

DESIGNBIZNES

ŁAZIENKI

Nr 2/2019 | wydanie bezpłatne | ISSN 2545-1057



ŁAZIENKOWE INNOWACJE **SIEGER DESIGN**

RELACJA I TRENDY Z **ISH 2019**

WYBÓR NAJCIEKAWSZYCH TARGOWYCH PREMIER

EKOLOGICZNY **DOM SOLACE**

MOOD 17-19.10.2019 WARSAWA CONCEPT

ZAPRASZA

mtp
GRUPA

WZORNICTWO DLA DOMU, BIURA I HOTELU

KREATYWNE | ORIGINALNE | ODPOWIEDZIALNE

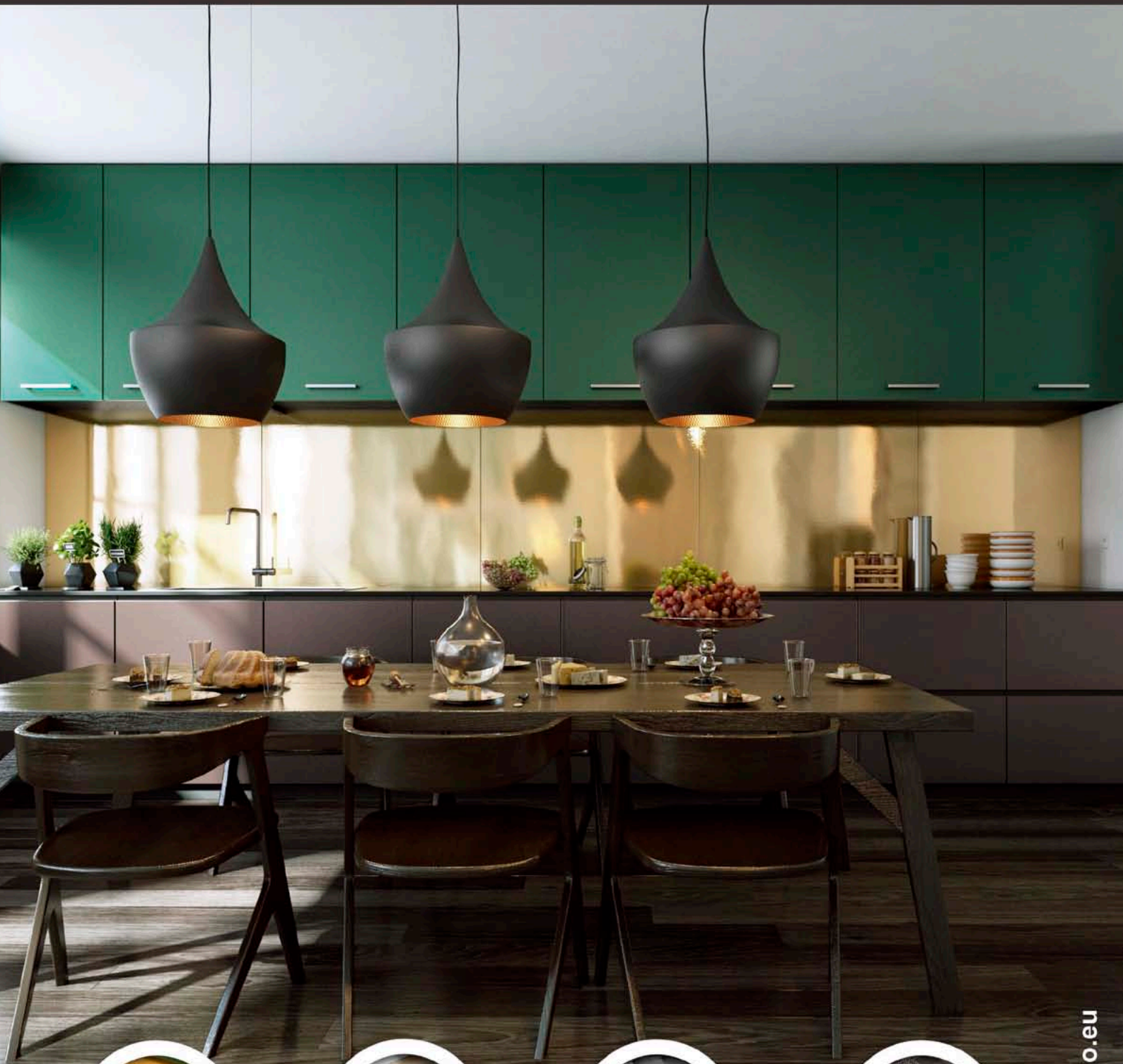


www.moodconcept.pl

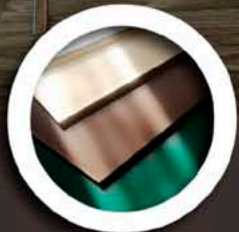

EXPO XXI
WARSAWA

colorimo®

szkło lakierowane do mebli



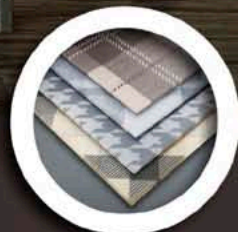
standard



sati



ornament



modo



ANNA RADUCHA-ROMANOWICZ
REDAKTOR NACZELNA

MIŁOWE KAMIENIE

Aktualny numer naszego magazynu poświęcamy w większości tegorocznym targom ISH – trendom i premierom, które przyniosły. Szukamy odpowiedzi na pytanie, czy technologie pokazane w tym roku we Frankfurcie trwale zmienią oblicze naszych łazienek. Zastanawiając się nad tą kwestią, sięgnęłam pamięcią wstecz. Spróbowałam przypomnieć sobie, jakie przełomowe innowacje przyniosły poprzednie nieparzyste, targowe lata. Jako że moja zawodowa przygoda z łazienką zaczęła się 12 lat temu, pierwszym punktem odniesienia stał się rok 2007. To był zdecydowanie ciekawy czas. Zaczął się wtedy dynamicznie rozwijać segment wiszących misek w.c., pełnoszklistych kabin prysznicowych czy deszczownic w połączeniu z podtylnkowymi bateriami termostatycznymi. Łazienka była wtedy w procesie przemiany w prywatne, domowe spa. Niestety zaraz potem dynamikę rozwoju łazienkowych technologii spowolnił kryzys roku 2008 i właściwie dopiero rok 2013 przyniósł kolejne innowacje. Ale za to jakie! Tak rewolucyjne, jak bezkońnerzowe miski w.c. i cienkościenną ceramikę. Natomiast w trakcie kolejnej edycji targów, w 2015 roku widoczny był prawdziwy „urodzaj” w segmencie toalet myjących.

A w jakim stopniu innowacyjne okazały się tegoroczne łazienkowe premiery targów ISH? Cóż, wprawdzie wystawcy pokazali naprawdę wiele bardzo ciekawych produktów – wybrane prezentujemy na kolejnych stronach, ale wydaje mi się, że na prawdziwe „nowe lokomotywy” łazienkowego rynku musimy jeszcze trochę poczekać. Jednocześnie wierzę, że na pewno się pojawią. Nie tylko w obszarze inteligentnych technologii cyfrowych – taka rewolucja już trwa globalnie, we wszystkich aspektach naszego życia. Mam tu też na myśli technologie typowo łazienkowe i sanitarne. Również na tym polu jest moim zdaniem jeszcze naprawdę dużo do zrobienia – przede wszystkim w kwestii odpowiedzialnego zarządzania zasobami wody w łazience. Nie tylko jej oszczędzania, ale i odzyskiwania. Takie technologie wprawdzie już powstają, ale czekam na ten moment, kiedy – tak jak zrobiły to np. bezkońnerzowe miski w.c. – wkroczą do łazienek „przeciętnych Kowalskich”.

Zapraszam do lektury!

GROMKIE BRAWA, OKLASKI I OWACJE NA STOJĄCO.

Od widzów podziwiających występy na scenie i od fachowców podziwiających technologię za kulisami.

Elbphilharmonie w Hamburgu jest jednym z najbardziej wyrafinowanych architektonicznie budynków w Niemczech. Uznanie budzi nie tylko wygląd filharmonii, ale również doskonała akustyka sal koncertowych, uzyskana dzięki opływowym kształtom wnętrza. Układ budynku stanowił wielkie wyzwanie przy montażu instalacji, któremu udało się sprostać z łatwością, dzięki szerokiej gamie produktów Viega Profipress. **Viega. Connected in quality.**

Elbphilharmonie, Hamburg, Niemcy

© Photographer: Kai-Uwe Gundlach

viega.pl/O-nas

viega



38

DESIGNBIZNES

Magazyn pasjonatów designu
nr 2/2019
www.designbiznes.pl
redakcja@designbiznes.pl

Wydawca
Est.Media Anna Raducha-Romanowicz
ul. A. Mickiewicza 37 lok. 13
15-213 Białystok
www.estmedia.pl

Adres korespondencyjny
ul. E. Orzeszkowej 32 lok. 413
15-084 Białystok

Redaktor naczelna
Anna Raducha-Romanowicz, tel. 698 536 665, e-mail: ania@designbiznes.pl

Zespół redakcyjny
Marta Borowska, tel. 604 157 203, e-mail: marta@designbiznes.pl
Arkadiusz Kaczanowski, tel. 503 355 998, e-mail: arek@designbiznes.pl
Piotr Sawczuk, tel. 609 293 268, e-mail: piotr@designbiznes.pl

Współpraca
Marcin Jędrzak, Marek Kamiński

Projekt, skład i przygotowanie do druku:
www.urbanarts.pl

Reklama:
reklama@designbiznes.pl

Zdjęcie na okładce: sieger design

Redakcja nie zwraca materiałów niezamówionych, zastrzega sobie prawo redagowania i skracania tekstów. Redakcja nie ponosi odpowiedzialności za treść zamieszczanych reklam.

spis TREŚCI



28

WYWIAD

8. ZMIENIAMY STANDARDY

TARGI/TRENDY

16. PRZYSZŁOŚĆ ŁAZIENEK

DESIGN

20. KRAJOBRAZ PO REWOLUCJI
23. CZEMU SŁUŻY TECHNOLOGIA?
28. W INNYM WYMIARZE
32. PODUMYWALKOWY RENESANS
34. NON STOP KOLOR
38. W CAŁOŚCI

PREZENTACJE

40. DELABIE STAWIA NA DESIGN
W ŁAZIENKACH PUBLICZNYCH
42. NOWE OTWARCIE IDEAL STANDARD
44. ŁAZIENKA ROCA IDEALNIE DOPASOWANA
DO CIEBIE
46. ODMIĘŃ ŁAZIENKĘ Z BISK
47. WSZYSTKO Z JEDNEGO ŹRÓDŁA
- INSTALACJE I CERAMIKA POD MARKĄ
GEBERIT
48. HEWI DLA KOMFORTOWYCH ŁAZIENEK

FELIETON

49. PYTANIE O ROZWÓJ

PODRÓŻE

50. PRODUKT TO NIE WSZYSTKO

FUNDUSZE EUROPEJSKIE

52. DOM POD SŁOŃCEM
56. ZNALEŻĆ POMYSŁ I FUNDUSZE

NA CZASIE

57. FORUM JUŻ W PAŹDZIERNIKU!
58. AKTUALNOŚCI

FELIETON

60. PROJEKTOWA ODPOWIEDZIALNOŚĆ



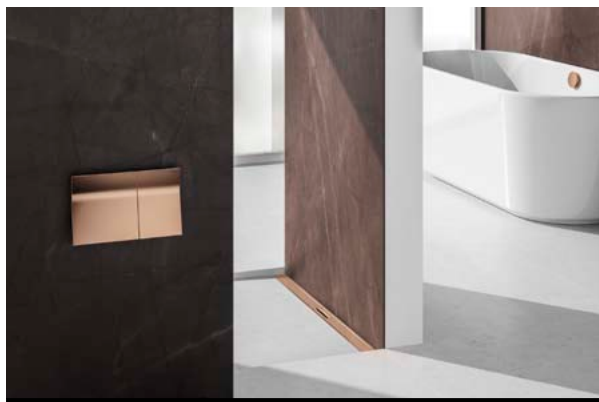


KOLEKCJA AKCESORIÓW TORE

PRODUCENT: BISK

Nowoczesna kolekcja Tore to połączenie chromowanego korpusu ze znanymi elementami białej ceramiki. Elegancki i minimalistyczny design doskonale komponują się zarówno z wnętrzami o oszczędnym wystroju, jak i wśród bogatej ornamentyki. Dostępne są 2 systemy montażu: tradycyjny – na wkręty oraz system innowacyjny z wykorzystaniem taśmy 3M, która pozwala szybko i czysto zamocować wszystkie elementy kolekcji.

www.bisk.pl



PRODUKTY VIEGA W KOLORZE

PRODUCENT: VIEGA

Oferta firmy Viega obejmuje szereg produktów pozwalających na tworzenie stylowych realizacji. Można tu wymienić chociażby dobrany kolorystycznie odpływ liniowy Advantix Cleviva, nowe przyciski uruchamiające Visign for More i Visign for Style oraz komplety odpływowe do wanien i brodzików z serii Multiplex Trio, Multiplex i Tempoplex. Viega oferuje zarówno szeroki wybór kolorów podstawowych, takich jak miedź, złoto, szampan, antracyt czy stal nierdzewna, jak i oryginalną paletę kolorów specjalnych.

www.viega.pl



BEZKOŁNIERZOWA MISKA WC MERIDIAN

PRODUCENT: ROCA

Nowa miska w.c. z serii Meridian wykonana w technologii bezkołnierzowej, przystosowana jest do spłukiwania zredukowaną ilością wody ($\frac{2}{4}$ lub $\frac{3}{4}$ lub $\frac{3}{6}$ l). Posiada ukryty system montażu co podnosi jej wartość estetyczną. Brak zagłębień oznacza też łatwiejsze utrzymanie w czystości. Z miską idealnie komponuje się nowoczesna i subtelna deska w.c. Slim z funkcją wolnego opadania.

www.roca.pl



SERIA LOFTY

PRODUCENT: ELITA

Lofty to połączenie praktycznych rozwiązań z innowacyjnym wyglądem. A wszystko w kolorze bieli i naturalnych odcieni drewna. Wybór elementów tej kolekcji – np. komoda, szafka z umywalką pojedynczą, szafka z umywalką podwójną – sprawia, że urządzenie łazienki staje się przyjemnością. Uzupełnieniem serii są m.in. umywalki nablatowe, a także lustra, białe i inne akcesoria.

www.elitameble.pl

NOWOCZESNY CZY PROSTY W FORMIE?

O TRENDACH MOŻNA MÓWIĆ NIE TYLKO W KONTEKŚCIE MODY, ALE I WNĘTRZ. KOLORY, KSZTAŁTY, A NAWET FAKTURA. TO WSZYSTKO TWORZY JAKIŚ STYL, KIERUNEK, A FINALNIE NASZE WNĘTRZE. DOTYCZY TO ZARÓWNO MEBLI, OŚWIETLENIA ORAZ ELEMENTÓW WYPOSAŻENIA WNĘTRZ. TAKICH JAK GRZEJNIKI. STYL LOFTOWY, SUROWY BETON TO JEDEN KIERUNEK. DRUGI TO POTRAKTOWANIE GRZEJNIKA JAK DEKORACJI – WYRAZISTA FORMA I GRAFIKA.

O bok stylu minimalistycznego, skandynawskiego to właśnie styl loftowy cieszy się największą popularnością. Wysokie pomieszczenia, duże okna i przede wszystkim pofabryczny klimat. Popularność tego trendu postanowili wykorzystać producenci mebli, oświetlenia oraz dodatków. Jeśli chcemy stworzyć industrialny klimat możemy dzięki temu stworzyć go w każdej przestrzeni. Co więcej, możemy zadbać o każdy element. Najlepszym tego przykładem są grzejniki. **Spring** oraz **Rebus** marki Luxrad to dwa modele, które powstały z myślą o mieszkaniach właśnie w takim stylu. Pierwszy z nich inspirowany jest grzejnikami, jakie mogliśmy spotkać w fabrykach. Kiedyś chętnie się ich pozbywano, a dzisiaj są obiektem wręcz pożądanym. Podobnie jest z betonem. Projektanci marki postawili na ten materiał. Przez długie miesiące opracowywali technologię, żeby finalnie powstał betonowy grzejnik. To tylko pokazuje, że nie ma rzeczy niemożliwych.



POŁĄCZENIE FUNKCJONALNOŚCI Z DESIGNEM

Urządzając mieszkanie bardzo często kupujemy meble, a nawet dodatki z myślą, że to musi być nie tylko funkcjonalne, ale i po prostu ładne. Z grzejnikami również tak jest. Nie tylko grzeją, tworzą również charakter wnętrza i stanowią jego dekorację. Model **Koliber** zaprojektowany przez Dominikę Drezner powstał dzięki naturze. W procesie projektowym przybrał konkretny kształt i paletę kolorów, ale od początku projektantce zależało, żeby we wnętrzu był dekoracją. Czymś, na czym zatrzymamy wzrok. Idealne połączenie funkcjonalności z unikatowym designem.

FOTOGRAFIA NIE TYLKO NA ŚCIANIE

Projektując mieszkanie bardzo często ustalamy przestrzeń na naszą prywatną galerię. Zdjęcia z podróży, naszych bliskich. Nasze wspomnienia. Lubimy tworzyć wnętrza, które jest nasze. I takie, w którym nas widać. Lubimy też otaczać się ładnymi przedmiotami. Patrzenie na ładne zdjęcia, zwłaszcza takie, które przedstawiają krajobraz działa na nas kojąco. Kiedy wydaje nam się, że nie mamy na nie odpowiednio dużo miejsca – warto pomyśleć o modelu grzejnika, który daje możliwość nadruku grafiki swojej lub kogoś, kto się w tym specjalizuje. W ofercie Luxrad możemy znaleźć kilka propozycji fotografii od Michała Sadowskiego, który wyłapuje wyjątkowe kadry. Niektóre spokojne, inne dynamiczne. Każdy piękny. ■



www.luxrad.com

ZMIENIAMY STANDARDY

Łazienka publiczna i domowa wymaga zmian. W tej pierwszej szukamy więcej prywatności, w drugiej – relaksu, nawet na niedużej przestrzeni. Podczas targów ISH 2019 rozmawialiśmy z Michaeliem Siegerem, współzarządzającym pracownią sieger design. Powstają w niej innowacyjne pomysły na łazienkę przyszłości.

ROZMAWIAŁ: ARKADIUSZ KACZANOWSKI

Podoba mi się wzornictwo nowej kolekcji Viu, którą stworzyliście dla marki Duravit. Myślę również o aspekcie zaawansowanej technologii, która została tam zaimplementowana. Czy

w łazience jest miejsce na szerszą obecność elektroniki?

Michael Sieger: Myślę, że elektronika i cyfryzacja wprowadzają się do naszych domów. Również do naszej łazienki. Najpewniej za 5–8 lat produkty różnych firm z branży będą wykorzystywać elementy elektroniczne i cyfrowe, ale na razie jesteśmy na początku tej drogi. Potrzebujemy jeszcze 5–10 lat, aż cyfryzacja w łazience osiągnie

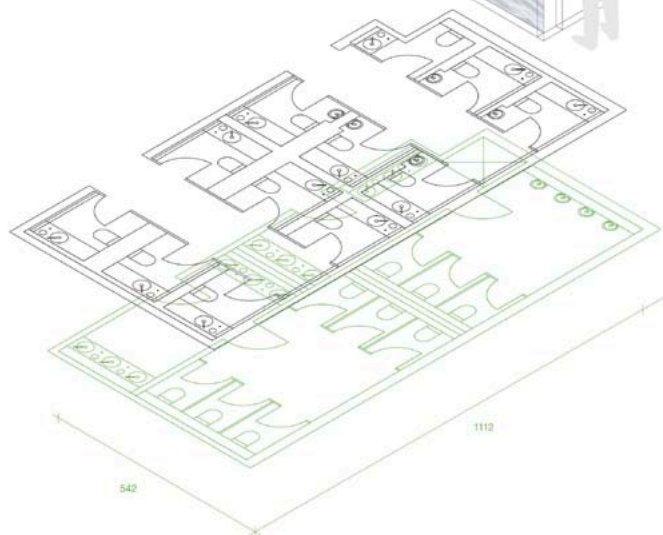
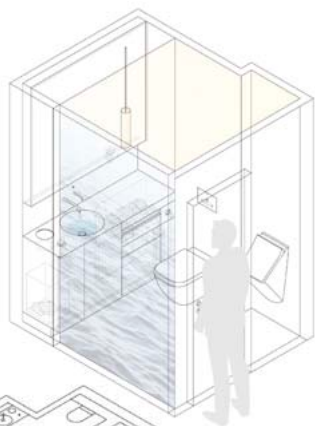
poziom, jaki mamy dziś w naszych kuchniach. Na razie stawiamy pierwsze kroki. Z punktu widzenia rozwoju rynku ważne jest, aby coraz więcej producentów wyposażenia łazienek oferowało produkty z elementami elektroniki. Dzięki temu budować będą świadomość takich rozwiązań wśród klientów, architektów i instalatorów.

Co da nam elektronika w łazience?

Bardzo ważne jest szukanie innowacyjnych, inteligentnych funkcjonalności. Użytkownicy łazienki mogą jeszcze nie być do nich przyzwyczajeni, ale najprawdopodobniej sytuacja ta zmieni się w nieda-



→ Personal Sensory Spaces to studium architektoniczne, które ma przededefiniować format łazienki publicznej w biurach czy restauracjach.



lekiej przyszłości. Tak jak to stało się w przemyśle motoryzacyjnym. Dzisiaj samochody są naszpikowane elektroniką, ale my tego nie czujemy, nie widzimy. Te urządzenia pomagają nam jeździć bezpiecznie. Dlatego ważne jest, byśmy odkryli jakie funkcje w naszej łazience powinniśmy realizować za pomocą elektroniki i rozwiązań cyfrowych. Kiedy rozpoczęliśmy projekt dla firmy Duravit, jej CEO powiedział nam: „Powinno to być coś naprawdę nowego, coś takiego jak seria i8 dla BMW. Niech to będzie punkt zwrotny”. Produkt końcowy stworzyliśmy razem. Gdy patrzę na zdjęcia z pierwszej prezentacji serii sprzed czterech lat i produktu teraz, to widzę wiele podobieństw. Myślę, że najważniejszą innowacją w tej serii jest jej bardzo precyzyjna estetyka. Możliwości techniczne prowadzą nas do zmiany paradygmatów w projektowaniu łazienek. Na przykład w tej serii dzięki technologii c-bonding umywalka płynnie łączy się z metalową ramą, dzięki czemu tworzą jedną całość.

Łączeń nie sposób dostrzec...

Tak, jest to jeden obiekt i ma bardzo precyzyjną formę. To bardzo nowoczesny i współczesny produkt. Ale jednocześnie jest w tym ceramika, materiał o wielkiej tradycji, wyjątkowy pod względem funkcjonalności i jakości. Jeśli wykopiesz dziurę w ziemi i zakopiesz w niej ceramiczną umywalkę, a potem wyjmiesz ją po



tysiącach lat, nadal będzie wyglądać jak nowa. Charakter tego materiału jest tak długowieczny. Dzięki nowej technice nadaliśmy temu wiekowemu materiałowi bardzo współczesny kształt. Uważam, że ceramika to najlepszy materiał do łazienki. Jest i wygląda dokładnie tak, jak tego chcieliśmy.

Publikujecie swój własny magazyn dotyczący obecnych i przyszłych trendów w łazience. Czy uważasz, że Wasza najnowsza kolekcja odpowiada na potrzeby użytkowników łazienkowych 2019 lub 2020 roku? Jakie są oczekiwania współczesnego użytkownika łazienki?

Od kilku lat istnieje silna tendencja do nadawania łazience bardziej domowego charakteru. Ludzie chcą, aby wyglądała jak salon. Tak samo jest zresztą w kuchni, w której nie wszyscy lubią mieć płytki ceramiczne. Są one bardzo funkcjonalne, ale niekoniecznie przytulne. A klienci pragną, aby łazienka była bardzo przytulna, wygodna, lubią brać długą kąpiel, przyjemny prysznic. Jednocześnie stajemy przed zmianami w stylu budowy naszych domów. Tendencja ta będzie postępować szybciej w przyszłości, ponieważ standardowym budulcem domu w Europie jest, w pewnym uproszczeniu, kamień i glina. A to już nie jest najbardziej nowoczesne rozwiązanie.

To o czym mówisz nawiązuje do Waszego projektu Small Size Premium Spa (SSPS). Powiedziałeś, że w łazience szukamy relaksu. Z drugiej strony nasze mieszkania stają się coraz mniejsze. Czy ta konkretna potrzeba stała się inspiracją dla Waszego projektu SSPS?

Nasze domy będą mniejsze w przyszłości. Musimy je budować szybciej, wydajniej. Myślę więc, że będzie silna tendencja do korzystania z rozwiązań modułowych.

Jak w przypadku prefabrykowanych łazienek modułowych?

Tak. Gotowe łazienki będą dostarczane na plac budowy. Albo sposób, w jaki łazienka będzie konstruowana, będzie bardziej systematyczny i prefabrykowany na poziomie przemysłowym. Da nam to wiele nowych opcji. Pozwoli też na bardziej precyzyjne wdrożenia. Jeśli produkujesz łazienkę lub część łazienki w zewnętrznym zakładzie produkcyjnym, możesz nad nią pracować znacznie dokładniej, niż na placu budowy. To oznacza też, że zmieni się również wygląd łazienki.

Mamy także projekt o nazwie Personal Sensory Spaces (PSS), który jest naszym nowym studium architektonicznym koncepcji, którą przygotowaliśmy dla dużej niemieckiej firmy. Na jej prośbę opracowaliśmy nowy standard toalet w budynkach biurowych. Wszyscy pracownicy pracują w *open space*, dlatego stworzyli-

śmy dla nich prywatną przestrzeń higieniczną – kompletnie wyposażone toalety: każda z własną umywalką, miską w.c., pisuarem. Odkryliśmy, że nasza nowa koncepcja pozwala na tej samej powierzchni, jaką zajmowała wspólna toaleta z kabinami obok siebie i ścianą z umywalkami, stworzyć wydzielone, prywatne łazienki. W naszym biurze zbudowaliśmy makietę w skali 1:1 takiej toalety, która pomogła nam rozwiązać wszystkie małe problemy – na przykład gdzie umieścić papier toaletowy, itp.

Myślisz więc, że modułowość jest przyszłością także w łazience biurowej?

Jestem o tym przekonany. Jeśli prefabrykujemy łazienki w zewnętrznym zakładzie, a następnie dostarczymy je na plac budowy, będziemy w stanie osiągnąć wyższy poziom precyzji, który pozwoli na optymalne zarządzanie przestrzenią. Zwróć uwagę na taki detal: jeśli budujesz w tradycyjny sposób, podczas instalowania urządzeń łazienkowych należy pozostawić około dwóch centymetrów zapasu. Myślę, że łazienki modułowe będą coraz bardziej popularne w przyszłości, gdyż pozwalają efektywnie wykorzystać każdy centymetr.

↓ Pracownia ma własne laboratorium wodne (Water Lab), w którym testuje i udoskonala nowe koncepcje produktów.



SIEGER DESIGN

Pracownia sieger design od wczesnych lat 80. XX wieku pracuje dla branży sanitarnej. Na swoim koncie ma zarówno ikoniczne, ekskluzywne produkty, jak też bestsellery. Jako jedna z pierwszych wprowadziła do łazienek armaturę o wyjątkowym wzornictwie, całościowe aranżacje, duże deszczownice czy prysznice kontrolowane według scenariusza. Od lat współpracują z Alape, Dornbrachtem i Duravitem, a także wieloma innymi międzynarodowymi markami z innych branż. Stworzyli też własną markę domowych akcesoriów Sieger. W zamku Harkotten, mieszczącym siedzibę i laboratorium firmy, proces projektowania realizowany jest przez interdyscyplinarny zespół ponad 40 pracowników. Kierują nim Christian i Michael Sieger – synowie Dietera Siegera, założyciela pracowni. www.sieger-design.com

W Polsce powstają naprawdę świetne biura, ale przy ich projektowaniu myśli się zwykle o miejscu pracy, a nie łazience. Jak to jest w Niemczech?

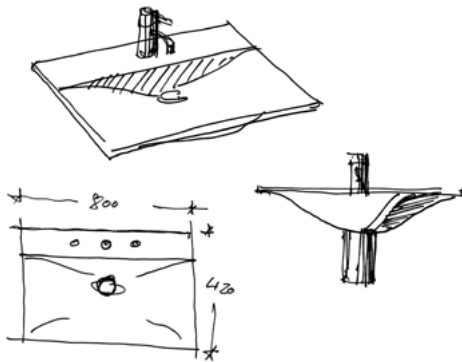
Jest u nas zapewne tak samo jak w Polsce. Chociaż są już firmy, które zaczynają myśleć inaczej. Generalnie jednak w projektowaniu łazienek biurowych kładziemy nacisk na standardy funkcjonalne. Wczoraj rozmawiałem z osobą, która odwiedziła duży niemiecki koncern – jego siedziba to pawilony o imponującej architekturze, w których prezentowane są luksusowe marki. Ale

kiedy ta osoba poszła do toalety, była całkowicie rozczarowana jej przeciętnym projektem.

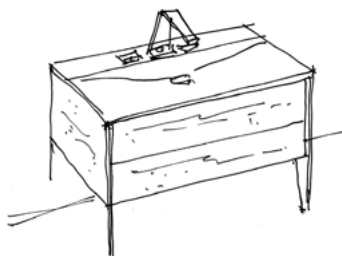
Ogólnie rzecz biorąc w Europie musimy zmierzyć się z problemem niedoboru dobrych pracowników. Dziś nie dbają oni aż tak o swoją pensję, ile o dobrą atmosferę w pracy. Niektóre firmy inwestują więc dużo np. w stołówki, ponieważ atmosfera przy spożywaniu posiłków stała się bardzo ważnym zagadnieniem. I tu wracamy do PSS – pokazałem to rozwiązanie mojemu dobremu przyjacielowi. Jego firma ma bardzo dopracowaną stołówkę, pracownicy siedzą na krzesłach Thoneta, na ścianach można znaleźć kosztowne dzieła sztuki. Ale powiedziałem mu: popatrz, twoi ludzie nie mają miejsca, w którym mogliby być sami przez chwilę, miejsca w którym mogliby odpocząć. Zaproponowaliśmy mu więc zaprojektowanie takich pomieszczeń.

Jakie elementy relaksujące zastosowaliście w tym projekcie? Kilka miesięcy temu oglądałem biuro w Moskwie i zauważyłem, że projektanci wykorzystali w tamtejszych łazienkach takie elementy, jak muzyka w tle z precyzyjnie dobraną playlistą, delikatne światło...

Jest to wiele subtelnych elementów. Chcemy dać użytkownikom przynajmniej możliwość zmiany temperatury i światła, dzięki czemu można będzie dopasować do osobistych preferencji np. ich intensywność. Zintegrujemy również niektóre elementy dekoracyjne w tle i na ścianach, co stworzy optyczną iluzję i wrażenie przebywania w innym miejscu.



→ Połączenie kolekcji Viu z linią mebli XViU marki Duravit to pokaz precyzji jaką dają współczesne narzędzia projektowania.



M. SIEGER





↑ Przykład apartamentu z autorską koncepcją SSPS (Small Size Premium Spa), czyli pełnowartościowej przestrzeni relaksu, którą można wprowadzić nawet w miejskich, niezbyt obszer-nych mieszkaniach.



→ Pracownia stworzyła też kolekcje domowych akcesoriów pod marką Sieger. To m.in. porcelana czy dekoracyjne dodatki. Fot. Sieger by Fürstenberg.



↑ Zastawa stołowa marki Sieger. Fot. Sieger by Fürstenberg.



↑ Kolekcja Happy D.2 marki Duravit.

Kiedy zobaczymy pierwsze wdrożenie PSS?

Mam nadzieję, że pierwsza realizacja będzie gotowa do końca tego roku.

Ten projekt powstaje dla jednej firmy czy jest szerszy?

Tworzymy go w centrali tej firmy. Ale pierwotnym zadaniem było nakreślenie pewnego standardu toalet dla całej korporacji. Praca nad koncepcją obejmowała rozwiązanie pewnych prostych problemów: tego jak myjemy ręce, czy wolimy baterie automatyczne, czy lubimy je dotykać, czy używamy ręczników papierowych, gdzie wkładamy szczotkę toaletową, itp.

Jak długo trwały badania nad takim projektem? Musieliście być bardziej naukowcami czy artystami podczas pracy?

Dla nas estetyka i forma są z pewnością ważne. Ale funkcja jest również kluczowa. Z wyjątkiem sytuacji, w której klient mówi

„zrób coś dziwnego, nie zależy nam na funkcji”. Ale większość klientów chce zainwestować swoje pieniądze w coś długotrwałego. Dlatego funkcjonalność jest dla nich naprawdę ważna – również pod względem czyszczenia, konserwacji. Z tego powodu w przypadku PSS stworzyliśmy makietę 1:1. Bardzo trudno jest znaleźć dobrze zaprojektowaną toaletę publiczną. Naszym celem była próba rozwiązania większości problemów takich wewnątrz.

W Small Size Premium Spa lub Personal Sensory Spaces używacie produktów Duravit. Ale co, jeśli klient woli wybrać sprzęt innego producenta? Czy istnieje możliwość zmiany np. toalety bez szkodenia koncepcji?

Personal Sensory Spaces to bardziej architektoniczna koncepcja, a nie gotowy produkt. Chcemy przekazać wiedzę projektantom wnętrz i architektom. Niech pomyślą o tym, co mogą zrobić. To, co proponujemy to koncepcja małej, prywatnej toalety dla pracowników. Przygotowaliśmy również koncepcję łazienek do ekskluzywnych pubów, restauracji i hoteli. Bardzo często, kiedy idę do toalety publicznej w pięciogwiazdkowym hotelu, a jest to bardzo luksusowy obiekt, który ma ładne wyposażenie, okazuje się, że w łazience trafiam na standardowy układ trzech boksów toalet, trzech umywalk i trzech pisuarów. Luksusowe hotele i restauracje zapewniają swoim gościom w łazienkach tylko niewielką przestrzeń. Tak więc idea PSS polega na opracowaniu systemu, w którym można wdrożyć ładne, funkcjonalne, kompleksowe toalety półpubliczne na minimalnej przestrzeni. O ostatecznym wyglądzie i wyborze wyposażenia może decydować sam projektant wnętrz lub architekt.

Moje ostatnie pytanie dotyczy Waszych relacji z klientami z branży łazienkowej. Budujecie je już drugie pokolenie, a dla marek takich jak Duravit, Alape czy Dornbracht pracował już Wasz ojciec. Jak współdziałać tak długo z tym samym klientem i nie wchodzić w rutynę, nadal pozostać kreatywnym?

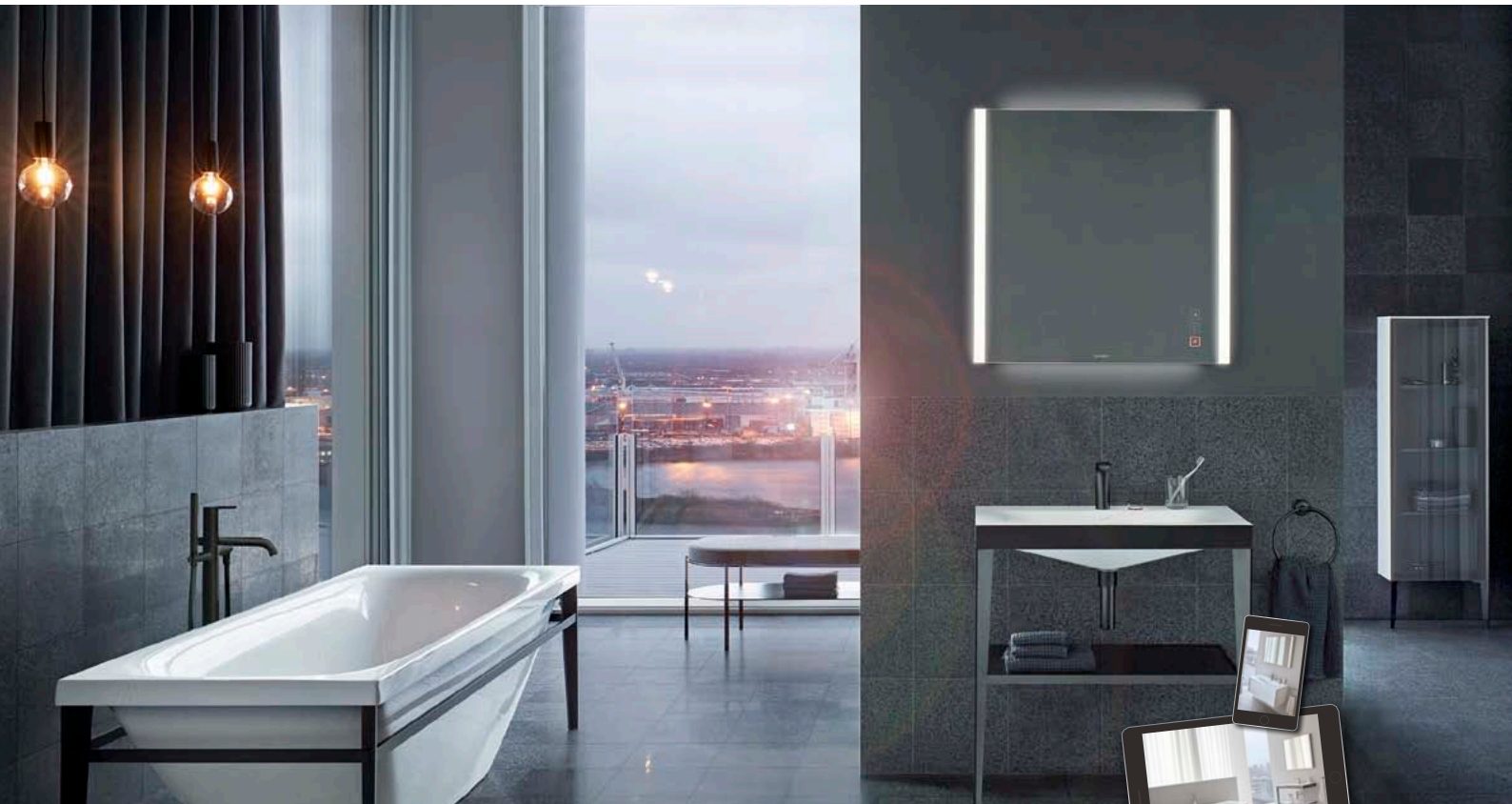
To kwestia chemii między ludźmi. Dornbracht to firma rodzinna, mój ojciec zaczął z nią pracować. Duravit to także firma rodzinna, choć jej członkowie nie należą do zarządu. Znam tych wszystkich ludzi od 30 lat. Nasza współpraca opiera się na zaufaniu i wspólnych sukcesach. Gdybyśmy nie osiągnęli takich dobrych wyników razem, nie współpracowalibyśmy tak długo. Chociaż muszę przyznać, że nie każdy produkt był bestsellerem. Ale jest to długotrwały, bardzo intensywny związek. Dla projektanta lub architekta ważne jest, aby naprawdę zrozumieć klienta. Aby zrozumieć firmę. Czasami projektanci uważają, że firma, z którą współpracują, musi tylko zaakceptować ich pomysł, niczego więcej nie potrzebują. To nie nasza droga. Preferujemy dialog. Staramy się dobrze poznać naszego klienta przed rozpoczęciem współpracy.

Dziękuję za rozmowę.



DURAVIT

What a Viu



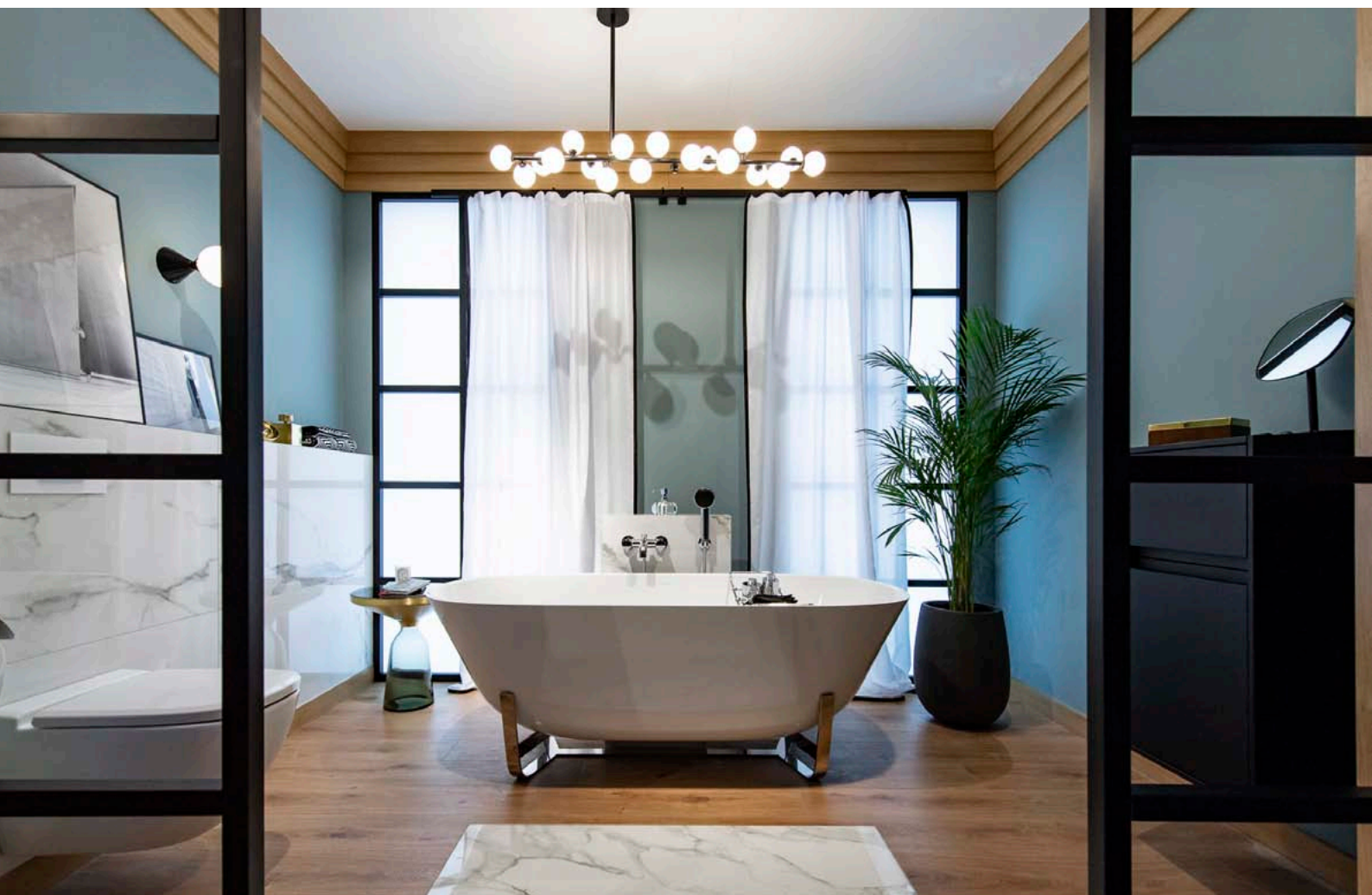
Witamy w łazience jutra.

Idea: miękkie, organiczne formy wewnętrzne spotykają się z geometrycznymi, precyzyjnymi konturami zewnętrznymi. Połączenie różnych materiałów - ceramiki, drewna, metalu, szkła. Cel: perfekcja pod każdym względem, technologia zapewniająca maksymalny komfort. Wynik: Viu. Projekt sieger design, realizowany przez Duravit. What a Viu! Odwiedź www.duravit.pl i pro.duravit.pl, aby uzyskać więcej informacji.

PRZYSZŁOŚĆ ŁAZIENEK

WSZYSCY, KTÓRZY INTERESUJĄ SIĘ ŁAZIENKOWYMI INNOWACJAMI, CO DWA LATA JADĄ DO FRANKFURTU. TARGI ISH TO BOWIEM MIEJSCE, GDZIE SWOJE PREMIERY MAJĄ NAJCIEKAWSZE NOWOŚCI I INNOWACJE, A WSZYSCY MÓWIĄ O TYM JAKA BĘDZIE ŁAZIENKA PRZYSZŁOŚCI. JAK BYŁO W TYM ROKU?

TEKST: ARKADIUSZ KACZANOWSKI





ISH 2019 W LICZBACH

- 11 – 15 MARCA 2019
- 190 TYS. GOŚCI ZE 161 KRAJÓW
- 2 532 WYSTAWCÓW Z 57 KRAJÓW
- 3545 SPECJALISTÓW Z POLSKI WŚRÓD ODWIEDZAJĄCYCH
- 90 POLSKICH FIRM WŚRÓD WYSTAWCÓW

Na targach ISH producenci łazienkowi pokazują to, co najlepsze. To też miejsce, na które trudno się dostać jako wystawca – przestrzeń jest bowiem wyprzedana na długo przed otwarciem bram. To najlepszy dowód na znaczenie wydarzenia dla branży. Jadąc na ISH możemy więc obcować ze wspinałymi premierami, jak też intrygującymi aktualizacjami oferty czy dobrze już znanymi, obecnymi od lat produktami. O naszych odkryciach piszemy bliżej na kolejnych stronach. Asortyment na targach ISH został podzielony na dwie sekcje: Water oraz Energy. W sekcji ISH Energy wszystko skupiło się wokół inteligentnych systemów ogrzewania i klimatyzacji budynków.

Rozwiązania wodno-kanalizacyjne oraz nowoczesne wyposażenie łazienek zostały zaprezentowane w ramach sekcji ISH Water. ISH to zresztą nie tylko targi, ale też liczne wykłady, konferencje i dyskusje. To tu kształtuje się kierunki myślenia o tym jak będzie wyglądać i działać nowoczesna łazienka.

KOLOR ZMIENIA ŁAZIENKĘ

Jedną z ciekawszych ekspozycji była wystawa Pop-Up My Bathroom, na której mogliśmy zobaczyć najmodniejsze aranżacje i zestawienia produktów. Przygotowana przez Niemieckie Stowarzyszenie Przemysłu Sanitarnego (VDS) wystawa w tym roku skupiała się na roli i znaczeniu koloru w łazience.

Według organizatorów branża łazienkowa budzi się z głębokiego snu. Od lat osiemdziesiątych najbardziej łazienkowym kolorem była biel. Uważano ją za kwintesencję dobrego smaku. W ciągu ostatnich 20 lat nieco więcej energii łazience dodawały styl rustykalny, miejski minimalizm i drewno. A wraz z pojawieniem się modnych wykończeń w metalicznych wariantach kolorystycznych, staje się coraz bardziej oczywiste, że kolor ma wreszcie szansę na podbicie łazienki. Było to widać po ofercie producentów – kolorowa ceramika czy armatura były w natarciu. Miał je każdy, a wykonanie i dobór form i barw budził ekscytację zwiedzających. Co jednak chyba najważniejsze: nowa barwność w łazience jest przystępna. To ważne, bo w ostatnich latach kolor w łazience był raczej ekstrawagancją, niż czymś co chciałby mieć każdy.

Z DUCHEM CZASÓW

Dużym zainteresowaniem odwiedzających cieszyła się inicjatywa „Therpeutic Bathroom 2030” zorganizowana przez Niemieckie Stowarzyszenie Sanitariusów, Ogrzewania i Klimatyzacji (ZVSHK) we współpracy z VDS. W jej ramach zaprezentowano nowe rozwiązania do łazienek, które uwzględniają zmiany demograficzne w społeczeństwie. Kwestie związane z ochroną środowiska, demografią oraz technologiami (a także łączeniem tych aspektów) były głównymi wątkami targów.

Producenci pokazywali między innymi inteligentne systemy zarządzania wodą, które nie tylko pozwalają zredukować jej zużycie. Coraz ważniejsze staje się też jej odzyskiwanie. Na pierwsze wyzwanie możemy już reagować, drugie wymaga badań i eksperymentów, choć pierwsze efektywne rozwiązania już się pojawiają. Wiele technologicznych innowacji pokazuje jak zabezpieczyć się przed marnotrawieniem, jak regulować i sterować wodą. Bardzo ważne są technologie z zakresu *smart*-łazienek, które integrują różne elementy instalacji.

Również czysta woda pitna ma ogromne znaczenie na tle rosnącej urbanizacji – systemy, które oczyszczają, odkamieniają i w inny sposób uzdatniają wodę są coraz powszechniejsze. Wyzwania stojące przed projektowaniem łazienek skupiać się będą dalej w przyszłości na połączeniu różnych aspektów zmian demograficznych i tematów takich jak zdrowie, wellness, komfort oraz ochrona zasobów. Projekty takie jak Personal Sensory Spaces o których opowiada nam w wywiadzie tego numeru Michael Sieger czy kompletne (technologicznie i wzorniczo) łazienki od jednej marki, mają na te wyzwania odpowiadać. Poszczególne producenci dążą do tego, by klient jak najwięcej produktów kupował właśnie u nich, a nie u konkurencji. Nie dziwcie się więc, że idąc do jednego dostawcy, możecie wyjść z już gotową koncepcją wnętrza sygnowaną marką firmy. ■



Fot. Messe Frankfurt Exhibition GmbH / Pietro Sutera



RELACJE, TRENDY, NOWOŚCI, PREMIERY – WSZYSTKIEGO CO MUSISZ WIEDZIEĆ O ŁAZIENKOWEJ WYSTAWIE NA ISH 2019 DOWIESZ SIĘ NA WWW.DESIGNBIZNES.PL/ISH2019.



Le Pietre to 11 kolorów wykończenia produktów marki Globo, inspirowanych barwami natury – również szlachetnymi kamieniami takimi, jak np. marmur.

KRAJOBRAZ PO REWOLUCJI

ROZWIĄZANIA BEZKOŁNIERZOWE W SEGMCIE MISEK W.C. I CIENKOŚCIENNA CERAMIKA W SEGMCIE UMYWALEK ZOSTAŁY WPROWADZONE NA RYNEK WYPOSAŻENIA ŁAZIENEK JUŻ KILKA LAT TEMU I STAŁY SIĘ KAMIENIEM MIŁOWYM W JEGO ROZWOJU. TRUDNO SIĘ BYŁO WIĘC SPODZIEWAĆ, ŻE TEGOROCZNE TARGI ISH PRZYNIOSĄ W TYCH DWÓCH OBSZARACH PODOBNE PRZEŁOMOWE I ISTOTNE INNOWACJE. ŁAZIENKOWE TECHNOLOGIE NIE ROZWIJAJĄ SIĘ AŻ TAK DYNAMICZNIE. JEDNAK MIMO TO, WE FRANKFURCIE PRODUCENCI POKAZALI WIELE CIEKAWYCH NOWOŚCI.

TEKST: ANNA RADUCHA-ROMANOWICZ

Umywalki to jeden z tych łazienkowych obszarów asortymentowych, który oferuje imponującą różnorodność typów, wzorów i materiałów. Niemniej przyglądając się tegorocznym nowościom z segmentu umywalk można zaobserwować, że w tym bogactwie wyróżniają się aktualnie umywalki szczególnie obszerne, głębokie, masywne (nawet mimo cienkich rantów) nawiązujące formą i materiałem do kamiennych mis, albo do balii używanych niegdyś do ręcznego prania. Takie jak np. pokazała Ceramica Globo w wykończeniu pod nazwą Le Pietre. Na drugim biegunie znajdują się umywalki małe, sprytnie, nierzadko zintegrowane z niewielką półką, przeznaczone do niedużych toalet – np. gościnnych. Takich propozycji w nowej ofercie producentów wyposażenia łazienek można znaleźć bardzo wiele. Jedną z ciekawszych jest umywalka Steel19 marki Alape – mała, praktyczna i o industrialnym designie, zgodnym z najbardziej aktualnymi łazienkowymi trendami estetycznymi.

DWA W JEDNYM

Obserwatorom łazienkowych trendów ciekawych tematów dostarczają też producenci poszukujący sposobów na zintegrowanie umywalki z szafką. Tak by nabywcę łazienkowego asortymentu zainteresować kupnem nie tylko umywalki, ale i „związanego” z nią mebla. Odpowiadając przy tym również na potrzeby klientów poszukujących łazienkowych rozwiązań „wielozadaniowych”, multifunkcyjnych, optymalizujących przestrzeń. Na tym polu wyróżnia się np. marka Duravit, która już jakiś czas temu zaprezentowała rozwiązania c-bonded, gdzie umywalka jest zintegrowana z meblem z milimetrową precyzją. W tym roku na ISH pokazała m.in. serię Viu zaprojektowaną przez Sieger Design, w której umywalki mogą być m.in. zintegrowane z podtrzymującą je metalową konsolą lub z podumywalkową szafką (zobacz na stronie 12).



← Collaro to nowa seria marki Villeroy & Boch. Znajdziemy w niej zarówno obszerne umywalki podwójne, jak i mniejsze modele do toalet gościnnych.

↑ Umywalkę, jak i całą serię Conca dla marki Ideal Standad zaprojektowało Studio Palomba, z którym to producent niedawno rozpoczął współpracę.



← Umywalki Sonar marki Laufen zaprojektowane przez Patricię Urquiolę zdążyły już zdobyć uznanie na rynku. Teraz producent rozszerzył tę kolekcję, m.in. o miski w.c. i bidet.



TECHNOLOGIE W TOALECIE

W kategorii misek w.c. producenci rozwijają nowinki technologiczne wprowadzone już kilka lat temu. Dziś wiemy, że standardem stały się miski bez wewnętrznego kołnierza ceramicznego – w tej technologii wprowadzane są już wszystkie nowe kolekcje. Producenci opracowują i patentują własne bezkołnierzowe technologie, które różnią się – czasem znacznie, czasem nieznacznie – sposobem ukształtowania miski i rozprowadzania w niej wody.

Warto też na pewno wspomnieć, że w przypadku toalet sukcesywnie wzrasta rola elektroniki. Wykorzystują ją przede wszystkim toalety myjące, oferując użytkownikom wiele interesujących funkcji i możliwość zdalnego sterowania nimi – za pomocą pilota czy smartfona. Czujniki ruchu umożliwiają automatyczne otwieranie pokrywy, identyfikacja użytkownika powoduje, że deska podgrzewa się do ustawionej przez niego wcześniej temperatury – każdy domownik może mieć przecież inne preferencje. To tylko kilka udogodnień, których dziś możemy spodziewać się w łazienkach dzięki toaletom myjącym. Jest ich więcej – przede wszystkich takich, które związane są z ich podstawową funkcją.

WYZWANIE NA PRZYSZŁOŚĆ

Wydaje się, że dziś w segmencie misek w.c. i ogólnie toalet oraz związanych z nimi instalacji sanitarnych, największym wyzwaniem dla projektantów i obszarem otwierającym możliwość kreowania najciekawszych innowacji jest kwestia tworzenia systemów pozwalających na oszczędności wody – w toalecie przy splukiwaniu zużywamy jej olbrzymie ilości. Takich systemów jak np. pokazany na tegorocznych targach ISH system save! zaprojektowany dla marki Laufen przez studio EOOS. Ale to temat zdecydowanie na oddzielny tekst. I już wkrótce go poruszymy. ■

Fot. Archiwa firm

← Steel19 to stalowa umywalka stworzona dla Alape przez sieger design. Łączy w sobie innowacyjność z tradycją. Klasycznym elementem jest tu tylna ścianka (tzw. Splashback). Czarna, montowana na ścianie rama kontrastuje z białym blatem pod umywalką tworząc industrialny urok.



↑ Toaleta myjąca Geberit AquaClean Sela to projekt Matteo Thuna. Przyłącza prądu i wody są niewidoczne, ponieważ zintegrowano je i ukryto w ceramice.

→ Laureatka nagrody Design Plus tegorocznych targów ISH – umywalka BetteCraft niemieckiej marki Bette. Wykonana jest z emaliowanej stali, a wygląda jak z chińskiej porcelany. Projekt: Tesseraux + Partner.



CZEMU SŁUŻY TECHNOLOGIA?

KOLORY I ELEKTRONIKA NADAJĄ KIERUNEK ROZWOJU ARMATURZE ŁAZIENKOWEJ. PARADOKSALNIE KOMPONENT TECHNOLOGICZNY MA DZIŚ ZNACZENIE BARDZIEJ DEKORACYJNE, NIŻ REWOLUCYJNIE FUNKCJONALNE.

TEKST: **ARKADIUSZ KACZANOWSKI**

Czysta dekoracyjność w wykonaniu Gessi i jej kolekcji Anello. Duży pierścień dodaje armaturze nowoczesnego i wyrazistego charakteru. Ma też poprawiać ergonomię użytkownika.

Armatura domowa staje się coraz bardziej elektroniczna, choć niekoniecznie oznacza to włączanie jej w *smart*-łazienki. O ile w przestrzeni publicznej od dawna armatura posiada czujniki i moduły analityczne, to w domowych zastosowaniach takie rozwiązania nie są przyjmowane tak chętnie.

ELEKTRONIKA OZDOBNA

Producenci poszli więc w inną stronę – jak pokazały targi ISH elektronika pełni dziś bardziej funkcje ozdobne czy informacyjne, niż pomaga w użytkowaniu. Przykład od Duravitu czy Treemme: pokrętki regulacji temperatury wody rozjarzyły się światłkami LED, a ich kolor pokazuje jak jest ciepła. Jeszcze inne baterie wzbogaciły się o funkcje bardzo precyzyjnego regulowania temperatury – ta może być wyświetlana na wylewce i ustawiana z dokładnością co do stopnia. Wizualnie wygląda to ładnie, takie baterie świetnie wpisują się we wnętrza hi-tech. Ale czy te technologie to coś więcej niż ciekawy gadżet? Mam odczucie, że energia działów badawczo-rozwojowych producentów zоста-



↑ FinishPlus to program Hansgrohe, w ramach którego wybrane kolekcje łazienkowego wyposażenia (m.in. baterie Metropol czy Talis E) są dostępne w wielu barwnych wykończeniach.

ła skierowana na wymyślanie czegoś, co wyróżni produkt na rynku, ale niekoniecznie stanowić będzie jego wartość dodaną.

WZORY I KOLORY

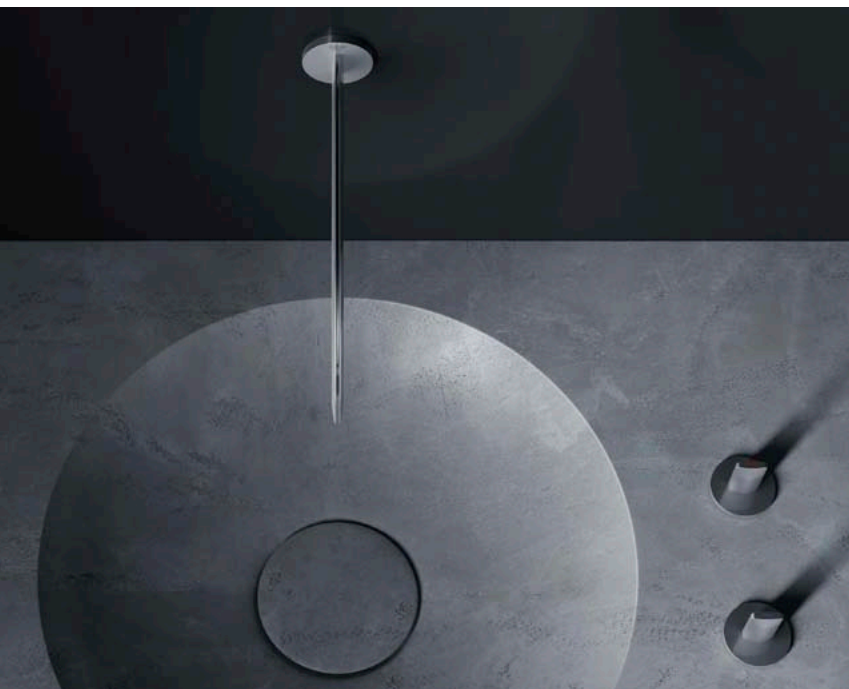
W sferze wzornictwa czy brył baterii nie widać wyraźnych, nowych trendów. Cienka armatura już jest dostępna od jakiegoś czasu – nowe drogi otwiera druk 3D, który pozwala kształtować nietypowe bryły wylewek. Jest to jednak ekskluzywna i kosztowna nisza. Personalizacja staje się także w obszarze armatury bardzo ważna, ale ogranicza się zwykle do doboru koloru albo zdobień na pokrętkach ciepłej/zimnej wody. Powszechne stało się oferowanie armatury w czarnym, matowym wykończeniu – takie baterie teraz musi mieć każdy, niezależnie czy sprzedaje je w markecie, czy wykonuje na zamówienie. O odwrocie od chromowanych powierzchni mowy nie ma, ale widać, że główna uwaga producentów i klientów skupia się teraz na barwności – tak dobranej by sprawnie i szybko realizować zamówienia. ISH pokazało, że w obszarze armatury w tym roku mamy przede wszystkim aktualizacje istniejących kolekcji. Zdecydowanie mniej było przyciągających oko premier, które próbowałyby powiedzieć coś nowego o bateriach. Trochę szkoda. ■

Fot. Archiwa firm



← Treemme przedstawia nową serię Watertube zaprojektowaną przez Massimiliano Braconiego. Baterie charakteryzują się dyskretnymi, zaokrąglonymi liniami przypominającymi „fajkę wodną”. Albo kawałki rur sklejone ze sobą. Ładnie – industrialnie.

→ Luksusowa symbioza geometrycznych brył i ultra precyzja – to wyróżnia Edge marki Axor. To linia stworzona przez Jean-Marie Massauda. Wyrafinowane wzornictwo zamknięte w formie baterii podkreślonych bardzo precyzyjnymi krawędziami i perfekcyjnymi zdobieniami. To produkt dla wąskiego grona odbiorców. W kolekcji znajdziemy siedem wykończeń kolorystycznych.



↑ Grohe stworzyło specjalną formułę granulek dla swoich drukarek 3D do metalu. Efektem tego jest projekt nowych baterii Atrio Icon 3D, które są ultracienkie i powstały na specjalne zamówienie jednej z restauracji. Tanie nie są.

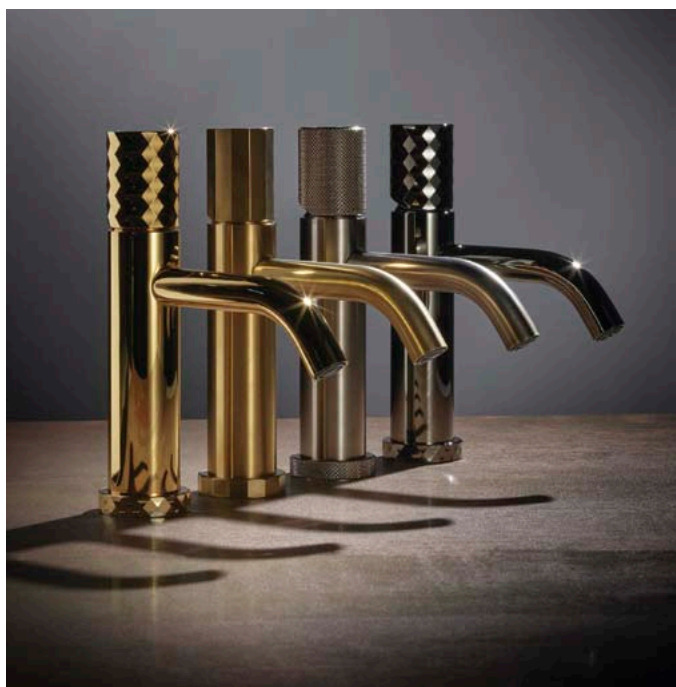
→ Nikko marki Zucchetti.KOS to nowa jednonowoczesna bateria, w której wzornictwie koncentryczne krzywizny udało się przyjemnie połączyć. Na tyle, że bateria wygląda przystępnie. Prosta bateria ma jednak w sobie pewną dynamikę i kompaktowe wymiary.





← 3.6 jest kolekcją zaprojektowaną przez Giampiero Castagnoli dla marki Treemme. Podczas ISH zobaczyliśmy nową wersję elektroniczną. Baterię 3.6 Elettronico można połączyć z inteligentnymi asystentami cyfrowymi, takimi jak Alexa. Na pokrętle znajdują się subtelny, elektroniczny wskaźnik temperatury wody.

→ Seria Cone marki JEE-O to dzieło projektanta Osirisa Hertmana, który stworzył serię o wyrazistej, mocnej linii wzorniczej. Bateria nie do zagięcia.



↑ Tekstury, także w wyrazistej, biżuteryjnej formie np. na dźwigniach czy pokrętlach, są coraz popularniejsze. Kolekcja Spillo marki Fima Carlo Frattini została wzbogacona o nowy model: Spillo Tech ze zdobionym zwieńczeniem baterii. Do dotykania.



CAD PROJEKT K&A



Człowiek Architektura Design

Konferencja CAD
Warszawa
13 czerwca 2019 r.
Arche Hotel Krakowska

Partnerzy:



Zarejestruj się:
cadprojekt.com.pl/konferencje-cad/

VADO

Intuition Bathrooms®

Świat Niezwykłych Łazienek

VADO inwestuje w Polsce

**FIRMA VADO - BRYTYJSKI PRODUCENT ARMATURY
ŁAZIENKOWEJ Z PRZYJEMNOŚCIĄ INFORMUJE
O WYZNACZENIU INTUITION BATHROOMS JAKO
WYŁĄCZNEGO DYSTRYBUTORA NA RYNEK POLSKI**

Firma VADO z przyjemnością informuje, że jej wyłącznym dystrybutorem na polski rynek zostało Intuition Bathrooms.

Współpraca VADO oraz Intuition Bathrooms sięga 2008 roku, a jej obecne zacieśnienie ma na celu wzmocnienie obecności produktów marki VADO w niezależnych salonach sprzedaży detalicznej, wśród architektów, projektantów wnętrz oraz przy projektach komercyjnych realizowanych w Polsce.

Wsparcie VADO w działaniach Intuition Bathrooms na polskim rynku ma zapewnić między innymi nowy zestaw materiałów promocyjnych obejmujący wydany w kolorze katalog techniczny z pełną ofertą produktową, szczegółową specyfikacją i schematami, a także pełen wnętrzański inspiracji katalog konsumencki.

Dostępna jest również oddzielna broszura z rozwiązaniami prysznicowymi. Można w niej znaleźć cieszące się największą popularnością gotowe pakiety prysznicowe. Aby ułatwić proces składania zamówień, każdy z zestawów otrzymał dedykowany kod produktowy.

Dean Pamphilon

dyrektor sprzedaży w VADO

„VADO zawsze starało się budować mocne, oparte na lojalności relacje partnerskie ze swoimi dystrybutorami. Intuition Bathrooms od wielu lat dowodzi swojej lojalności wobec VADO i odegrało zasadniczą rolę w promowaniu marki i budowaniu jej pozycji na polskim rynku.

VADO włożyło wiele wysiłku, aby zrozumieć potrzeby Intuition Bathrooms oraz wsłuchać się w oczekiwania polskiego rynku. Zainwestowaliśmy w nowe materiały promocyjne, poprawiliśmy dostępność produktów, stworzyliśmy również nową kolekcję ekspozytorów.

Są to działania mające na celu wzmocnienie marki VADO na polskim rynku wyposażenia łazienek”

W związku ze zbliżającą się premierą nowej kolekcji VADO Individual polski dystrybutor Intuition Bathrooms został wybrany, by jako pierwszy na świecie wypromować nowy katalog Individual. Prezentuje on cztery wyjątkowe wykończenia armatury: czerń szcztokowaną, złoto szcztokowane, nikiel szcztokowany i złoto polerowane, wiernie oddając jakość wykonania wszystkich produktów z kolekcji.

„Z dużym zaciekawieniem będę obserwował, jak dalece Intuition Bathrooms zdola wypromować markę VADO w Polsce. Jednocześnie będziemy kontynuować nasze pełne wsparcie, aby wspólnie uzyskać maksymalny wzrost udziałów na polskim rynku”



– dodaje Dean Pamphilon

Więcej informacji na temat pełnej oferty VADO można znaleźć na stronie www.vado.com

Tel.: +44 1934 744466, E-mail: sales@vado.com

Informacje w języku polskim dostępne są na stronie dystrybutora marki VADO w Polsce – www.intuitionbathrooms.pl

Tel.: +48 22 620 50 50, E-mail: kontakt@intuitionbathrooms.pl

|||
INDIVIDUAL
by VADO



W INNYM WYMIARZE

ARMATURA PRZEZNACZONA DO PRYSZNICA TO W OSTATNICH LATACH JEDEN Z CIEKAWIEJ ROZWIJAJĄCYCH SIĘ PRODUKTÓW ŁAZIENKOWYCH. PRODUCENCI SPRYTNIE ŁĄCZĄ TU WYJĄTKOWE WZORNICTWO, WELLNESS, KORZYSTANIE Z DOBRODZIEJSTW WODY, A TAKŻE NOWE TECHNOLOGIE. CIEKAWOSTEK W TYM ZAKRESIE NIE ZABRAKŁO TAKŻE PODCZAS TEGOROCZNYCH TARGÓW ISH.

TEKST: MARTA BOROWSKA



Rainshower Connect to propozycja Grohe, w której głowica prysznicowa połączona jest przez Bluetooth z okrągłym, zasilanym bateriami sterownikiem. Czytelne piktogramy pozwalają na intuicyjny wybór rodzaju natrysku.



Kto jeszcze dziesięć lat temu pomyślałby, że prysznic urośnie do rangi przeżycia niemal mistycznego, a już z pewnością głęboko relaksującego, jak ma to miejsce obecnie? Wtedy szczytem marzeń była 3-funkcyjna rączka prysznicowa. Dziś podczas kąpieli pod prysznicem możemy cieszyć się nie tylko różnymi rodzajami strumienia wody, terapii światłem, nastrojową muzyką, ale także samym kształtem wody, o wyjątkowych formach deszczownic nie wspominając.

BYĆ SOBĄ

Prezentowane w tym roku podczas ISH nowości z zakresu armatury prysznicowej pokazały, że ten element łazienkowego świata zdecydowanie wykracza poza tradycyjne sposoby myślenia o kąpieli pod prysznicem. Tworzy przestrzenie, które mają być jak najbardziej dopasowane do naszych indywidualnych potrzeb. Ma zarazem być miejscem odosobnienia, relaksu, wyciszenia. Ale nie w kabinie



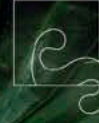
↑ Marka Fima Carlo Frattini i jej deszczownia Moove. Składa się ona z minimalistycznej ramy, w którą następnie „wpuszczane” są wybrane stalowe moduły. Każdy z nich posiada inny rodzaj strumienia. Projekt: Davide Vercelli.



↑ Podczas ISH Gessi zaprezentowało rozwiązanie Hi-Fi Private Wellness System. Składa się on m.in. z charakterystycznego termostatu prysznicowego w wersji natynkowej lub podtynkowej. Jego design przywodzi na myśl zgeometryzowany styl lat 90., a wewnątrz kryje wysoko zaawansowaną, precyzyjną technologię sterującą.

STEINBERG

finest faucets and accessories



iFlow

www.steinberg-armaturen.de/en

Steinberg GmbH | Showroom
Jana Długosza 2-6, 51-162 Wrocław
biuro@steinberg-armaturen.de



↑ RainTunes Hansgrohe to wyjątkowe połączenie wody, światła, dźwięku i zapachu. Wszystko po to, by w zaprogramowanych scenariuszach (aktualnie jest ich siedem) użytkownik mógł znaleźć jak najpełniejsze zaspokojenie własnych potrzeb i swoich nastrojów. Dodatkowo, specjalnie opracowana aplikacja domowa Hansgrohe łączy się z prysznicem za pośrednictwem domowej sieci wi-fi.

o wymiarach 80x80 cm. Jak to dziś wygląda? System prysznicowy RainTunes od Hansgrohe łączy wodę, światło, dźwięk i zapach. Koncentruje się całkowicie na jednostce, jej osobistych nastrojach i potrzebach. W ścisłej współpracy z ekspertami z dziedzin takich jak: dermatologia, fizjoterapia, czy aromaterapia, Hansgrohe udało się stworzyć kontrolowane cyfrowo scenariusze pryszniców, które są dostosowane do indywidualnego, codziennego życia użytkownika. System Aquamoon pokazywany w tym roku przez Dornbracht, to jak mówi o nim jego projektant Michael Nuemayr, „dar spokoju i siły”. I dodaje, że najważniejszy w przypadku Aquamoon jest terapeutyczny moment odosobnienia. Szczególnie istotny w dzisiejszym, zabieganym świecie. Prysznic urasta zatem do rangi wydzielonej przestrzeni, swego rodzaju innego wymiaru – takiego, który pozwala nam na bycie sobą.

W NURCIE IOT

Obok tego typu rozwiązań nie zabrakło także systemów sterowanych za pomocą smartfonów. To rozwiązanie – powstałe

← Multisensoryczny prysznic Aquamoon zaprojektowany dla Dornbracht przez Michaela Nuemayra to kolejny produkt marki powstały w koncepcji LifeSpa. Wpływ wody na organizm zostaje wzmocniony tu o doświadczenie mentalne, zaspokajając w ten sposób potrzebę holistycznego dobrego samopoczucia.

↓ Propozycja włoskiej marki Fima Carlo Frattini powstała we współpracy z producentem oświetlenia Melogranoblu. Deszczownica Melograno to dziesięć szklanych dysz swoim kształtem przypominających krople wody. Całość efektownie podkreślona została światłem.



w nurcie inteligentnych domów (więcej pisaliśmy o tym w naszym magazynie „Łazienka.PRO” 2/2019) – staje się coraz bardziej popularne. W łazience głównie za sprawą właśnie rozwiązań prysznicowych. Prezentowały to m.in. marki Grohe, Hansgrohe czy Gessi. Jak widać coraz więcej użytkowników łazienki stawia na możliwości bezprzewodowych technologii i lubi, gdy prysznic czeka na niego w gotowości. Ponadto wie, jaką temperaturę wody ma ustawić, jaką opcję kąpieli wybrać i jaką muzykę przygotować, gdy jesteśmy akurat po ciężkim dniu w pracy. Czy kolejnym krokiem będzie czekająca pod prysznicem kawa z mleczną pianką? Byłoby miło.

Podczas ISH nie zabrakło także zbliżonych do bardziej tradycyjnych rozwiązań prysznicowych. W nich skupiano się głównie na designie (prezentowane rozwiązania marki Fima), czy nowych funkcjach. ■

Fot. Archiwa firm

ELITA



your's
Futuris *collection*

PODUMYWALKOWY RENEZANS

W SEGMENTCIE MEBLI ŁAZIENKOWYCH OSTATNIE LATA PRZYNIOSŁY WYJĄTKOWĄ POPULARNOŚĆ PODUMYWALKOWYM KONSOLOM. TARGI ISH UTWIERDZIŁY NAS W PRZEKONANIU, ŻE TEN TREND JEST WCIAŻ ŻYWY, TYLKO ŻE NAJBARDZIEJ TRENDOWE KONSOLE SĄ DZIŚ METALOWE, UTRZYMANE W STYLU INDUSTRIALNYM, WYKOŃCZONE NAJCHEŃNIEJ OCZYWIŚCIE W CZARNYM MACIE.

TEKST: ANNA RADUCHA-ROMANOWICZ

W łazience najważniejszym (nierzadko jedynym) meblem była, jest i będzie szafka podumywalkowa. Bywały wprawdzie lata – i to nie tak znowu odległe, kiedy traciła nieco na znaczeniu stając się po prostu jedynie blatem podtrzymującym umywalkę. Jednak dziś, obserwując aktualną ofertę producentów wyposażenia łazienek i mebli łazienkowych, można zauważyć pewien renesans szafki podumywalkowej. Takiej, która oprócz podtrzymywania umywalki pełni również funkcję przechowywania – jakże ważną w zazwyczaj małej łazience. Ciekawymi produktami są takie szafki, które z umywalką są zintegrowane z wręcz milimetrową precyzją, gdzie umywalka i szafka stanowią jednorodny moduł, „jedno ciało” – wspominałam już o nich przy okazji umywalk. Przykładem takiego rozwiązania jest m.in. Breccia marki antoniolupi – top ze zintegrowaną umywalką. Integralnym modulem może też być konsola – ściśle zespojona z idealnie dopasowaną do niej umywalką. W najbardziej aktualnym wydaniu konsola taka jest na metalowym stelażu wykończonym w czarnym macie.

METAL I KAMIEŃ

Kwestia popularności w łazience materiału jakim jest metal wykończony w czarnym macie to temat bardzo na czasie. Zresztą



↑ Meble z serii Qamar marki Inda oferowane są w wykończeniach m.in. szkłem, lustrem czy płytkami ceramicznymi naśladującymi kamień. Możliwe jest też łączenie różnych typów wykończeń. Projekt: Sergio Brioschi.

moda ta dotyczy również innych wnętrz mieszkalnych. Czarne i metalowe są dziś więc nie tylko stelaże podtrzymujące umywalki, ale też inne elementy łazienkowego umeblowania. I tak możemy spotkać na rynku np. otwarte metalowe regały, których przeznaczeniem jest właśnie łazienkowe zastosowanie, czy meble takie jak np. łazienkowe ławy czy leżanki na czarnych, metalowych stelażach. Koncentrując się na materiałach używanych do wykonania łazienkowych mebli, można zauważyć również, że także w tym segmencie asortymentowym widoczna jest popularność wykończeń naturalnych – przede wszystkim drewnianych i drewnopodobnych, ale też np. kamiennych lub raczej płytek ceramicznych kamień imitujących. Biel frontów lakierowanych wydaje się być nieco w odwrocie. Ciekawą propozycją jest np. kolekcja Mya marki burgbad – wykonana z drewna, dostępna w naturalnym lub czarnym wykończeniu.

Wracając jeszcze do samej funkcjonalności – potrzeba optymalnego zagospodarowania przestrzeni jest w łazience szczególnie silna. Dlatego producenci mebli do łazienek oferują ich serie w bardzo wielu możliwych opcjach. Tak by użytkownik mógł indywidualnie konfigurować meblowe elementy – pod względem rozmiaru czy wykończenia – a potem dowolnie ustawiać je w swojej łazience. ■

Fot. Archiwa firm

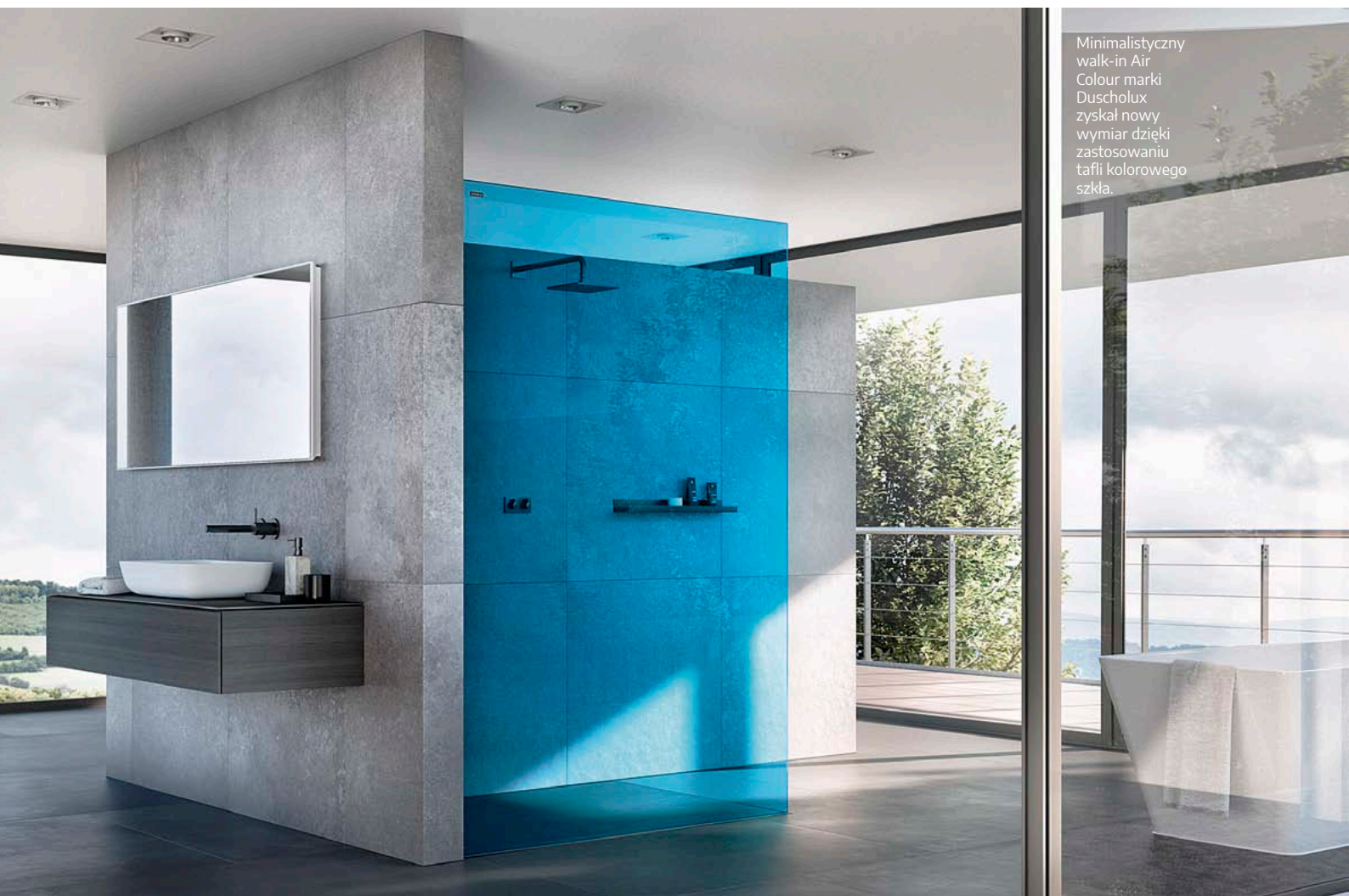
↓ Breccia to top ze zintegrowaną umywalką, którą producent może wykonać na miarę. Ciekawie rozwiązano tu kwestię odprowadzania wody – odpływ został elegancko zintegrowany z misą umywalki. Autorem tego projektu dla marki antoniolupi jest Mario Ferrarini.



↑ Maori to kolekcja marki Cerasa inspirowana stylem orientu. Szafki w wersji stojącej są uzupełnione metalowymi elementami, które nadają im lekkość.

→ Kolekcję Mya marki burgbad wykonano z drewna. Dostępna jest również w naturalnym wykończeniu, ale w czerni prezentuje się jednak bardziej trendowo. W serii znajdziemy m.in. wolnostojące ławki czy wieszaki na ubrania.





Minimalistyczny walk-in Air Colour marki Duscholux zyskał nowy wymiar dzięki zastosowaniu tafli kolorowego szkła.

NON STOP KOLOR

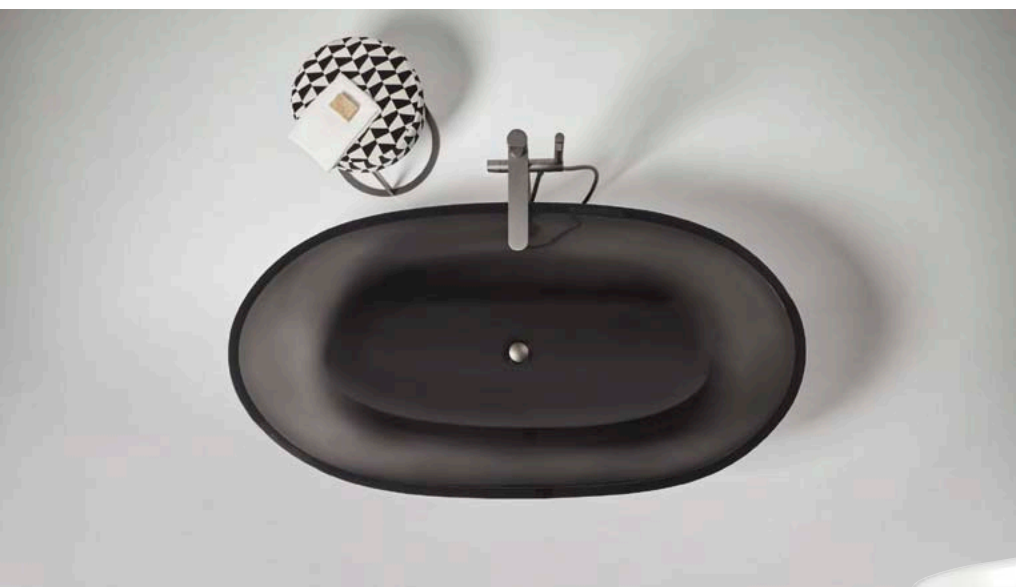
ORGANIZATORZY TARGÓW ISH I TRENDSETTERZY JESZCZE PRZED ROZPOCZĘCIEM TEGO WYDARZENIA DUŻO MÓWILI O NADCHODZĄCEJ DOMINACJI KOLORU W ŁAZIENCE. MIAŁ ON SIĘ OKAZAĆ ROZWIĄZANIEM DLA WSZYSTKICH, KTÓRYCH INTERESUJE INDYWIDUALNIE ZAPROJEKTOWANE, ULTRANOWOCZESNE I ZASKAKUJĄCE WNĘTRZE KĄPIELOWE. W KOŃCU KOLOR TO NIEZAPRZECZALNIE JEDEN Z LEPSZYCH SPOSOBÓW WYRAŻENIA SIEBIE. PRZYGLĄDAMY SIĘ JAK TREND TEN FUNKCJONUJE W STREFIE KĄPIELI I PRYSZNICA.

TEKST: MARTA BOROWSKA

Jak się okazało – nikt nie rzucał słów na wiatr. Kolor był jedną z ciekawszych dominat tegorocznego ISH. Do kolorowych mebli, akcesoriów, a nawet pojawiającej się co jakiś czas ceramiki zdążyliśmy się przyzwyczaić. A niektóre z nich nawet zaakceptować i polubić. Bo z kolorem w łazience jest tak, że chcemy go, by potem powrócić jednak do spokoju czy – jak niektórzy mówią – nijakości bieli i beżu. Trendy mają to do siebie, że pojawiają się, zmieniają, wracają... Aktualnie jednym z nich jest właśnie kolor.

KREATYWNIE O WANNIE

Zgodnie z nim na ISH 2019 nie zabrakło zatem kolorowych wannie i delikatnych prób wprowadzenia koloru w kabinach prysznicowych. Z największym rozmachem pod względem wielobarwnych produktów łazienkowych zaprezentowała się włoska marka antoniolupi. Nie będzie przesadą stwierdzenie, że na Półwyspie Apenińskim, jak i w wielu innych częściach Europy nazwa ta już od lat kojarzy się z różnymi wzorniczymi eksperymentami. Dzięki temu antoniolupi z pewnością wpisuje się do grona marek kreujących łazienkowe trendy i pokazujących, że w łazience jest jeszcze sporo do wymyślenia. I właśnie na potrzeby kolekcji Reflex, w której znalazły się wanny w dziesięciu kolorach, powstał wymyślony w laboratoriach firmy materiał Cristalmoood. To połączenie poliestrowej żywicy i kolorowych pigmentów. Cechą charakterystyczną materiału, obok jego lekkości, jest półprzezro-



↑ Podczas ISH 2019 także Bette zaprezentowało kolorowe wanny. Tyle że wykonane ze stali. Zobaczyć można było m.in. wannę BetteLux Oval Silhouette w wykończeniu Blue Satin. Kolor został stopiony z emalią, dzięki czemu jest on niezwykle odporny na wszelkie zadrapania czy stosowane chemikalia.

↓ Absolutnie wyjątkowa w swojej formie wanna z kolekcji The New Classic zaprojektowana przez Marcela Wandersa dla marki Laufen. Wykonana z materiału SaphirKeramik. Spojrzenie Marcela Wandersa na neoklasycyzm to jednocześnie podkreślenie intymności, człowieczeństwa, a przede wszystkim użyteczności stworzonej wanny.

↑ Zaprojektowana przez AL Studio wanna Reflex antoniolupi wykonana została ze specjalnie opracowanego materiału Cristalmoood. To połączenie poliestrowej żywicy i kolorowych pigmentów daje ten charakterystyczny efekt półprzezroczystości. Dostępna w dziesięciu kolorach.





↑ Nowa, rozbudowana kolekcja z portfolio marki Duravit – Viu. Wśród jej elementów znaleźć można m.in. wolnostojącą wannę opartą na charakterystycznym, czarnym stelażu. Delikatność tej konstrukcji sprawia, że całość – pomimo sporych rozmiarów (160x80 i 180x80 cm) – wizualnie wydaje się wyjątkowo lekka. Projekt: sieger design.

czystości i połysk. Odważne połączenie koloru i transparentności z pewnością nadaje kąpeli w wannie nowego wymiaru (a może jedynie o nim przypomina, bo jakieś 15 lat temu sporo producentów wanien stawiało na rozwiązania wykonane ze szkła). Nie do końca przemawia do mnie ta estetyka, a może muszę się jej jeszcze poprzyglądać. Z pewnością jednak „dzieje się”.

DUŻY KALIBER

Trochę mniej działo się w tym roku w segmencie kabin prysznicowych. Choć zaznaczony już jakiś czas temu trend powrotu do szerokich profili i to w kolorze czarnym lub białym oznaczać można za zmianę dużego kalibru. Ten kierunek w designie kabin był kontynuowany, a powstające na jego postawie różne kombinacje profili – np. takie, jak w przypadku kabiny Kuadra H Novellini, przykuwają uwagę zarówno pod względem designu, jak i wykorzystanych rozwiązań funkcjonalnych. Wśród nowości ISH 2019 marka Duscholux zaprezentowała także minimalistyczne walk-iny, ale z taflą szkła dostępną w czterech kolorach, m.in. niebieskim, żółtym czy czerwonym.

Czekam na dalsze wieści odnośnie przyjęcia się koloru w łazienkach i nie ukrywam, że jestem ich bardzo ciekawa. Z pewnością to interesujący kontrapunkt dla dominującego, często bardzo rozważnego oblicza łazienki. Prezentujemy nowe wanny i kabiny pokazane podczas ISH 2019. Kolorowe i nie tylko. ■

Fot. Archiwa firm



← Kuadra H Frame to ciekawe rozwiązanie Novellini. W tej kabynie typu walk-in funkcja profili (dostępnych w matowej bieli lub czerni) została rozbudowana. Nie tylko spajają one całą konstrukcję. Dodatkowo służą jako półka na akcesoria kąpielowe bądź wieszak na ręcznik.

↑ Duet Ludovici i Roberto Palombów z pewnością już od kilku lat urósł do rangi najbardziej znanych i pożądanym designerów w zakresie łazienki. Podczas ISH wannę ich projektu pokazała hiszpańska marka Inbani. Czyste, geometryczne kształty to uniwersalne rozwiązanie, które z pewnością sprawdzi się przez lata.



ŁAZIENKA·PRO

BEZPŁATNY E-MAGAZYN
DLA BRANŻY ŁAZIENKOWEJ

A W NIM:

ANALIZY RYNKU • PROGNOZY TRENDÓW • ROZWÓJ BIZNESU

RELACJE Z TARGÓW • WYWIADY Z EKSPERTAMI



do pobrania na www.lazienka.pro



W CAŁOŚCI

NISKA PODAŻ FACHOWCÓW ORAZ ROSNĄCA LICZBA WNĘTRZ DO URZĄDZENIA SKŁANIA PRODUCENTÓW DO OFEROWANIA ROZWIĄZAŃ WSTĘPNIE ZMONTOWANYCH. CZY ŁAZIENKI BĘDĄ PROSTSZE DO URZĄDZANIA? WSZYSTKO NA TO WSKAZUJE. NA PEWNO STAJĄ SIĘ CORAZ BARDZIEJ SYSTEMOWE I INTELIGENTNE.

TEKST: ARKADIUSZ KACZANOWSKI

ProSys to kompleksowa oferta rozwiązań do montażu na ścianie Ideal Standard. Może być stosowane do toalet, bidetów, umywalk, pisuarów i pryszniców – seria obejmuje również produkty specjalne, takie jak stelaż z regulacją wysokości, którą można zdalnie sterować.

Tegoroczne targi ISH pokazały, że systemowe i prekonfigurowane rozwiązania będą kluczowe dla rozwoju przestrzeni także łazienek domowych czy publicznych. Rośnie też oferta do *smart*-łazienek. Synteza instalacji, ogrzewania, systemów wodnych i oświetlenia w łazience postępuje i staje się coraz lepiej zintegrowana z inteligentnymi systemami naszych telefonów czy komputerów.

SPRAWNIEJSZY MONTAŻ

O ile kiedyś przygotowanie np. stelaża do miski w.c., kabiny prysznicowej czy instalacja umywalki zajmowała trochę czasu, dziś czynności te mogą być wykonane w zasadzie od ręki. Parę lat temu czołowymi rozwiązaniami z tego zakresu były przede wszystkim rozwiązania z obszaru stelaży podtynkowych, a na rynku DIY gotowe, zabudowane kabiny prysznicowe. Moduł Monolith Geberitu czy TeceLux od Tece pozwalały atrakcyjnie zaaranżować strefę toalety, a zarazem dawały gotowy pakiet rozwiązań. Pokazane na ISH nowości podążają tym tropem – dzięki nim instalator może sprawniej wykonać swoje zadanie, gdyż coraz więcej aspektów montażowych wykonuje sam producent na etapie przygotowania wyposażenia. To wytwórca odpowiada za jakość i konfigurację elementów systemu, za to by wszystko działało sprawnie i było do siebie dopasowane.

PRACOWAĆ SZYBCIEJ

Nowe systemy sprawdzą się np. w przypadku remontów, a tych będziemy robić coraz więcej. Prekonfigurowane rozwiązania umożliwiają na przykład na zamocowanie wiszącej miski w.c. bez kucia ścian – wystarczy natynkowo przymocować stelaż, który potem jest obudowywany. Wokół ramy można dodatkowo utworzyć schowki czy półki. W większości wypadków są to jednak rozwiązania, które docenią przede wszystkim instalatorzy, choć także i klient końcowy – znacząco skrócony zostaje bowiem czas prac oraz o wiele trudniej o usterki.

Innym trendem jest systemowość – wszystkie elementy łazienki stają się coraz bardziej i lepiej ze sobą zintegrowane. Dzięki temu są też łatwiejsze do kontrolowania przez użytkownika, choć wiąże się to z rosnącymi kosztami inwestycji w technologie. Za to klient jak i projektant ma łatwiej – może bowiem wybierać praktycznie gotowy zestaw mebli (jak Geberit Acanto), ceramiki i systemów od jednego dostawcy. Wszystko jest dopasowane do siebie, zgrane estetycznie i elastyczne – liczba elementów pozwala bowiem tworzyć wnętrza skrojone na indywidualną miarę. ■

Fot. Archiwa firm

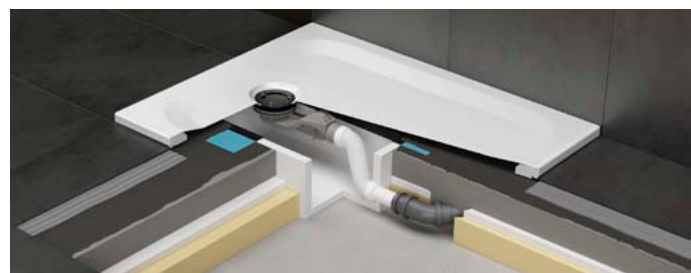


← Inspiracją dla ukośnie rozmieszczonych paneli grzejnika Zehnder Kazeane były wielopoziomowe obiekty architektoniczne. Odrębny sterownik radiowy umożliwia bezprzewodowe sterowanie.

↓ System Prevista marki Viega dzięki koncepcji modułowej zawiera znacznie mniej komponentów. Upraszcza to montaż na budowie i pozwala na ograniczenie ilości narzędzi.



↓ Pontos marki Hansgrohe to system, który zapewnia ochronę przed uszkodzeniem jakie może wyrządzić nieprzewidziany wypływ wody. Mierzy również temperaturę i wilgotność. Współdziała też z systemem odcinającym wodę w razie awarii.



↑ Bette dzięki nowej puszcze instalacyjnej Easy Connect sprawia, że instalowanie brodzików i wanien jest szybsze i łatwiejsze. Praktyczne pudełko jest osadzone w jastrychu, co eliminuje potrzebę stosowania dodatkowej taśmy uszczelniającej do uszczelniania wanien i brodzików.

DELABIE STAWIA NA DESIGN W ŁAZIENKACH PUBLICZNYCH

OD PONAD 90 LAT FIRMA DELABIE, FRANCUSKI PRODUCENT WYPOSAŻENIA DO ŁAZIENEK PUBLICZNYCH, INWESTUJE SWÓJ POTENCJAŁ W TWORZENIE INNOWACJI. WSZYSTKO PO TO, BY SPROSTAĆ POTRZEBOM NOWOCZESNYCH OBIEKTÓW PUBLICZNYCH I WSPÓŁCZESNYM WYZWANIAM, PRZED JAKIMI STAJĄ. POKAZANE NA ISH NOWOŚCI DOCENIĄ PROJEKTANCI, KTÓRZY CHCĄ BY PUBLICZNE ŁAZIENKI BYŁY TEŻ ATRAKCYJNE WIZUALNIE.



Stal, to materiał, który coraz bardziej cenią projektanci wnętrz

Nowości pokazane przez Delabie na targach ISH 2019 to produkty o wysokiej jakości, łączące nowe technologie, ekologię i wzornictwo na najwyższym poziomie. Według francuskiego producenta, dzisiejsi użytkownicy toalet publicznych, i architekci je projektujący, oczekują nie tylko czystości i łatwego dostępu, ale również estetyki i komfortu. Marka Delabie pokazuje, że stal z której produkuje swoje wyroby, to materiał idealny dla designerskich łazienek publicznych. Łazienkowe wyposażenie ze stali nierdzewnej skutecznie konkuruje m.in. z wyrobami ceramicznymi w obszarze wzornictwa, trwałości, ale też cen.

– *Stal nierdzewna jest materiałem szlachetnym. Elegancki design połączony z materiałami dobrej jakości pozwala na tworzenie pięknych przedmiotów, których stan się nie pogarsza, a wręcz przeciwnie, wygrywa z czasem dając niejednorodny kolor wnoszący wyjątkowy akcent do atmosfery pomieszczenia* – komentuje Luc Delabie, współzarządzający Grupą.

Stal otwiera nowe możliwości dla estetyki wnętrz. W wykończeniu błyszczącym dającym efekt lustra współgra z chromowaną armaturą. Efekt matowy w wykończeniu satynowym łagodzi połysk metalu. Produkty stalowe posiadają proste linie, opływowe kształty, zaokrąglone krawędzie, bez wystających, ostro załamanych brzegów i bez spawów.

WYTRZYMAŁA ARMATURA

Jedną z targowych nowości Delabie była elektroniczna, stojąca bateria umywalkowa **Binoptic** w eleganckiej wersji wysokiej – pasującej do umywalk nablatowych i częściowo wbudowanych. Bateria doskonale współgra z umywalkami ze stali nierdzewnej i ceramicznymi. Trwale mechanizmy ograniczają serwisowanie i wytrzymują intensywne użytkowanie w miejscach publicznych i komercyjnych. Detektor na podczerwień reagujący na obecność użytkownika umieszczony jest optymalnie – na końcu wylewki. Delabie pokazało również umy-



Elektroniczny zawór BINOPTIC.

walkową, natynkową/ścienną (z podtynkowym przyłączem wody) armaturę czasową **Tempomix 3**. Cechą charakterystyczną tej armatury jest delikatne uruchamianie z funkcją Soft, która sprawia że użytkowanie tych baterii przez dzieci i osoby mniej sprawne jest wygodne i bezpieczne.

OSZCZĘDNE SPŁUKIWANIE

We Frankfurcie Delabie pokazało również szereg nowości w obszarze spłukiwania. Jedną z nich jest Tempoflux – podtynkowy, czasowy zawór spłukujący do pisuaru. Jest on oferowany z podtynkowym wodoszczelnym boksem oraz ze stalową płytką uruchamiającą w wymiarze 145 x 145 mm. Zawór odcinający i regulujący wypływ, filtr i zawór są zintegrowane i łatwo dostępne od przodu. Urządzenie jest przystosowane do pracy przy użyciu również wody morskiej lub szarej. Czas wypływu nastawiony jest na ~3 sekundy, z możliwością regulacji od 3 do ~7 sekund.

Nowością jest również **Tempomatic 4** – elektroniczny zawór do pisuaru z zasilaniem sieciowym. Oprócz wodoszczelnego boksu kryjącego sam zawór, producent oferuje w zestawie czarną płytkę spłukującą, wykonaną ze szkła ceramicznego, odpornego na uderzenia, 145 x 145 mm ze zintegrowaną elektroniką. Detektor obecności na podczerwień wykrywa użytkownika po 10 sekundach. Tempomatic 4 posiada tryb intensywny (wyłączność Delabie) – krótkie spłukiwanie po każdym użytkowniku oraz spłukiwanie dodatkowe na koniec intensywnego okresu. Higieniczne spłukiwanie okresowe co 24 h (regulacja na 12h lub Off) po ostatnim użyciu zapobiega wysychaniu wody w syfonie.

GOTOWE DO MONTAŻU

Łatwość instalacji to istotna cecha łazienkowego wyposażenia, której oczekują dziś instalatorzy. Produkty Delabie odpowiadają również na tę potrzebę. Przykładem może być kolejna pokazana na ISH 2019 nowość – samonośny, podtynkowy stełaż do w.c. **Tempofix 3** z regulacją wysokości od 0 do 200 mm

(z oznaczeniem wysokości 1 m). Jest dostarczany zmontowany, co zapewnia oszczędność czasu przy instalacji. Specjalny mechanizm spłukiwania wprowadzony w wersji do w.c. uniemożliwia celowe zablokowanie wypływu wody. Gotowy do instalacji jest również np. ceramiczny pisuar **Easy-D**, oferowany w pakiecie zawierającym wszystkie elementy konieczne do montażu. Brak ceramicznego kołnierza ułatwia utrzymanie pisuaru w czystości i nawiązuje do najbardziej aktualnych trendów łazienkowych. Podobnie jest w przypadku nowego pisuaru Fino wykonanego ze stali nierdzewnej. Tu również brak kołnierza jest gwarancją higieny i dobrego designu.

ISTOTNE AKCESORIA

Na potrzeby łazienek publicznych również akcesoria takie jak lustra, dozowniki mydła czy podajniki papieru również muszą być specjalnie zaprojektowane. Tak jak m.in. poręcze i siedziska z serii **Be-Line®**. Ich innowacyjny design sprawia, że korzystanie z przestrzeni łazienkowej staje się bardziej przyjemne dla wszystkich – bez względu na wiek czy stopień niepełnosprawności. Wygodne, składane siedzisko Be-Line® przeznaczone do kabiny prysznicowej jest wykonane z polimeru o wysokiej odporności. Można je łatwo odpiąć i użytkować tylko w momentach, kiedy jest to konieczne. A gdy jest ono zdjęte, mocowanie zakryjemy dopasowaną półką ścienną.

Nowością Delabie są również m.in. nietłukące się lustra wykonane z bakteriostatycznej stali czy elektroniczne, ścienne dozowniki mydła w płynie z zamknięciem na zamek i uniwersalnym kluczem Delabie.

DELABIE

www.delabie.pl



Dzięki hybrydowemu systemowi spłukiwania, pisuar HYBRIMATIC FINO to prawdziwa ekologiczna alternatywa dla pisuarów bezwodnych. Unikalny system detekcji cieczy i automatyczne spłukiwanie pozwalają na maksymalną oszczędność wody.

NOWE OTWARCIE IDEAL STANDARD

TARGI ISH 2019 BYŁY DLA IDEAL STANDARD WYDARZENIEM WYJĄTKOWYM. ZAPREZENTOWANE NOWOŚCI TO ŚWIETNIE ZAPROJEKTOWANE PRODUKTY, ALE TAKŻE WYRAZ FILOZOFII, WEDŁUG KTÓREJ MARKA WSPÓŁDZIAŁA Z SZEROKĄ GRUPĄ ODBIORCÓW – TAK, BY KREOWAĆ ŁAZIENKI SKROJONE NA MIARĘ POTRZEB KONKRETNEGO UŻYTKOWNIKA.

Ideal Standard zachwycał od samego wejścia na stoisko na ISH. Najważniejszą nowość – seria **Conca** zaprojektowana przez Studio Palomba – to produkt przyciągający wzrok od pierwszego wejrzenia. Utytułowany duet Ludoviki i Roberto Palomba swoją pracą wpisał się w motto, pod jakim na ISH 2019 wystawiała się firma. Dla Ideal Standard te targi były nowym otwarciem, a hasło „Together for better” odzwierciedla filozofię jeszcze bliższej współpracy z projektantami, klientami i dostawcami. Wszystko to dla jeszcze lepszej efektywności i jakości.

TRADYCJA NA NOWO

Jak w tę ideę wpisuje się nowa, sztandarowa kolekcja Conca? Trzeba przede wszystkim powiedzieć, że nawiązuje ona do kolekcji o identycznej nazwie, którą prawie 50 lat temu dla Ideal Standard zaprojektował Paolo Tilche. Wersja Studia Palomba nawiązuje do tamtej tradycji, ale oferuje zupełnie nową estetykę i funkcjonalność. Dzięki temu firma pokazuje, że w swoim rozwoju pamięta o dziedzictwie, ale zarazem doskonale czuje ducha czasu i mierzy się z nim.

Seria Conca AD 2019 to produkt lekki i nowoczesny, a zarazem idealny do klasycznych łazienek. W kolekcji oferowane są dwa rodzaje umywalk (prostokątna stawiana na blat oraz owalna z ceramicznym postumentem) z cenionymi przez klientów cienkimi rantami. Zestaw uzupełniają meble łazienkowe, które znajdziemy w kilku atrakcyjnych wykończeniach – szczególnie cieka-

Ceramika i meble Conca,
proj. Studio Palomba





Seria mebli Adapto



Umywalka z serii Ipalyss



Pastelowe wersje umywalki Ipalyss



Owalna umywalka Conca z postumentem

wie prezentuje się wersja z przypominającym szło blatem oraz szafka podumywalkowa, która jest węższa niż umywalka. Dzięki takiemu rozwiązaniu mamy łatwiejszy dostęp do ceramicznej miski. Kolekcję uzupełnia elegancka wanna wykonana z kompozytu IdealCast.

ŁAZIENKA, JAKIEJ PRAGNIESZ

Łazienka Ideal Standard to przestrzeń do zadań specjalnych, tak zaprojektowana, by sprostać wyrafinowanym oczekiwaniom użytkownika. Wielość opcji aranżacyjnych w ramach serii Conca pozwala urządzić zróżnicowane wersje pomieszczeń. Ta idea przyświeca też innym nowościom.

Coraz chętniej w łazienkach sięgamy po kolory, dlatego odpowiedzią na tę potrzebę jest poszerzona o nowe barwy oraz rozmiary kolekcja umywalk **Ipalyss**. To seria nie tylko w pastelowych odcieniach takich jak mięta, gołębi błękit, pudrowy róż, ale też w matowych wykończeniach czerwieni czy czerni. Ipalyss wyróżniają ultracienkie ranty, co udało się osiągnąć dzięki wykorzystaniu bardzo trwałego materiału Diamatec.

Matowe kolory umywalk są reakcją na rosnące zainteresowanie takimi wykończeniami w łazience. W macie dostępne są też baterie z serii Check – i trzeba przyznać, że prezentują się zjawiskowo. Z kolei baterie Joy (zarówno stojące, jak i natynkowe) świetnie pasują do kolekcji Conca – dzięki dynamicznym formom bardzo dobrze je uzupełniają.

MEBLE ADAPTACYJNE

Wyjątkowym produktem, który miał swoją premierę na ISH 2019, jest kolekcja mebli **Adapto**. Tak jak Conca dają one swobodę aranżacji przestrzeni łazienki – a to za sprawą segmentowej konstrukcji. Taka forma pozwala dowolnie rozstawiać i komponować poszczególne szafki. Mogą być one łączone, rozdzielane, stawiane na ziemi, albo na stelażu... Opcji jest bez liku. Moduły o szerokości 25 i 50 cm pozwalają niemal dowolnie aranżować łazienkę. Całość kolekcji uzupełniają dopracowany zestaw akcesoriów. Meble Adapto pięknie prezentują się np. z lustrem Mood, które choć wygląda jak zwykła okrągła tafla szkła, to po włączeniu oświetlenia zmienia się w nastrojowy obiekt.

2019 to dla firmy Ideal Standard rok przełomu, ale i odwołań do tradycji. Nowości w ofercie pokazały kierunek w jakim chce rozwijać się ta globalna marka. Powyższe nowości, uzupełnione np. toaletą i bidetem z kolekcji Blend, systemami instalacyjnymi ProSys, ceramiką bezkońierzową z systemem AquaBlade czy spersonalizowanym prysznicem EasyBox Navigo to dowód, że łazienka według Ideal Standard może być Twoją łazienką. ■



Ideal Standard

www.idealstandard.pl

ŁAZIENKA ROCA IDEALNIE DOPASOWANA DO CIEBIE



ROCA OD LAT KREUJE NOWE PRODUKTY Z MYŚLĄ O TWORZENIU ŁAZIENKI, KTÓRA JEST MIEJSCEM SPRZYJAJĄCYM DOBREMU SAMOPOCZUCIU I ODPOCZYNKOWI. TARGI ISH 2019 I PREZENTOWANE TAM NOWOŚCI POKAZAŁY, ŻE W DNA MARKI PRZEDZĘ WSZYSTKIM LICZY SIĘ KLIENT I JEGO POTRZEBY.

Tegoroczne stoisko Roca podczas targów ISH było miejscem, w którym odnaleźć się mógł każdy. Już na wejściu wypełnialiśmy wyjątkowy test – specjalnie przygotowana na targi ISH aplikacja wskazywała na podstawie naszych odpowiedzi nasz typ osobowości. Ale to nie wszystko: wiedząc jaki profil reprezentujemy, na wystawie mogliśmy odnaleźć dopasowane do naszego charakteru całościowo zaaranżowane wnętrza łazienkowe! Dzięki temu Roca pokazała, że w kreowaniu przestrzeni łazienki skupia się na precyzyjnym określeniu potrzeb swoich klientów, a portfolio marki pozwala wykreować wnętrza idealnie dopasowane do tego kim jesteśmy i jak żyjemy. Te idee, w połączeniu z funkcjonalnością i szacunkiem dla środowiska, pozwalają tworzyć hiszpańskiej marce nowe materiały i technologie, które wyznaczają trendy. Więcej – niejednokrotnie wyprzedzają potrzeby użytkowników łazienek.

NOWA GENERACJA INTELIGENTNYCH TOALET

Wśród prezentowanych w tym roku nowości Roca pokazała nową generację inteligentnych toalet **In-Wash®**. Jednym z nowych rozwiązań jest przełomowa funkcja suszenia, która kieruje powietrze tylko w jednym kierunku. Nowe modele In-Wash® wyposażono również w zdalne sterowanie za pomocą aplikacji, dezynfekcję UV, odświeżanie czy samootwierającą się, podgrzewaną deskę. Niezwykłą innowacją w ramach In-Wash® jest połączenie jej z autorskim



rozwiązaniem Roca InTank®. Integruje ono zbiornik w samej misce i zapewnia tym samym poprawę poziomu czystości toalety – dzięki nowemu efektowi splukiwania Vortex.



SENCERAMIC® – INNY WYMIAR BRODZIKÓW

Roca od lat rozwija także technologię brodzików z różnego typu autorskich konglomeratów. Co ciekawe, to – jak mówi nam Joanna Dec-Galuk, marketing manager Roca Polska – właśnie gryficka fabryka Grupy Roca pozostaje liderem w Grupie w dziedzinie materiałów konglomeratowych oraz brodzików. To w naszym kraju opracowywane są wyjątkowe innowacje.

Na ISH marka zaprezentowała nową generację brodzików przysnicowych opartych na pionierskiej technologii **Senceramic®**. Ten



Roca

www.roca.pl

innowacyjny materiał łączy zalety ceramiki z zupełnie nową teksturą antypoślizgową. Dodatkowo brodziki wykonane z Senceramic® są wyjątkowo smukłe. Materiał jest wysoce odporny na ścieranie, a jego zerowa porowatość ułatwia czyszczenie. Brodziki są dostępne w szerokiej gamie kolorów, mogą osiągać wymiary do 1,8 m długości i być cięte na wymiar.

KOLOR I SMART-ŁAZIENKA

Zgodnie z najnowszymi trendami kolor odgrywa coraz istotniejszą rolę w łazience. Pozwala bowiem na jeszcze pełniejszą personalizację wnętrza kąpielowych. Podczas ISH Roca zaprezentowała w tym duchu nowe kolory ceramiki: beż, kawa, perła oraz onyx, a także nowe wykończenia armatury – tytanową czerń, różowe złoto i szczotkowaną platynę. Kolory zostały dobrane tak, by trafiły do jak najszerszego grona odbiorców, a także by możliwa była szybka realizacja zamówień.

Współczesna łazienka coraz częściej nie może obyć się także bez zaawansowanej technologii typu smart. W tym duchu Roca premierowo pokazała innowacyjną platformę RocaProtect®, która wykorzystując IoT i sztuczną inteligencję poprawia zarządzanie budynkiem oraz realnie wpływa na zmniejszenie kosztów jego konserwacji. ■

INNOWACJE MARKI LAUFEN

Należąca do Grupy Roca marka Laufen podczas ISH pokazała jak zwykle wzornictwo najwyższej próby oraz swoje zaangażowanie w świadomość ekologiczną firmy. Prezentowano czwartą generację materiału SaphirKeramik i powstałe we współpracy z Patricią Urquiola, Marcelem Wandersem i Konstantinem Gricem nowe kolekcje ceramiki. W kontekście ekologii i świadomego wykorzystywania zasobów wody Laufen premierowo pokazał rozwiązanie save! będące efektem współpracy marki z austriackim biurem projektowym E005. Jak mówił podczas prezentacji produktu Mark Viardot z Laufen, dziś to właśnie design decyduje o przetrwaniu ludzi. Z pewnością takie oczekiwania można stawiać save! Projektanci wymyśliłi nowy rodzaj miski w.c., która służy oczyszczaniu wody z zanieczyszczeń i przerabianiu ich na nawóz. Ta przetomowa innowacja ma zrewolucjonizować przemysł sanitarny i zmniejszyć presję na istniejącą infrastrukturę ściekową w szybko rozwijających się miastach na całym świecie. Sednem nowego rozwiązania jest zarówno odpowiednie ukształtowanie miski ceramicznej, która pozwala odseparować wodę od zanieczyszczeń, jak też rozbudowany system (reaktor). Ten drugi pozwala na przetworzenie tak odzyskanej wody oraz odpadów.



LAUFEN
www.laufen.pl

ODMIENŃ ŁAZIENKĘ Z BISK

BISK NA TARGACH ISH 2019 POKAZAŁ NOWOŚCI, KTÓRE UDOWADNIAJĄ, ŻE POLSKA FIRMA NIE TYLKO PODAŻA ZA TRENDAMI W SEGMENTCIE AKCESORIÓW, ALE TEŻ JE WYPRZEDZA.



Bisk trzyma rękę na pulsie, by sprostać oczekiwaniom klientów. Jedną z najciekawszych nowych kolekcji zaprezentowanych na kameralnym stoisku podczas targów ISH 2019 jest seria **Tore**. Wychodzi ona naprzeciw coraz popularniejszemu trendowi redekacji wnętrz. Klienci chcą bowiem odmieńać swoje łazienki, ale nie mają ochoty na kucie czy wiercenie otworów montażowych. Tore może być mocowane tradycyjnie na wkręty albo w łatwiejszy sposób – na taśmę 3M. Innowacja wprowadzona przez Bisk pozwala uniknąć robienia dziur w ścianach – akcesoria są bowiem przytwierdzone tam, gdzie chcemy, a proces instalacji jest o wiele krótszy i zapewnia olbrzymią swobodę. Wizualnie Tore to nowoczesna linia produktów, która łączy chromowane korpusy ze ZnAl-u z elementami białej ceramiki.

Na prostotę montażu Bisk postawił również przy kolekcji **Forte**, której elementy przytwierdza się na klej. To młodzieżowa w stylistyce linia, której elementy pozwalają na łatwy redesign wnętrza – przytwierdzanie i odklejenie pozwala łatwo zmienić wystrój, a usunięty produkt nie zostawia śladów.

ZGODNIE Z TRENDAMI

Także kolekcja **Bergen** świetnie trafia w aktualne gusta klientów. Obecna w ofercie Bisk już od dwóch lat seria teraz ma swój czas – połączenie drewnianych elementów i wykończenia w czarnym macie prezentuje się niezwykle aktualnie. Trend na czarne wykończenia, który teraz przybiera na sile, Bisk wyczuł już parę lat temu (choćby prekursorką, nagrodzoną Red Dot-em baterią z serii Futura). Powłoka soft-feel w kolekcji Bergen sprawia, że są przyjemne w dotyku, a kolory i wykorzystane materiały pasują do nowoczesnych wnętrz. Serie uzupełniają stojące wieszaki na ręczniki czy dopasowane szczotki. To produkt, który szczególnie interesuje klientów z Zachodniej Europy.

Bisk na targach ISH 2019 pokazał, że w obszarze akcesoriów jest specjalistą i potrafi przewidywać trendy. Ciekawie też zaprezentowała się oferta **Masterline**, którą poszerzono o rozwiązania poprawiające komfort w łazienkach bez barier. Z kolei zestaw akcesoriów plastikowych, które dostępne są w szerokiej palecie kolorów, przygotowano także w kolorze roku – living coral. ■



www.bisk.eu



WSZYSTKO Z JEDNEGO ŹRÓDŁA INSTALACJE I CERAMIKA POD MARKĄ GEBERIT

TO BYŁY WYJĄTKOWE TARGI ISH DLA GEBERIT. FIRMA POKAZAŁA EFEKT PEŁNEJ SYNERGII DOŚWIADCZEŃ I POTENCJAŁÓW MAREK Z CAŁEJ GRUPY. NOWA KOLEKCJA GEBERIT ACANTO TO SYSTEMOWE ROZWIĄZANIE OFERUJĄCE WYGODĘ W CAŁEJ ŁAZIENCE I ZNAK NOWEGO OTWARCIA.

Szwajcarska marka to od dekad niekwestionowany lider i innowator branży łazienek. Targi ISH 2019 udowadniają, że udało się synergia doświadczeń. Firma na ISH pokazała systemowy pomysł na całościową aranżację łazienki – po raz pierwszy ceramika, meble i reszta wyposażenia zostały oznaczone nie logo którąś z dawnych marek, ale właśnie znakiem Geberit. Jak przekonują w firmie: takie rozwiązanie poprawi obsługę klientów, prostsza będzie bowiem logistyka i działania operacyjne, a także łączenie elementów wyposażenia łazienek. Ujednolicenie oferty pod jednym logo ułatwi sprzedaż dodatkowego wyposażenia, a klientom daje gwarancję szwajcarskiej jakości. Także dla producenta rozwój jednej zamiast kilku marek jest ważny, bo pozwala skupić się rozwijaniu innowacji sygnownej logo Geberit.

NA NAJWYŻSZYM POZIOMIE

Znakiem nowego otwarcia w ofercie firmy jest kolekcja Geberit Acanto. To całościowy koncept wyposażenia dla nowoczesnych wnętrz w pełni sygnowany logo Geberit. Zobaczyliśmy produkty o dyskretnym i bardzo uporządkowanym wzornictwie klasy premium. Co więcej: techniczne zaawansowanie producent sprawia, że Acanto jest przyjazne w montażu, samodzielnej aranżacji oraz użytkowaniu. W skład kolekcji wchodzi miska w.c. (oczywiście Rim-free®, czyli bez kołnierza) o pięknym, zamkniętym korpusie. Ofertę ceramiki uzupełnia dopracowana seria umywalk – zarówno stan-

dardowych, jak i wpuszczanych głęboko w blat, o cienkich krawędziach i z przemyślanie zaplanowaną powierzchnią odkładczą.

WIELE MOŻLIWOŚCI

Wyjątkowe uznanie zwiedzających stoisko Geberit na ISH 2019 budziła kolekcja mebli Acanto. Oferta elementów w kolekcji daje bardzo elastyczne możliwości urządzania łazienki – meble można wykorzystywać samodzielnie lub dowolnie zestawiać ze sobą poszczególne segmenty. Dzięki temu każda łazienka może być inna i w pełni dostosowana do potrzeb użytkownika. Uwagę zwraca zwłaszcza szafka wisząca, w której cała ścianka tylna została wyposażona w lustro i oświetlenie, zaś półki wyjątkowo umieszczono na drzwiczkach bocznych. To otwiera – dosłownie – całkiem nowe widoki. ■

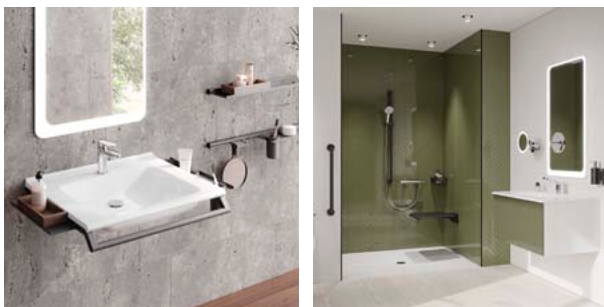


GEBERIT

www.geberit.pl

HEWI DLA KOMFORTOWYCH ŁAZIENEK

WZORNICTWO ORAZ ERGONOMIA PRODUKTÓW NIEMIECKIEJ MARKI HEWI SŁUŻĄ WSZYSTKIM UŻYTKOWNIKOM – BEZ WZGLĘDU NA WIEK CZY STOPIEŃ SPRAWNOŚCI. ARCHITEKCI, KTÓRZY TWORZĄ „ŁAZIENKI DLA KAŻDEGO”, DOCENIĄ NOWOŚCI POKAZANE NA TARGACH ISH.



Marka HEWI to ekspert w tworzeniu łazienek dostępnych. To nie tylko rozwiązania do pomieszczeń higienicznych w obiektach medycznych, ale przede wszystkim – rozwiązania dla domu zamieszkanego przez przedstawicieli każdego pokolenia. Dopracowana forma produktów kryje szereg funkcjonalności, a zaprezentowane w tym roku na targach ISH nowości wyróżnia doskonale wzornictwo, użyteczne detale, większa paleta kolorów oraz mobilność. HEWI po raz kolejny w trakcie swojej 90-letniej historii sprostało oczekiwaniom projektantów i użytkowników.

CZERŃ PRZYJEMNA W DOTYKU

Produkty HEWI otrzymały nowe wykończenie w modnym czarnym macie. Powłokę **powder coating** zastosowano na

poręczach, uchwytach, akcesoriach czy półkach **Systemu 900** (wzbogaconego o nowe umywalki z ukrytymi krawędziami do chwytania i system pozwalający na dopinanie akcesoriów bezpośrednio do umywalki). To nie tylko atrakcyjny wygląd – rozwiązania HEWI w czarnym macie są też przyjemne w dotyku, co podnosi komfort korzystania z łazienki. Wyjątkowo dobrze prezentuje się z drewnianymi dodatkami. Matowe wykończenie dostępne jest również dla kolorów: biały, jasny szary i ciemny szary. Te same warianty zawitały również do kolekcji akcesoriów z Systemu 477 i 801. Dozowniki, kubki czy uchwyty dostępne są teraz w 16 błyszczących odmianach kolorystycznych i pięciu wykończeniach matowych. Wykonane z poliamidu rozwiązania HEWI oddziałują na pełnię zmysłów.

ŁATWA ZMIANA

Nowe rozwiązania HEWI odpowiadają również na potrzebę tymczasowego aranżowania łazienek dostępnych. Produkty pomocnicze typu poręcze czy siedziska często są potrzebne nam tylko przez jakiś czas – mobilne rozwiązania HEWI można łatwo zdemontować, gdy nie są używane. Przenośny uchwyt czy krzeselko wpina się w uprzednio zainstalowaną na ścianie płytę montażową. Połączenie na zatrzask pozwala odblokować i zdjąć akcesoria bez użycia narzędzi, a płytę montażową wystarczy zakryć estetyczną zaślepką. Jedną z idei, jaka przyświeca rozwiązaniom HEWI, to łatwe tworzenie komfortowych łazienek. Dlatego coraz więcej produktów tej marki sprzyja mobilności, łatwej adaptacji i użytkowaniu. Producent sięga też po technologie. Teraz wszystkie baterie elektroniczne HEWI można konfigurować (czas wypływu, temperaturę) oraz kontrolować (np. poziom zużycia wody czy awarie) za pomocą specjalnej aplikacji Service App. To rozwiązanie, które docenią np. administratorzy obiektów medycznych. Tym sposobem HEWI pokazuje, że łazienka bez barier jest także smart-łazienką.

Hewi prowadzi serwis projektowy łazienek bez barier – pliki DWG przygotowywane są w oparciu o normę DIN18040. Kontakt: architekt@hewi.pl

HEWI

www.hewi.pl



MARTA BOROWSKA
DZIENNIKARZ, REDAKTOR

PYTANIE O ROZWÓJ

**CZY BRANŻA ŁAZIENKOWA SIĘ ROZWIJA?
OCZYWIŚCIE. WYSTARCZY POPATRZEĆ
NA NOWOŚCI Z OSTATNICH TARGÓW
ISH. PYTANIE, CZY ROZWIJA SIĘ MĄDRZE
I W DOBRYM KIERUNKU. I CZY MA NA TEN
ROZWÓJ PIENIĄDZE.**

Nawet niezbyt wnikliwe spojrzenie na łazienkę w ostatnich latach – pomijając kwestie trendów wzorniczych – wskaże, że nowe materiały, oszczędność wody oraz technologie *smart* wyznaczają najważniejsze kierunki jej rozwoju. Ceramika staje się coraz cieńsza i lżejsza – lecz nie mniej wytrzymała. Myjąc ręce, kąpiąc się pod prysznicem czy splukując toaletę jesteśmy w stanie zaoszczędzić nawet połowę zużywanej wody w porównaniu do rozwiązań tradycyjnych. Choć *de facto* trudno nazwać je „tradycyjnymi”, bo dziś oszczędne rozwiązania są już standardem. Zatem może raczej historycznymi? *Smart*-technologie sprawiają, że prysznic zapamiętuje czy wolicimy kąpiel pod strumieniem kaskadowym, czy może delikatnym oraz w jakiej temperaturze. No i możemy go zaprogramować i uruchomić za pomocą smartfona. A według mnie, innowacyjnym hitem wspomnianych targów ISH był prezentowany przez Laufen projekt *save!* To stworzony przez projektantów z biura EOOS rodzaj miski *w.c.*, która potrafi odseparować wodę od nieczystości i wykorzystała ponownie zarówno tą pierwszą, jak i tzw. ścieki (np. jako nawóz).

Można jeszcze sporo mówić np. o wchodzącej do łazienki technologii druku 3D. A pewnie każdy z Państwa dodałby jeszcze do tej innowacyjnej wylizanki coś od siebie. Ale nie o to tu chodzi. Wszystkie te nowe pomysły zwyczajnie kosztują. Wymagają pracy wielu osób, czasu, prób, laboratoryjnych badań. W bieżącej perspektywie finansowej Unia Europejska bardzo mocno postawiła na rozwój kompetencji firm w zakresie innowacji i działań badawczo-rozwojowych. I tu dla wielu firm z naszej branży jest szansa na wsparcie, rozwój i budowanie swojej przewagi konkurencyjnej. „Szybka ścieżka” to flagowy program Narodowego Centrum Badań i Rozwoju (poddziałanie 1.1. 1 POIR). Finansowanie w jego ramach mogą uzyskać firmy z różnych branż prowadzące badania przemysłowe czy prace rozwojowe. Słowem – działające w kierunku wprowadzenia na rynek nowego, innowacyjnego produktu lub ulepszenia dotychczasowego. O wsparcie mogą ubiegać się zarówno firmy z sektora MŚP, jak i duże przedsiębiorstwa.

W 2019 roku NCBR planuje cztery konkursy programu „Szybka ścieżka”. Ich łączny budżet to 2,25 mld zł. Pieniądze zatem są. Pytanie, czy chcemy się rozwijać? ■



MAREK KAMIŃSKI
PODRÓŻNIK, POLARNIK, PRZEDSIĘBIORCA
FOT. AGORA

PRODUKT TO NIE WSZYSTKO

DOKOŁA ŚWIATA SAMOCHODEM ELEKTRYCZNYM, CZYLI 20 TYSIĘCY KILOMETRÓW W 5 MIESIĘCY. TAK ZAPOWIADA SIĘ MOJA NAJNOWSZA WYPRAWA. TYM RAZEM JEDNAK W PODRÓŻY TOWARZYSZYĆ MI BĘDZIE ROBOT NOA. WYRUSZYMY RAZEM PO TO, BY SPRAWDZIĆ JAK MOŻE WYGLĄDAĆ RELACJA CZŁOWIEK – SZTUCZNA INTELIGENCJA. PRZED WSZYSTKIM JEDNAK CHCEMY ZWERYFIKOWAĆ, CZY OWA SZTUCZNA INTELIGENCJA MOŻE PRZYCZYNIĆ SIĘ DO OGRANICZENIA NEGATYWNEGO WPŁYWU NA ŚRODOWISKO.

Na świecie mówi się o tym coraz więcej. W społecznościach nie brakuje zwolenników wykorzystania sztucznej inteligencji w celu ułatwienia codziennej pracy. Pojawia się ona w wielu dziedzinach, niemniej tak samo jak wielu ma sprzymierzeńców, tak samo dużo przeciwników. Dziś ludzie obawiają się konsekwencji, jakie może wywołać wykorzystanie inteligentnych maszyn. Wyprawą chciałbym udowodnić, że dzięki sztucznej inteligencji możemy stać się lepszymi ludźmi. Zależy mi na tym, aby przełamać wizję ukształtowaną przez filmowe produkcje, w których za pomocą sztucznej inteligencji buduje się „super ludzi”, żeby nie napisać nadludzi. Chodzi o to, że może ona być wsparciem, dzięki któremu to my okażemy się super. Moim zdaniem można ją fantastycznie wykorzystać, chociażby do tego, by wspierać rozwój równości społecznej oraz promować postawy społeczeństwa zaangażowanego. Kiedy wspólnie pochylimy się nad problemem zmian klimatycznych i wspólnie podejmiemy się przeciwdziałaniu tym zmianom, osiągniemy zdecydowanie więcej.

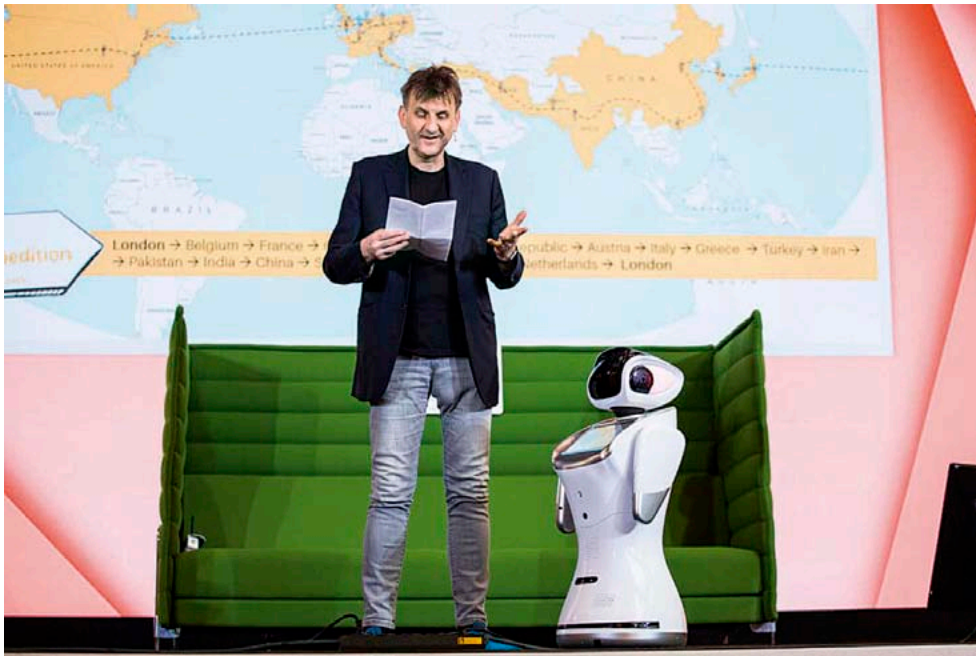
SZTUCZNA INTELIGENCJA A INNOWACJE W ŁAZIENCE

Jak już wspomniałem, sztuczną inteligencję coraz częściej stosuje się w różnych dziedzinach. Najlepiej widać to na przykładzie medycyny, niemniej i w branży łazienkowej również można ją spotkać. Sterowane z pomocą aplikacji prysznice miały już swoje premiery. Wystarczy tylko wybrać nastrój i porę, a oświetlenie w łazience, muzyka, temperatura wody i siła strumienia zostaną dostosowane automatycznie. To jest przykład rozwiązania, który ma służyć naszej wygodzie.

Doskonale jednak wiemy, że w tej dziedzinie również dużo mówi się o ekologii. Dlatego nie tylko my jako Invena, ale także inni producenci pracują nad rozwiązaniami, dzięki którym jeszcze bardziej będzie można ograniczyć zużycie wody. Kiedy całość połączymy w inteligentny dom, może okazać się, że technologia sprawi, iż będziemy zużywać prąd, wodę lub produkować śmieci w sposób o wiele bardziej zrównoważony niż dotychczas. To samo można wspomnieć o kuchni. Ile mniej żywności moglibyśmy marnować, gdyby lodówka za pomocą aplikacji ustawiała naszą listę zakupów.

KUPIJEMY IDEE

I tu przechodzimy do wątku, który szeroko był poruszany na tegorocznej konferencji Infoshare. Tradycyjny model biznesu niedługo może przestać istnieć. Już teraz sama oferta produktowa może nie wystarczyć. Ludzie wraz produktem kupują ideę oraz swego rodzaju komfort np. tego, że dołączając do posiadaczy baterii umywalkowej Invena dołączają również do grona troszczącego się o środowisko. Poruszałem ten wątek w moim poprzednim artykule, w którym wspominałem, iż na przestrzeni lat pojęcie komfortu i potrzeby uległy znacznej przemianie. To, co niegdyś było luksusem teraz stało się naszą naturalną codziennością. Dlatego cały czas i to nie tylko w branży łazienkowej, czy ogólnie budowlanej, ale każdej powinniśmy poszukiwać innowacji, które będą odpowiadać na współczesne potrzeby, a przy okazji będą też służyć wspólnemu dobru. Czy będzie to sztuczna inteligencja? Sprawdźmy podczas mojej najnowszej wyprawy. ■



1

- 1 Markowi Kamińskiemu podczas wyprawy AINTE2019 będzie towarzyszył humanoidalny robot Noa.
- 2 Podróżnik chciałby przekonać się czy sztuczna inteligencja może przyczynić się do ograniczenia naszego negatywnego wpływu na środowisko.
- 3 Robot ma wbudowane kamery, dlatego przebieg podróży będzie też można zobaczyć „jego oczami”.







2



3

Fot. Archiwum Marka Kamińskiego

Marek Kamiński ogłosił swoją najnowszą wyprawę AINTE 2019. Pierwszy raz w historii człowiek i robot wyruszą w podróż dookoła świata, by dokonać zmian, zbadać, jak sztuczna inteligencja pomoże w tworzeniu lepszego świata. Marek Kamiński przedstawił cele i misję tej wyprawy podczas wystąpienia 8 kwietnia w Europejskim Centrum Solidarności w Gdańsku – podczas Ogólnopolskiego Szczytu Energetycznego, a następnie 10 kwietnia na Energy Transition Dialogue w Berlinie. Wyprawa prowadząca przez 20 krajów (łącznie 20 tys. kilometrów) rozpocznie się jesienią 2019 i będzie relacjonowana w mediach społecznościowych oraz przez oczy Noa. Dzięki specjalnemu oprogramowaniu robot będzie komunikować się z nami i online opowiadać o podróży.

-  @marekkaminskiexplorer
-  Marek Kamiński Explorer
-  Marek Kaminski
-  @MarekKaminski

DOM POD SŁOŃCEM

SZUKAMY PRZYSZŁOŚCI DOMÓW
I WNĘTRZ. PRZESTRZEŃ, W KTÓREJ
MIESZKAMY ZMIENIA SIĘ DZIŚ
BARDZO DYNAMICZNIE. A MOŻE
WARTO POMYŚLEĆ O DOMU, KTÓRY
PRZYJAŹNI SIĘ ZE SŁOŃCEM?

TEKST: **ARKADIUSZ KACZANOWSKI**





Prosta, drewniana konstrukcja. Uniesiony nad ziemią, bez fundamentów, osadzony na filarach budynek przypomina trochę szalás albo schronisko. Wygląda jakby miał połowę dachu, na dodatek pokrytą bateriami słonecznymi (praktycznie niewidocznymi, świetnie wkomponowanymi w bryłę obiektu). Ten drobiazg zdradza, że w środku kryje się coś więcej. Stojący w centrum Warszawy nietypowy dom to Solace House.

Świat budownictwa pokochał domy modułowe. Co rusz pojawiają się nowe projekty, kolejne schodzą z taśmy produkcyjnej. Takie domy raczej się wytwarza, niż buduje. Są łatwe we wzniesieniu i transporcie, dopracowane technologicznie i wizualnie. Pomysłów na świecie jest sporo, wdrożeń trochę mniej. Solace House jest przykładem idei, która się zrealizowała. Budynek można wznieść praktycznie w trzy dni. Nie potrzebuje pozwolenia na budowę, więc polski start-up chce zmienić myślenie o budowa-

niu domów nad Wisłą (i innymi rzekami na świecie też). Może zmieni też nasz krajobraz.

WYZWANIE

Inicjatywy takie jak dom Solace są na wagę złota – pozwalają łatwo i sprawnie budować domy efektywne energetycznie. A to jeden z frontów walki ze zmianą klimatu. Za polskim projektem stoją Piotr Pokorski, Bart Głowacki, Paweł Kryński i Natalia Struzik, a pokazowy dom prototypowy od września ubiegłego roku stoi w samym centrum Warszawy przy ul. Rektorskiej 4. Tam przychodzą klienci, by zobaczyć jak w praktyce wygląda mieszkanie w takim obiekcie. Gdy spotykam się z twórcami projektu w grudniu 2018 roku, rozmawiamy jedynie chwilę, bo za moment pojawiają się potencjalny kupcy.

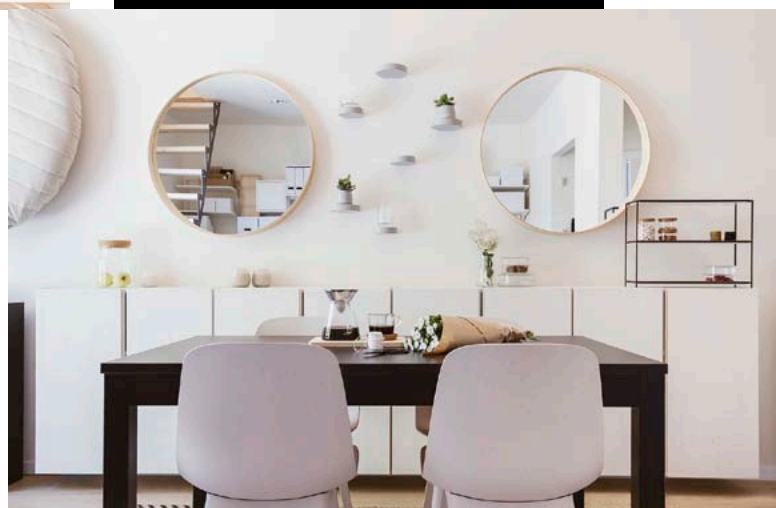
Własny, gotowy dom modułowy może być dobrą alternatywą dla niedużych mieszkań lub pomysłem na zagospodarowanie działek, na których normalnie nie można budować domów. Solace



ZE WSPARCIEM UE

Start-up Solace House jest wspierany przez Centrum Zarządzania Innowacjami i Transferem Technologii Politechniki Warszawskiej. Projekt odbywa się pod patronatem Miasta Stołecznego Warszawy. Doceniono też jego innowacyjność, a firma otrzymała grant z programu Horyzont 2020 przyznany w ramach I Fazy Instrumentu MŚP. Spółka realizuje też projekt „Metoda wytwarzania pierwszego samowystarczającego budynku modułowego odpowiadającego na środowiskowe i społeczne wyzwania XXI wieku” (w ramach Działania 1.1 Programu Operacyjnego Inteligentny Rozwój 2014-2020 współfinansowanego ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego). W konkursie zorganizowanym przez Narodowe Centrum Badań i Rozwoju spółce przyznano dofinansowanie w wysokości prawie 6,8 mln zł.

O projekcie dowiedzieć się więcej na www.solace.house



House stawia się na filarach – potrzebuje jedynie podłączenia do wody i kanalizacji oraz sieci elektrycznej. To wszystko. Nie trzeba wylewać fundamentów czy nadzorować ekipy budowlanej – elementy domu składa się jak klocki.

- *Misją Solace jest zaprojektowanie domu o parametrach, które pozwolą na ograniczenie poboru energii, a tym samym kosztów utrzymania domu, do możliwego minimum. Naszą ideą ma być najtańszy w Europie budynek mieszkalny wysokiej jakości, bezemisyjny, neutralny węglowo, plusenergetyczny i samowystarczalny, będący w 80% gotowy do recyklingu* – mówi Piotr Pokorski, jeden z założycieli firmy.

Unijne dyrektywy czy prawo budowlane wymusza tworzenie budynków coraz bardziej oszczędnych. Do końca 2020 roku wszystkie nowo powstałe obiekty powinny być obiektami o niemal zerowym zużyciu energii. Twórcy Solace poszli jednak dalej

– dostępne są dwie wersje domu: pasywny oraz plusenergetyczny. Ten drugi dzięki technologiom solarnym produkuje więcej energii, niż zużywa (oczywiście w skali roku – zimą potrzebuje dodatkowych dostaw prądu, ale latem wyprodukowane nadwyżki można zwracać do sieci).

DO SKŁADANIA

Chodziło o stworzenie domu szybkiego w budowie i taniego w produkcji. Domy modułowe zwykle nie są duże – tu powierzchnia budynku wynosi 35 m², ale antresola sprawia, że do dyspozycji w środku jest 45 m². Moduły można łatwo łączyć ze sobą, powiększając i rozbudowując dom. Jeden segment w najtańszej wersji kosztuje 100 tys. złotych. Wersja plusenergetyczna jest droższa o połowę. Co ciekawe, zrównoważony środowiskowo obiekt jest dostarczany w jednym kontenerze. To gwarantuje



optymalne dobranie elementów konstrukcji oraz ich sprawne funkcjonowanie.

Gdy oglądałem dom z zewnątrz, martwiło mnie, że ma tylko trzy, niezbyt duże okna. W zachodnich projektach nierzadko widzimy domy modułowe z całymi szklanymi ścianami. Jak przekonują twórcy Solace, w naszym klimacie to się nie sprawdzi – jeśli obiekt ma spełniać standardy domu pasywnego, to o dużych przeszkleniach nie ma mowy. W środku jednak jest jasno – zwiedzałem dom pokazowy zimą, w bardzo pochmurny i deszczowy dzień. Mimo to, w środku było przyjemnie i przestronnie.

Realizację Solace wsparło kilku producentów i organizacji. Dzięki ich wiedzy i technologiom udało się dograć wszystkie elementy tak, by stworzyć sprawnie funkcjonujące urządzenie. W przedsięwzięcie zaangażowały się takie marki, jak Platforma Fotowoltaiki, PVLAB, IKEA, MediaMarkt, Orange, ES-System, Pfeleiderer, Lallafom, DLH, Bricoman Polska (stąd pochodzi m.in. wyposażenie łazienki), Ekozeфир czy Tempcold. W obiekcie wdrożono też rozwiązania z zakresu internetu rzeczy, które pozwalają na bieżąco monitorować i nadzorować działanie budynku i mieszkańców. Dzięki temu możliwe jest np. optymalizowanie wykorzystania oświetlenia.

A W ŚRODKU?

Przy tego typu konstrukcjach kluczowy jest też dobór materiałów budowlanych, których produkcja i użytkowanie nie może wpływać negatywnie na środowisko. Dlatego wykorzystano płytę MFP, która nie emituje formaldehydów oraz pianę poliuretanową pełniącą rolę termoizolacji. Nie zawiera ona szkodliwych dla środowiska związków. Dach to nadająca się do recyklingu stalowa blacha, a szalówka jest wykonana z bardzo wytrzymałego modrzewia syberyjskiego.

Oprócz wspomnianych już ogniw fotowoltaicznych, w domu wykorzystano też rekuperator. Pozwala on odzyskiwać ciepło ze zużytego powietrza i wykorzystuje je do ogrzania świeżego powietrza wprowadzanego do domu z zewnątrz. To generuje również oszczędności na centralnym ogrzewaniu. Komfortową temperaturę w środku zapewnia urządzenie, które jest zasilane w całości z energii elektrycznej z ogniw na dachu. Do podgrzewania ciepłej wody służy zaś pompa c.w.u. – wykorzystywana jako centrala wody użytkowej z odzyskiem ciepła.

Wnętrze też jest rozsądnie rozplanowane – salon połączony z nie-dużą kuchnią, a nad nimi znajduje się antresola z sypialnią (za ścianą znajdują się niezwykle ciche urządzenia techniczne). Dom pokazowy urządzone meblami z Ikea, ale oczywiście wygląd to już kwestia, która zostaje po stronie kupującego. Łazienka nie jest duża, ale nie różni się niczym od standardowej łazienki w kawalerce – wąskie okno zapewnia dostęp światła w pomieszczeniu. Znalazło się też miejsce na pralkę iabinę, a po pomieszczeniu można się swobodnie poruszać.

Czy polski projekt zmieni sposób w jaki mieszkamy? Na pewno otwiera nowe możliwości dla osób szukających swojego domu, a chcących żyć bez szkody dla środowiska. ■

ZNALEŹĆ POMYSŁ I FUNDUSZE

FUNDUSZE EUROPEJSKIE SĄ PRZYJAZNE TAKŻE DLA PROJEKTANTÓW I DESIGNERÓW, KTÓRZY CHCĄ SIĘ ROZWIJAĆ. OLBRZYMA PULA ŚRODKÓW FINANSOWYCH JEST PRZEZNACZONA DLA MAŁYCH I ŚREDNICH PRZEDSIĘBIORSTW, A TAKŻE MIKROPRZEDSIĘBIORCÓW. WYSTARCZY DOBRY POMYSŁ, BY MÓC Z NICH SKORZYSTAĆ.

TEKST: MARTA BOROWSKA

Sprawdźmy na przykładach, jak w branży projektowania wnętrz mogą przydać się środki UE. Wielu z Was decyduje się dziś nie tylko na projektowanie wnętrz, ale także na kreowanie własnych marek mebli czy wyposażenia domu. Jeśli są dobre, to przy obecnej dostępności technologii nic nie stoi na przeszkodzie, by oferować je szerszemu klientowi. Środki na rozwój infrastruktury produkcyjnej czy handlowo-promocyjnej znajdziecie w funduszach dla MŚP Programu Operacyjnego Inteligentny Rozwój (warto zaglądać na stronę PARP) czy programów regionalnych.

POKAZAĆ SIĘ ŚWIATU

Z takiej możliwości skorzystali Maria i Jacek Rypułowie, którzy stworzyli własną markę meblową i wyposażenia wnętrz Gie El. Rypułowie od 2007 współtworzą interdyscyplinarne studio projektowe. To tam zrodził się pomysł, by tworzyć meble i domowe wyposażenie noszące ślady inspiracji wzornictwem z okresu PRL, czy łączące industrialny sznyt z drewnem.

W czym pomogły im fundusze europejskie? Dzięki nim w 2017 i 2018 roku marka Gie El pojawiła się na najważniejszych imprezach wystawienniczych na świecie. W procesie budowania rozpoznawalności marki, która nie zamierza być tylko lokalną ciekawostką, targi są ważnym narzędziem promocji. Prawie 815 tys. złotych wsparcia z unijnego Programu Operacyjnego Inteligentny Rozwój pozwoliło na działania rozbudowane promocyjne na Maison & Objet w Paryżu, targach IMM w Kolonii i Ambiente we Frankfurcie. Środki z dofinansowania umożliwiły budowę stoisk, produkcję materiałów promocyjnych czy zapewnienie transportu oraz sam udział w targach.

INNOWACJE LUB SZYBSZY ROZWÓJ

Fundusze UE pozwalają też rozwijać firmom, nawet tym niedużym, swoje działania badawczo-rozwojowe. Korzystają z nich zarów-

no potentaci – Selena, Kronospan, Nowy Styl – jak też start-upy z branży wnętrzarskiej i projektowej. Tak jest w przypadku Beaty Dziedzic, o której projekcie pisaliśmy Wam w poprzednim numerze (znajdziecie go na www.designbiznes.pl/magazyn). Projekt przygotowany przez zespół jej firmy Wertykalni.pl otrzymał dofinansowanie w ramach programu WoodInn. To prawie 1,5 mln złotych, które zostaną przeznaczone na działania B+R, rozwój wzornictwa, technologii, itp. Ale nie trzeba wcale wymyślać zaawansowanych i innowacyjnych projektów, które mają zrewolucjonizować świat projektowania. Można po prostu postawić na rozwój swojej firmy w lokalnym środowisku. Rzeszowska firma MTA Design otrzymała prawie 360 tys. zł z Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Podkarpackiego na rozwój innowacyjnej na lokalnym rynku usługi. Głównym założeniem projektu jest stworzenie narzędzi do wizualizacji przestrzennej projektowanego wnętrza, budynku czy ogrodu bezpośrednio u klienta.

Podobnych przykładów jest więcej – w branży meblowej, narzędzi dla projektantów czy po prostu firm, które chcą ze swoją ofertą pokazać się za granicą. Sami sprawdźcie możliwości na stronie www.funduszeuropejskie.gov.pl – tam też znajdziecie adresy lokalnych Punktów Informacyjnych Funduszy Europejskich. ■



Fot. Gie El

ŁAZIENKA·PRO

FORUM JUŻ W PAŹDZIERNIKU!

TO, CO NAJWAŻNIEJSZE W ŁAZIENKACH POKAŻEMY WAM JESIENIĄ.
ZAPRASZAMY OD 17 DO 19 PAŹDZIERNIKA NA IV EDYCJĘ FORUM ŁAZIENKA.PRO W WARSZAWIE.



Tegoroczne Forum Łazienka.PRO odbędzie się podczas drugiej edycji Mood Concept. Forum to cykl konferencji dedykowanych profesjonalistom branży łazienkowej, a także architektom i projektantom. W 2018 roku trzykrotnie spotkał się w Poznaniu oraz Warszawie. Na tegoroczną edycję zapraszamy do stolicy. Widzimy się w Centrum EXPO XXI. W trakcie trzech dni wydarzenia będziemy rozmawiać o przyszłości łazienek hotelowych oraz biurowych, pokażemy też innowacyjne pomysły na aranżację tej przestrzeni. Będziecie mieli okazję z bliska poznać nowe technologie i rozwiązania – niektóre zostaną pokazane po raz pierwszy w Polsce. W ramach Galerii Innowacji poprowadzimy Was w podróż po tym, jak zmienia się łazienka. Do dyskusji zaprosiliśmy przedstawicieli młodego pokolenia designerów. Opowiedzą jakie ich zdaniem wyzwania niesie ze sobą łazienkowa przestrzeń i jak widzą jej przyszłość. Forum Łazienka.PRO na targach Mood Concept to solidna dawka wiedzy dla profesjonalistów – zarówno projektantów wnętrz, designerów, jak też inwestorów, handlowców i producentów. Już teraz zarezerwuj sobie czas w kalendarzu.

Szczegółowy program wkrótce na www.lazienka.pro

To będzie MOOD CONCEPT 2.0!

Organizatorzy potwierdzają: jesienią w Warszawie odbędzie się kolejna edycja nowoczesnego wydarzenia, które zamieni teren warszawskiego EXPO XXI w centrum oryginalnego, kreatywnego i odpowiedzialnego wzornictwa.

W dniach od 17 do 19 października odwiedzający będą mieli okazję doświadczyć designu wszystkimi zmysłami, a dzięki temu – zrozumieć jak wielopłaszczyznowe i istotne dla naszej przyszłości jest to zjawisko. Stuzyc temu będą eksperckie wykłady i dyskusje, ale również interaktywne warsztaty i wystawy oraz prezentacje i ekspozycje marek partnerskich. Co istotne, tematyka tegorocznej edycji Mood Concept będzie znacznie poszerzona. Obok promocji wzornictwa w segmencie Home, dużo uwagi poświęcone zostanie wnętrzom biurowym hotelowym, czyli segmentom Office oraz Hotel. W trakcie trwania Mood Concept każdemu z nich dedykowana będzie odrębna scena, na której odbywać się będą prelekcje i szkolenia. Cześcią wspólną przedstawiającą rozwiązania dla wszystkich segmentów, będzie zaś strefa inteligentnych rozwiązań Smart, strefa Green oraz strefa Art.

Organizatorem wydarzenia jest Grupa MTP.

Więcej informacji i bilety: www.moodconcept.pl

ŁDF 2019 pod hasłem dobrego życia

Od 17 do 26 maja publiczność Łódź Design Festival próbowała znaleźć sposób na dobre życie. Podczas 13. edycji organizatorzy zaprosili wszystkich do złapania oddechu i zastanowienia się, co tak naprawdę daje nam poczucie szczęścia, spokoju, luksusu czy bezpieczeństwa.

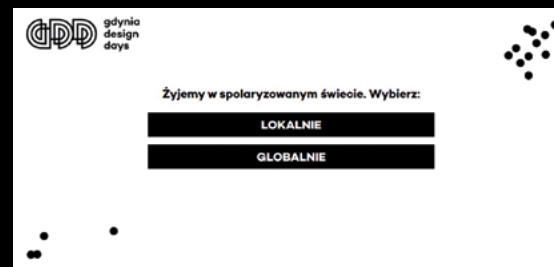
Pomogli w tym zaproszeni do Łodzi czołowi polscy i światowi eksperci. Do współpracy przy tegorocznej edycji organizatorzy zaprosili między innymi Jaime Hayona i Form Us With Love. Jednym z głównych punktów programu tegorocznego ŁDF był blok wykładów „Dobre życie” pod patronatem Ceramiki Paradyż – spotkanie edukacyjno-inspiracyjne, dostosowane do potrzeb osób aranżujących wnętrza oraz wszystkich zainteresowanych tą tematyką. Wśród prelegentów znaleźli się m.in. Maja Ganszyniec, Hola Design, Robert Majkut i Piotr Kalinowski. Równie interesujący byli goście tegorocznego Archibloku, który upłynął pod hasłem „Dobre miasto”. Do wzięcia udziału w dyskusji, którą jak co roku poprowadził Filip Springer, organizatorzy zaprosili m.in. Zbigniewa Maćkówna, Natalię Paszkowską i Pawła Jaworskiego. Łódź Design Festival 2019 to też m.in. świętowanie Bauhausu. Ceramika Paradyż, wieloletni mecenas ŁDF obchodzi w tym roku swoje 30-lecie, które zbiega się w czasie z obchodami stulecia Bauhausu. – *By docenić wkład tej przełomowej uczelni w rozwój współczesnej sztuki, wzornictwa przemysłowego i architektury, przygotowaliśmy wystawę „30” zainspirowaną plakatem Joosta Schmidta z 1923 roku oraz przestrzenią kawiarni „Café Samt und Seide”, zaprojektowaną przez Lily Reich wraz z Ludwigiem Miesem van der Rohe – tłumaczył Tomasz Popielawski, rzecznik prasowy Ceramiki Paradyż.*

To tylko część z obszernego programu wydarzeń, które na publiczność czekały w Centrum Festiwalowym przy ul. Tymienieckiego 3. Jak co roku organizatorzy Łódź Design Festival zaplanowali również szereg działań na terenie miasta. ■



W Gdyni o polaryzacji

Zbliża się kolejna edycja Gdynia Design Days (6-14 lipca 2019). Motywem przewodnim wydarzenia będzie tym razem „Polaryzacja” – hasło dające szerokie pole do interpretacji. W programie GDD m.in. wystawy: „Ja | my” (kurator Izabela Bołoz), „Ciało na rozdrożu” (kuratorzy Michał Bachowski i Agata Nowak), „(nie)śmieci” (duet kuratorski Agnieszka Jacobson – Cielecka i Karol Muralak), „We need more space” (kurator Marta Flisykowska). Ważnym elementem festiwalu jest coroczny przegląd prac młodych polskich twórców, którzy w niedalekiej przyszłości będą odpowiedzialni za projektowanie otaczających nas produktów, przestrzeni, usług i procesów. Na scenie #następna generacja swój dorobek zaprezentują najlepsi studenci z Akademii Sztuk Pięknych w Gdańsku i Katowicach, School of Form oraz Politechniki Koszalińskiej. ■



Intuition Bathrooms wyłącznym dystrybutorem marki Vado

Vado informuje, że wyłącznym dystrybutorem marki na polski rynek zostało Intuition Bathrooms. Współpraca Vado oraz Intuition Bathrooms sięga 2008 roku, a jej obecne zacieśnienie ma na celu wzmocnienie obecności produktów marki Vado w niezależnych salonach sprzedaży detalicznej, wśród architektów, projektantów wnętrz oraz przy projektach komercyjnych realizowanych w Polsce.

Wsparcie Vado w działaniach Intuition Bathrooms na polskim rynku ma zapewnić między innymi nowy zestaw materiałów promocyjnych obejmujący wydany w kolorze katalog techniczny z pełną ofertą produktową, szczegółową specyfikacją i schematami, a także katalog konsumencki. Dostępna jest również oddzielna broszura z rozwiązaniami prysznicowymi. – *Vado zawsze starało się budować mocne, oparte na lojalności relacje partnerskie ze swoimi dystrybutorami. Intuition Bathrooms od wielu lat dowodzi swojej lojalności wobec Vado i odegrało zasadniczą rolę w promowaniu marki i budowaniu jej pozycji na polskim rynku. Vado włożyło wiele wysiłku, aby zrozumieć potrzeby Intuition Bathrooms oraz wsłuchać się w oczekiwania polskiego rynku. Zainwestowaliśmy w nowe materiały promocyjne, poprawiliśmy dostępność produktów, stworzyliśmy również nową kolekcję ekspozytorów. Są to działania mające na celu wzmocnienie marki Vado na polskim rynku wyposażenia łazienek – mówi Dean Pamphilon, dyrektor sprzedaży w Vado. ■*

Rok Leonarda na Milan Design Week 2019

W roku 2019 przypada 500. rocznica śmierci Leonarda da Vinci. Dlatego podczas kwietniowego Milan Design Week 2019 nie mogło zabraknąć wydarzeń upamiętniających tego wielkiego mistrza Renesansu, który w Mediolanie spędził 20 lat swego życia.

Wśród nich znalazła się m.in. instalacja zatytułowana „Aqua. Leonardo da Vinci's Water Vision”. To pomysł organizatorów targów Salone del Mobile, których 58. edycji przyświecało hasło „pomysłowość”. Podczas swojej bytności w Mediolanie, Leonardo stworzył nie tylko „Ostatnią wieczerzę”. Projektował również m.in. tutejsze systemy kanałów. Dziś w większości z nich nie płynie już woda, ale stanowią one historyczną pamiątkę i atrakcję turystyczną miasta. Właśnie w jednym z takich kanałów – na śluzie Conca dell'Incoronata, której wrota zaprojektował Leonardo – powstała instalacja upamiętniająca kreatywną i innowacyjną myśl Leonardo da Vinci. Podczas Milan Design Week 2019, śluza została wyłożona specjalną wkładką i wypełniona wodą. Na jej krawędzi umieszczono ogromny ekran LED. Był on symbolicznym oknem na przyszłość Mediolanu pokazującym jego panoramę – zmieniającą się w zależności od pory dnia. Pod tą konstrukcją, wewnątrz samego kanału, utworzono tzw. wunderkammer. Przestrzeń, w której odwiedzający mogą doświadczyć całego piękna, energii i kształtu wody – również dzięki nowym technologiom dostarczającym światło i dźwięk. ■



Nowy salon Jeta w Poznaniu

Sieć salonów łazienkowe Jeta nadal się rozwija. Od niedawna Jeta w Poznaniu ma nowy oddział – w Galerii Meble Polskie przy ul. Solidarności 3. Nowy sklep ma powierzchnię 300 m².

W niedawno otwartym salonie klienci mogą zapoznać się z ofertą polskich producentów płytek ceramicznych i armatury sanitarnej. Klienci mają też dostęp do usług bezpłatnych porad architekta wnętrz oraz darmowy projekt w ramach zakupu wyposażenia łazienkowego. Otwarcie salonu nastąpiło 9 kwietnia br. To 17 salon w sieci, a drugi w Poznaniu. ■

Keramag staje się Geberitem

Grupa Geberit, właściciel marki Keramag, zdecydowała iż od kwietnia 2019 r. nie będzie produkować wyrobów pod marką Keramag. Produkty z portfolio tej marki – meble łazienkowe i wyroby sanitarne, będą wytwarzane z logo Geberit. Dzięki temu planiści, architekci i instalatorzy będą mogli korzystać ze skoordynowanej oferty, poprawi się również dostępność produktów oraz logistyka. ■



MARCIN JĘDRZAK
PROJEKTANT

PROJEKTOWA ODPOWIEDZIALNOŚĆ

UŚCISK DŁONI PODCZAS WITANIA SIĘ Z DRUGIM CZŁOWIEKIEM JEST NASZĄ WIZYTÓWKĄ, WIELE MÓWI O NAS SAMYCH (KIM JESTEŚMY, CO ROBIMY W ŻYCIU) – POZOSTAWIA WSPOMNIENIE. NIC DZIWNEGO, ŻE MYCIE RĄK TO JEDNA Z PODSTAWOWYCH CZYNNOŚCI HIGIENICZNYCH. DLATEGO TAK WAŻNE JEST DBANIE O DŁONIE. I O TO W CZYM JE MYJEMY.

Sposobów na organizację miejsca do mycia rąk w łazience jest wiele, a produkty służące nam w tym celu wykonywane są z różnych materiałów. Zwykle są to tradycyjne umywalki ceramiczne, ale coraz częściej skłaniamy się ku umywalkom konglomeratowym wykonanym z mączki dolomitowej zmieszanej z żywicą. Materiał ten daje wiele nowych możliwości i pozwala projektantom na kształtowanie śmiałych koncepcji projektowych.

Umywalka w przestrzeni łazienki może stanowić część mebla lub być osobnym niezależnym bytem. Gdy projektuję te dwa rozwiązania, to myślę o różnych

klientach. Pierwsza grupa ceni sobie rozwiązania praktyczne, a druga bardziej ekstrawaganckie. W obu tych przypadkach proces projektowy wygląda podobnie, mimo iż efekt jest odmienny. Dokładna analiza oferty produktowej firmy oraz wzorów, z którymi nowy wzór będzie konkurować na rynku – są kluczowe. Istotny jest również wkład projektanta, jego doświadczenie, obserwacja potrzeb klientów i inspiracja przy tworzeniu nowego produktu. Czuję, że to ja ponoszę największą odpowiedzialność za sukces rynkowy produktu.

Zrealizowane ostatnio przeze mnie projekty serii umywalek Lukan (meblowa) dla firmy Karmelit i wolnostojącej umy-

walki Uniqa (wolnostojąca) dla Besco, były takimi odmiennymi rozwiązaniami do łazienki. Oba projekty, choć podobne w funkcji, w efekcie znacząco różniły się za sprawą zdefiniowanych ograniczeń. W umywalce Lukan wynikały one z meblowego zastosowania, a w Uniqa z konieczności nawiązania stylistyką do istniejących w ofercie firmy Besco wzorów wani. To właśnie dzięki umiejętności radzenia sobie z ograniczeniami koncepcja projektowa może być wdrożona i stać się wzorem przemysłowym, produktem. A moja odpowiedzialność? W przypadku umywalek, źle ukształtowana miska to rozchlapywanie wody. A jak wyjść do ludzi, gdy masz plamy po mydle i wodzie na koszuli? ■



Uniqa, Besco



Lukan, Karmelit



Drogi Czytelniku!

Mamy nadzieję, że lektura naszego Magazynu sprawia Ci wiele przyjemności – podobnie jak nam jego tworzenie.

Wierzymy, że informacje, które tu znajdujesz mogą przydać Ci się w pracy. Chcielibyśmy naszymi obserwacjami ze świata designu podzielić się także z Twoimi znajomymi i przyjaciółmi – jeśli również pasjonują ich poruszane na naszych łamach tematy i zawodowo związani są z branżą wyposażenia wnętrz.

Jeżeli w gronie twoich znajomych jest ktoś, kto zajmuje się projektowaniem i chciałby otrzymywać swój własny egzemplarz magazynu „Design/Biznes Łazienki” może jego **bezpłatną prenumeratę** zamówić na www.designbiznes.pl/prenumerata lub pod adresem: redakcja@designbiznes.pl.

Redakcja

W związku z tym, że 25 maja 2018 r. weszły w życie przepisy dotyczące ochrony danych osobowych (tzw. RODO) chcielibyśmy Cię poinformować, że Twoje dane osobowe znajdują się w naszej bazie i dochowaliśmy wszelkich starań, aby zadbać o ich bezpieczeństwo. Jako administrator przetwarzamy Twoje dane w celu przesyłania Ci magazynu „Design/Biznes Łazienki” oraz na potrzeby ewentualnego kontaktu i w celach statystycznych. Pragniemy Cię również poinformować, że:

- Administratorem danych jest Est.Media Anna Raducha-Romanowicz, ul. Mickiewicza 37 lok. 13, 15-213 Białystok.
- Dane osobowe są przetwarzane w celu świadczenia usług oferowanych przez Est.Media, a w szczególności dystrybucji magazynu „Design/Biznes Łazienki”.
- Zakres przetwarzanych danych obejmuje dane identyfikacyjne i kontaktowe konieczne do przeprowadzenia wysyłki magazynu.
- Dane osobowe zostały podane przez Ciebie dobrowolnie w trakcie dotychczasowej współpracy lub zostały zebrane ze źródeł powszechnie dostępnych.
- Twoje dane osobowe mogą być przekazywane naszym podwykonawcom (realizatorom usługi wysyłki) w związku z realizacją naszych celów.
- Dane będą przetwarzane aż do czasu otrzymania od Ciebie żądania wypisania z bazy Est.Media.
- Dane osobowe nie będą przekazywane poza Europejski Obszar Gospodarczy lub do organizacji międzynarodowej.
- Masz prawo dostępu do swoich danych osobowych, ich poprawiania, przeniesienia, usunięcia lub ograniczenia przetwarzania. W sprawach związanych z Twoimi danymi należy kontaktować się: iodo@estmedia.pl
- Skorzystanie z prawa do cofnięcia zgody nie ma wpływu na przetwarzanie, które miało miejsce do momentu wycofania zgody.
- Przysługuje Ci prawo wniesienia skargi do organu nadzorczego.

FERRO®



FERRO
FASCYNACJE

BATERIE ŁAZIENKOWE FERRO

SPRAWDŹ NOWOŚCI > www.ferro.pl