizmu
6	Staram się uwrażliwiać ludzi
9	Projektowanie światła – doświadczenia firmy Enterius
12	Nie tylko dizajn pomysłem na biznes
15	Dobry dizajn może być „przyjemny”
17	VeryGraphic. Polish Designers of the 20th Century
18	Z dizajnem na ratunek!
20	Reklama wizualna z firmą ARPI
21	Drewniany pomysłem na biznes
22	Projektowanie to praca zespołowa
24	Polski dizajn także może być dobry
26	Nie ograniczajmy wyobraźni naszych dzieci
28	Top oświetlenie



**W** dniach 22-31 maja 2015 roku odbywa się w Krakowie po raz pierwszy **Dizjan – Biznes – Kraków. Małopolski Tydzień Dizajnu**. Jest to cykl wydarzeń współfinansowanych przez Urząd Marszałkowski Województwa Małopolskiego i stanowiących fragment organizowanego przez tą instytucję Małopolskiego Festiwalu Innowacji. Sam festiwal rozpoczyna konferencja „DIZAJN motorem napędowym BIZNESU – od światowych trendów po lokalne wdrożenia”. Działania te wpisują się w prowadzoną przez Urząd Marszałkowski promocję inteligentnych specjalizacji regionu, które obejmują przemysły kreatywne a więc i wchodzący w ich skład dizajn. Celem małopolskiego tygodnia dizajnu jest promocja roli, jaką w nowoczesnej gospodarce i codziennym życiu może odgrywać dizajn. Chcemy pokazać, że inwestowanie we wzornictwo tworzy realną wartość dla biznesu, za którą konsumenci są gotowi płacić. Nie ogranicza się ona jedynie do większej funkcjonalności czy też estetyki produktów. Wartość ta związana jest między innymi także z dbałością o środowisko naturalne dzięki uwzględnieniu wymogów recyklingu już na etapie projektowania. W ramach *Dizjan – Biznes – Kraków. Małopolskiego Tygodnia Dizajnu* będą mogli Państwo uczestniczyć w szeregu warsztatów, wystaw czy wykładów. Całość rozpoczynają targi dizajnu organizowane na terenie Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie. Więcej informacji na ten temat znajdą Państwo na stronie internetowej [dizajnbiznes.pl](http://dizajnbiznes.pl). *Dizjan – Biznes – Kraków. Małopolski Tydzień Dizajnu* organizowany jest z inicjatywy Centrum Kreatywności i Dizajnu w Krakowie, które w ten sposób, przed uzyskaniem własnej siedziby, rozpoczyna działania programowe służące promowaniu ekonomicznego znaczenia kreatywności i dizajnu. Jego współtwórcami są cztery wyższe uczelnie Krakowa: Akademia Górniczo-Hutnicza, Akademia Sztuk Pięknych w Krakowie, Politechnika Krakowska oraz Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie. Celem działania Centrum Kreatywności i Dizajnu w Krakowie jest stworzenie przestrzeni dla kompleksowego rozwiązywania problemów projektowych, technicznych, technologicznych i ekonomicznych związanych z powstawaniem nowych produktów. Wszystko to z udziałem firm i studentów.

W tym numerze **Innowacyjnego Startu** pokazujemy sylwetki młodych projektantów, którzy wdrażają swoje projekty w ramach zakładanych przez nich firm. Jedną z takich osób jest Iga Węglińska, młoda projektantka z Krakowa, która z sukcesem prowadzi założone przez siebie studio. Jej buty, bliskie rodzajowi rzeźby, zdające się przeczyć prawom grawitacji, stanowią niewątpliwie innowacyjne podejście do projektowania tego elementu naszej garderoby przy zachowaniu jednak pełnej funkcjonalności. Bardzo ciekawym przykładem firmy tworzonej w oparciu o własne prace projektowe jest również prezentowana tu marka Hilarus. Została ona stworzona przez Łukasza Maziarza, absolwenta Wydziału Form Przemysłowych ASP w Krakowie. Jej celem jest ręczna produkcja ekskluzywnych, drewnianych opraw okularowych. Bardzo dobrym przykładem łączenia procesu dydaktycznego z praktyką gospodarczą i troską o nasz dziedzictwo materialne jest zaangażowanie wybranych studentów Wydziału Form Przemysłowych w projekt rewitalizacji apartamentów krynickiej Patrii. Ten wyjątkowej klasy obiekt architektoniczny powstały z inicjaty-

wy Jana Kiepurę był swego czasu jednym z najnowocześniejszych hoteli w skali europejskiej. Przedstawiamy projekt wybranych elementów jego identyfikacji wizualnej opracowany przez Aleksandrę Kwiatkowską, studentkę Wydziału Form Przemysłowych ASP w Krakowie. Na okładce tego numeru mogą Państwo zobaczyć zdjęcie ekskluzywnego oświetlenia z jadalni Patrii, które zachwyca jakością wykonania, materiału i wysokiej jakości dizajnem. Więcej zdjęć tego pięknego obiektu i znajdujących się w nim detali mogą Państwo zobaczyć podczas specjalnej wystawy pokazwanej w ramach tygodnia dizajnu w Uniwersytecie Ekonomicznym w Krakowie. Towarzyszy jej pokaz odrestaurowanej przez firmę Grupa Armatura SA baterii z jednej z zabytkowych łazienek Patrii. Szczególne podziękowania należą się Dyrekcji Instytutu Odlewnictwa w Krakowie za włączenie się w proces przywrócenia dawnej świetności temu wyjątkowemu obiektowi. Dzięki osobistemu zaangażowaniu Dyrektora dr. inż. Józefa Turzyńskiego udało się wykonać formy odlewnicze do odtworzenia brakujących elementów z chromowanego mosiądzu stanowiące brakujące wyposażenie niektórych łazienek Patrii. Zdjęcia tych form odlewniczych, a także oryginalne elementy, pokażemy na wystawie w Uniwersytecie Ekonomicznym w Krakowie. Propagowaniu nie tylko obiektu Patrii ale także innych przykładów architektury modernistycznej w Krynicy służy identyfikacja graficzna dla tego szlaku zaprojektowana przez Klaudię Kowalczyk, również studentkę tej uczelni.

Jeżeli chcą się Państwo dowiedzieć więcej na temat fascynacji światłem i codziennych wyzwań związanych z prowadzeniem własnej firmy, zachęcam do lektury wywiadu z Krzysztofem Ratyńskim, założycielem przedsiębiorstwa Enterius. W tym numerze **IS** przedstawiamy również historię sukcesu firmy Nowy Styl, będącej 4. największym producentem krzeseł i mebli biurowych w Europie, eksportującej do ponad 100 krajów na całym świecie. O tym, że dobry dizajn może być „przyjemny” mogą dowiedzieć się Państwo z lektury wywiadu z przedstawicielkami firmy Krebo, od ponad 20 lat produkującej wysokiej jakości skarpetki. Produkty tej firmy obejmują również własne, limitowane kolekcje wytwarzane tylko w kilkudziesięciu egzemplarzach, które mogą być realizowane na specjalne zamówienia.

W ramach tygodnia dizajnu będą mogli Państwo również uczestniczyć w spotkaniu z Jackiem Mrowczykiem, redaktorem publikacji o historii polskiego projektowania *VeryGraphic. Polish Designers of the 20th Century*. O tej pierwszej, tak obszernej publikacji poświęconej polskiemu projektowaniu graficznemu XX wieku piszemy również w tym numerze **IS**.

Kinga Krężel w udzielonym wywiadzie opowiada o nowatorskim projekcie kamizelek ratunkowych, które nie tylko dają poczucie bezpieczeństwa ale są również wyjątkowo atrakcyjne i komfortowe. Z kolei o swoich doświadczeniach projektanta i konieczności pracy zespołowej opowiada Michał Holcer – projektant, uczestnik licznych projektów krajowych i zagranicznych dla takich marek, jak Volkswagen, BMW czy Boeing.

Na początku maja tego roku rozstrzygnięty został konkurs na szatę graficzną *Innowacyjnego Startu* organizowany dla studentów Wydziału Form Przemysłowych Akademii Sztuk Pięknych w Krakowie. Zdobywcą pierwszej nagrody został Bartłomiej Ryba, natomiast wyróżnienie otrzymała Marta Michalska. Nagrodzona praca, która zostanie wdrożona od następnego numeru **IS**, ma świeży, współczesny charakter.

Kreatywność możemy stymulować już od najmłodszych lat. Doskonałą zabawką pełniącą tego typu funkcję są papierowe klocki HOCKO, które będzie można kupić podczas Targów Dizajnu w Uniwersytecie Ekonomicznym w Krakowie. Więcej na ich temat dowiedzą się Państwo z lektury zamieszczonego wywiadu z Wojciechem Drabem właścicielem Wytwórni odRzeczy. Życzę wielu wrażeń podczas udziału w tygodniu dizajnu i mam nadzieję, że przyczynią się one do wzmocnienia poprzez wzornictwo przemysłowe konkurencyjności małopolskich firm a także jakości naszego życia.

**ŁUKASZ MAMICA (redaktor naczelny)**





# Przemysł kreatywny w Małopolsce

**P**rzemysł kreatywny jest najmłodsza a jednocześnie najdynamiczniej rozwijającą się gałęzią gospodarki. Analizując sytuację państw europejskich widać, że jest on jednym z największych pracodawców a jego obroty przewyższają nawet obroty przemysłu motoryzacyjnego. Województwo Małopolskie nie pozostaje obojętne wobec tego trendu i podejmuje szereg działań ukierunkowanych na stworzenie warunków dla rozwoju kreatywności i innowacyjności w regionie.

Innowacja stanowi dla regionu szansę rozwoju i promocji Małopolski. Kreatywność nie jest jedynie domeną świata sztuki, ale pobudza wielkie elementy gospodarki, takie jak sektory tekstylne i luksusowe (np. projektowanie mody), przemysł samochodowy (wzornictwo), media i sektory ICT. Sektory kreatywne tworzą rynek pracy, wpływają na zwiększenie dochodów mieszkańców i władz lokalnych. Są także miejscem tworzenia innowacji i wzrostu produktywności, ale także prowadzą do poprawy jakości życia, stymulują powstawanie nowych idei, wymianę poglądów i przekonania wśród lokalnych społeczności. Należy także pamiętać, że przemysły kreatywne i czasu wolnego to jedna z siedmiu inteligentnych specjalizacji zdefiniowanych w ramach Regionalnej Strategii Innowacji Województwa Małopolskiego 2011-2020.

Jedną z form wspierania dizajnu jest **Małopolski Festiwal Innowacji**, cykl wydarzeń promujący najnowsze technologie i szeroko pojętą innowację. Owo pojęcie należy jednak rozumieć nie tylko jako innowację technologiczną, ale jako obecną w każdej dziedzinie życia zmianę. Z tego względu podczas Festiwalu poznamy nowe podejścia do prowadzenia firmy, nowe metody edukacji, świeże, odmienne spojrzenie na kwestie biznesowe czy społeczne.

Małopolski Festiwal Innowacji, który trwa od 25 do 31 maja otwiera konferencja „**DIZAJN motorem napędowym BIZNESU – od światowych trendów po lokalne wdrożenia**”. 25 maja wraz z najlepszymi teoretykami i praktykami w kraju będziemy poszukiwać odpowiedzi na istotne dla rozwoju gospodarczego pytania. Jak z powodzeniem prowadzić swoją firmę w nieustannie zmieniającym się XXI wieku? Jak może pomóc w tym dizajn? Jaki jest ekonomiczny wymiar wzornictwa przemysłowego? Jaka jest jego funkcja w ogólnym rozwoju miasta? Czym jest dizajn usług i design thinking? Szereg dyskusji i wystąpień zainauguruje Marszałek Województwa Małopolskiego Marek Sowa, by następnie przekazać mikrofon specjalistom – prelekcję wygłosi prof. dr hab. Jerzy Hausner, Zuzanna Skalska kierująca internetową platformą 360Inspiration, która opowie o świadomości zmian. Podczas konferencji odbędą się trzy panele dyskusyjne, które dotyczyć będą dizajnu w strategii biznesowej firmy, możliwości tworzenia wartości poprzez wykorzystanie dizajnu w perspektywie krajowej i międzynarodowej oraz dizajnu w biznesie i biznesu w dizajnie. Wezmą w nich udział: Prezes Zarządu, Sanitec KOŁO, Członek zarządu, Pleo Design, Prezes Zarządu Sanitec KOŁO, Dyrektor Pionu Handlowego z Grupy Nowy Styl, Head of Google for Work CEE, Dyrektor Mu-

zeum Etnograficznego w Krakowie, Dyrektor Kreatywny Ćmielów Design Studio, Kierownik Zespołu Konstrukcyjnego NEWAG S.A., projektant PESA Bydgoszcz S.A., projektant przemysłowy związany z MOCAKiem, współwłaściciel firmy szkoleniowej i doradczej Values oraz projektant architektury i komunikacji wizualnej marki. Moderowaniem konferencji zajmie się Magdalena Petryniak, menedżer z wieloletnim doświadczeniem w zarządzaniu projektami innowacyjnymi, związana z grupą SAPR oraz doktor Łukasz Mamić, dyrektor programowy wydarzenia **Dizajn-Biznes-Kraków. Małopolski Tydzień Dizajnu**, które współorganizujemy.

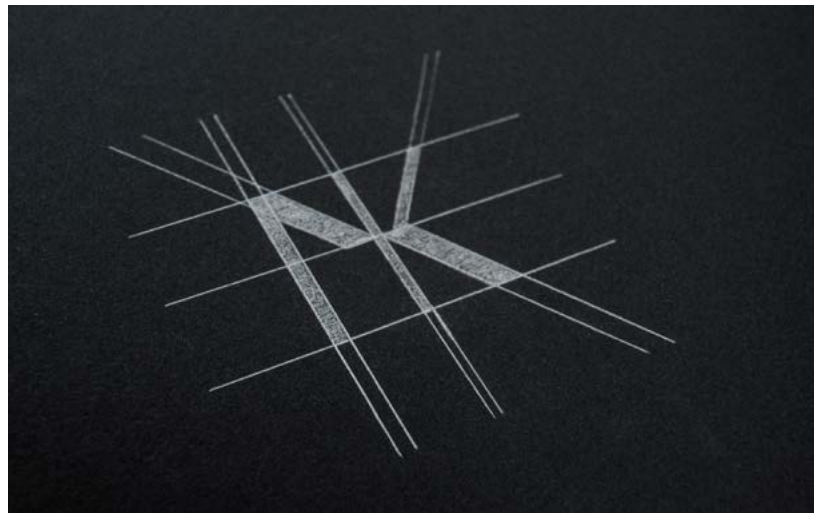
Małopolski Festiwal Innowacji to w tym roku ponad 130 wydarzeń możliwych dzięki współpracy z 41 Partnerami. W Festiwal zaangażowane są renomowane centra badawcze i najlepsze uniwersytety w kraju, prężnie rozwijające się przedsiębiorstwa i instytuty. Przez siedem dni wspomniane podmioty zapraszają na wykłady, panele dyskusyjne, szkolenia, pokazy, gry symulacyjne, prezentacje, seminaria, spotkania informacyjne czy drzwi otwarte dające możliwość zobaczenia przestrzeni niedostępnych na co dzień dla odbiorcy. Festiwal to przestrzeń, która każdemu zaoferuje coś interesującego. To pretekst do zaprezentowania dotychczasowych dokonań, ale i motywacja do dalszych poszukiwań. Program zakłada wydarzenia dla młodzieży, studentów, doktorantów, przedsiębiorców, instytucji. Można by stwierdzić – dla każdego zainteresowanego szeroko pojętymi nowościami. Zarówno dla osób skupionych na kwestiach prawnych, merytorycznej stronie innowacji i naukowych obszarach nowości, jak i dla tych, którzy liczą na efektywne pokazy maszyn i chcą atrakcyjnie spędzić czas poznając coś, co nie zawsze wpisuje się w naszą codzienność. Program jest obfity – pokaz sterowania dronami, pokazy druku 3d, noc informatyka, kompleksowe badania stanu zdrowia stóp dzieci i dorosłych, pokaz diagnostyki z zastosowaniem farinografu, liczne wydarzenia poświęcone startupom, m.in. NestlInnovation e-startup challenge, WATIFY: Najtrudniejszy pierwszy krok? Historie udanych startupów, finał Konkursu Konstrukcji Studenckich KOKOS 2015, warsztaty z robotyki, kreatywnego pisania, design thinking, prezentacja najnowszych technologii w lotnictwie, a na zakończenie Festiwalu trzy dni z Krakow Marshallmellow Jam! Wydarzenia odbywają się w 9 małopolskich miastach. Atrakcyjny program uzupełnią dni otwarte niezwykłych miejsc, między innymi Instytutu Odlewnictwa, Małopolskiego Laboratorium Budownictwa Energooszczędności oraz Narodowego Centrum Promieniowania Synchronicznego SOLARIS! Podczas odwiedzin będzie można zobaczyć miejsca, w których jutro zmienia się w dziś.

26 maja zapraszamy na panele dyskusyjne „**Przy kawie o innowacjach**”, podczas których w mniej formalnej atmosferze będzie można posłuchać o nowościach przy filiżance wspomnianego w nazwie napoju. Panele są polem rozmów ekspertów i przedstawicieli różnych środowisk. Uczestnicy mogą spodziewać się ożywionej wymiany doświadczeń i opinii. Członkowie trzech organi-

dokończenie na stronie 3 (obok) ►►

# Szlak Architektury modernistycznej w Krynicy

Prezentowany projekt jest próbą nadania istniejącemu szlakowi spacerowemu – „Architektura u wód” – nowego wymiaru. Zaprojektowane elementy to: logo szlaku architektury Modernistycznej w Krynicy Zdroju, publikacja prezentująca obiekty na trasie, druki firmowe oraz gadżety promujące atrakcje. Projekt został zrealizowany w ramach pracy licencjackiej. Na szlaku znajduje się pięć najważniejszych obiektów architektonicznych lat 30. XX wieku.



Są to: Nowy Dom Zdrojowy, Nowe Łazienki Mineralne, pensjonat „Patria” i „Lwigród” oraz Stacja Kolejki szynowej na Górę Parkową. Długość szlaku to ok. 2 km, obiekty są zlokalizowane *ciąg dalszy na stronie 4* ▶▶

zacji – Fundacji Akademia Lambda, KarekDesign oraz Pleo skills przybliżą kolejno ideę Małopolskiego Internetu Rzeczy, tworzenia nowej wartości w projektach przy pomocy design thinking oraz projektowania innowacji wraz z użytkownikami. Te krótkie i syntetyczne spotkania eksperckie odbędą się 26 maja, tak jak konferencja – w Muzeum Inżynierii Miejskiej w Krakowie.

Filarem Małopolskiego Festiwalu Innowacji są **Małopolskie Targi Innowacji** odbywające się w namiocie przy Małym Rynku w Krakowie, w tym roku 27 maja. To wydarzenie obustronnie korzystne – właściciele małych i średnich przedsiębiorstw mają możliwość zaprezentowania się szerszej publiczności i promocji swoich dokonań a odbiorcy mogą w jednym miejscu poznać liczne regionalne firmy, których działania opierają się na innowacyjności. Wydarzenie stanowi szansę dialogu, nawiązania współpracy, jest źródłem informacji o lokalnym rynku i aktualnych zadaniach przedsiębiorstw. Rozszerzona rzeczywistość, pokazy dronów, waliki robotów, warsztaty i prezentacja druku 3D, konstrukcje najlepszych studentów Małopolski, okulary wirtualnej rzeczywistości Oculus Rift, wystawa Graduations Project 2014 prezentująca międzynarodowe prace konkursowe z grafiki użytkowej i wzornictwa przemysłowego, interaktywna gra terenowa ExpoQuiz, a przede wszystkim stoiska 30 przedsiębiorców i 20 instytucji to część tegorocznego programu. Wpisując się w tematykę dizajnu wystawcy pokażą między innymi meble wykonane z betonu architekto-

nicznego, jedyną w Polsce specjalistyczną hamownię podwoziową Rototest, gogle wirtualnej rzeczywistości czyli polską konkurencję dla Oculus Rift, latające systemy bezzałogowe czy też elektryczny trójkołowiec. Targi udowodnią, że „Małopolska drukiem 3D stoi” – aż czterech wystawców zaprezentuje tę ciekawą technologię, trzech z nich na drukarkach własnej produkcji. Uwagę z pewnością przykują stoiska firm z branży lifescience. Jedną z nich jako pierwszą w świecie opracowała metodologię produkcji kosmetyków fenotypicznych. Kosmetyki te zakładają uwarunkowania genetyczne i społeczne danej populacji oraz jej zwyczaje żywieniowe, klimat, alergeny, zagrożenie infekcjami oraz otoczenie i oczekiwania socjologiczne. Szczególnie serdecznie zapraszamy na wspólne stoisko OMGKRRK, na którym prezentować się będą lokalne start-upy, których pomysły przerodziły się w sukces. Każdy będzie mógł dowiedzieć się, jak dołączyć do środowiska, gdzie szukać wsparcia w rozwoju własnych pomysłów, w jakich kierunkach rozwijać się, żeby odpowiadać na potrzeby przyszłości.

Zachęcamy do uczestnictwa w organizowanych wydarzeniach, szczególnie w Małopolskim Festiwalu Innowacji, niecodziennym święcie niebanalnych przedsięwzięć.

Opracowano:  
Departament Rozwoju Gospodarczego  
Urząd Marszałkowski Województwa Małopolskiego  
[imaliopolska@umwp.pl](mailto:imaliopolska@umwp.pl)



# Patria w Krynicy – ikona polskiego modernizmu

**P**rojekt powstał w ramach mojej pracy licencjackiej na Akademii Sztuk Pięknych im. Jana Matejki w Krakowie, pod kierunkiem pani dr Bożeny Groborz. Celem pracy było opracowanie wybranych elementów identyfikacji wizualnej dla obiektu w Krynicy Zdrój – Patria.

Obecnie jest to sanatorium, jednak jego pierwotną funkcją był luksusowy hotel powstały z inicjatywy wybitnego polskiego tenora Jana Kiepury.

Budynek zaprojektował Bohdan Pniewski w 1933 roku. Miejsce cieszyło się ogromną renomą wśród polskiej i zagranicznej elity. Dzięki ogromnym staraniom w tamtych czasach obiekt był jednym z najbardziej luksusowych hoteli w Polsce, nazywanym „Polskim Paryżem”. Wrażenie to potęgowało oryginalne wyposażenie oraz wystrój wewnątrz m.in. przepiękne lampy, kryształowe lustra, marmury oraz alabastry sprowadzane z odległych zakątków świata z wielką dyscypliną co do stylu i kolorystyki. Całość projektu zachowana była w stylu modernistycznym. Ideą w stworzeniu systemu identyfikacji wizualnej dla Patrii, było ponowne odrodzenie klimatu lat świetności obiektu.



dokończenie ze strony 3 >>>



w centrum malowniczej Krynicy-Zdrój. Powstając miały być one odpowiedzią na napływ, nowoczesnych i wymagających, kuracjuszy. W obiektach zostały zastosowane innowacyjne jak na ówczesne czasy, rozwiązania.

Obecnie większość z tych obiektów to uzdrowiska, należące do NFZ-tu. Są one pełne ciekawych historii, co niewątpliwie czyni je wartymi uwagi i odkrycia na nowo. Celem projektu była rewitalizacja szlaku. Nadanie mu szlachetnego charakteru „galerii” minionych czasów, co ma zachęcić odwiedzających Krynicy-Zdrój, do zapoznania się z jej architekturą modernistyczną.

**KLAUDIA KOWALCZYK**

tegoroczna absolwentka (I stopień)

Wydziału Form Przemysłowych Akademii Sztuk Pięknych w Krakowie

Aktualnie studentka I roku

Architektury Wnętrz tej uczelni oraz

uczestniczka warsztatów Web Digital Design





Podstawowym elementem projektu jest znak graficzny hotelu Patria nawiązujący do prostych modernistycznych linii elementów obiektu. Nazwa oraz jej typografia została w niezmienionej postaci, ponieważ miała kojarzyć się z czasami jej powstania. Podobnie znaczenie – patria – ojczyzna symbolizuje powrót, trwałość oraz ostoję jaką miał cechować się hotel. W ramach identyfikacji zostały zaprojektowane podstawowe elementy systemu, takie jak: wizytówki, papiery firmowe, koperty, notatniki, ołówki.

Uzupełniona została, również charakterystycznymi dla hotelu kluczami, zawieszkami na drzwi, broszurą informacyjną oraz informatorem hotelowym, jak i menu do restauracji oraz spa. Pojawiającym się dodatkowym elementem jest seria płyt promujących twórczość Jana Kiepury. Będą one stanowić atrakcyjny element materiałów promocyjnych dostępnych w pokojach tego obiektu. Dodatkowo w ramach promocji miejsca Patrii powstał zbiór fotografii, historycznych i wyjątkowych elementów.

**ALEKSANDRA KWIATKOWSKA**

studentka Wydziału Form Przemysłowych  
Akademii Sztuk Pięknych w Krakowie

# Staram się uwrażliwiać ludzi

Jej prace charakteryzuje podejście do ubioru jako rodzaju rzeźby. Jest autorką projektów koncepcyjnego obuwia damskiego, który podziwiano nie tylko w Polsce ale także w USA oraz Chinach. Iga Węglińska – młoda projektantka z Krakowa, która z sukcesem prowadzi założone przez siebie studio. W rozmowie z Jadwigą Jelińską opowiada o magii obuwia, długim i kosztownym procesie produkcji, ekonomicznych wartościach dizajnu oraz misji jaką ma do spełnienia projektant.

**Jadwiga Jelińska:** Prezentując swoją pracę podkreśla Pani, że założeniem jest dekonstrukcja nie tylko formy buta, ale także sposobu myślenia o bucie. Na czym ta zmiana myślenia miałaby polegać?

■ **Iga Węglińska:** But jest przedmiotem niosącym ze sobą pewną magię – czytamy o nim w bajkach, nosimy je od dziecka, ściągamy z szacunku wchodząc do domu. Interesujące jest także zagadnienie fetyszu obuwia. Na co dzień myślimy o bucie kiedy wychodzimy z domu, bądź kiedy musimy kupić nową parę. Ja potraktowałam but trochę mniej użytkowo. Moją ambicją było połączyć formę rzeźbiarską, niebudzącą skojarzeń z obuwiem z rzeczywiście wygodnym przedmiotem podporządkowanym anatomii stopy. Interesowała mnie forma i jej zagadnienie – chciałam by mój but można było postawić w muzeum jako eksponat i podziwiać go czysto estetycznie ale też ubrać, a wtedy odbierać go z całkiem innej perspektywy.

Patrząc na zaprojektowane przez Panią obuwie właściwie jako pierwsze nasuwa się właśnie pytanie: czy w nich da się chodzić?

■ Więc cel został osiągnięty. Jednym z założeń był projekt butów, które zdają się przycyć prawom grawitacji. Omawiane buty są całkowicie użytkowe – pięta bez podparcia ma rację bytu gdy dokładnie wyliczymy środek ciężkości ciała.

Skoro tak, to czy wyczekuje Pani dnia, w którym zobaczy kobietę w butach swojego projektu na czerwonym dywanie albo na ulicy?

■ Nigdy o tym nie myślałam. Uważam wzornictwo za dziedzinę sztuki i interesuje mnie sam proces tworzenia dzieła. Zdarzało mi się projektować ubrania i buty ale także meble, plecaki, lustra czy kawiarkę. Odzież jest „miękką” formą i wymaga innej wrażliwości, lecz moje podejście jest zawsze takie samo. Satysfakcja jest wtedy, kiedy końcowy model nie mija się z początkową wizją. Bardzo miłe jest uczucie, kiedy widzi się kogoś w swoim projekcie, bądź kogoś używającego go, lecz samo w sobie nie jest to moim celem. Obuwie zaprojektowała Pani, a kto i z jakich materiałów wykonał kolekcję?

■ Praca projektanta nie polega tylko na kreacji. Składa się na nią także wiedza na temat materiałów, technologii wykonania i umiejętności prototypowania. But jest bardzo skomplikowanym przedmiotem. Na jego formę składa się wiedza na temat anatomii stopy ludzkiej, umiejętność konstruowania cholewy, wiedza na temat skór, praca kopyciarza, cholewkarza, ćwiekarza... W przypadku

mojego projektu założeniem było także użycie nowych technologii, a więc także wiedzy z zakresu fizyki, chemii i materiałoznawstwa. Wstępne modele wykonywałam i testowałam sama. W końcowym etapie prototypowania modeli pomagał mi cały zespół ludzi. Głównie wspierałam się ich wiedzą, ale pomagali mi oni również wykonać poszczególne podzespoły. Szczególnie istotna była współpraca z szewcem, ponieważ nie ośmieliłabym się wykonać skórzanego obuwia sama. Wymaga to lat doświadczeń. Powiedziała Pani, że w wykonanie projektu zaangażowany był sztab ludzi. Może ich Pani wymienić?

■ Współpracowałam z Instytutem Odlewnictwa w Krakowie, który wykonał mi skan 3D kopyta; z konstruktorem obuwia z Instytutu Przemysłu Skórzanego w Krakowie; ze specjalistą od tworzyw sztucznych z Politechniki Krakowskiej, który opracował specjalnie na potrzebę mojego projektu tworzywo polimerowe; z projektantem, który opracował własną mieszankę betonu kompozytowego i użyczył mi jej do mojego projektu; przy spawaniu jednej z par pomagał mi kolega-projektant, a elementy frezowane i drukowane na drukarce 3D wykonywałam na uczelni. Pracowałam nad każdym elementem z pomocą tych osób – mam tę satysfakcję, że modele zostały wykonane przeze mnie, a nie zleczone i odebrane na sam koniec.

Ile czasu potrzeba na produkcję jednej pary butów tak by była przystosowana do użytku oraz ile to kosztuje?

■ Nie wiem jak to wygląda w przypadku produkcji butów na masową skalę, szytych maszynowo, nie ręcznie. Ale kiedy chcielibyśmy uszyć buty u szewca, ceny zaczynają się od około 2000 zł za baleriny. Jest to długi proces wymagający wykonania na podstawie kopyta formy nazywanej „średnią kopytą”, na bazie której wykreśla się konstrukcję według projektu, potem wykrawa w skórze, ręcznie szyje (czasem skórę trzeba moczyć i odczekać), naciąga i ćwiekuje – taka forma musi powstać minimum dzień/dwa na kopycie, następnie jest ściągana, przykleja się podeszwę, obcas, wkłada wkładkę i but można uznać za skończony. Ten zawód wymaga nie tylko wiedzy i talentu, ale także cierpliwości i pokory. Niestety jest to zawód niedoceniany, a ludzie oczekują dobrych skórzanych butów za 200 zł.

Jak zatem wygląda sam proces wdrożenia projektu do produkcji? Czy łatwo o współpracę z jakimś ośrodkiem albo firmą, która zaowocowałaby tym, że Pani obuwie byłoby dostępne w sklepach?

■ Wdrożenie mojego projektu byłoby bardzo pracochłonne i trudne – począwszy od znalezienia zespołu szweców, bo to ginący zawód, a skończywszy na wykonaniu form odlewniczych i użyciu tworzyw na masową skalę. Byłby to bardzo drogi i długi proces, na który na razie nie mam sił i środków. Najchętniej sprzedałabym projekt osobie, która ma takie zaplecze maszynowe i zespół ludzi w zamian za tantiemy oraz pod warunkiem zachowania formy projektu i możliwości sygnowania go własnym nazwiskiem. Na chwilę





**IGA WĘGLIŃSKA** – absolwentka wzornictwa na krakowskiej Akademii Sztuk Pięknych oraz stypendystka i absolwentka Szkoły Artystycznego Projektowania Ubioru. Pracuje na polach dizajnu i mody. Jej projekty koncepcyjnego obuwia damskiego podziwiać można było na wystawie „Najlepsze Dyplomy ASP” w Pałacu Sztuki w Krakowie; na wystawach w New Hampshire (USA), Bolonii (Włochy) i Shenzhen (Chiny) w ramach finału międzynarodowego konkursu *Aavid Art and Engineering Challenge*; na festiwalu Łódź Design na wystawie finalistów międzynarodowego konkursu „make me!”; na wystawie w ramach targów Arena Design w Poznaniu oraz na międzynarodowej wystawie autorskiego obuwia „Step by step” w Muzeum Inżynierii Miejskiej w Krakowie.



obecną buty będą mi służyć jako wizerunkowe uzupełnienie kolekcji odzieży i będą czekać na swój czas.

Czy to oznacza, że niebawem będzie można zobaczyć kolekcję odzieży Pani projektu?

■ Pracuję obecnie nad kolekcją, która ma te same założenia jak omawiane buty – interesuje mnie forma, jej zachowanie na ciele, a także towarzysząca japońskim projektantom surowość. Mimo, iż to ubiory dla kobiet, to materiały i konstrukcje jakich używam wywodzą się z mody męskiej. To samo tyczy się użytych materiałów. Skąd czerpie Pani inspiracje do swoich prac?

■ Nie jestem typem projektanta, który opiera swoją pracę na inspiracjach. Taką pracę wydaje mi się za prostą. Mam w głowie klimat kolekcji, jaki chcę utrzymać lecz każdy projekt, który przychodzi zbyt łatwo nie daje mi satysfakcji. Muszę się nagłowić i dojść do punktu, w którym projekt ma „to coś” – poczuć, że jest cały mój, a nie jest tylko przełożeniem inspiracji na formę przestrzenną. Określenie **dizajn** stało się tak uniwersalne, że właściwie trudno o jego jednoznaczną definicję. Czym **dizajn** jest dla Pani?

■ Dziedzina sztuki. Projektant jest trochę jak rzeźbiarz, tylko że nasze rzeźby mają jeszcze funkcję użytkową. Projektanci od lat dyskutują o tym czy **dizajn** jest sztuką, czy nie jest. Ja jestem wyznawcą tej pierwszej teorii.

Czy dostrzega Pani jakieś ekonomiczne wartości **dizajnu**?

■ Ależ oczywiście! To właśnie projektanci w Polsce najbardziej dostrzegają potencjał wzornictwa na rynku – przedsiębiorcy dopiero zaczynają to doceniać, ale jest coraz lepiej.

■ Z perspektywy projektanta ubioru mogę tylko przypomnieć, iż moda jest jednym z najbardziej dochodowych biznesów na świecie. Wszyscy nosimy ubrania – jeśli dochodzi do tego jeszcze chęć posiadania i pożądanie, to mamy odpowiedź.

Jest Pani projektantką. To pasja, zawód, a może misja?

■ To bardzo dobre pytanie! Zawsze czułam, że w moim przypadku jest to rodzaj misji. Uważam, że projektant ma niesamowitą możliwość uwarżliwiania ludzi na nowe formy i ja staram się korzystać z tej możliwości. Przy okazji jest to także mój zawód i pa-



sja, lecz pieniądze są tu drugorzędne. Z takim podejściem pewnie umrę z głodu.

Jaki jest Pani największy cel w zakresie projektowania?

■ Na dzień dzisiejszy jest to marka odpowiedzialna społecznie, projektująca i wykonywująca ubrania najwyższej jakości z poszanowaniem dla praw człowieka i przyrody. W Polsce jest to bardzo trudne zadanie.

Rozmawiała:

**JADWIGA JELIŃSKA**

studentka kierunku Gospodarka i Administracja Publiczna  
Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie

# Projektowanie światła – doświadczenia firmy Enterius

**E**nterius jest firmą pochodzącą z Krakowa, zajmującą się przede wszystkim projektowaniem i produkcją urządzeń dla oświetlenia LED. Swoją działalność prowadzi od 2003 roku. Wprowadza na rynek innowacyjne i bardzo praktyczne rozwiązania odznaczające się wysoką jakością i atrakcyjną ceną.

**Z KRZYSZTOFEM RATYŃSKIM, założycielem firmy Enterius, rozmawia Karolina Rej.**

**Karolina Rej:** Jaka była geneza firmy Enterius?

■ **Krzysztof Ratyński:** Elektronika zawsze była moim hobby i od najmłodszych lat fascynowało mnie poznawanie różnych elementów elektronicznych i tworzenie z nich urządzeń. Kształciłem się więc w tym kierunku, a później szukałem pracy związanej z elektroniką. Byłem więc serwisantem, technikiem, instalatorem a finalnie wylądowałem na ponad 5 lat w krakowskiej filii niemieckiego biura projektowego, gdzie byłem odpowiedzialny za projektowanie oświetlenia oraz systemów zabezpieczeń dla rafinerii oraz podobnych obiektów przemysłowych. Praca ta pozwoliła mi nie tylko zdobyć cenne doświadczenie ale również fundusze potrzebne na założenie własnej firmy. W pewnym momencie uznałem więc, że czas wziąć sprawę we własne ręce. Wkrótce potem, dokładnie w Prima Aprilis 2003 roku, powstała firma Enterius – choć wtedy jeszcze nazywała się nieco żartobliwie Enterek-com.

Dlaczego wybrali Państwo akurat oświetlenie LED?

■ Początkowo firma zajmowała się projektowaniem oraz instalacją systemów zabezpieczeń (SSWiN oraz CCTV), gdyż miałem w tej dziedzinie największe doświadczenie i wszelkie potrzebne certyfikaty. Dostyc szybko jednak okazało się, że nie do końca pokrywa się to z moim wymarzoną profilem pracy. Światło zawsze mnie fascynowało, więc postanowiłem połączyć tę fascynację z moim odwiecznym hobby, czyli elektroniką. Tak wpadłem na pomysł przyjrzenia się bliżej diodom LED, które wtedy raczkowały technologicznie, choć już było widać ich potencjał. Zlutowałem więc sobie w domu do testów kilka modułów LED i jakieś proste sterowniki do nich i w wolnych chwilach maltretowałem całość sprawdzając co mogę uzyskać. Efekty były na tyle ciekawe, że postanowiłem zająć się tym zawodowo. Początkowo produkcja elektroniki stanowiła tylko mały procent działalności firmy. Jednak nasze urządzenia cieszyły się coraz większym powodzeniem, stopniowo zmieniałem więc proporcje, aż produkcja stała się główną działalnością. I tak zostało do dziś.

Firma dostała wsparcie od Unii Europejskiej. Jak wyglądało pozyskanie środków unijnych?

■ Generalnie była to trochę droga przez mękę i można by długie opowiadanie napisać na ten temat. Korzystaliśmy ze wsparcia

dwukrotnie, za każdym razem poprzez program „Bon na innowacje” prowadzony przez PARP. O tym programie dowiedziałem się od ludzi z Prywatnego Instytutu Technik Elektronicznych oraz Politechniki Krakowskiej, z którymi próbowaliśmy nawiązać współpracę. I prawdopodobnie gdyby nie pomoc ze strony PITE oraz PK w napisaniu wniosków i wypełnieniu góry, moim zdaniem niepotrzebnych, papierów to nigdy byśmy wsparcia nie uzyskali. A i tak na koniec okazało się, że konieczne były drobne poprawki. Na szczęście ludzie w PARP okazali się bardzo mili i pomocni, więc finalnie wszystko się udało doprowadzić do końca i otrzymaliśmy wsparcie w wysokości 15 tysięcy złotych (100% dofinansowania) za pierwszym razem oraz 50 tysięcy (80% dofinansowania) za drugim. Na czym zatem polega Wasza współpraca z Politechniką Krakowską?

■ Przy pierwszym programie Politechnika miała przeprowadzić badania laboratoryjne naszych urządzeń pod kątem weryfikacji ich parametrów i zgodności z obowiązującymi dyrektywami oraz normami. Badania wyszły świetnie i okazało się, że dzięki bardzo przemyślanym projektom nasze urządzenia spełniają znacznie więcej norm niż muszą. Ponadto PK miała nam również pomóc w przygotowaniu nowej oraz modyfikacji istniejącej dokumentacji technicznej produkcji tak, aby była ona zgodna ze wszystkimi wymaganiami przepisów unijnych, które niestety nakładają na producentów bardzo wiele biurokratycznych i mocno utrudniających prowadzenie działalności obowiązków.

Podczas drugiej współpracy staraliśmy się o większą kwotę, więc i zakres obowiązków PK został poszerzony o pomoc w zaprojektowaniu oraz wykonaniu prototypów dwóch zupełnie nowych urządzeń, a następnie wykonanie badań laboratoryjnych nowo projektowanych urządzeń oraz kilku innych. Plan był taki, że cały projekt zostanie wykonany przez naszych własnych projektantów, którzy mają już duże doświadczenie oraz znają specyfikę firmy, a PK będzie nas wspierała merytorycznie oraz wykona badania laboratoryjne i przygotowuje dokumentację.

Niestety, okazało się, że zasady programu „Bon na Innowacje” nie pozwalają na przekazanie części funduszy naszej firmie, aby móc sfinansować pracę własnych projektantów. Zatem, projekt w całości musiał zostać wykonany przez Politechnikę, co okazało się nie takie łatwe i znacznie droższe niż w wykonaniu własnych projektantów. Poza tym zajęło znacznie więcej czasu przez duże obłożenie pracami oraz biurokracją panującą na uczelni. Finalnie więc okazało się, że cały program PARP-u jest nastawiony bardziej na pomoc jednostkom badawczym niż małym firmom, bo w rzeczywistości na całej współpracy bardziej skorzystała PK niż Enterius. Tym bardziej, że dotacja pokrywała tylko 80% kosztów i resztę musieliśmy zapłacić PK z własnych funduszy. Do tego doszedł

ciąg dalszy na stronie 10 ►►



jeszcze podatek VAT, którego dotacja oczywiście nie pokrywała. A że tego typu projektu nie można wrzucić w koszty tylko trzeba amortyzować przez wiele lat to patrząc na to z perspektywy czasu nie było to zbyt opłacalne. Gdyby te same pieniądze można było podzielić między moją firmę (koszty projektowania) a PK (koszty badań i dokumentacji) to za tą samą kwotę zaprojektowalibyśmy znacznie więcej innowacyjnych sterowników LED, które pozwoliłyby na znacznie większy rozwój firmy.

**Co zmieniło pozyskanie środków unijnych w procesie projektowania i produkcji?**

■ Zapewniło spokojny sen dzięki przygotowaniu przez specjalistów z PK całej dokumentacji technicznej zgodnie z wymaganiami technicznymi oraz prawnymi. Zatem w razie kontroli UKE mamy pewność, że wszystko będzie w porządku i nikt nie znajdzie żadnego niedopatrzenia, których jak wiadomo urzędnicy usilnie szukają w związku z dziurą budżetową oraz naciskami z góry. Ponadto dzięki badaniom laboratoryjnym posiadamy 200% pewności, że nasze urządzenia spełniają wszystkie wymagane dyrektywy i normy UE w stopniu znacznie szerszym niż wymagany. Dzięki temu mogliśmy rozszerzyć rynki zbytu również na obiekty komercyjne, a także zacząć eksportować nasze produkty. Ponadto długa lista spełnianych wymagań potwierdzona przez jednostkę naukową jest często dodatkowym atutem przy przetargach lub w procesie ofertowym

Dodatkowo współpraca z jednostką naukową w pewnych sytuacjach pozwala uzyskać przewagę nad konkurencją, dodatkowo zapewniając pewnego rodzaju prestiż.

**Skąd czerpicie pomysły na nowe produkty?**

■ Głównie z życia. Wrodzone lenistwo często podpowiada mi pomysły na rozwiązania ułatwiające życie. Jeśli taki pomysł ma związek z oświetleniem, to montuję sobie w domu prototyp i używam przez jakiś czas. Jeśli pomysł się sprawdza i jestem z niego zadowolony to konsultuję ze znajomymi, pracownikami oraz zaprzyjaźnionymi instalatorami. Jeśli odzew jest pozytywny to najczęściej urządzenie trafia do produkcji. Często również klienci podrzucają nam rozwiązania lub w wyniku rozmów z nimi pojawiają się nowe pomysły. Zdarza się też, że natchnieniem jest jakiś produkt konkurencji, który nie jest najlepszy ale posiada potencjał. Wtedy wymyślamy jak zrobić to inaczej, lepiej, tak aby wady oryginału zamienić w zalety i czasami się udaje. Tak było w przypadku EC-133DL, dla którego natchnieniem był balast DALI dla LED jednego z dużych producentów. Ale tamten miał wbudowany zasilacz, co ograniczało możliwości i miał tylko jeden kanał, więc nie nadawał się do systemów RGB (zmieniających kolor). Wymyśliliśmy więc sterownik EC-133DL, który współpracuje z dowolnym zasilaczem, posiada 3 kanały więc może sterować również systemem RGB oraz ma kilka dodatkowych funkcji jak na przykład wybór charakterystyki ściemniania. Okazał się on takim sukcesem, że wiele egzemplarzy kontroluje oświetlenie w wielu prestiżowych obiektach, jak hotel Holiday Inn w Krakowie czy hotel Marriot w Wenecji.

**Jak wygląda proces produkcyjny?**

■ Jeśli już mamy pomysł na urządzenie to wszystko zaczyna się oczywiście od projektu. Mamy dwóch zdolnych projektantów z dużym doświadczeniem, którzy już na etapie projektu eliminują większość błędów. Następnie wykonujemy jeden lub kilka prototypów, które testujemy intensywnie przez dłuższy czas, aby wyłapać wszelkie ewentualne błędy czy niedociągnięcia. Jeśli takie się pojawiają to wprowadzamy poprawki w elektronice lub oprogramowaniu i znów testujemy. Gdy już prototyp przejdzie pozytywnie wszystkie testy i zostanie przez nas zaakceptowany to trafia wraz z dokumentacją roboczą do laboratorium Politechniki, gdzie jest badany na zgodność z dyrektywami i normami UE. Po pozy-

tywnym wyniku badań opracowujemy dokumentację produkcyjną i zamawiamy w zewnętrznej, wyspecjalizowanej firmie (oczywiście polskiej) płytki PCB. W międzyczasie zamawiamy wszelkie niezbędne elementy elektroniczne i gdy kurier przywozi nam PCB rozpoczynamy produkcję. Większość elementów jest układana przez automat do montażu SMD. To tak na prawdę niewielki robot, który po odpowiednim zaprogramowaniu potrafi sam rozpoznawać elementy z podajników lub rozsypane na tacy i z bardzo dużą prędkością ale i precyzją układa je na płytkach PCB. Płytki zostają wcześniej w odpowiednich miejscach pokryte specjalną pastą przewodzącą, która po ułożeniu zapobiega przesuwaniu się elementów. Następnie całość trafia do pieca, gdzie w precyzyjnie kontrolowanych warunkach pasta ulega stopieniu i łączy trwale elementy z polami lutowniczymi na płytce. Jeśli montowane urządzenie zawiera elementy przewlekane to są one w dalszej kolejności montowane ręcznie. Po zamontowaniu wszystkich elementów płytki trafiają do specjalnej myjki, która usuwa wszystkie zabrudzenia oraz resztki topników. Następnie moduły wymagające tego są lakierowane ochronnym lakierem bezbarwnym. Kolejną czynnością to zaprogramowanie procesorów urządzeń i ogólne sprawdzenie pracy urządzenia. Tak przygotowane moduły trafiają na kontrolę jakości, gdzie sprawdzana jest jakość wykonania oraz przeprowadzane są szczegółowe testy działania. Urządzenia, które przejdą kontrolę otrzymują numery seryjne i trafiają do pakowania i następnie do magazynu. Wszystkie, które choć odrobinę



odbiegają od standardu trafiają do serwisu lub znów na produkcję w zależności od rodzaju niezgodności.

**Czy obowiązujące normy i przepisy utrudniają wprowadzanie nowych produktów?**

■ Ogromnie! Dyrektywy i normy jednak raczej w pozytywnym sensie, ponieważ wymagają aby urządzenia spełniały pewne standardy techniczne, dzięki czemu są bezpieczne lub nie zakłócają pracy innych urządzeń i systemów. To ważne, ponieważ teoretycznie wyklucza z rynku produkty niebezpieczne lub o bardzo niskiej jakości. Niestety działa to głównie w teorii, bo rynek jest i tak zalewany przez tanie urządzenia nie spełniające norm z powodu bardzo słabej aktywności UKE w tym zakresie. Wielu firmom opłaca się ryzykować i nielegalnie sprzedawać urządzenia sprowadzane z dalekiego wschodu, bo ryzyko kontroli jest niskie, a zarobek dobry. Z drugiej strony jest cała masa bzdurnych przepisów, które mimo, iż mamy 21 wiek, przymusowo grzebią nas w biurokracji. Po-



ki to przychodzi pismo z GUS, z żądaniem obowiązkowego wypełnienia jakiejś głupiej statystyki, do której dane sami mogliby sobie ściągnąć z ZUS-u lub US bo mamy 21 wiek i komputery wszędzie. Więc znowu zamiast pracować i zarabiać na podatki muszą siedzieć i za darmo tracić czas na głupoty.

A mógłbym tak długo wymieniać...

Co odróżnia Waszą firmę od konkurencji?

■ Przede wszystkim to, że robimy to z pasji, a nie tylko z chęci zysku. Dzięki temu przykładamy ogromną wagę do jakości oraz niezawodności. Poza tym jako mała firma jesteśmy bardziej elastyczni i oferujemy naszym klientom możliwość wprowadzania modyfikacji do urządzeń pod konkretne zamówienia. Nawet dla pojedynczych sztuk. Dzięki własnym projektantom, programistom oraz produkcji możemy w krótkim czasie i za niewielkie kwoty dostosować działanie naszych urządzeń do konkretnych wymagań klienta. Żadna korporacja nie oferuje takich możliwości.

Czy uważa Pan, że technologia LED wpływa na dizajn pomieszczeń w których jest zastosowana? Jakie mamy możliwości kontrolowania światła?

za znanymi powszechnie kłodami rzucanymi pod nogi każdemu przedsiębiorcy w Polsce przez urzędy i ustawodawców, producent ma jeszcze gorzej, bo ma całą masę dodatkowych obowiązków. Trzeba się zarejestrować w GIOŚ i składać mnóstwo raportów i deklaracji o wprowadzającym sprzęcie, o wprowadzanych opakowaniach, o ilości odzyskanych opakowań, itd. To wszystko są martwe przepisy, które moim zdaniem służą tylko do nabijania kasy budżetowi oraz organizacjom odzysku. A ja przez to zamiast zajmować się moją pracą muszę ślęczeć nad wypełnianiem głupich i nikomu niepotrzebnych formularzy. Cała ustawa o gospodarce odpadami jest kompletnie abstrakcyjna i nijak się ma do rzeczywistości. Dla przykładu ja, jako mały producent mimo, że wprowadzam na rynek całkiem nowe urządzenia posiadające 5 lat gwarancji i praktycznie niepsujące się, mam jednak obowiązek odzyskać każdego roku całkiem sporą ilość zużytego sprzętu elektronicznego. Jak? Mam chodzić po śmietnikach i zbierać to, co ktoś być może łaskawie wyrzuci? Nonsens. Jakie jest więc rozwiązanie? Muszę podpisać umowę o odzysku z organizacją odzysku, która za mnie będzie ten zużyty sprzęt odzyskiwać. Tylko dlaczego ja mam obowiązek odzyskiwać jakiś stary, zużyty sprzęt, którego nie wyprodukowałem? Podobnie lub nawet gorzej sprawa ma się z opakowaniami, gdzie ustawowym limitem minimalnym jest aż tona! Niemożliwe do uzyskania w tak małej firmie produkcyjnej. Zatem znów jedynym i obowiązkowym rozwiązaniem jest umowa z organizacją odzysku i oczywiście płacenie im za odzysk. Od tego roku wprawdzie jest nowy przepis, który zmusza do złożenia wniosku o pomoc de minimis, dzięki której zostaje się zwolnionym z tego obowiązku oraz przy okazji z opłaty produktowej ale oczywiście trzeba do tego wypełnić kilkanaście stron formularzy, czyli znów mój czas na normalną pracę jest odgórnie ograniczany. A jak już w końcu mam chwilkę czasu aby zająć się projektowaniem i produkcją elektroni-

■ Oczywiście. Technologia LED daje niespotykane dotąd możliwości aranżacji wnętrza ale również oświetlenia zewnętrznego. Małe rozmiary, ogromne możliwości kontroli, wysoka wydajność oraz ogromna żywotność sprawiają, że otwierają się całkiem nowe horyzonty w oświetleniu. Można to już zresztą coraz powszechniej zauważyć w naszym otoczeniu. Diody LED zmieszczą się w wielu miejscach niedostępnych dla żarówek czy świetlówek. Nie generują ciepła, więc można stosować materiały nieodporne na wysokie temperatury do aranżacji (papier, folie, drewno, tworzywa sztuczne, itd.).

Również jeśli chodzi o możliwości kontroli oświetlenia LED to są one znacznie szersze niż przy tradycyjnym oświetleniu. Dioda LED to element elektroniczny zasilany niskim napięciem, co ogromnie ułatwia jej sterowanie i płynną zmianę jasności lub koloru w bardzo szerokim zakresie. Dzięki temu mogę śmiało stwierdzić, że możliwości kontrolowania światła LED są właściwie nieograniczone. Zależą wyłącznie od inwencji oraz zasobności portfela.

Na koniec proszę powiedzieć, gdzie można znaleźć Wasze projekty?

■ Między innymi: Holiday Inn w Krakowie, Kopalnia Soli w Wieliczce, Hard Rock Cafe w Krakowie, JW Marriott Venice Resort & Spa w Wenecji, Marriott Renaissance w Warszawie (lotnisko Okęcie), Hilton w Warszawie i pewnie w bardzo wielu innych. Niestety jako firma produkcyjna nie instalujemy sami naszych urządzeń, więc w wielu przypadkach nie wiemy gdzie pracują.

Bardzo dziękuję za rozmowę

<http://enterius.pl>

Wywiad przeprowadziła:

**KAROLINA REJ**

studentka kierunku Gospodarka i Administracja Publiczna  
Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie



# Nie tylko dizajn pomysłem na biznes

**G**rupa Nowy Styl jest firmą, której główna siedziba mieści się w Krośnie, jednakże od początku związana jest także z Krakowem – to tu studiował jeden z założycieli firmy Adam Krzanowski i w tym mieście również znajduje się m.in. siedziba Zarządu, Działu Marketingu, część działu handlowego, IT czy controllingu. Tutaj klienci mogą odwiedzić showroom, w którym znajduje się ekspozycja produktowa 6 marek, pod którymi swoje rozwiązania sprzedaje firma. Poza Polską, firma posiada również oddziały w całej Europie. Grupa Nowy Styl to europejski lider w zakresie kompleksowych rozwiązań meblowych dla przestrzeni biurowych oraz miejsc użyteczności publicznej, jest 4. największym producentem krzeseł i mebli biurowych w Europie. Ponad 85% jej sprzedaży trafia na rynek eksportowy do ponad 100 krajów na całym świecie. Elastyczne podejście do Klienta, innowacyjność i otwarta na zmiany kultura organizacyjna Grupy doprowadziła ją na pozycję jednej z największych i najbardziej dynamicznie rozwijających się firm w swojej branży w Europie, z przychodami ze sprzedaży blisko 300 mln euro rocznie.

Firma codziennie wyposaża nowe biurowce, centra konferencyjne, kina, stadiony, obiekty muzyczne, sportowe i wielofunkcyjne. Na liście referencyjnej figurują m.in. wielkie międzynarodowe korporacje, instytucje kulturalne takie jak NOSPR czy Opera w Monachium oraz wszystkie polskie stadiony, na których odbyły się mistrzostwa EURO 2012. Na krzesłach Grupy obradowali przywódcy państw podczas szczytu NATO w Lizbonie; zasiadają na nich urzędnicy w niemieckim Urzędzie Kanclerskim oraz publiczność w Leicester Square Theatre w Londynie, a w najbliższym czasie również na stadionie Olympique w Lyon.

## Misja Grupy Nowy Styl

Misją Grupy jest „badanie potrzeb klienta, następnie dostarczanie kompleksowych rozwiązań meblowych wg jego potrzeb, jak również dbanie o ergonomię i akustykę oraz komfort pracy.”. To właśnie jest tajemnicą sukcesu firmy. Dzięki zaufaniu klientów i ich satysfakcji, zadowoleniu oraz doświadczeniu, pasji i oddaniu firma już ponad 23 lata istnieje na rynku. Nie osiadając na laurach stale się rozwija i tak w 2014 roku powstała w Polsce na Podkarpaciu jedna z najnowocześniejszych fabryk mebli biurowych w Europie.

## A wszystko zaczęło się...

A to wszystko zaczęło się od typowego wyjazdu studenckiego do pracy. Przyszły prezes zarządu oraz właściciel Grupy Nowy Styl Adam Krzanowski na urlopie dziekańskim pracował przy rozładunku samochodów w firmie Wythe zajmującej się produkcją krzeseł w Stanach Zjednoczonych. Tam też awansował i zdobywał wiedzę branżową. Natomiast jego brat – Jerzy Krzanowski otwierał swoje pierwsze przedsiębiorstwo: restaurację w Krośnie i na tym doświadczeniu uczył się tajników i funkcjonowania firmy. W 1992 bracia Krzanowscy zakładają firmę, która zajmuje się pro-

dukacją krzeseł i tak w ich firmie powstaje pierwsze krzesło kawiar-niane, a później biurowe pod marką Nowy Styl.

## Wykorzystanie środków unijnych

Grupa Nowy Styl korzysta również ze wsparcia Unii Europejskiej. W przeciągu ostatnich lat prowadzi inwestycje, które mają na celu skuteczne i efektywne realizowanie polityki zrównoważonego rozwoju. Jedną z inwestycji, w których wykorzystane zostały środki płynące z Programu Konkurencyjności Unii Europejskiej Unia dla Przedsiębiorczych i dotyczyła zakładu Przetwórstwa Drzewnego w Rzepedzi. Zainicjowana została tam praca systemu magazynowania, transportu oraz rozdrabniania odpadów drzewnych. Z tego programu skorzystali również w Zakładzie Przetwórstwa Tworzyw Sztucznych w Jaśle. Oddana została tam do eksploatacji w 2007 roku instalacja oczyszczania ścieków przemysłowych.

W ramach Działania 4.4 Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka 2007-2013 program pt: „Innowacyjne technologie w przemyśle meblarskim – budowa nowoczesnego zakładu produkcyjnego w Nowy Styl Sp. z o.o. oraz wdrożenie innowacyjnych produktów na rynku europejskim” powstała jedna z najnowocześniejszych Fabryk Mebli Biurowych. Celem projektu było wdrożenie opatentowanej własnej wiedzy technicznej w zakresie procesu produkcji mebli oraz innowacyjnych rozwiązań konstrukcyjnych,







▲ Centrum edukacji

wprowadzenie nowych rozwiązań organizacyjnych i marketingowych oraz przygotowanie nowatorskiego oprogramowania do obsługi zamówień Klientów

#### Innowacje wykorzystywane w produkcji mebli

Do produkcji mebli wykorzystywane są najnowocześniejsze technologie w branży. Jednym z przykładów jest laser zastosowany

w okleinowaniu elementów krzywoliniowych. Wykorzystywanie tego typu technologii dla elementów krzywoliniowych jest światową nowością, pozwala na uzyskiwanie wysokich rezultatów jakościowych oraz wytrzymałościowych w zakresie łączenia płyty z obrzeżem.

Linie produkcyjne zostały tak zaprojektowane, aby umożliwić wykorzystanie pełnej elastyczności i minimalnych czasów przełożeń. Produkcja prowadzona jest wyłącznie na podstawie zamówień składanych przez klientów w systemie „just in time” czyli to tylko co zostało zamówione bez generowania zapasów.

Główny proces produkcyjny jest w pełni zautomatyzowany i obsługiwany wyłącznie przez maszyny – od magazynowania i przygotowania materiałów do rozkroju aż do skompletowania gotowych komponentów mebla w jednym miejscu. Dodatkowo, automatyka wspiera procesy pakowania i montażu.

W fabryce do produkcji wykorzystuje się płytę komórkową. Jest to innowacyjne rozwiązanie, stosowane w produkcji mebli biurowych. Niebywałą zaletą płyty komórkowej jest jej lekkość przy jednoczesnym zachowaniu stabilności i innych istotnych funkcji konstrukcyjnych. Meble wykonane z takiej płyty są lżejsze a jednocześnie bardzo stabilne. Jej grubość oraz wewnętrzna struktura „plastra miodu” odpowiadają za właściwości mechaniczne – płyta jest bardzo wytrzymała, odporna na gięcie a przy tym lekka i ekologiczna.

W nowej Fabryce Mebli Biurowych wykorzystywany jest zintegrowany system zarządzania produkcją. Rozwiązanie to należy do klasy Manufacturing Execution System (MES). System ten służy do przesyłania niezbędnych danych technologicznych do gniazd produkcyjnych, na których dany element musi być obrabiany. Ten nowoczesny system wykorzystywany jest również do śledzenia pozycji elementów w procesie produkcji oraz identyfikacji

*ciąg dalszy na stronie 14* ▶▶







▲ PGE Arena

kowania jednoznacznie wszystkich elementów znajdujących się w procesie produkcyjnym.

### Technologie Grupy Nowy Styl

Firma posiada 15 własnych zakładów produkcyjnych w Polsce, Niemczech i na Ukrainie. Posiada własną narzędziownię, Centrum Konstrukcyjno-Wdrożeniowe oraz nowoczesny, sterowany numerycznie park maszynowy. Prawie wszystkie elementy z których powstają krzesła i meble, tj. elementy z drewna, metalu oraz tworzyw sztucznych są produkowane we własnych fabrykach. W narzędziowni wysoko wykwalifikowany zespół pracowników zgodnie z potrzebami firmy przygotowuje narzędzia o zróżnicowanym stopniu skomplikowania, wadze oraz rozmiarach. Do powstania narzędzi wykorzystywane są nowoczesne stanowiska, w których możliwe jest przestrzenne modelowanie, projektowanie, digitalizacja i rekonstrukcja powierzchni 3D. W ciągu roku przygotowane jest ponad 30 form wytryskowych, ponad 250 tłoczników i wykrojników. Wykonywane jest również oprzyrządowanie spawalnicze i wiertnicze, które służy firmie do dalszej produkcji.

Na sterowanych numerycznie wieloosiowych centrach obróbkowych dających nieograniczone możliwości modelowania produkuje się elementy giętko-klejone oraz elementy z drewna litego. Centra umożliwiają produkcję elementów o różnym stopniu skomplikowania.

Wszystkie elementy metalowe produkowane są przez prasy od 10 do 400 ton, stanowiska spawalnicze i lutownicze, giętarek i kra-

wędziarki oraz wieloma innymi wysoko wyspecjalizowanymi stanowiskami. Firma ma do dyspozycji między innymi w pełni zautomatyzowany robot polerski. Optymalną przyczepność lakieru lub chromu gwarantuje komputerowe sterowanie procesami galwanizacji i lakierowania, dzięki którym można zagwarantować wysoką odporność elementów metalowych na zarysowania i estetyczny wygląd przez długi okres czasu.

Do produkcji krzeseł wykorzystywane są również tworzywa sztuczne. Wykorzystuje się między innymi metodę wytrysku z gazem i wykorzystanie regranulatu z recyklingu – te rozwiązania mają charakter ekologiczny. Wszystkie produkowane detale kontrolowane są wnikliwie i szczegółowo pod względem wytrzymałości i jakości produktów w zakładowym laboratorium badawczym.

Tapicerzy natomiast precyzyjnie i dokładnie łączą umiejętności rzemieślnicze z wymogami produkcji wielkoseryjnej. Pracują na wysokogatunkowych tkaninach o zróżnicowanym splocie, najwyższej jakości skórkach oraz innych materiałach, które sprowadzane są z całego świata.

Duży zapał do pracy, ciągły rozwój, silny i pracowity zespół to klucze do sukcesu, które Bracia z Podkarpacia stosują już od ponad 2 dekad.

**KLAUDIA BRUHN**

studentka kierunku Gospodarka i Administracja Publiczna  
Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie



# Dobry dizajn może być „przyziemny”

## CZYLI RZECZ O PROJEKTOWANIU SKARPETEK

**Wywiad z przedstawicielkami firmy Krebo:**  
**KAMIŁĄ KWIATKOWSKĄ – Dyrektorem Handlowym, MAJĄ ZABORNIAK-SOKAL – Sales Managerem, KATARZYNA KWATER – Graficzką oraz KAROLINĄ GRZEGÓRZKO z działu sprzedaży**

**Aleksandra Tarczydło:** Krebo to krakowskie przedsiębiorstwo z ponad 20. letnią tradycją w branży skarpet. Niedawno wprowadziście własne, autorskie kolekcje – bardzo kolorowe i nowoczesne – skąd wzięł się taki pomysł?

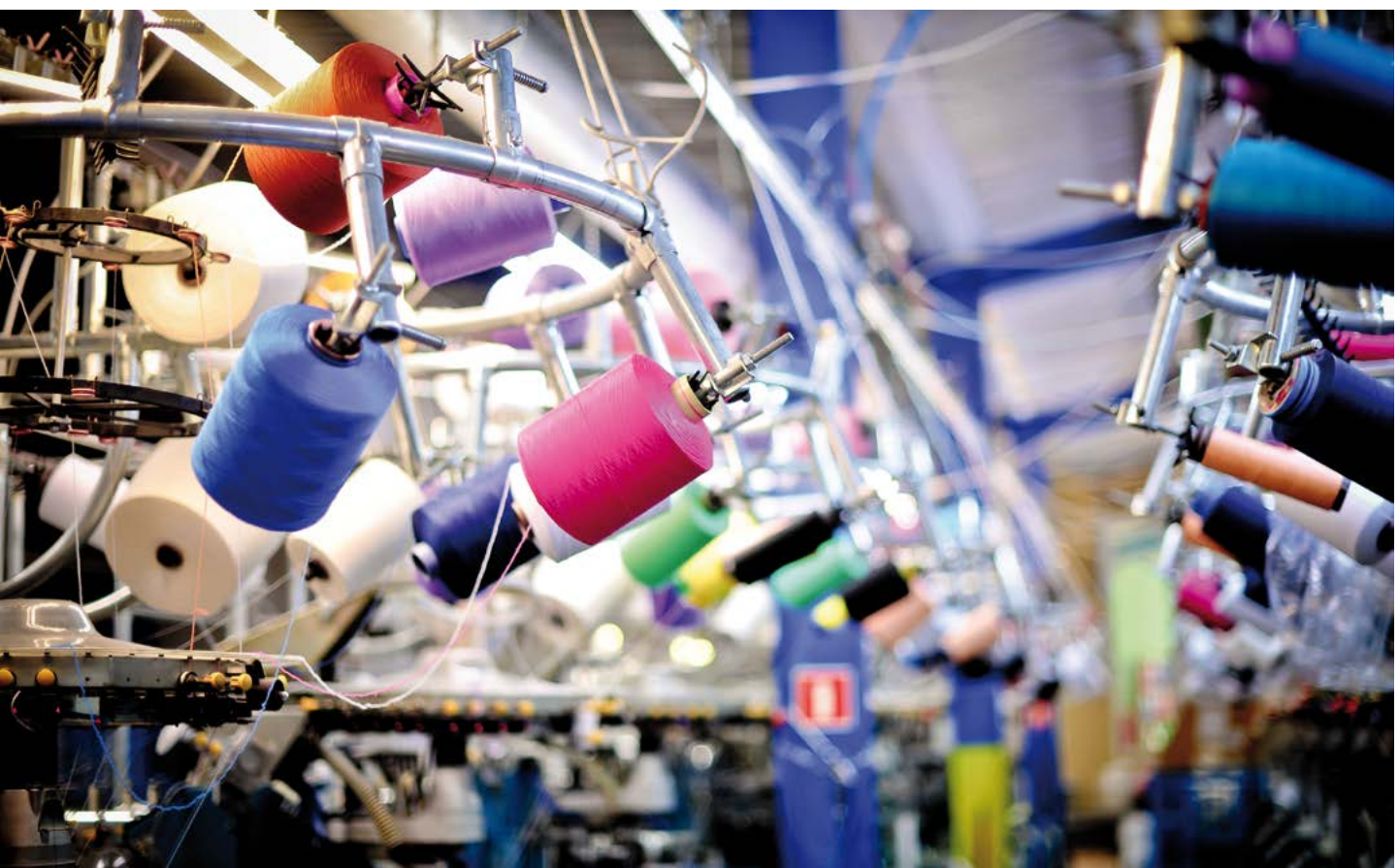
■ **Kamiła Kwiatkowska:** Chcieliśmy stworzyć produkt dla kogoś, kto czuje w sobie odrobinę szaleństwa i stawia na odważne dodatki. Nasze wzory są zarówno dla tych, którzy cenią swobodę w modzie, jak i tych pracujących w korporacjach, którzy na co dzień muszą ubierać się elegancko. Kolorowe skarpetki to taki akt przekory, „mrugnięcie okiem”.

■ **Katarzyna Kwater:** Własne kolekcje to także możliwość dania upustu naszym artystycznym emocjom, które kumulują się podczas tworzenia zamówień dla klientów zewnętrznych – wtedy w większości przypadków opieramy się na gotowych formularzach zamówień, pole manewru nie jest duże, ostateczną decyzję dotyczącą dizajnu podejmuje zamawiający. W przypadku własnych kolekcji sami o wszystkim decydujemy – piksel po pikselu.

Właśnie – „decydujemy” – ile osób jest zaangażowanych w tworzenie kolekcji?

■ **Karolina Grzegórzko:** W zasadzie wszystko robimy razem, spotykamy się w sali konferencyjnej przy dużym stole i dyskutujemy, niezawodna jest metoda „burzy mózgów”. W ten sposób decydujemy nie tylko o wzorach, ale też o kolorach, często zdania są podzielone – cenny jest punkt widzenia każdej osoby. Ilu pracowników zatrudnia Krebo, jak dużo osób zaangażowanych jest w proces projektowania?

*ciąg dalszy ze strony 16 ▶▶*







■ **Kamila Kwiatkowska:** Zatrudniamy około 80 osób, w tym trzech grafików. Nasze zakłady mieszczą się w Krakowie, tworzymy polskie produkty, z najlepszej jakości bawełny czesanej.

■ **Katarzyna Kwater:** Oprócz dizajnu niezmiernie ważne jest także praktyczne podejście i sposób wykonania. Zanim wprowadzimy jakiś wzór do masowej produkcji tworzone jest nawet kilkanaście egzemplarzy testowych. Dużą rolę w procesie produkcji ma zwłaszcza nasz doświadczony Kierownik Produkcji, który już do perfekcji zna możliwości maszyn, doradza jak tworzyć projekty. Czy trzeba mieć konkretne wykształcenie, żeby projektować skarpetki?

■ **Katarzyna Kwater:** Przede wszystkim trzeba być otwartym i kreatywnym. Przygotowanie teoretyczne to sprawa drugorzędna. Czy stosowane są w Waszej firmie jakieś rozwiązania innowacyjne?

■ **Kamila Kwiatkowska:** W kwestii maszyn – trudno o takich mówić. Innowacyjne za to mogą być przędze stosowane do wyrobu skarpetek – mowa już nie tylko o przędzach różnych kolorów – matowych, połyskliwych, neonowych, ale też np. o przędzach antybakteryjnych do skarpetek dla sportowców (w trakcie użytkowania uwalniają one antybakteryjne jony srebra).

Obecnie w Waszym sklepie można zobaczyć 4 kolekcje – dziecięcą, gdzie korzystacie z licencji Disney'a oraz trzy dla dorosłych – z autorskimi wzorami. Skąd czerpicie pomysły podczas projektowania?

■ **Katarzyna Kwater:** Inspiracje czerpiemy z tego, co nas otacza, na spotkania kreatywne przynosimy zdjęcia, grafiki.

■ **Kamila Kwiatkowska:** Trzymamy też rękę na pulsie jeśli chodzi o panujące trendy – to ważne, żeby nasz produkt był nowoczesny i na czasie. Wreszcie nastały czasy gdy skarpetki nie muszą być szare, nudne, ze zniechęconego prezentu pod choinkę awansowały na ten sprawiający wiele radości.

Przyznaję, że mi osobiście najbardziej podoba się dizajn kolekcji „Toucan in the city”. Dlaczego akurat ten ptak?

■ **Kamila Kwiatkowska:** Elegancki ptak z wielobarwnym dziobem – trochę jak przedstawiciele naszej grupy docelowej – eleganckie ubranie, ale nie brakuje też elementów kolorowych. Musi być radośnie, to także nawiązanie do miejskiej dżungli. Który wzór najczęściej wybierają klienci?

■ **Maja Zaborniak-Sokal:** Największą popularnością cieszą się skarpetki z wzorem drinka z wcześniej wymienionej kolekcji, wie-

le osób zwraca też uwagę na skarpetki „Neony na melanżu”. W tym drugim wypadku to także zasługa gry słów w nazwie (melanż – dobra impreza, ale też rodzaj dwukolorowej przędzy – przyp. red.). Ile trwa proces powstawania kolekcji?

■ **Maja Zaborniak-Sokal:** 3 kolekcje, które można obecnie kupić za pośrednictwem strony internetowej sklep.krebo.com.pl, to nasze pierwsze własne kolekcje. Wreszcie możemy postawić na własny dizajn, a od momentu podjęcia decyzji „tak, robimy” do momentu umieszczenia produktów w sklepie internetowym (utworzonym specjalnie do sprzedaży produktów autorskich) minęło około 10-12 miesięcy. Kolejna kolekcja wychodzi na jesień 2015, w najbliższym czasie rozszerzamy także kolekcję „Toucan in the City” o stopki. Każda kolekcja jest ofertą limitowaną – konkretny wzór jest wytwarzany tylko w kilkudziesięciu egzemplarzach.

■ **Kamila Kwiatkowska:** Warto podkreślić, że wszystko robimy sami – jesteśmy przez to pewni zarówno jakości produktów, jak i poszanowania praw pracowników.

■ **Katarzyna Kwater:** Przykładamy wagę do detali – designerskie etykiety, estetyczne koperty do wysyłki, prawdziwe pieczątki z logo.

W jaką stronę planujecie dalszy rozwój?

■ **Karolina Grzegórzko:** Ostatnio mieliśmy bardzo ciekawe zamówienie – para młoda zamówiła skarpetki dla gości weselnych i właśnie w tym kierunku chcemy iść – zamówień personalizowanych.

■ **Maja Zaborniak-Sokal:** Już niedługo takie bardzo osobiste zamówienia będzie można u nas zrealizować, to zdecydowana nowość na rynku – rajtki z datą urodzenia dziecka, czy skarpetki z imieniem.

Podsumowując jednym słowem – jakie są Wasze skarpetki?

■ **Kamila Kwiatkowska:** Polskie. Matki mogą ufać, że są bezpieczne i wygodne dla dzieci.

■ **Katarzyna Kwater:** Unikatowe.

■ **Karolina Grzegórzko:** Dobrej jakości.

■ **Maja Zaborniak-Sokal:** Po prostu – najlepsze!

Wywiad przeprowadziła:

**ALEKSANDRA TARCZYDŁO**

studentka kierunku Gospodarka i Administracja Publiczna  
Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie

# VeryGraphic. Polish Designers of the 20th Century

**C**ulture.pl prezentuje kolejną, po *Out of the Ordinary*, obszerną publikację o historii polskiego projektowania. 448 stron, 64 projektantów, 57 rozdziałów, 30 autorów: *VeryGraphic. Polish Designers of the 20th Century* to pierwsza tak obszerna publikacja poświęcona polskiemu projektowaniu graficznemu XX wieku.

Właśnie ukazało się najnowsze wydawnictwo **Culture.pl** *VeryGraphic. Polish Designers of the 20th Century*. Album, pod redakcją Jacka Mrowczyka, to pierwsza tak obszerna kompilacja informacji o współczesnym polskim projektowaniu graficznym. Razem z *Out of the Ordinary*, która skupiła się na wzornictwie, publikacje te składają się na, jedyne jak do tej pory, kompendium wiedzy o polskim designie XX wieku.

Książka ta powstała w języku angielskim po to, by zaprezentować na świecie jak ogromny i różnorodny jest dorobek polskich projektantów grafików. Choć ma on bardzo bogatą historię pozostaje mało znany na arenie międzynarodowej. Polska grafika użytkowa to przecież o wiele więcej niż tylko uznana na świecie szkoła plakatu. – *Plakat jest rozpoznawalną marką polskiego projektowania i dla wielu zagranicznych czytelników pozostaje do dziś jedyną znaną im dziedziną sztuki wizualnej nad Wisłą* – tłumaczy we wstępie Mrowczyk. Polski plakat oczywiście ma swoje miejsce w *VeryGraphic*, natomiast opracowanie uwzględni także mniej znany dorobek twórców z dziedziny grafiki użytkowej: książek, czasopism i okładek, typografii i liternictwa, projektowania informacji i znaków identyfikujących oraz opakowań.

Publikacja zawiera chronologiczny opis twórczości ponad 60 najwybitniejszych i najciekawszych polskich grafików. Podzielona jest na trzy okresy, w których twórcy najprężniej działali i w których powstały ich najważniejsze prace. Jako punkty zwrotne redaktor przyjął koniec II wojny światowej oraz rok 1980, który w Polsce odznaczył się podpisaniem porozumień sierpniowych oraz narodzinami Solidarności. Czas od początku XX wieku do 1945 roku, to lata, w których narodziły się pierwsze trzy pokolenia artystów, którzy wyznaczyli kierunek rozwoju projektowania graficznego w Polsce. Od 1945 roku do 1980 polska grafika użytkowa była ściśle uzależniona od kulturalnych, ekonomicznych i przede wszystkim politycznych procesów – była odzwierciedleniem gwałtownych zmian jakie zachodziły w kraju. Natomiast lata od 1980 roku do końca XX wieku, można uznać za czas, w którym grafika polska upadła i narodziła się zupełnie na nowo.

Do udziału w tworzeniu publikacji zaproszeni zostali czołowi polscy krytycy i eksperci w dziedzinie projektowania graficznego, w tym m.in. Artur i Magdalena Frankowscy, założyciele studia projektowego Fontarte; Irena Przymus, kuratorka Galerii Plakatu i Designu Muzeum Narodowego w Poznaniu; Piotr Rypson, zastępca dyrektora Muzeum Narodowego w Warszawie, historyk kultury wizualnej oraz autor książki *Against All Odds. Polish Graphic Design 1919-1949*; Agata Szydłowska, historyczka designu, założycielka Pracowni Krytyki Designu i wielu innych.

Grafika okładki została wykonana ręcznie w różnych wariacjach barwnych, co sprawia że każdy egzemplarz jest niepowtarzalny.



Autorem projektu książki jest **Kuba Sowiński**. Redaktorem publikacji jest **Jacek Mrowczyk** – projektant, wykładowca ASP w Katowicach oraz Rhode Island School of Design w Providence, współtwórca kwartalnika „2+3D”. Autor artykułów na temat projektowania graficznego oraz książek: *Niewielkiego słownika typograficznego* (2008) i *PGR. Projektowanie graficzne w Polsce* (z Michałem Wardą, 2010); redaktor antologii *Widzieć/Wiedzieć. Wybór najważniejszych tekstów o dizajnie* (z Przemkiem Dębowskiem, 2011).

**VERYGRAPHIC.**

**POLISH DESIGNERS OF THE 20TH CENTURY**

Więcej informacji na: [www.culture.pl](http://www.culture.pl)

Wydawca:

**INSTYTUT ADAMA MICKIEWICZA W WARSZAWIE**



# Z dizajnem na ratunek!

## Wywiad z KINGĄ KRĘŻEL, absolwentką Wydziału Form Przemysłowych Akademii Sztuk Pięknych w Krakowie

**Justyna Pieróg:** Twój projekt to zupełnie nowa odsłona kamizelki ratunkowej i asekuracyjnej. Skąd pomysł na tak świeże, innowacyjne podejście do formy kamizelki ratunkowej?

■ **Kinga Krężel:** Dostępne na rynku kamizelki ratunkowe są zazwyczaj niewygodne, krępują ruchy, co powoduje, że ludzie niechętnie po nie sięgają. Chciałam, żeby mój projekt zmienił nastawienie ludzi do używania kamizelek, dlatego starałam się myśleć o formie nie w kategorii typowej kamizelki, ale znaleźć taką, która byłaby najbardziej wygodna.

Jaką nazwę nosi Twój projekt? Czy był z kimś konsultowany?

■ Projekt nie nosi jednej konkretnej nazwy, moja kamizelka występuje w kilku wariantach. W zależności od ich przeznaczenia są to Shawl, Sport i Pro. Konsultowałam go z firmą Sportis, która jest producentem kamizelek.

Na jakie cechy kamizelki ratunkowej postawiłaś w projekcie?

■ Zależało mi przede wszystkim na wygodzie i komforcie użytkownika. Istotnym było, aby kamizelka w żaden sposób nie krępowała ruchów, a zatem pozwalała użytkownikowi cieszyć się swobodą pływania, poruszania się i wykonywania innych czynności. Ponadto w projekcie zastosowałam ogrzewacz w okolicach klatki piersiowej, który ma niwelować skutki hipotermii. W momencie wpadnięcia do wody organizm ogranicza cyrkulację krwi do najważniejszych narządów w obrębie klatki piersiowej i głowy. Dlatego dostarczanie ciepła w okolice klatki piersiowej pozwala zaoszczędzić dodatkową energię na jego wytworzenie.

Czy ważny był również sam wygląd?

■ Oczywiście! Co ciekawe, osoby uprawiające sporty wodne, pływające na łódkach lub jachtach często nie używają kamizelek, ponieważ uważają ich krój czy kolor za nieatrakcyjny. Starłam się, aby mój projekt nie tylko posiadał konkretne walory użytkowe, ale by już sam wygląd zachęcał do jego użycia.

Czy kamizelka posiada system specjalnych zapięć i ściągaczy dopasowujących rozmiar do rozmiarów ciała? Czy może być używana również dla dzieci?

■ Tak, kamizelka posiada klamry i ściągacze, dzięki którym można dopasować jej wielkość, jednak nie jest ona w rozmiarze uniwersalnym. Wraz z wielkością i masą ciała użytkownika wzrostowi powinna podlegać również wyporność kamizelki, a co się z tym wiąże, także ilość pianki wypornościowej. W związku z tym mój projekt zakłada kilka rozmiarów i wielkości po to, by zapewnić zarówno wygodę, jak i odpowiednio wysokie bezpieczeństwo użytkowników, także dzieci.

Cała konstrukcja bardziej przypomina szal niż typowo postrzeganą kamizelkę, która ma utrzymywać ciało na powierzchni wody. Do kogo skierowany jest Twój projekt? Czy jest to kamizelka przeznaczona dla osób umiających częściowo pływać, uczących się



pływać, czy może jest przeznaczona do stosowania jako profesjonalny środek ratunkowy?

■ Konstrukcja faktycznie przypomina szal i taka też była inspiracja. Początkowo projekt był przeznaczony jako środek asekuracyjny dla osób podróżujących na łódkach czy uprawiających sporty wodne, a nie lubiących zakładać kamizelek ratunkowych. Wraz z rozwojem projektu pojawiły się paski, zapięcia i klamry oraz dmuchany kołnierz zwiększający wyporność. Postanowiłam wówczas podzielić mój projekt na trzy warianty. Pierwszy – **Shawl** – to kamizelka typowo asekuracyjna, przypominająca wyglądem szal dla osób umiających pływać, ceniących sobie komfort, atrakcyjny wygląd i bezpieczeństwo. Kolejny wariant – **Sport** – posiada klamry i zapięcia oraz kołnierz, przyczyniający się do zwiększenia wyporności kamizelki, który można nadmuchać w przypadku



długotrwałego przebywania w wodzie. Trzeci wariant – **Pro** – także wyposażony w kołnierz wypornościowy, jednak pompujący się automatycznie po wpadnięciu do wody dzięki naboju z dwutlenkiem węgla, używanemu w kamizelkach pneumatycznych zarówno ratunkowych, jak i innego typu. Ta wersja jest już typową kamizelką ratunkową, przeznaczoną również dla osób nie umiejących pływać lub nieprzytomnych.

Jaki jest koszt wyprodukowania jednej kamizelki?

■ Koszty różnią się w zależności od wariantu i wynoszą od około 100 do 400 zł, ale biorąc pod uwagę produkcję seryjną, wynosiłyby znacznie mniej.

Swój projekt zgłosiłaś do konkursu Innovation In Life Jacket Design. Na czym polega ten konkurs? Może zechciałabyś pochwalić się jego wynikami?

■ Jest to konkurs organizowany od kilku lat i polega na szukaniu nowej formy dla kamizelek ratunkowych, a także promowaniu częstszego ich używania. Zwraca on uwagę na to, jak ważnym aspektem jest bezpieczeństwo w wodzie, pozwala projektantom zastanowić się nad tą kwestią. Wynikami niestety nie mogę się jeszcze pochwalić, ponieważ zostaną ogłoszone dopiero we wrześniu.

Teraz może trochę o samym projektowaniu. Czy studia artystyczne są konieczne do rozpoczęcia profesjonalnej ścieżki zawodowej w obszarze projektowania form przemysłowych?

■ Myślę, że konieczne nie są, ale bardzo to ułatwiają. Znam ludzi, którzy świetnie radzą sobie w branży projektowej, mimo że nie kończyli studiów z tym związanych. Mnie jednak studia artystyczne bardzo pomogły – dały szansę otwarcia się na nowe możliwości, poznania nowych technik i nawiązania kontaktów z ciekawymi ludźmi, którzy dzielą podobne zainteresowania.

Czy kierunkowe wykształcenie pomaga w rozwoju własnej marki?

■ W pewien sposób tak, ale wszystko zależy od tego, co chcemy robić i jak dużo wysiłku wkładamy w rozwój swojej pasji. Można być świetnym projektantem bez wykształcenia i beznadziejnym po studiach. Wszystko zależy od podejścia i zaangażowania. Co zatem, poza studiami artystycznymi, pozwala rozwijać umiejętności i szukać natchnienia do nowych projektów? Jakies dodatkowe zajęcia, szerokie zainteresowania, śledzenie trendów, naturalne predyspozycje czy może jeszcze coś innego? Może są one czasem dziełem przypadku? Co ma największy wpływ na Twoje projekty?

■ Odkąd pamiętam, lubiłam wiedzieć, jak działają rzeczy, interesowała mnie ich budowa i kształt. Zawsze staram się szukać inspiracji wokół siebie. Uważam, że najczęściej proste rozwiązania są najlepsze, dlatego warto rozglądać się wokół, a niekoniecznie szukać drogi okężnej. Myślę też, że większość pomysłów rodzi się przypadkowo – w momencie, kiedy coś zauważamy lub gdy przychodzi nam do głowy jakaś myśl. Wszystko zależy od tego, w jakim kierunku i w jaki sposób jest ona później rozwijana. Prawdopodobnie niewielu projektantów może powiedzieć, że w jednej chwili wymyśliłi wspaniały projekt, który był gotowy od początku do końca. Zazwyczaj pojawia się idea, która dopiero odpowiednio dopracowana przekształca się w dobry produkt.

Czy projektowanie form przemysłowych to według Ciebie także projektowanie dzieł sztuki?

■ Nie podchodzę do wzornictwa jak do sztuki. Sztukę powinno się podziwiać, nie dla wszystkich jest ona zrozumiała. Projekty wzornicze winny mieć jasny przekaz i określoną funkcję, dla wszystkich klarowną. Wygląd jest zawsze kwestią gustu, a to funkcjonalność bierze górę. Można przecież zaprojektować piękne, ale niewygodne krzesło, które nie nadaje się do siedzenia. W tym momencie nazwiemy je bardziej rzeźbą niż dizajnem.

Co wyróżnia Twój dizajn?

■ Staram się nie robić projektów wbrew sobie. Bardzo ciężko zajmować się czymś, czego się nie czuje. Z tego powodu myślę, że zaangażowanie jest największym przymiotem mojego dizajnu.

Czego brakuje współczesnemu rynkowi polskiemu w zakresie dizajnu?

■ Odwagi. Mamy wielu wspaniałych projektantów, jednak jako użytkownicy bardzo często boimy się eksperymentów i wybieramy to, co znamy, jest dobre i sprawdzone. A dizajn to dla mnie ciągłe szukanie świeżych rozwiązań, odkrywanie nowych horyzontów. Bez ciekawości i myślenia „poza pudełkiem” nie byłoby dizajnu.

Podjęłam, że w obecnych warunkach gospodarczych, w których konkurencja jest naprawdę duża, nie jest łatwo przebić się ze swoim pomysłem. Co według Ciebie musi mieć w sobie projekt, by został dostrzeżony?

■ Powinien potrafić się sprzedać i sam obronić, być funkcjonalny i wpasować się w trendy. Ale sam projekt nie wystarczy, nikt go nie zobaczy, jeżeli nie zostanie nikomu pokazany. Projektant powinien być również handlowcem, który ma odwagę zaprezentować i zareklamować swój projekt.

O czym marzy młoda projektantka form przemysłowych?

■ Jako projektantka marzę oczywiście o sukcesie zawodowym, a przy tym o zwiedzaniu świata. Całkiem możliwe, że jedno marzenie będzie pomagać realizować drugie.

Dziękuję za rozmowę i życzę powodzenia!

Rozmawiała:

**JUSTYNA PIERÓG**

studentka kierunku Gospodarka i Administracja Publiczna  
Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie



# Reklama wizualna z firmą ARPI

**P**racoholicy, pełni nowych pomysłów, żądni trudnych wyzwań, perfekcyjniści do bólu – takimi oto hasłami można bez wątpienia określić potencjał pracowników powstałej w roku 2000 w Gorlicach pracowni ARPI reklamy.

Firma ARPI posiada własną pracownię reklamową, dzięki której może zaprojektować i wykonać wysokiej jakości fototapety, wydruki dekoracyjne oraz reklamy. Poprzez zdobyte doświadczenia, zaangażowanie załogi i indywidualne podejście do klienta osiągnęła wysoką pozycję na rynku. Zakres działalności obejmuje w głównej mierze obszar południowej Polski.

Oprócz pracowni reklamy i fototapet do profili działalności firmy należą także: -sklep pWIF arpi, studio dekoracji wnętrz, -wykończenia wnętrz, -oraz profile elewacyjne – arpi.

Pracownia arpireklamy.pl projektuje i wykonuje rozmaite produkty reklamowe poczynając od wizytówek, przez ulotki, plakaty, oklejanie samochodów, billboardy, szyldy, banery, druki wielkoformatowe, tablice aż po kasetony świetlne i litery 3D. Wykonuje fototapety ściennie na wymiar drukowane na zamówienie. W parku maszynowym posiada niezbędne urządzenia oraz własną ślusarnię i warsztat. Systematycznie rozszerza sferę usług i wprowadza nowe maszyny, metody i rozwiązania.

Od początku funkcjonowania domeną firmy jest tworzenie reklam indywidualnie dostosowanych do potrzeb klientów. Kilkuletnie doświadczenie w branży reklamowej pozwoliło spółce zapoznać się z oczekiwaniami klientów i dotrzeć z ofertą do ich potrzeb wprowadzając liczne innowacyjne produkty.

W roku 2012 – po roku doświadczenia w druku wielkoformatowym, firma ARPI stwierdziła, że może zaoferować dużo więcej.

Więcej koloru, więcej detali, więcej radości z posiadania profesjonalnie wydrukowanej reklamy. ARPI inwestuje w najnowocześniejsze maszyny oraz materiały najlepszej jakości. Dzięki temu powiększa wachlarz usług o kolejny produkt, czyli fototapety. Piękne, barwne wzory na ścianę, które od razu zdobywają sporą popularność. Wcielając je do oferty firma zapewnia klientowi całościową obsługę na najwyższym poziomie – od etapu pomysłu do realizacji.

Pracownia reklamowa z siedzibą na terenie Gorlic nie ogranicza się jedynie do obsługi lokalnego klienta. Gdy tylko to jest możliwe, preferuje kontakt osobisty. W przypadku większych odległości pomocnymi okazują się telefon i Internet pozwalające poznać i wziąć pod uwagę pragnienia klientów. ARPI jest znakomitym przykładem firmy, której udało się osiągnąć sukces nie ograniczając się do jednej dziedziny. Zaczynała jako niewielka firma zajmująca się świadczeniem usług reklamowych. Jednak już dwa lata później jednocześnie ukierunkowała się na branżę budowlaną wprowadzając na rynek produkt o nazwie profile elewacyjne. Krok ten spowodował, że w chwili obecnej firma trudni się także wykańczaniem i aranżacją pomieszczeń dla klientów. Prowadzi własne studio, posiada autorskie linie produktów dekoracyjnych do pomieszczeń różnego typu. Urozmaiceniem oferty jest wykonywanie druku wielkoformatowego, w tym pięknych i trwałych fototapet. Można śmiało zauważyć, że to zespół osób otwartych na nowe wyzwania. ARPI nie boi się eksperymentować. Każdy cel zachęca ją do jak najwydajniejszej pracy, w której daje z siebie jak najwięcej.

Izabella Zaremba Studentka kierunku Gospodarka i Administracja Publiczna Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie



HILARIUS

# Drewniany pomysł na biznes

CZYLI O OPRAWKACH MARKI HILARIUS



## O autorze...

Lukasz Maziarz to rzemieślnik z zamiłowaniem do natury. Jest absolwentem Akademii Sztuk Pięknych Wydziału Form Przemysłowych w Krakowie a także 2. letniego Policealnego Studium Plastycznego o kierunku Konserwacja Me-

bli i Wyrobów Snycerskich oraz Liceum Plastycznego ze specjalizacją Meblarstwo Artystyczne, w którym to tak naprawdę zrodziło się jego zamiłowanie do rzemiosła. Zdobyta wiedza oraz warsztat, a tym samym i sukcesywne podążanie za pasją, przyczyniły się do powstania jego własnego „drewnianego biznesu”.

## Ale jak to wszystko się zaczęło...

Już, jako młody chłopiec, który wychował się w rodzinie z tradycjami stolarskimi przejawiał zamiłowanie do drewna, natury. Zdobyty fach podczas edukacji przyczynił się do odnalezienia własnej drogi, tego, co naprawdę sprawiałoby mu radość. Już wtedy wiedział, że drewno jest jego ulubionym surowcem. Ponadto, jako że Łukasz nie mógł odnaleźć okularów, które odzwierciedlałyby jego styl i osobowość, a długie poszukiwania związane z brakiem na rynku tych odpowiednich, przyczyniły się do powstania pomysłu wykonania ich osobiście. Początkowo miało to być wyjście na przeciw własnej potrzeby, z czasem jednak zrodził się pomysł na biznes. W sierpniu 2014 roku powstała marka Hilarius.

Przedsięwzięcie wydawało się bardzo dobrze rokującym biorąc pod uwagę nienasycony polski rynek oraz umacniającą się pozycję rękodziela w Polsce i na świecie. Masowa produkcja, brak produktów dopasowanych do indywidualnego konsumenta, nowe trendy, chęć odróżnienia się od reszty społeczeństwa, poszukiwanie produktów nietuzinkowych, oryginalnych, tym bardziej zmotywowało do stworzenia produktu wyjątkowego pod każdym względem.

## Produkt...

Hilarius to marka specjalizująca się w ręcznej produkcji ekskluzywnych, drewnianych opraw okularowych. Charakteryzuje je filigranowość kształtu, elegancja, prostota formy oraz wysoka jakość i wytrzymałość konstrukcyjna. Innowacyjna technologia pozwala na łatwą, nieinwazyjną wymianę soczewek a metalowe zawiasy sprężynowe zapobiegają wyłamaniu się zauszników.

Każda oprawka jest unikatowa, dodatkowo głębię koloru i rysunek drewna wydobywa wosk pszczelej, stosowany jako naturalny impregnat. Istotną cechą metody produkcji jest możliwość dowolnego łączenia ze sobą różnych gatunków drewna, uzyskując w ten sposób wiele wersji kolorystycznych tego samego modelu. Tech-



nologia pozwala na uzyskanie niemal identycznych kształtów przy każdym kolejnym modelu. Jest to produkt w 100% naturalny, wykonywany z niezwykłą precyzją i zaangażowaniem.

Marka Hilarius prezentuje szeroką gamę oprawek w 4. standardowych rozmiarach o różnych kształtach i kolorach, przez co każdy jest w stanie odnaleźć swojego faworyta.

Należy podkreślić, że produkcja jest nastawiona na okulary korekcyjne jako, że na rynku dóbr i usług występują drewniane oprawki, ale głównie w okularach przeciwsłonecznych.

Dodatkowo okulary nie służą już wyłącznie do korygowania wad wzroku, a stały się nieodzownym elementem naszego wizerunku, takim samym jak odzież, biżuteria czy buty. Odpowiednio dobra-



# Projektowanie to praca zespołowa

## Wywiad

### z MICHAŁEM HOLCEREM

projektantem, absolwentem Akademii Sztuk Pięknych w Krakowie oraz FH Joanneum University of Applied Sciences (Graz, Austria), uczestnikiem licznych projektów krajowych i zagranicznych dla takich marek jak Volkswagen, BMW, Boeing. Laureatem nagród (m. in. iF Design Award, European Copper Institute, Projekt Arting) i stypendiów. Uczestnikiem publikacji i wystaw w Polsce i za granicą. Obecnie współpracuje ze studium Teague Aerospace w Seattle (USA).

**Klaudia Jarzębak:** Dlaczego wybrałeś projektowanie, jako twój zawód?

■ **Michał Holcer:** Od dawna pociągała mnie możliwość wprowadzania zmian – modyfikowania otoczenia, metody poznania i zaspokajania potrzeb – na wielu płaszczyznach, na różną skalę. Im bardziej zgłębiałem wiedzę w tym zakresie, tym coraz szerszy wydawał się zakres zainteresowań. Ilość aspektów, punktów widzenia, które łączą wzornictwo napędzała tą ciekawość.

Jak to się stało, że skończyłeś studia na FH Joanneum w Grazu, skoro zaczynałeś swoją edukację na Akademii Sztuk Pięknych w Krakowie? Dlaczego akurat w Grazu?

■ Na Akademii Sztuk Pięknych studiowałem trzy lata. Rzeczywistość studiowania prawdziwego designu zdominowana jednak była „twórczością plastyczną”, wtedy zrewidowałem dalsze plany. Zaczęłem zastanawiać się nad realnymi możliwościami skończenia studiów na innej uczelni projektowej. Struktura uczelni w Grazu wygląda zupełnie inaczej niż system edukacji, który oferuje większość polskich uczelni projektowych – klastrowanie studentów do wyspecjalizowanych, niezależnych pracowni prowadzi do polaryzacji i wybiórczego postrzegania procesu projektowego. Innowacja rodzi się poprzez zderzanie ze sobą różnorodnych pomysłów, spostrzeżeń, wielu punktów widzenia osób z różnym doświadczeniem. Dla FH Joanneum nadrzędnym założeniem jest, że to uczelnia istnieje dla studentów i właśnie wokół nich koncentruje wszystkie działania i organizację. Wydawać by się mogło, że to oczywiste, nic bardziej mylnego. Widać to „od progu”, choćby w samej aranżacji wydziału. W Grazu sercem wydziału jest studio – każdy student, wszystkie zespoły projektowe, poszczególne etapy procesu twórczego mają swoje fizyczne miejsce w dużej, wspólnej i doskonale przygotowanej dla wszystkich przestrzeni. FH dba o wypracowaną przez lata markę poprzez wysoki poziom metod i materiałów, które prezentuje – to przyciąga do współpracy firmy i inwestorów.



ne oprawki można traktować jako znak rozpoznawczy, coś, co podkreśla osobowość, styl, stwarza określony wizerunek.

Produkt od początku do samego końca został wykonany przez Łukasza, uwzględniając: antropometryczne wymiary, występujące kształty twarzy, sposób użytkowania, tj. ściąganie, zakładanie, możliwość upadku itp., montowanie soczewek, właściwości drewna oraz jego możliwości technologiczne oraz aktualne trendy. Dzięki czemu powstały wyjątkowe, niepowtarzalne okulary marki Hilarius, które spełniają normy wysokiej jakości a tym samym wyróżniają się na rynku.

Dodatkowo, oprawki sprzedawane są w ręcznie wykonanym drewnianym etui, do którego zostanie dołączony certyfikat oryginalności oraz wszelkie informacje na temat produktu.

To, co cechuje markę Hilarius to:

- unikatowość
- ręcznie wykonane
- innowacyjna technologia
- duża wytrzymałość
- minimalizm prostoty formy
- elegancja
- wybór kształtów i kolorystyki
- cztery standardowe rozmiary
- 100% naturalnego drewna.

Produkt znajdziesz na:

[www.hilarius.pl](http://www.hilarius.pl), [www.facebook.com/HilariusOkulary](https://www.facebook.com/HilariusOkulary)

Kontakt: [hilarius.kontakt@gmail.com](mailto:hilarius.kontakt@gmail.com)

Opracowała:

**IZABELA KRAUS**

studentka kierunku Gospodarka i Administracja Publiczna  
Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie



W czasie studiów podejmowałeś już poważne zobowiązania; podjąłeś pracę w zawodzie projektanta?

■ Tak, to była dla mnie szansa na zdobywanie realnych doświadczeń przy współpracy z przemysłem. Znajoma projektantka, zaproponowała mi staż w biurze projektowym samochodów specjalistycznych w Bielsku. Po ukończeniu okresu stażowego otrzymałem możliwość dalszej współpracy. To było świetne doświadczenie zawodowe, współrealizowałem poważne projekty (duże przetargi) – miałem okazję poznać technologie firmy, uczestniczyć w przedsięwzięciach, które zdobyły uznanie.

Jakie projekty tam zrealizowałeś?

■ To była bardzo ścisła praca zespołowa. Pracowałem razem z około 25 innymi projektantami i inżynierami. Poza regularnymi samochodami dla straży pożarnej brałem udział między innymi w projektach PMT-25D Skyline (specjalistyczny samochód wyposażony w podnośnik hydrauliczny z koszem ratowniczym) czy Felix II 8x8 (ciężki lotniskowy samochód ratowniczo-gaśniczy). To była poważna praca projektowa, pod presją i odpowiedzialnością, ale jednocześnie ogromna satysfakcja z projektowania rozwiązań, które w ekstremalnych warunkach wpływają na ludzkie życie.

Z którego ze swoich projektów, najbardziej jesteś dumny?

■ Największą satysfakcję dają mi projekty, które po prostu się sprawdzają, które przejdą najcięższy test – wdrożenie i spełnią założone na początku warunki. Z ostatnich takich wdrożeń – z tych, którymi mogę się już dzielić – bardzo ucieszył mnie pozytywny odbiór programu street-light, który razem z BMW Designworks zaprojektowaliśmy, by popularyzować mobilność elektryczną. Po pokazie na targach Eurocities Monachium zdecydowało się na wprowadzenie programu pilotażowego w etap testów na większą skalę i w przyszłym roku zainstaluje nasze rozwiązania pozwalające na ładowanie samochodów elektrycznych z lamp ulicznych.

Obecnie zaczynasz pracę w studio Teague Aerospace w Stanach Zjednoczonych. Proszę zdradź nam, jak udało Ci się to osiągnąć? Jakie wiążesz z tym nadzieje, plany na przyszłość?

■ W BMW Designworks w Monachium pracowaliśmy nad projektem koncepcji wnętrza do nowego samolotu przeznaczonego równocześnie na rynek europejski i amerykański. Ta współpraca uświadomiła mi jak bardzo różnią się te grupy docelowe. Pomimo pozornych podobieństw obu kultur, oczekiwania wobec produktów i usług są bardzo odmienne – widać wyraźne różnice w wartościach, motywacjach i potrzebach. To przekłada się na przewidywane doświadczenia oczekiwane jak i nieoczekiwane, ale mające szansę zadziałać i wprowadzić zupełnie nowe wartości. Projekt był realizowany przy współpracy z filią studia w Los Angeles. To oni odpowiadali za ewaluację naszych pomysłów na swój rynek. Robiąc research do tego projektu, kilkakrotnie „wpadałem” na ciekawe rozwiązania studia Teague, działającego przy korporacji Boeing – jednego z największych potentatów w branży transportu lotniczego i kosmicznego. Po skończeniu studiów w Grazu, aplikowałem do głównej siedziby Teague – w Seattle. W obecnej chwili nie mogę szerzej wypowiedzieć się na temat designu w USA w praktyce. Jestem na początku tej – dla mnie nowej – drogi. Z pierwszego wrażenia – obserwuję większą odwagę do testowania, gotowość do eksperymentowania. Pasja i dążenie do odkrycia, do stworzenia czegoś nowego, zauważalnie przewyższa obawę przed podjęciem ryzyka i inwestycji. Proces akceptacji i przeniesienia koncepcji w etap testów jest diametralnie skrócony w porównaniu do tego samego np. w Niemczech.

Czy masz jakieś wskazówki dla młodszych kolegów z ASP odnośnie rozpoczęcia kariery zawodowej z designem?

■ Myślę, że jednym z najsłabszych punktów i jednocześnie trudnym do wyzbycia się nawykiem w pracy designera jest projektowanie „dla siebie”. Nie jest łatwo uniknąć tej pokusy. Dlatego bardzo istotna jest możliwość projektowania w zróżnicowanych zespołach. Taki charakter i sposób pracy/współpracy pomaga na bieżąco ewaluować działania i sprzyja podejmowaniu najlepszych





# Polski dizajn także może być dobry

**F**orum designu to nowe miejsce w Krakowskiej przestrzeni, które zostało otwarte 30 sierpnia 2014 roku. Jest to showroom, gdzie można kupić przedmioty wykonane przez kilkudziesięciu polskich i europejskich projektantów. Forum Designu mieści się w zrewitalizowanej przestrzeni dawnego Hotelu Forum – za nowoczesną aranżacją miejsca odpowiada NAWER – artysta street-artowy oraz projektant.

Forum Designu to unikatowe miejsce, gdzie można odnaleźć unikatowy, niemasywny dizajn oraz pokazać ludziom, że może on posiadać wartość. Przestrzeń ta to również miejsce, gdzie promują się twórcy, są organizowane rozmaite wydarzenia z pogranicza kultury i sztuki. Forum designu to nie tylko przestrzeń wystawiennicza lecz również miejsce gdzie promowany jest dobry polski dizajn. W miejscu tym organizowane są targi, warsztaty projektowania, Dni dizajnu a także spotkania z artystami oraz projektantami wewnątrz. Forum Designu będzie brać udział również w eventach organizowanych przez Forum Przestrzenie i Forum Mody.

## Rozmowa z ANNĄ SIEKACZ – Menedżerem Forum Designu

**Paulina Żuber:** Gdzie znajduje się siedziba Forum Designu i dlaczego takie miejsce zostało wybrane?

■ **Anna Siekacz:** Znajdujemy się w przestrzeniach kuchni Hotelu Forum, jednego z najnowocześniejszych niegdyś w Europie (w swoim czasie). Jego historia zatrzymała się w pewnej chwili po to, żebyśmy mogli teraz połączyć przeszłość z przyszłością (desiegnem) splatając je nicią terażniejszości.

Bardzo nam zależało, żeby jak najwięcej nienaruszonych elementów pozostało ze starych przestrzeni kuchennych dlatego na ścianach mamy kafelki. Przestrzeń organizują nam niskie murki oraz ścianki, między którymi kiedyś zapewne krzątały się kucharki przygotowując posiłki.

Efekt postindustrialnej przestrzeni jaki został stworzony po odświeżeniu naszej przestrzeni przez Artystę Krakowskiego: NAWERA kusi i wzbudza ciekawość.

Czym jest Forum Designu oraz czym się zajmuje?

■ Forum Designu to nowatorska propozycja dla niezależnych Twórców i Designerów. Promujemy niemasywny design. Jesteśmy miejscem, w którym Projektanci mogą pokazać swoje rzeczy szerszemu gronu odbiorców – gdyż nierzadko do tej pory mieli do dyspozycji tylko internet.

Jesteśmy miejscem, które żyje – organizujemy szereg warsztatów, w których każdy może wziąć udział. Są to np. warsztaty projektowania, targi, dni designu, spotkania z artystami i architektami, ćwiczenia i zabawy dla dzieci. Jako miejsce jesteśmy ciekawym kąskiem dla miłośników sztuki, wielu z naszych projektantów tworzy swoje produkty od podstaw – od wyboru kształtu, formy, funkcji, materiału – po wykonanie. Jest to prawdziwa uczta dla miłośników sztuki, techniki i dekoracji wnętrz, oraz okazja aby biorąc udział w naszych wydarzeniach a także poznać Twórców rzeczy, które zwróciły naszą uwagę.

„Naszą działalność traktujemy jak misję: chcemy pokazać szerszemu odbiorcy polski design” – Dina de Białynia Woycikiewicz, inicjatorka powstania Forum Designu, Właścicielka.

Forum Designu wraz z Forum Mody i Forum Przestrzenie tworzą Wyspę Forum, najmodniejsze obecnie miejsce w Krakowie. To

decyzji z różnych punktów widzenia. Praktycznie żaden projekt nie powstaje, jako dzieło wyłącznie jednej osoby np. projektanta, inżyniera, architekta. Brak elementów pracy zespołowej, jako podstawy edukacji projektowej, to jeden z najcięższych grzechów wielu szkół projektowych wciąż działających na bazie relacji mistrz – uczeń. Ta forma nauczania już dawno przeszła do lamusa. Design – to dziedzina wieloaspektowa – nie powinien być z założenia i od początku polaryzowany na konkretnego rodzaju rozwiązanie problemu.

W kilku słowach, mógłbyś zachęcić młodych projektantów do próbowania i stawiania pierwszych kroków w świecie wzornictwa?

■ Zachęcam do poszukiwania swojego miejsca w świecie wzornictwa – zdobywajcie jak najwięcej różnorodnych doświadczeń i starajcie się postrzegać je, jako możliwości od strony projektowej. Myślenie projektowe nie kończy się po wyjściu ze studia, czy uczelni. Im więcej tych nowych perspektyw, tym więcej ważnych i interesujących aspektów projektu się odsłania. Trzeba próbo-

wać różnych metod, narzędzi, rozmaitych dyscyplin samego projektowania, ale też tworzyć własne. Metody projektowania to taki warsztat – nie zawsze już na początku możemy powiedzieć, które narzędzie będzie najlepsze w osiągnięciu konkretnego zamiaru. Każde narzędzie ma swoje konkretne działanie i zastosowanie. Jedynie, kiedy dobrze je poznamy – najlepiej poprzez doświadczenie – będziemy mogli wybrać optymalne do poszczególnych zadań. Zachęcam do współpracy z różnymi ośrodkami (stypendia, wymiany), z innymi projektantami, do wchodzenia w zespoły i do budowania nowych zespołów w zależności od potrzeb danego projektu. Widzę, że młodym projektantom często brakuje pewności siebie – dużo w ten sposób tracą, projekty są zachowawcze, bezpieczne. Polecam odważniej ufać własnej intuicji.

Wywiad przeprowadziła i opracowała:

**KLAUDIA JARZĘBAK**

studentka kierunku Gospodarka i Administracja Publiczna  
Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie

tutaj na wydarzeniach jednego dnia spotyka się nawet dwa tysiące osób!

**Czy mogłaby Pani wymienić kilku projektantów oraz przedmioty, które wykonują?**

■ Wśród naszych wystawców wielu jest z polski. Tworzą przedmioty codziennego użytku nierzadko jako ekodesign, upcykling, autentyczne, niepowtarzalne artystyczne wzornictwo.

Polskimi markami m.in. są:

■ **Projekt Stołek** – to nowa inicjatywa firmy Gądek-Architektki. Meble projektują i tworzą z myślą o ludziach otwartych na nowe pomysły. Inspirujemy się meblami z przeszłości, tym co kiedyś było nieodzownym elementem każdego wnętrza. Ich pasją jest korelacja nowego ze starym. Pokazują coś co było – w nowej formie. Stołek nie musi być jedynie meblem praktycznym, może być ozdobą, gadżetem, dziełem sztuki. Ich motto to „mały stołek, duża zmiana”. Systematycznie poszerzają kolekcję starając się wprowadzać nowatorskie i niepowtarzalne projekty. Tworzą na zamówienie, od postaw.



**Projekt stołek – Gądecki Architektki**

■ **Artial** – Artial Design beton dekoracyjny to firma działająca z pasją, kierująca swoją ofertę do każdego kto szuka ciekawego pomysłu na zaaranżowanie wnętrza swojego domu, mieszkania, lokalu, biura lub sklepu.

To nowoczesne spojrzenie na wszystko co otacza nas na co dzień oraz umiejętne zaadoptowanie tego do naszego wnętrza.

Przede wszystkim to firma zajmująca się wnętrzami industrialnymi, która stawia na prostotę, funkcjonalność oraz wygodę, jednocześnie dbając o każdy szczegół.

Artial to harmonia, która pozwala na aranżowanie wnętrz w oparciu o eklektyczne łączenie elementów takich jak szkło, beton, metale i drewno. Projektują i wykonują oświetlenie, natomiast specjalizują się w produkcji oraz wykonywaniu architektonicznego betonu dekoracyjnego.

Wykonują wiele elementów małej architektury wnętrz z zastosowaniem betonu architektonicznego takich jak stoły, blaty, schody, płyty, ławy, regały, donice i wiele innych.

Zajmują się również kompleksowym wykończeniem wnętrz, renowacją cegieł oraz szeroko rozumianym dekoracyjnym aranżowaniem przestrzeni.

■ **AK Design** – Recyklingują meble, odzyskują stare niepotrzebne meble: sofy fotele stoliki, zrywają z nich pokrycie, wymieniają sprężyny, tapicerkę i tworzą coś świeżego, nowego

■ **STOBO Design** – projekty kamiennych ścian

■ **EPIC LIGHT** – Pomysł na wyjątkowy detal we wnętrzu, który podkreśli jego charakter i tchnie w nie nową energię, energię soczystych kolorów i niepowtarzalnego uroku żarówki retro i dopieszczonych detali.

Żarówki Epic Light są niezastąpionym elementem wystroju w barach, restauracjach czy pubach, gdzie ich światło tworzy ciepłą, przytulną atmosferę, którą doceni każdy klient. Świetnie odnajdą się w każdym mieszkaniu jako alternatywa dla białego sztucznego światła, jakie dają żarówki energooszczędne. Żarówki Epic Light wyróżnia wysoka jakość. Dzięki zastosowaniu najwyższej jakości importowanych z Tajwanu mocnych żarników, żarówki Epic Light charakteryzuje wytrzymałość i długowieczność.

■ **CERAMIKA TENTEGO** – Mozaiki z innej bajki. Pracownia ta oferuje ręcznie robione, ceramiczne kompozycje, które nadadzą ścianom niepowtarzalny charakter. Nieograniczona wyobraźnia oraz przekonanie, że nie ma rzeczy niemożliwych to ich siła. Wieloletnie doświadczenie w branży artystycznej oraz otwarte umysły wrażliwe na piękno pozwalają im na tworzenie unikatowych wzorów, nietypowych kompozycji, również w ścisłej współpracy z klientami o najbardziej wysublimowanych gustach.

■ **CHARM AND CHIC** – powstawał wiele lat, jest wypadkową fascynacji ciekawymi rzeczami, pasji do tworzenia nowych, niepowtarzalnych miejsc i chęcią dzielenia się swoimi inspiracjami z innymi. Znajdzie się tu zarówno klasyczne, choć lekkie, drewniane meble z Portugalii, dmuchane kanapy i fotele, które zwodzą wszystkich, że są skórzane, ręcznie szyte jedwabne lampy rodem z lat 20. w kształcie czosnków, patisonów czy meduz, tapety i tkaniny legendarnej Florence Broadhurst z Antypodów oraz wszystko, czego nie znajdziecie gdziekolwiek indziej. W forum design mają rękawice kuchenne, scierki, deski oraz torby.

Pośród aktualnych wydarzeń jakie odbywają się w najbliższym czasie jest wernisaz fotografii Mateusza Stróżyka pt. „Intencje atomów”, który odbył się 18 kwietnia. Sam autor fotografii tłumaczy natchnienie:

„Obiektem poszukiwań w intencjach atomów są ślady użyteczności materii. przemierzając szarość entropii następujemy na kierunkowe odciski. niezauważalne w codziennym pędzie, głęboko wchłonięte przez otaczającą nas rzeczywistość. przystając na ich warunki bezruchu stają się obiektem zaciekawienia. Niepowtarzalne formy dają wyraz efektu krótkotrwałego kunsztu wyrobniaka, tonącego w oceanie plastelinowego placu zabaw ludzkich umysłów i rąk. z pozoru twarde, opierające się próbie czasu, niewzruszenie i powoli wracają do swej naturalnej formy, zakamuflowanej przez człowieka na własny, często trywialny użytek. Starając się oddać silny charakter formy, uwzględniając jednocześnie jego swoiste, nostalgiczne zabarwienie, fotografie wykonałem na czarno-białych filmach. Posługując się stałogniskowym obiektywem, dążyłem do znalezienia odpowiedniego wycinku chaosu w wyniku wygięcia własnego ciała w bezruchu, niejako utożsamiając się z atomami po drugiej stronie lustra” – Mateusz Stróżyk.

Innym wydarzeniem, jakie miało miejsce 25 kwietnia były warsztaty, podczas których można było zobaczyć jak uzyskać efekt ombre na meblu.

Rozmowę przeprowadziła:

**PAULINA ŻUBER**

studentka kierunku Gospodarka i Administracja Publiczna  
Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie

# Nie ograniczajmy wyobraźni naszych dzieci

## CZYLI RZECZ O TEKURÓWYCH KLOCKACH HOCKO

### Rozmowa o dizajnie i zabawkach z WOJCIECHEM DRABEM właścicielem Wytwórni odRzeczy

**Adrian Dudziak:** Chciałem porozmawiać o jednym z Waszych produktów, tekturowych klockach HOCKO. Skąd wziął się pomysł na takie zabawki?

■ **Wojciech Drab:** Pomysł powstał trochę z przypadku, a trochę z potrzeby. Nasza praca ma charakter sinusoidalny, w jednym momencie pracujemy nad wieloma projektami, które się zazębiają. Zdarza się, że taka praca to małe szaleństwo. W momencie, kiedy urodził się nasz syn i opieka nad nim ograniczała możliwości pracy koncepcyjnej potrzebowaliśmy czegoś, co moglibyśmy robić od początku do końca, co nie było by bardzo angażujące intelektualnie. Dodatkowo, kiedy wchodziliśmy do sklepów z zabawkami często wychodziliśmy z pustymi rękami. Rynek jest zalany tanimi, plastikowymi produktami z Chin, które są nieekologiczne, ale co najważniejsze jednofunkcyjne. Dziecko może się nimi bawić tylko w określony sposób.

Dlaczego jednofunkcyjność jest taką wadą?

■ Dziecięca wyobraźnia jest ogromna i nie można jej ograniczać. W wieku trzech lat, kiedy dzieci uczą się fabularyzować wiele kwestii zabawka powinna się wpisywać w różne, możliwe scenariusze. Najprostszy przykład to garnek – może być w zabawie tym, czym jest, ale także bębenkiem lub hełmem. HOCKOKlocki można dowolnie łączyć, tworzyć z nich różne rzeczy. Na opakowaniach pokazujemy tylko przykładowe konstrukcje, autorskie pomysły mogą być różne.

Dlaczego klocki są zrobione akurat z tektury?

■ Szara tektura to czyste płótno. Można ją dowolnie pomalować, przekształcić. Zrobić z niej to, co akurat jest potrzebne do dowolnego scenariusza zabawy. Zestaw samolot to dwa pełne komplety i części zamienne, które można wymienić, kiedy zmieni się scenariusz.

Drugą zaletą tego materiału jest ekologiczność. Tektura powstaje z makulatury, kiedy się zużyje może zostać poddana recyklingowi. Nawet, jeśli nie trafi do śmieci segregowanych po roku sama się rozłoży. Niestety inne zabawki w ziemi będą leżały czterysta lat. Czy mniej odporny materiał nie jest wadą?

■ Nasi klienci czasem mają obiekcję, co do tektury, ale projektując HOCKOKlocki myśleliśmy o dwóch rzeczach, jeśli chodzi o plastik. Po pierwsze, wiemy, że dzieci poświęcają jednej zabawce dużo uwagi tylko na początku. Jeśli jej funkcji nie można zmienić, łąduje w kącie. Zabawka nadal istnieje, ale nie spełnia już swo-

jej roli. Po drugie plastik też się psuje – szczególnie, jeśli jest bardzo niskiej jakości. Połamana zabawkę z plastiku najczęściej można już tylko wyrzucić. Jeśli w tekturze zrobi się dziura, coś się urwie. Można ją dalej modyfikować, pojawia się kolejna kreacja. Naszym celem nie było zrobienie nieśmiertelnej zabawki przekazywanej z pokolenia na pokolenie, raczej stawiamy na to jak zabawka rozwinię dziecko czy pozwoli mu realizować wytwory wyobraźni? Czy będzie jego towarzyszem podczas różnych zabaw?

Jest jeszcze jedna sprawa, o której trzeba pamiętać. Jako dziecko psułem dużo zabawek. Byłem fanem Adama Śłodowego. Ciekawiło mnie jak zabawka jest zrobiona i dlaczego działa? Podczas zabawy klockami HOCKO dziecko najpierw samo musi skonstruować sobie zabawkę, jeszcze wcześniej ją wyobrazić. W momencie,





w którym wszystko przenosi się do świata wirtualnego taki kontakt z materią jest niezastąpiony. Stymuluje i rozwija kreatywność, zdolności manualne, wyobraźnię przestrzenną.

**Jacy rodzice są odbiorcami tych zabawek?**

■ Odbiorcami są dzieci. Rodzice są nabywającymi. Na pewno są to rodzice świadomi, często nasze zabawki kupują też dziadkowie dla wnucząt. Te zabawki powstały także z myślą o rodzicach, tworząc HOCKO myśleliśmy o tym żeby zabawki angażowały ich w zabawę, nie nudziły. O ile starsze dzieci świetnie sobie z nimi radzą, o tyle młodsze potrzebują trochę pomocy w układaniu bardziej skomplikowanych elementów. Pomoc w czasie składania, malowania, robienia szablonu to bardzo wartościowy czas spędzany wspólnie w rodzinie.

W dzisiejszych czasach jednostki się indywidualizują, następuje atomizacja rodzin. Zabawka wymagająca pomocy może być pretekstem do spędzania czasu razem.

**Dlaczego dystrybucja zabawek odbywa się głównie poprzez sklep internetowy?**

■ Zabawki są produkowane w Polsce, przez polskich producentów. Koszty takiej produkcji są wysokie. Rynek przyzwyczał się do cen chińskich. Nieosiągalnych w normalnych warunkach. Marża sklepów wynosi ok. 50%, łatwo zabić produkt ceną, a nasze zabawki nie należą do najdroższych. Przy naszej niskiej marży tylko sprzedaż internetowa jest racjonalna.

**Swoją pomysł realizujecie w całości, od projektu, aż do sprzedaży gotowego produktu. Czy w Krakowie jest coś, co ułatwia wcielanie świetnych pomysłów w życie?**

■ W Krakowie, czyli w dużym mieście jest o tyle łatwiej, że wszystko jest scentralizowane. Firmy, które są w stanie coś dla nas wypro-



dukować są, blisko więc łatwiej planować. To ważne ułatwienie szczególnie w początkowych fazach. Nie zauważyliśmy jednak jakiś wyjątkowych ułatwień, ale być może to nasza wina. Specyfiką naszej pracy projektowej jest to, że moglibyśmy pracować wszędzie gdzie tylko byłby zasięg i dostęp do internetu.

**Finał prestiżowego konkursu Dobry Wzór 2012, wyróżnienie MUST HAVE i III nagroda w konkursie „Zabawka przyjazna dziecku”! Czy nagrody, które otrzymały klocki HOCKO pomogły w rozwoju? Dlaczego nagrody są ważne?**

■ Nie jesteśmy wielkim koncernem, który może przeznaczyć ogromne sumy na promocję, dzięki tym nagrodom ludzie mogą w ogóle usłyszeć o naszym produkcie. Ludzie, którzy widzą HOCKO pierwszy raz są pozytywnie zaskoczeni. Dostrzegają w nich użytkowy potencjał. To budujące.

**Czy docierają do was informacje zwrotne jak dzieci reagują na HOCKO?**

■ Pozytywne komentarze można zobaczyć na naszej Facebookowej stronie. Klienci często wysyłają nam zdjęcia z indywidualnymi kreacjami swoich dzieci, które czasem publikujemy.

Ta działalność zaangażowała nas na tyle, że będziemy się starać sukcesywnie powiększać działalność.

Dziękuję za rozmowę.

[kontakt@odrzeczy.com.pl](mailto:kontakt@odrzeczy.com.pl) ; <http://odrzeczy.com.pl/kontakt/>

Wojciech Drab 664 729 410

Rozmawiał:

**ADRIAN DUDZIAK**

student kierunku Gospodarka i Administracja Publiczna  
Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie

# Top oświetlenie

Oświetlenie wewnątrz naszych mieszkań czy domów, kawiarni, banków, hoteli, pomieszczeń biurowych etc. to nie tylko niezbędna potrzeba dostarczenia optymalnej ilości światła właściwie rozproszonego, ale także efektowna dekoracja. Ta funkcja obecnie urasta do bardzo znaczącej rangi. Właściwe oświetlenie nadaje bowiem każdemu wnętrzu niepowtarzalny klimat. Stąd tak ważny staje się dobór odpowiednich opraw oświetleniowych, które będą nie tylko funkcjonalne, ale i estetyczne.

Naprzeciw tym wymaganiom klientów wychodzi firma LAKO z Wolbromia – wiodący producent oświetlenia LED. Jest to firma rodzinna (w obecnej chwili zarządzana przez trzy pokolenia) działająca w branży oświetleniowej od kilkudziesięciu lat, jednak pierwszy katalog własnych opraw oświetleniowych stworzyła w roku 2010. Firma bazuje na wieloletnim doświadczeniu oraz nowoczesnej technologii, projektuje i tworzy niezawodne, wykonane z wysokogatunkowych materiałów oprawy oświetleniowe. Produkty tej firmy cechują się funkcjonalnością oraz nowoczesnym designem. Cieszą się uznaniem nie tylko w kraju, ale i za granicą. Firma oferuje oświetlenie wewnętrzne. Produkowane przez nią oprawy zdobią pomieszczenia o charakterze reprezentacyjnym oraz ekspozycyjnym, montowane są w biurach, muzeach, galeriach czy salonach sprzedaży, rozświetlają biurowce, kawiarnie, cukiernie, piekarnie (branża retail) i wiele innych miejsc. W stałej ofercie tego producenta znajduje się prawie 2000 modeli opraw. Katalog pełen jest niebanalnych projektów, powstałych ze śmiałych wizji i innowacyjnej myśli technicznej. O największej sile LAKO stanowi możliwość tworzenia opraw indywidualnych, dedykowanych pod konkretny projekt/inwestora.

Długoletnia praktyka zatrudnionych w firmie inżynierów doskonale współgra z innowacyjnymi pomysłami projektantów. Nazwiska mające znaczący wpływ na ofertę marki, to przede wszystkim Tadeusz Konsor (twórca kilkunastu patentów) i Andrzej Konsor – założyciele LAKO, a także współpracujący z firmą polscy i zagraniczni projektanci. Celem tego międzynarodowego zespołu jest tworzenie funkcjonalnych i nowoczesnych opraw, co udaje się w stu procentach. Ich projekty to naprawdę unikatowe dzieła.

Pomysły zespołu projektowego są realizowane w nowoczesnym parku maszynowym, a w produkcji stosowane są precyzyjne i wydajne technologie. To wszystko daje efekt w postaci wyrobów o najwyższych standardach, które zdobywają liczne nagrody i wyróżnienia w rozmaitych konkursach. Oprawy LAKO prezentowane były na międzynarodowym festiwalu dizajnu: Łódź Design Festival w roku 2013 oraz Łódź Design Festival 2014, gdzie wzbudzały szerokie zainteresowanie i określane były jako „hity” tych imprez.

W roku 2011 oprawa NAZAR – „plastry miodu” projektu Tadeusza Konsora została finalistką konkursu DOBRY WZÓR, gdzie wyróżnienia przyznaje polski Instytut Wzornictwa Przemysłowego. Oprawa ta ma wyraziste geometryczne kształty, stanowi połączenie elegancji i funkcjonalności. O jej wyjątkowym charakterze decydują przede wszystkim mechanizm pozwalający na niezależne sterowanie kierunkiem światła niemal każdego ze źródeł oraz unikalna, modułowa konstrukcja, która daje możliwość budowania

większych struktur o praktycznie dowolnym kształcie. Oprawa NAZAR jest tak zaprojektowana, aby odbiorca mógł nadać jej indywidualne cechy. Nie chodzi tu tylko o możliwość doboru koloru oprawy, ale przede wszystkim o możliwość dowolnej konfiguracji. NAZAR ewoluuje każdego dnia, powstało już kilkadziesiąt, niepowtarzalnych, dedykowanych wzorów.

Wśród produktów firmy LAKO na uwagę zasługuje oprawa RING, która w roku 2012 otrzymała wyróżnienie w konkursie DOBRY DESIGN, gdzie w skład jury wchodziło 100 architektów z całej Polski. RING to efekt pracy studia projektowego GRID i LAKO. Oprawa ta to niekonwencjonalny pomysł na oświetlenie przestrzeni. Jej konstrukcja i zastosowanie odpowiednich źródeł światła (LED lub T5) zapewnia przyjazne dla oka ludzkiego równomiernie rozproszone światło oraz pełni funkcję dekoracyjną. Występuje w szerokiej gamie kolorystycznej i może świecić zarówno w dół jak i w górę, co tworzy niepowtarzalny efekt wizualny. W dużym skrócie: spektakularny efekt!



DOWNLIGHT SKIRT - OPRAWA DOPA



Kolejny top produkt firmy LAKO i kolejne wyróżnienie to oprawa SPOT N – finalistka konkursu DOBRY WZÓR 2013. Praca studia Moco Locco i zespołu projektowego LAKO. Oprawa kształtem przypomina naświetlacz sceniczny o zwartej i sztywnej konstrukcji z lamelami ograniczającymi rozsył światła, co umożliwia skupienie całej wiązki na oświetlanym obiekcie. Atutem oprawy SPOT N jest możliwość doposażenia w odpowiednie filtry, które podkreślają istotne dla klienta barwy, a tym samym cechy produktu. Jest to szczególnie ważne w obiektach związanych z branżą modową, w butikach z ekskluzywną odzieżą czy obuwiem, a także w sklepach spożywczych, w celu efektownej ekspozycji wędlin, serów itp.

Dla LAKO najważniejszy jest klient i jego oczekiwania, dlatego wyroby tej firmy są nie tylko bardzo wysokiej jakości i cechuje je ciekawe wzornictwo, ale także możliwość indywidualizacji. Te zalety są szczególnie widoczne w typoszeregach linii SKYLIGHT. Na powierzchnię błony opraw SKYLIGHT można nanieść wybrany nadruk, a połączenie różnych form i wysokości tych opraw daje możliwość stworzenia nowej, własnej konfiguracji o niebanalnym dizajnie. W ten sposób powstała oprawa – LIGHT GAME – inspirowana międzynarodową grą TETRIS. Dyfuzor oprawy LIGHT GAME wykonany jest ze specjalnej folii PCV, a precyzyjna technologia umożliwia równomierne oświetlenie całej jego powierzchni. Dodatkowymi atutami są: szeroka gama kolorystyczna oraz możliwość wykorzystania technologii ściemniania, dzięki czemu uzyskuje się naprawdę oryginalne efekty świetlne.

Ogromny zachwyt wśród klientów wzbudza oprawa KK LAMP – efekt współpracy Luca Zandomenego oraz zespołu projektowego LAKO. Stanowi ona połączenie oprawy oświetleniowej z dekoracyjną formą, co okazało się strzałem w dziesiątkę. Gra światła i cieni dzięki ażurowym elementom perforacji daje niepowtarzalne efekty i buduje egzotyczny nastrój. Perforacja wycinana jest przy użyciu technologii laserowej, a użytkownik sam może zaprojektować jej kształt według własnej inwencji. To wszystko sprawia, iż każdy z nas chciałby, aby KK LAMP rozświetlała i zdobiła ulubione miejsca w naszych domach.

Odpowiednio dobrane oświetlenie wprowadza do wnętrza wyjątkową aurę, dlatego bardzo istotne jest, aby zadbać o efektowny projekt oświetlenia. Współczesny klient oczekuje, aby oprawa czy lampa pełniła nie tylko funkcję użytkową, ale także, a może nawet przede wszystkim posiadała wyjątkowe walory estetyczne i była doskonałą dekoracją wnętrza, dzięki której nabierze ono odpowiedniego charakteru. Projektanci LAKO są otwarci na głosy i potrzeby swoich klientów spełniając wszystkie powyższe wymagania, dając im ponadto możliwość indywidualizacji wyrobu zgodnie z własnymi potrzebami i preferencjami. Wydaje się, iż w obecnym czasie pozostawienie klientowi możliwości autoekspresji jest znaczącym trendem w branży oświetleniowej i nie tylko.

**TOMASZ PUSTELNIK**

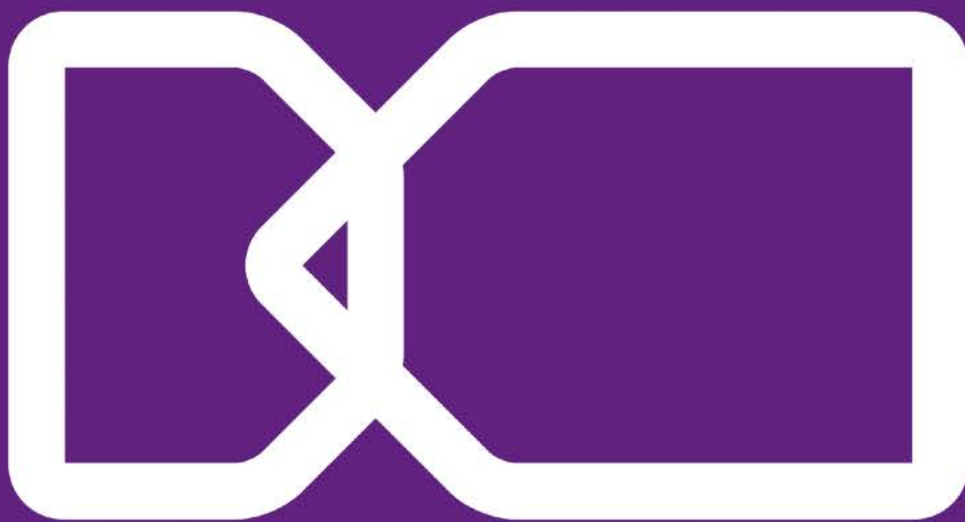
student kierunku Gospodarka i Administracja Publiczna  
Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie  
LAKO Sp. z o.o.; [www.lako.pl](http://www.lako.pl)



SOWANA DO CHARAKTERU TWOJEGO WNĘTRZA







# DIZAJN — BIZNES — KRAKÓW

22-31/05/2015

DIZAJNBIZNES.PL

Kto za tym stoi?

MAŁOPOLSKI TYDZIEŃ DIZAJNU

ORGANIZATORZY



GŁÓWNY PARTNER



PARTNERZY



PATRON MEDIALNI



WSPARCIE MEDIALNE



WSPÓRKA

