

HOME

Inspirations

marzec – kwiecień – maj
2025

MAGAZYN
WYPOSAŻENIA
WNĘTRZ

Trend alert 2025


Wiosenna odsłona Targów HOME





Producent tkanin drukowanych
zastrony | obrusy | poduszki



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

 AL. JEROZOLIMSKIE 200,
DZIAŁ TKANIN I PIĘTRO

 +48 608 608 494

 TKANINY@RAD-POL.COM.PL

Kolekcja SNOW to prawdziwa perła wśród klasycznych tkanin, która zachwyca zarówno wyrafinowaną estetyką, jak i najwyższą jakością wykonania.

To tkanina, która wnosi do wnętrza elegancję i odrobinę luksusu.

Jej szenilowe ornamenty wykonane na miękkim, jedwabistym podkładzie satynowym olśniewają opalizującymi przetarciami, nadając tkaninie delikatny, subtelnie nowoczesny blask.


Skład kolekcji SNOW mówi sam za siebie: aż 60% wiskozy sprawia, że tkanina jest niesamowicie miękka i lejąca, jednocześnie zachowując bogatą i przyjemną w dotyku strukturę.

To tkanina, która łączy w sobie mięśistość i głębię tekstury, tworząc jednocześnie wrażenie bogactwa i komfortu.


Kolekcja SNOW to nasza perła wśród klasycznych tkanin dekoracyjnych.

Kolekcja D&G

to luksusowy materiał zarówno obiciowy, jak i dekoracyjny, który przyciąga uwagę swoim wyrazistym wzornictwem oraz doskonałymi parametrami wytrzymałościowymi. Trzy warianty to duże i wyraziste, niebieskie ornamenty na białym tle, które nadają wnętrzą charakteru i klasycznego szyku. Zainspirowana ornamentami stworzonymi przez dom mody Dolce & Gabbana, tkanina D&G łączy w sobie ponadczasowy styl oraz nowoczesną funkcjonalność, dzięki czemu idealnie nadaje się na obicia do klasycznych oraz retro aranżacji wnętrz. Nawet jeden mebel tapicerowany tkaniną D&G stworzy unikatowy klimat w całym pomieszczeniu. Ale nie musi to być mebel, ta tkanina fenomenalnie będzie wyglądać również jako zasłona, roleta rzymska, a także dodatki dekoracyjne: obrus, bieżnik, poduszki i wiele innych.

 ZNAJDŹ NAS NA FB



 ZNAJDŹ NAS NA IG



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

 AL. JEROZOLIMSKIE 200,
DZIAŁ TKANIN I PIĘTRO

 +48 608 608 494

 TKANINY@RAD-POL.COM.PL

TARGI HOME

WYSTROJU DOMU
I ARANŻACJI OKNA

2025
04-05
marca
9.00 - 17.00

6 WIOSENNA
EDYCJA

www.targihome.pl

Ożarów Mazowiecki
MCC Mazurkas Conference
Centre & Hotel****



Wystawcy edycji wiosennej 2025:

shoper



Gerster
COLLECTION



JAWAX
HOME TEXTILES

mottivo

ADO
GOLDKANTE



RYBICKI



MARGO TEXTIL



RAD-POL
MEBLE STYLowe, Tkaniny



Ozlem Firany

heimtextil

ambiente

Indes Fuggerhaus



na tkaninie

SAMA
INTERIOR DESIGN



marco polo

cosmonova

F
FARGOTEX

CARPET DECOR

ALMI DÉCOR

REMA
Si. Stalga



IDP INTER DECOR PRO

perfect
INK

FIDIVI*



yutes

DEKOMA

Scaglioni



ADORN
-Ruey-

SUN &
SHADE

marco pelle



Spagnolo

Patronat



Ardeko
DEKORACJA WNETRZ



Sponsorzy upominków



Dr Irena Eris

Patroni medialni

HOTELARZ



MAGAZIF

NOWY
MAGAZYN

HOME
Inspirations

Organizator

PiLABS
Media

Drodzy Czytelnicy,

zapraszam Was do lektury pierwszego w tym roku wydania HOME Inspirations, numeru, który ukazuje się w przededniu szczególnego dla nas wydarzenia, Targów Wytroju Domu i Aranżacji Okna HOME. Szósta już edycja tego wydarzenia odbędzie się w dniach 4 i 5 marca 2025 roku w Ożarowie Mazowieckim, w centrum konferencyjnym MCC Mazurkas Conference Centre & Hotel **** i skupi się na branżowym kliencie.

Liczę, że wielu z Was odwiedzi nas i skorzysta nie tylko z możliwości zaprezentowania swojej oferty, ale z zainteresowaniem wysłucha również zaplanowanych wykładów branżowych autorstwa min. Stefana Czarnowskiego z firmy Ridex oraz Marty Zawily-Pilat z firmy Shoper.

Misją naszego magazynu jest nieustanne inspirowanie Czytelników poprzez przekazywanie nowinek ze świata wyposażenia wnętrz. Dlatego też z przyjemnością przedstawiamy Wam w tym numerze Trendy Heimtextil- wizję przyszłości dla profesjonalistów branży opracowaną przez specjalistów targów Heimtextil, które w styczniu odbyły się we Frankfurcie. Heimtextil Trend 25/26 to nie tylko przewodnik po tym, co jest modne, ale także poszukiwanie nowych dróg.

W bieżącym numerze prezentujemy również najgorętsze trendy wnętrzarskie 2025 roku, które na nowo zdefiniują styl i zdominują scenę projektową. Innowacyjne materiały, odważne wybory kolorystyczne, wiodące motywy- to wszystko w tym numerze.

W wydaniu, nie sposób pominąć szczególnego wywiadu, którego udzielił architekt Wojciech Świątek- W jaki sposób architekt pracuje nad projektem własnego domu?

Zapraszam Was do lektury nowego numeru HOME Inspirations, a równocześnie do odwiedzenia nas podczas wiosennych Targów HOME.



Agnieszka Pilars

Redaktor naczelna magazynu HOME Inspirations

Szukajcie nas

na  i 

HOME Inspirations magazyn

SPIS TREŚCI

| | |
|---|----|
| OD REDAKCJI | 5 |
| CO W NUMERZE | 6 |
| TRENDS&COLORS | |
| Czekoladowy mus w odcieniu kawy | 8 |
| Future Continuous – trendy Heimtextil 25/26 | 10 |
| HOME | |
| Harmonia materiałów we wnętrzu japandi | 14 |
| Wiosenna odsłona Targów HOME | 18 |
| FIDIVI made in Italy | 24 |
| Z miłości do natury - tkaniny YUTES | 26 |
| Trend alert 2025: Lśnienie | 28 |
| Chodziło nam o stworzenie pewnego rodzaju enklawy | 34 |
| Color trend 2025: veryyyy butteryyyy! | 38 |
| Aranżacja biznesowego sukcesu | 44 |



Westwing.pl

Zainspiruj się! z HOME Inspirations



Na okładce: KAMELEON.PRO

HOME Inspirations

WYDAWNICTWO

PILARS MEDIA

ul. Elbląska 67/68, 01-737 Warszawa

tel: 501 687 458

agnieszka.pilars@pilarsmedia.pl

Instagram: homeinspirationsmagazyn

Facebook: Magazyn HOME Inspirations

www.targihome.pl

REDAKTOR PROWADZĄCA

Agnieszka Pilars

PROJEKT GRAFICZNY

MN-graf Małgorzata Niećko

SKŁAD

ZNAK SZCZEGÓLNY grafika projektowa Anna Tosiek

kontakt@znakszczegolny.pl tel: 516 157 452

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

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

ADORN
firany

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



A Dorn Sp. z o.o.

ul. Nadrzeczna 3B/A9
05-552 Wólka Kosowska

www.adornfirany.pl
+48 605 161 696

Czekoladowy mus w odcieniu kawy

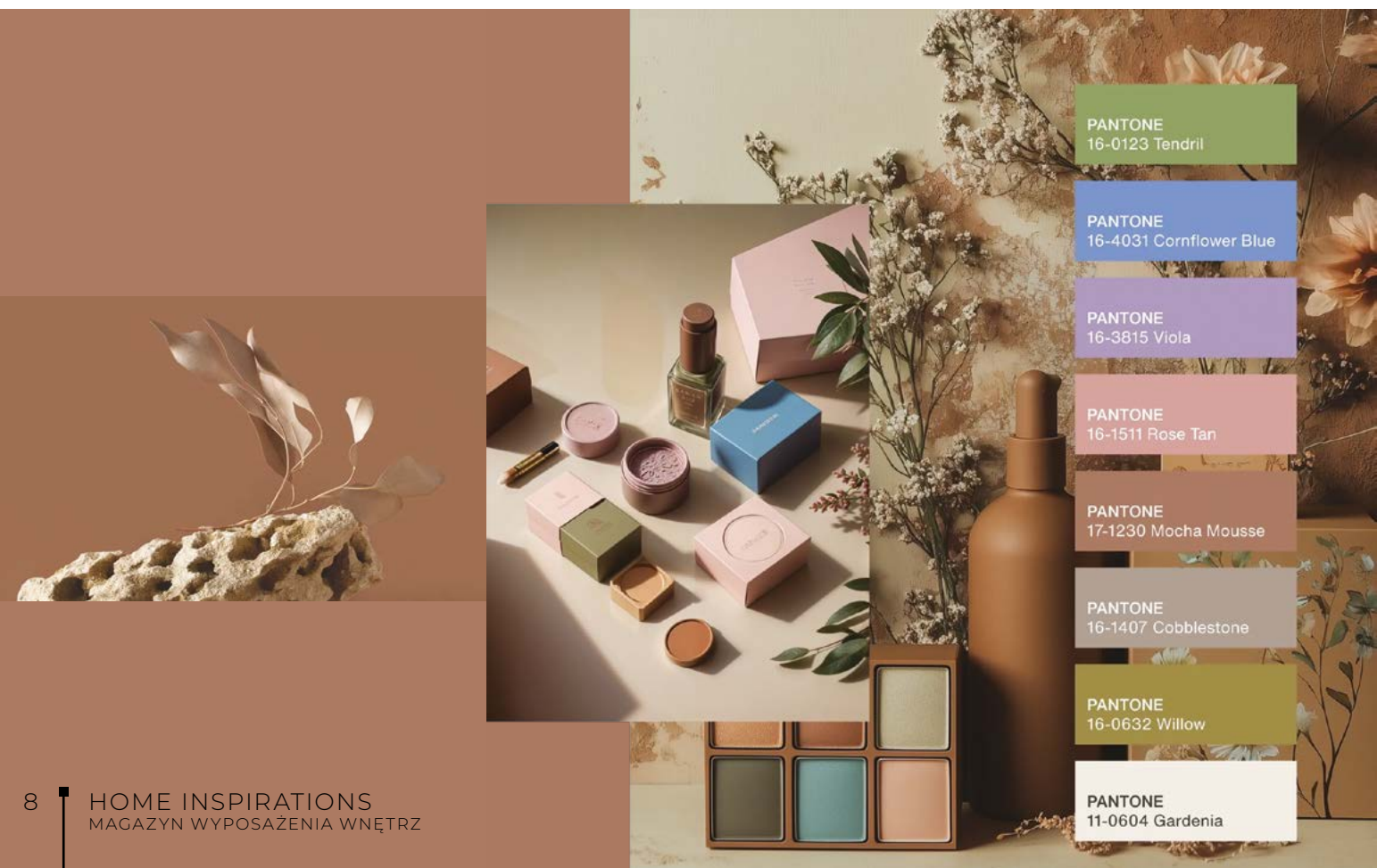
PANTONE 17-1230 Mocha Mousse



Instytut Pantone ogłosił, że Kolorem Roku 2025 jest PANTONE 17-1230 Mocha Mousse – ciepły, bogaty odcień brązu, który łączy w sobie wyrafinowanie i komfort. Ten wybór odzwierciedla nasze pragnienie harmonii, powrotu do natury oraz doceniania drobnych przyjemności życia.

Mocha Mousse symbolizuje przemyślaną przyjemność, zachęcając do delektowania się chwilami zarówno w samotności, jak i w towarzystwie innych. Leatrice Eiseman, dyrektor wykonawcza Pantone Color Institute, podkreśla:

"Mocha Mousse wyraża poziom przemyślanej przyjemności. Chodzi nie tylko o dogadanie sobie i rozpieszczanie siebie, na co zasługujemy, ale także o możliwość dzielenia się tym z innymi."



Mocha Mousse w modzie

W branży modowej Mocha Mousse zyskał już uznanie, pojawiając się w kolekcjach na rok 2025 zarówno dla mężczyzn, jak i kobiet. Projektanci wykorzystują ten odcień w różnych tkaninach i fakturach, co pozwala na tworzenie zarówno odważnych, jak i neutralnych stylizacji, w zależności od zestawienia z innymi kolorami.

PANTONE
11-4302 Cannoli Cream

PANTONE
13-1108 Cream Tan

PANTONE
15-1116 Safari

PANTONE
15-1317 Sirocco

PANTONE
17-1230 Mocha Mousse

PANTONE
16-1414 Chanterelle

PANTONE
18-1421 Baltic Amber

PANTONE
19-1216 Chocolate Martini



Mocha Mousse w aranżacji wnętrz

W projektowaniu wnętrz Mocha Mousse wprowadza ciepło i elegancję. Laurie Pressman, wiceprezes Pantone Color Institute, zauważa, że ten odcień utrzymuje połączenie z naturą i doskonale komponuje się z wnętrzami o rustykalnym uroku. Mocha Mousse można łączyć z różnorodnymi materiałami i stylami, dodając przestrzeni luksusu bez pretensjonalności.



Wybór Koloru Roku przez Pantone to proces, który uwzględnia globalne trendy i nastroje społeczne. Mocha Mousse, z jego ciepłymi, ziemistymi tonami, odzwierciedla rosnącą potrzebę komfortu i bliskości z naturą w dzisiejszym świecie. Jego wszechstronność sprawia, że jest idealnym wyborem zarówno w modzie, jak i w designie wnętrz, wprowadzając poczucie spokoju i stabilności.

Mocha Mousse to nie tylko kolor, ale także symbol naszych czasów – pragnienia prostoty, autentyczności i bliskości z naturą. Jego ciepło i elegancja z pewnością znajdą odzwierciedlenie w wielu aspektach naszego życia w 2025 roku.

*Autorka: Danuta Baprawska
na podstawie materiałów prasowych Pantone,
zdjęcia Pantone*

Future Continuous

- trendy Heimtextil 25/26

Heimtextil 2025, największe na świecie targi tekstyliów domowych i kontraktowych, odbyły się w dniach 14–17 stycznia 2025 roku we Frankfurcie nad Menem. Wydarzenie to zgromadziło ponad 3 000 wystawców z 142 krajów oraz przyciągnęło ponad 50 000 odwiedzających.

Jednym z kluczowych elementów tegorocznej edycji była strefa trendów zatytułowana "Future Continuous", której kuratorem była Alcova, platforma designu z Mediolanu, założona przez Valentinę Ciuffi i Josepha Grimę. Strefa ta, zlokalizowana w Arenie Trendów w hali 3.0, prezentowała wizjonerskie projekty i materiały wyznaczające trendy na nadchodzący sezon.



Trendy "Future Continuous"

Pod hasłem "Future Continuous" zaprezentowano trzy główne tematy:

1. Naturally Uneven:

Skupienie na naturalnych włóknach, takich jak konopie, juta, len i pokrzywa, które powracają do łask. Projektanci podkreślają znaczenie lokalnego rolnictwa i tradycyjnego rzemiosła, co wpisuje się w trend zrównoważonego rozwoju.

2. Radically Restructured:

Eksploracja innowacyjnych materiałów i technologii produkcji, które redefiniują tradycyjne podejście do tekstyliów. Przykładem jest materiał BREATHAIR® 3D, prezentowany przez firmę Indorama Ventures, charakteryzujący się strukturą ciągłej pętli z elastycznością przypominającą gumę, wodoodpornością i wysoką przepuszczalnością powietrza.

3. Regenerative:

Kładzenie nacisku na regeneracyjne praktyki w produkcji tekstyliów, takie jak rolnictwo regeneracyjne i procesy mające na celu przywracanie, odnawianie i uzupełnianie zasobów. Ten trend odzwierciedla rosnące zainteresowanie konsumentów produktami trwałymi, wysokiej jakości, które spełniają również standardy etyczne i ekologiczne.



Prezentowane trendy podkreślają znaczenie zrównoważonego rozwoju, innowacji technologicznych oraz powrotu do naturalnych materiałów i tradycyjnego rzemiosła. Branża tekstylna jest zachęcana do wdrażania praktyk regeneracyjnych, eksploracji nowych materiałów oraz adaptacji do zmieniających się oczekiwań konsumentów, którzy coraz częściej poszukują produktów etycznych i ekologicznych.

Strefa trendów "Future Continuous" na Heimtextil 2025 stanowiła ważny punkt odniesienia dla profesjonalistów z branży, dostarczając inspiracji i wskazówek dotyczących przyszłych kierunków rozwoju w świecie tekstyliów.

Podczas targów Heimtextil 2025, które odbyły się w dniach 14–17 stycznia we Frankfurcie nad Menem, jednym z najważniejszych wydarzeń była instalacja "among-us" autorstwa światowej sławy architektki i projektantki, Patricii Urquioli. Ta 650 m² przestrzeń, zlokalizowana w sercu hali 12.0, stanowiła wizjonerską strefę designu, która przyciągnęła uwagę licznych odwiedzających.

Instalacja "among-us" została zaprojektowana jako otwarta i przyjazna przestrzeń, zachęcająca do doświadczenia kreatywnych koncepcji tekstylnych oraz dyskusji na temat designu, zrównoważonego rozwoju i wspólnoty. Współpracując z partnerami takimi jak Kettal, Moroso, cc-tapis, Aquafil, Cimento® i Parà Tempotest, Urquiola stworzyła unikalne elementy przestrzenne, w tym dwustronne wiszące struktury dywanowe, wyspy wypoczynkowe oraz indywidualnie zaprojektowane meble.





Wśród wyjątkowych ekspozycji znalazły się:

- Wyspy wypoczynkowe firmy Kettal, pokryte tkaninami od Kwadrat, oferujące komfortowe miejsca do relaksu.
- Wiszące tekstylia od cc-tapis, wykonane z regenerowanej przędzy nylonowej ECONYL® dostarczonej przez Aquafil, prezentujące nowoczesne podejście do tradycyjnych dywanów.

- Stylowe siedziska od Moroso, które łączyły innowacyjny design z funkcjonalnością.

Dodatkowo, wiszące struktury cementowe od Cimento® nadały instalacji architektonicznego wymiaru, tworząc harmonijną całość.

Patricia Urquiola, opisując koncepcję "among-us", podkreśliła znaczenie bycia razem i celebrowania nowych, hybrydowych relacji. Instalacja miała na celu stworzenie zabawnego

krajobrazu, zamieszkanego przez fantazyjne, hybrydowe stworzenia, które pobudzały wyobraźnię i inspirowały do refleksji nad przyszłością designu.

Wydarzenie to nie tylko ukazało innowacyjne podejście do projektowania tekstyliów, ale również podkreśliło znaczenie współpracy między projektantami a producentami w dążeniu do zrównoważonego i kreatywnego rozwoju branży.


Danuta Baprawska na podstawie materiałów prasowych Heimtextil zdjęcia Heimtextil



Fot. Paula Kalias

Harmonia materiałów we wnętrzu japandi

Paula i Dawid Sterna Sterna Square

 sterna_square

Sterna Square to autorska pracownia projektowa prowadzona od 2018 roku przez Paulę i Dawida Sterna. Parę łączy zamiłowanie do sztuki – studiowali razem rzeźbę na warszawskiej Akademii Sztuk Pięknych oraz na Akademii der Bildenden Künste w Monachium. Ich wspólna pasja, która stała się pracą, znajduje odzwierciedlenie w projektach opartych na artystycznej wrażliwości i szacunku dla naturalnych materiałów. W swoim projekcie domu pod Warszawą połączyli japoński minimalizm z ponadczasowym ciepłem, tworząc przestrzeń pełną światła, spokoju i harmonii.



Fot. przestrzenie.fotografia

Japandi

w nowoczesnym wydaniu

Dom, inspirowany stylistyką japandi, został zaprojektowany z myślą o prostocie, funkcjonalności i subtelnych kontrastach. Ściany wykończone tynkiem wapiennym, oddychają, współgrając z naturalnym światłem. Podłoga, jednolita w kolorze i fakturze, stanowi neutralne tło dla naturalnego, dębowego drewna, które pojawia się w postaci mebli, regałów oraz dekoracyjnych akcentów.



Tekstylia

- klucz do przytulności

Jednym z ważniejszych elementów budujących klimat tego wnętrza są starannie dobrane tkaniny. Salon, serce domu, został zaprojektowany jako przestrzeń relaksu, w której kluczową rolę odgrywają miękkie tekstylia. Sofa w obiciu boucle o bogatej strukturze zaprasza do odpoczynku, zestawiono ją z wyraźnym w fakturze dywanem oraz lnianymi zasłonami o delikatnym splocie. Te ostatnie subtelnie filtrują światło, wprowadzając do wnętrza miękką, naturalną poświatę, która sprzyja wyciszeniu. Zasłony, lekkie i delikatnie prześwitujące, filtrują światło, tworząc miękką, niemal malarską aurę w pomieszczeniu.



Lampy wykonane z rattanu, rafii i lnu podkreślają organiczny charakter przestrzeni, wprowadzając ciepłe, rozproszone światło. Na szczególną uwagę zasługują krzesła przy jadalnianym stole, których siedziska ozdobiono naturalną plecionką, przywodząc na myśl wakacyjne wspomnienia z tropikalnych zakątków – lekkie drewniane meble z balijskich willi, pełne słońca werandy karaibskich domów i spokojne poranki spędzane w cieniu palm. Dodatkowe punkty oświetlenia ledowego zostały rozmieszczone w sposób dyskretny, delikatnie akcentując strukturę tynku i drewna.



Fot. przestrzenie.fotografia



Fot. przestrzenie.fotografia

Detale, które tworzą atmosferę

Charakter wnętrza budują także detale – na stole w salonie stoją wazony wykonane ręcznie przez Paulę jeszcze w czasach studiów, subtelnie przywołując artystyczne korzenie projektantów. Każdy element wnętrza, od tapicerowanych mebli po lekkie zasłony, został starannie dobrany, by podkreślić filozofię projektową studia: harmonię materiałów, światła i przestrzeni.

Dom pod Warszawą to doskonały przykład tego, jak tekstylia mogą definiować atmosferę wnętrza. Dzięki starannemu doborowi faktur i tkanin, pracownia stworzyła przestrzeń, w której materiały, tekstylia i światło tworzą dom w pełnym znaczeniu tego słowa – miejsce, które koi, inspiruje i zaprasza do życia w rytmie natury.

Wiosenna odsłona Targów HOME

W pierwszych dniach marca- 4 i 5, przestrzeń MCC Mazurkas Conference Centre & Hotel **** w Ożarowie Mazowieckim pod Warszawą wypełnią stoiska wystawców branży tkanin dekoracyjnych, obiciowych, osłon okiennych oraz tekstyliów domowych i kontraktowych. Odbędzie się tu kolejna, szósta już, edycja Targów Wystroju Domu i Aranżacji Okna oraz Tekstyliów Domowych i Kontraktowych HOME www.targhome.pl Będzie trendowo, pięknie i w otoczeniu nowości produktowych.



Wielu wystawców pojawi się na Targach HOME po raz kolejny, uczestniczą bowiem w każdej ich edycji – wiosną i jesienią. Targi HOME stwarzają branży wnętrzarskiej niepowtarzalną okazję nie tylko do zaprezentowania swojej oferty – dekoracji okien i osłon okiennych, tekstyliów domowych, tapet, fototapet czy artykułów wystroju wnętrz – ale również, a może i przede wszystkim, do zbudowania trwałych relacji z potencjalnymi partnerami biznesowymi.



yutes

Weaving Nature since 1962

The simplicity of nature has an elegance of its own. Our collections are interconnected, because we seek balance and versatility in all our proposals, always giving prominence to high-quality linen.

We have been manufacturing our natural fabrics in Barcelona since 1962.

Yutes Natural Fabrics
Tel (34) 934 732 626
yutes@yutes.com

Mood Fabrics
Tel (48) 793 717 715
info@moodtextile.com



Branżowemu networkingowi sprzyja niewątpliwie kameralna, butikowa przestrzeń centrum konferencyjnego i panująca tu przyjazna atmosfera, w której można porozmawiać z klientami i przy okazji miło spędzić czas. Wśród uczestników Targów HOME znajdują się branżowi eksperci, architekci, dekoratorzy wnętrz, studia dekoracji i wystroju okien i wnętrz, sklepy z tekstyliami, kupcy, przedstawiciele branży hotelarskiej oraz producenci mebli, tapiczerzy i importerzy.



Organizatorem i koordynatorem wydarzenia jest Agnieszka Pilars, właścicielka Pilars Media, wydawca branżowego magazynu „HOME Inspirations”:

- Wychodząc z inicjatywą Targów HOME, szukałam sposobu zbudowania nowej jakości wydarzenia, jakim są targi wnętrzarskie. Zależało mi, by nasi goście czuli się „jak w domu”, przebywając z nami w przyjaznej, kameralnej przestrzeni, tak różnej od zwyczajowych, wielkich przestrzeni targowych. Podczas Targów Home otaczają nas produkty wystawiennicze, dostępne na wyciągnięcie ręki. Rozmowy, które się toczą, są mniej oficjalne, bardziej bezpośrednie, sprzyjają budowaniu trwałych relacji i dobrej współpracy. Uczestnicy Targów HOME doceniają ich „kompaktową” formułę i łatwy dostęp do wystawców.

Spagnolo

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

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

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



Spagnolo

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



Targi HOME to czas i miejsce, w którym spotyka się branża wnętrzarska, by zaprezentować innowacyjne trendy i rozwiązania, ale również, aby dowiedzieć się, co się wydarzy w świecie projektowania i aranżacji wnętrz w najbliższym sezonie.

Stałym punktem programu wydarzenia są bezpłatne wykłady prowadzone przez ekspertów.



Wiosenna edycja Targów HOME odbędzie się w dniach **4-5 marca 2025 roku w godzinach 9:00-17:00 w MCC Mazurkas Conference Centre & Hotel ****** w Ożarowie Mazowieckim pod Warszawą.



FIDIVI*

Producing high quality
fabrics since 1941

FIDIVI*

made in Italy

Historia firmy rozpoczyna się w 1941 roku, kiedy to początki FIDIVI dał „nonno Pinin”- FIDIVI Tessitura Vergnano S.p.A. Firma po dziś dzień pozostaje we władaniu rodziny Vergnano, wraz z Limonta i AUNDE Achter & Ebels GmbH.

Właściciele Giuseppe i Enrico Vergnano, reprezentują już trzecie pokolenie.

Obecnie w Fidivi pracuje już czwarte pokolenie- Francesca Vergnano.

W latach czterdziestych zaczęliśmy od produkcji tekstyliów domowych, tj. zasłon i kocy,

ale także tkaniny dla przemysłu odzieżowego.

Jednak dopiero w latach dziewięćdziesiątych FIDIVI stało się najważniejszym dostawcą dla grupy FIAT, stając się jednym z wiodących dostawców tekstylnych dla sektora motoryzacyjnego.

Od 2003 roku całą produkcję tekstyliów przeznaczonych dla sektora motoryzacyjnego przejęła firma AUNDE, natomiast FIDIVI zaczęła koncentrować swoją produkcję na sektorze biurowym i kontraktowym, hotelarskim a także na transporcie, dzięki współpracy z TREVIRA



i dzięki wysokiej jakości tkaninom produkowanym przez firmę.

Firma FIDIVI współcześnie wyróżnia się wysokim zaangażowaniem w badania oraz rozwój nowych technologii. Cechy te, w połączeniu z uwagą na wszelkie możliwe potrzeby i wymagania klientów, wraz z codziennym zaangażowaniem w punktualność i odpowiedzialność, sprawiły, że FIDIVI stała się na przestrzeni lat wyjątkową firmą, jaką jest dzisiaj.

Zakład produkcyjny FIDIVI znajduje się obecnie w Poirino, 15 km od Turynu i lotniska Caselle.

FIDIVI to przede wszystkim firma oparta na ludziach.



Jesteśmy świadomi, że większość naszego sukcesu tkwi w wiedzy naszych pracowników.

Współpracuje z nami zespół ludzi, którzy od wielu lat wnoszą do zakładu produkcyjnego miłość do tego, co produkują, do materiałów i technologii, których używają.

Ta pasja jest widoczna w każdym produkcie FIDIVI!

W tej chwili FIDIVI dostarcza tkaniny do 40 krajów na całym świecie. Jest obecna na najważniejszych targach tj. ORGATEC, INTERZUM, HEIMTEXTILE czy Isaloni.

FIDIVI posiada swoje własne laboratoria, gdzie sprawdzana jest każda tkanina.

Właściciele firmy podkreślają:

Jesteśmy świadomi wielu problemów związanych z zanieczyszczeniem przemysłowym i dlatego jesteśmy naprawdę dumni z naszej zielonej filozofii i silnego związku ze środowiskiem.



Magazyn przędź i tkanin w FIDIVI



Nasi technicy i projektanci są stale zaangażowani w tworzenie przyjaznych dla środowiska artykułów, a nasze wewnętrzne procesy produkcyjne mają minimalny wpływ na środowisko, ponieważ produkujemy przy użyciu 100% ZIELONEJ ENERGI.

Możemy się też pochwalić certyfikatem ECOLABEL. Nasz zakład tkacki jest wyposażony w system fotowoltaiczny o mocy 500 KW, który produkuje prawie połowę naszego wewnętrznego zapotrzebowania na energię. Pozostałą energię, której nasz młyn potrzebuje do produkcji, kupujemy wyłącznie ze źródeł odnawialnych.



Źródło: www.fidivi.com



Z miłości do natury - tkaniny YUTES



Yutes to rodzinna firma zajmująca się produkcją tkanin od 1962 roku.

Siedziba firmy mieści się w Barcelonie. W początkach działalności, firma specjalizowała się głównie w produkcji tkanin z włókna juty, a z czasem ewoluowała produkcja i zaczęto tworzyć tkaniny z włókien naturalnych, w nowym, ciekawym designie.

„Nasze tkaniny odzwierciedlają filozofię i sposób pojmowania dekoracji jako wyraz całego stylu życia, w którym elementy naturalne stanowią podstawę wygodnego, zdrowego, ciepłego i przyjaznego dla środowiska miejsca do życia.”

Śródziemnomorska istota korzeni Yutes znajduje swoje głębokie odzwierciedlenie w kolekcji, poprzez ponadczasowe



wartości: takie jak piękno, prostota i trwałość.

Bogactwo materiałów pochodzi z ich faktury i jakości naturalnych włókien. Są one wynikiem cyklu, który zaczyna się od zrównoważonej uprawy, a następnie wchodzi w proces produkcyjny oparty na doświadczeniu stuleci.

Naturalność to nowy luksus: maksymalna jakość przy minimalnym śladzie środowiskowym.

Przedstawiciele Yutes, w dumą podkreślają:

W Yutes zależy nam na zdrowiu człowieka i na środowisku które nas otacza.

Produkujemy tkaniny w naszych własnych fabrykach co pozwala nam nadążać za innowacjami materiałowymi i procedurami, aby tworzyć tkaniny o wyjątkowym, trwałym i współczesnym wzornictwie.

Współpracujemy z europejskimi dostawcami, od francuskich spółdzielni lnianych po



najlepszych włoskich i belgijskich producentów przędzy.

Zdecydowanie zapewnia to gwarancję zrównoważonego

rozwoju, wspieraną przez znajomość tradycji i stosowanie nowych technologii.

W bogatych i różnorodnych kolekcjach Yutes znajdują się: tkaniny firmowe, zasłonowe, narzutowe i również kolekcje trudnopalne, w podwójnych szerokościach oraz tkaniny tapicerskie.

Firma Yutes uczestniczy aktywnie w międzynarodowych targach branżowych na całym świecie.

Zapraszamy do cudownego świata tkanin naturalnych YUTES.



Źródło: yutes.com

Trend alert 2025: Lśnienie

Aktualnie futurystyczne dekoracje zyskują na popularności, czerpiąc inspirację z estetyki lat 2000, zaawansowanych technologii i dynamicznego rozwoju sztucznej inteligencji (AI). Ten trend wnosi do wnętrz elementy z chromowanego metalu o płynnych krzywiznach, surrealistyczne obrazy oraz akcesoria z błyszczącymi, refleksyjnym wykończeniem. Takie dekoracje idealnie sprawdzą się zarówno w salonie, na ścianach korytarza, jak i w aranżacji stołu, stając się wyrazistym punktem przestrzeni.





 **CARMANI**®

www.carmani.gifts

i wszystko jasne...



Jednym z najbardziej efektywnych akcentów mogą być dekoracyjne przedmioty ściennie wykonane z falistego aluminium, które swoim lśniąącym, płynnym wyglądem przypominają powierzchnię rtęci. Dodadzą one wnętrzu nie tylko nowoczesnego charakteru, ale także odrobinę artystycznego wyrafinowania. Trend ten obejmuje również odbłaskowe przedmioty ze szkła o płynnych liniach, takie jak lustra o organicznych kształtach, zwłaszcza modele bez ram, które dodają wnętrzu lekkości i przestronności.



Największy importer szkła
i kryształów w Polsce


Sabipol
PAWICA

WWW.SABIPOL.PL


CRYSTALEX

THERMO

SIMAX
Glass that Lasts


CRISTALLERIA
ITALIANA


BOHEMIA
1815

BOHEMIA
Prestige


BOHEMIA
TREASURY


CRYSTAL
BOHEMIA


Aurum
CRYSTAL


RONA





Lampy również odgrywają kluczową rolę w tej estetyce. Chromowane modele o wysokim połysku i organicznych formach to doskonały sposób na podkreślenie nowoczesnego charakteru wnętrza. Wystarczy umieścić taką lampę na komodzie lub stoliku pomocniczym, by przyciągała uwagę gości, jednocześnie harmonizując z resztą wystroju.

Na podstawie: Westwing.pl

CHRISPO

MIĘDZYNARODOWE TARGI DEKORACJI,
OZDÓB ŚWIĄTECZNYCH, SZKŁA I CERAMIKI,
ARTYKUŁÓW WYPOSAŻENIA KUCHNI
I WYSTROJU WNĘTRZ

EDYCJA WIOSENNĄ

www.chrispo.pl



19 i 20 marca 2025



MCC Mazurkas Conference Centre & Hotel****

ul. Poznańska 177, 05-850 Ożarów Mazowiecki k/ Warszawy



Chodziło nam o stworzenie pewnego rodzaju enklawy



Wojciech Świątek

rozmowa z arch. Wojciechem Świątkiem, projektantem w pracowni 55Architekci

W jaki sposób architekt pracuje nad projektem własnego domu? Zapraszamy do szczerej rozmowy z Wojciechem Świątkiem, Projektantem w pracowni 55Architekci.

► **Dom architekta zdaje się być tematem wyjątkowego projektu – jak wygląda ten proces, kiedy nad projektem swojego wymarzonego domu pracuje małżeństwo architektów?**

W naszej pracowni, ponieważ prowadzimy ją razem z żoną, proces zawsze wygląda burzliwie. Pracujemy intensywnie, czasami nawet gwałtownie, ale pozwala nam to szybciej dochodzić do lepszych wniosków, a może nawet – co jeszcze bardziej cenne, szybciej

odrzuć błędne decyzje i ślepe ścieżki. Koncepcja naszego domu doprecyzowała się zaskakująco szybko. Kiedy po długim oczekiwaniu na decyzję urzędu okazało się, że planistycznie jesteście gotowi do budowy, w tym momencie ilość nadpisywanych z kolejnymi literkami alfabetu koncepcji po prostu się skończyła i dosyć szybko udało nam się sformułować to, co było dla nas najbardziej istotne.

► **Czy proces projektowy różnił się od pracy na potrzeby innych**

inwestorów? W tym wypadku to państwo są klientem, więc ta relacja jest dość specyficzna.

W punkcie wyjścia jest to ta sama metoda, może to kwestia ugruntowanej i sprawdzonej drogi postępowania, żeby być zadowolonym z efektu, by przebadać wszelkie okoliczności, jakie każdej działce i każdej sytuacji towarzyszą – nie ważne, czy to jest u kogoś, czy u nas. Więc jeżeli chodzi o myślenie nad projektem, myślenie koncepcyjne, to nie widzę tutaj żadnej





różnicy, ponieważ nadal mamy jakieś terytorium, które ma swoje cechy, swoje zalety – mniej lub bardziej ujawnione, słabe punkty czy wyzwania. Dalej jest klient, no cóż, w tym wypadku o kliencie wiemy najwięcej, co niekoniecznie musi być ułatwieniem. Natomiast zasadniczą różnicą jest to wszystko, co dzieje się później, czyli już na etapie budowy, kiedy absolutnie wszystko jest już nasze, wszelkie obciążenia i niepewności – w kwestii podejmowanych decyzji, ich konsekwencjach użytkowych i finansowych. Tak często nie bywa się na żadnej budowie, w związku z tym ilość rozważanych spraw, przewidywanych scenariuszy, powoduje, że są momenty, kiedy ciężar tej materii odczuwamy dobitnie.

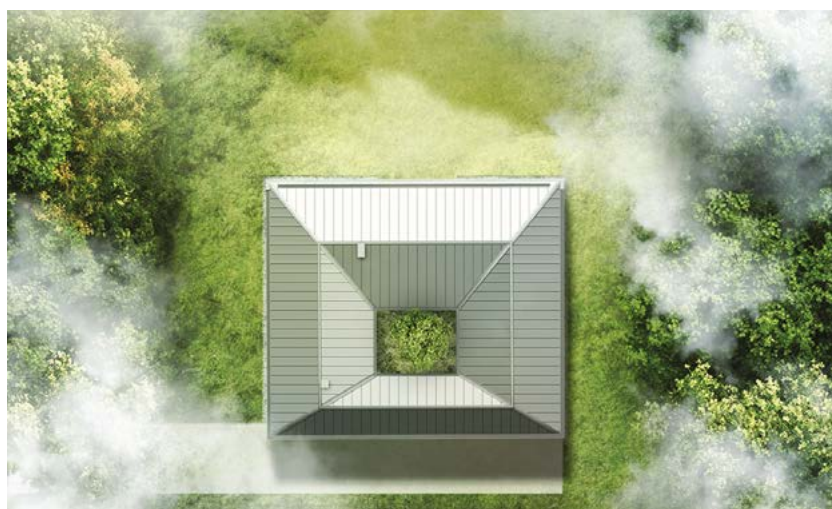
► **Nawiązując do procesu decyzyjnego, co spowodowało, że wybraлиście dla swojego domu stolarkę WIŚNIEWSKI?**

Fundamentalne powody tej decyzji rozkładają się pomiędzy sprawami bardzo pragmatycznymi, ale też wynikającymi z pewnej wizji świata. Ta pierwsza kwestia wydaje się oczywista, zrozumiała – to znaczy fakt, że WIŚNIEWSKI jest potężną firmą i miejscem, gdzie

zyskaliśmy wsparcie techniczne, jakiego potrzebujemy. Nie było momentu, kiedy trzeba było się nad czymś zbyt długo zastanawiać, jak nierzadko bywa na budowach, gdzie doświadczamy rozmaitych dylematów i trudności. Usatysfakcjonował nas sposób rozwiązywania detali, jak w przypadku naszego atrium oraz wszystkich przeszkleń wielkopowierzchniowych od strony widoku oraz skuteczność i efektywność relacji z producentem. Mam tutaj na myśli poczucie pewności, że po drugiej stronie mam partnera, który znajdzie odpowiedź na każde pytanie i nic przypadkowego się nie wydarzy. Wracając natomiast do mojej

romantycznej wizji świata, to cieszy mnie również fakt, że decydujemy się na produkt, który powstał w naszym regionie, a całe know-how, koncepcje i egzekucja pomysłów w firmie będącej globalnym potentatem, zaczyna się właśnie tutaj. Podoba mi się to, że region nie jest bezimienny, jest twórczy, pełen sprawczości – produktywności, a jednym z czynników, które za tym stoją, są – między innymi – takie przedsiębiorstwa jak firma WIŚNIEWSKI.

► **W procesie projektowania domu dla siebie ciekawy wydaje się sam wątek wyboru działki.**





Nie kryje się za tym żadna niesamowita historia. To cudowne miejsce jest działką rodzinną mojej żony i jedyną rzeczą, na którą przez lata czekaliśmy, była zgoda wynikająca z zapisów miejscowego planu zagospodarowania. Mając wreszcie tę możliwość, od razu przystąpiliśmy do działania, no

a działka jest absolutnie wyjątkowa... z trzech stron otoczona lasem, przód jest natomiast odsłonięty, co daje nam kawałek pięknej, dzikiej łąki. Gdzieś w dali można dostrzec kilka wierzchołków Beskidu Wyspowego. Natomiast bardziej, niż o sam widok, chodziło nam o stworzenie pewnego rodzaju

enklawy. I właśnie ta idea stała się sposobem na plan naszego domu, żeby to miejsce wykorzystać, aby być w nim w pełni, żeby go użyć, żeby doświadczać codziennie, żeby w jakimś stopniu być jego częścią. Bo budowa domu to jest coś niesamowicie ważnego. Budowa domu jest realizacją swojego



wymarzonego, idealnego życia – takiego, które snujemy w wyobraźni, które chcielibyśmy urzeczywistnić dzięki tej inwestycji. To sposób, żeby ten idealny plan przybliżyć. Oczywiście to prawie nigdy wprost się nie udaje, ale jest to bardzo interesujący proces psychologiczny, że w jakiś sposób próbujemy nadać ramy temu, jak – wydaje nam się – mogłoby wyglądać nasze najdoskonalsze życie, nasze idealne życie w przeszłości.

► **W jaki sposób zadbałście o wpisanie projektu w otaczający go krajobraz? Wspominał pan między innymi o atrium i wielkopowierzchniowych przeszkleniach.**

Duże przeszklenia to zasadniczy element, żeby tę relację z otoczeniem nawiązać. Oczywiście można podejść zupełnie na przekór i wymyślić sobie dom, który nas izoluje od otoczenia po to, żeby wymusić na nas aktywne wyjście do przyrody, ale z tak niebywale pięknym otoczeniem byłyby to po prostu błąd. Mieliśmy różne myśli, jak ten dom rozwiązać, w kwestii jego wielkości przechodziły nam również przez głowę koncepcje, które mieściły



się w stu paru metrach kwadratowych. Natomiast perspektywa odwiedzających nas gości, czy rozrastającej się rodziny, skłoniła nas do myślenia zapewniającego odpowiedź na więcej okoliczności. Te pierwsze koncepcje to był raczej dom, który był szeroki wobec widoku, a wąski w drugim wymiarze, domykał naszą prywatną łąkę z pomocą ramion lasu. Istotną dla docelowego projektu sprawą było poczucie wygody i bezpieczeństwa, jakie chcieliśmy sobie zagwarantować. Sprawy potoczyły się tak, że skromniejsze w skali rozwiązania zestawily się z oczywistą w tych okolicznościach – i będącą punktem

ciężkości, naturą, pozwalając nam sfinalizować myślenie o naszym domu. Dość mocno przeszklona elewacja od strony widoku, mieści wszystkie sypialnie i pokój dzienny, które korzystają z tego fantastycznego otwarcia. W kontekście natury istotną przestrzenią jest zielone atrium, całkowicie otwarte od strony polany na niższym poziomie – pozwalające wejść zieleni i powietrzu do środka i „wyrastając” wewnątrz domu niczym wielka zielona donica. Ta zieleń jest obecna w każdym wnętrzu, jest obecna w pokoju gościnnym, jest obecna od strony wszystkich sypialni i od pokoju dziennego. Więc jest wszędzie, jest zawsze, da się na nią również wyjść, skorzystać z niej, wszystko dzięki pełnym przeszkleniom wokół atrium właśnie. Oczywiście zieleni jeszcze nie ma, ale po montażu stolarki nasza wyobraźnia ma wystarczająco dużo paliwa, by wspomniane wcześniej scenariusze zacząć sobie budować. Dzięki współpracy i wdrożeniu oczekiwanych rozwiązań, podtrzymujemy fundamentalne dla naszej koncepcji kwestie – utrzymujemy związek z zielenią, otwarcie na szeroki widok, dystans, który ma terapeutyczne działanie, ale również uczestniczymy w unikalnym, kameralnym doświadczeniu, kontakcie „na dotyk” z przyrodą.



*Rozmawiała Ewa Klag
Zdjęcia: 55 Architekci*

Color trend 2025: veryyy butteryyy!





Delikatny, ciepły i pełen subtelnej elegancji – butter yellow szturmem podbija wnętrza i modę w 2025 roku. Ten kremowy odcień żółtego doskonale wpisuje się w trend powrotu do naturalności i przytulnych, harmonijnych przestrzeni. W aranżacji wnętrz pojawia się na ścianach, meblach oraz tekstyliach, nadając pomieszczeniom miękkości i światła. Projektanci doceniają go za jego uniwersalność – doskonale komponuje się zarówno z minimalistycznym stylem skandynawskim, jak i klasyczną elegancją.

atut&primar



Atut & Primar s.c.

📍 ul. Łowińskiego 7 e
31-752 Kraków

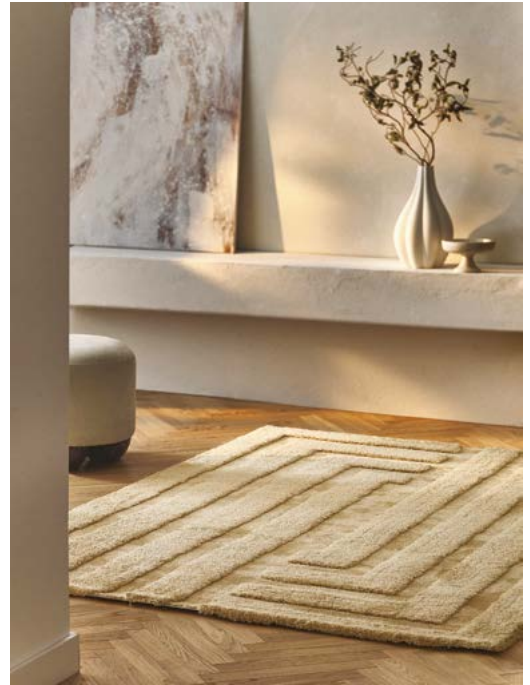
☎ +48 667 881 308


✉ dekoracje@atut-primar.pl

🌐 www.atut-primar.pl

Również świat mody uległ urokowi tej barwy. Kolor masłkowy rozświetla sylwetki na wybiegach największych domów mody, pojawiając się na zwiewnych sukienkach, oversizowych marynarkach i akcesoriach. Jest subtelną alternatywą dla bieli i beżu, a jednocześnie dodaje stylizacjom świeżości i optymizmu. Styliści chętnie łączą go z odcieniami czekoladowego brązu, oliwkowej zieleni czy pastelowego błękitu, tworząc ponadczasowe, ale i nowoczesne zestawienia.







Popularność koloru masełkowego to odpowiedź na rosnącą potrzebę otaczania się kojącymi, pozytywnymi barwami. W świecie pełnym bodźców i dynamicznych zmian ta ciepła tonacja przynosi poczucie spokoju i komfortu, jednocześnie pozostając niezwykle stylowa. Niezależnie od tego, czy wprowadzimy ją do naszych wnętrz, czy garderoby – jedno jest pewne: 2025 rok należy do masełkowego.

Na podstawie: Westwing.pl

TRENDS
&
Colors

SZKOLENIE ONLINE

TRENDS

WIOSNA/LATO 2026
WNĘTRZA

#TRENDBOOKI

#WZORY

#KOLORY

#INSPIRACJE

INFORMACJE I ZGŁOSZENIA: +48 501 687 458

Aranżacja biznesowego sukcesu

- jak skutecznie budować markę i zwiększać sprzedaż online?

Wyobraź sobie, że urządzasz idealne wnętrze - każdy element ma tu swoje znaczenie. Podobnie jest z budowaniem marki online, gdzie technologia łączy się z estetyką, a strategia biznesowa z potrzebami klienta. Niezależnie od tego, czy startujesz na marketplace'ach czy rozwijasz własny sklep internetowy, sukces zależy od umiejętnego połączenia wszystkich elementów tej układanki.

Fundamenty: budowanie solidnej marki w internecie

Stajesz przed nowym wyzwaniem i wkraczasz do branży wyposażenia wnętrza? A może chcesz wrócić na chwilę "do korzeni" i dokładnie przeanalizować co zrobić, by wyróżnić się na tle konkurencji i zwiększyć sprzedaż? W obydwu przypadkach warto zacząć od solidnych fundamentów.

Silna marka w branży wyposażenia wnętrza to przede wszystkim ciekawa identyfikacja wizualna, jasno określone wartości, obietnica jakości i stylu. To nie tylko nazwa i produkty.

Stawiając fundamenty zadbaj **więcej o spójność identyfikacji wizualnej** - przemyślany logotyp, charakterystyczne elementy graficzne, oryginalna paleta kolorów. Estetyka, która w tej branży jest podstawą, może być inspirującym punktem wyjścia do określenia kolejnych elementów - **wartości marki i obietnicy**, jaką składasz potencjalnym klientom. Historia, jaką Twoja marka będzie opowiadać, może pomóc Ci na wszystkich etapach sprzedaży.

Może to być filozofia ekologicznego podejścia do wyposażenia wnętrza, pasja do rzemiosła i ręcznie wykonywanych elementów, czy też dążenie do tworzenia przestrzeni sprzyjających rodzinnym spotkaniom. **Klienci nie kupują dziś wyłącznie produktów - kupują historie, styl życia i wartości.** Dlatego tak ważne jest, by Twoja marka miała wyrazistą osobowość, która będzie spójna we wszystkich punktach styku z klientem - od social mediów, przez marketplace, po własny sklep internetowy.

Wybór wymarzonego wnętrza w świecie

online - marketplace czy własny sklep?

Stając przed wyzwaniem rozwijania marki online, musisz podjąć jedną z najważniejszych decyzji - **wyбір odpowiednich kanałów sprzedaży.** Przemyślana strategia, analiza wszystkich zalet i wad dostępnych rozwiązań, pozwoli Ci "urządzić się" w świecie online na długo.

Platformy marketplace, takie jak Allegro czy Amazon, oferują szybki start i dostęp do szerokiej bazy klientów. To idealne rozwiązanie na początek lub jako dodatkowy kanał sprzedaży. Kluczowe zalety marketplace'ów to:



SKLEP Z NOWOCZESNYMI, TRWAŁYMI MEBLAMI W ZROZNICOWANYCH STYLACH WYSTRÓJU WNETRZA

- gotowa infrastruktura techniczna
- zaufanie klientów do znanej platformy
- wbudowane narzędzia promocji
- łatwiejsze dotarcie do pierwszych klientów

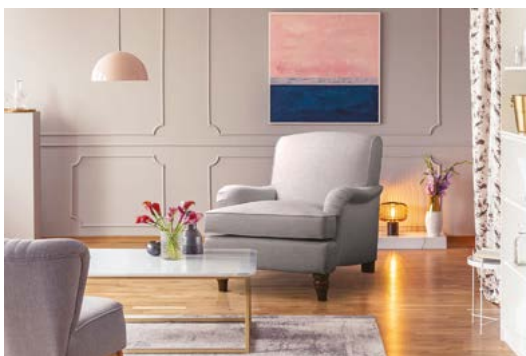
Jednak własny sklep internetowy daje znacznie więcej możliwości. Przede wszystkim pozwoli Ci skutecznie budować i kontrolować **wizerunek marki**. Sam decydujesz o każdym elemencie swojej witryny - od układu strony, przez sposób prezentacji produktów, po dobór czcionek i kolorów. To Ty ustalasz, jak będzie wyglądać customer journey Twoich klientów.

Własny sklep to także **bezpośrednia relacja z klientami**. Masz dostęp do ich danych kontaktowych, możesz śledzić ich zachowania zakupowe i preferencje, a następnie wykorzystywać te informacje do personalizacji oferty i komunikacji. Bezpośredni kontakt pozwala też na szybsze reagowanie na potrzeby klientów i budowanie długotrwałych relacji.

Prowadząc własny sklep masz też swobodę w kreowaniu **unikalnych doświadczeń zakupowych**. Możesz tworzyć specjalne strefy inspiracji, konfiguratory produktów czy wirtualne aranżacje wnętrz. Takie narzędzia nie tylko wyróżnią Twoją markę, ale też realnie pomogą klientom w podejmowaniu decyzji zakupowych.

Niezależność od zewnętrznych platform zakupowych to także **zabezpieczenie przed nagłymi zmianami ich polityki** czy regulaminów. Nie musisz obawiać się, że z dnia na dzień zmienią się zasady sprzedaży czy wysokość prowizji. Twój biznes pozostaje w Twoich rękach.

Najlepszym rozwiązaniem jest często model hybrydowy - **własny sklep jako**



gajdahome.eu

główny kanał sprzedaży, wspierany obecnością na marketplace'ach.

Aranżacja wnętrza - zaprezentuj jak najlepiej swoje produkty

Niezależnie od wybranego kanału sprzedaży, kluczowa jest prezentacja produktów. W branży wnętrzarskiej to znacznie więcej niż tylko ładne zdjęcia. Oto trzy elementy, dzięki którym wyróżnisz się na tle konkurencji:

- **Opisy produktów** powinny opowiadać historię, nie tylko przedstawiać specyfikację. Warto opisywać jak produkt wygląda w różnym oświetleniu, jak zmienia się jego faktura, oraz jaką rolę pełni w codziennym życiu. Praktyczne informacje podaj w przyjaznym kontekście - np. pojemność szafy wyrażona w liczbie ubrań, które może pomieścić.
- **Fotografia** powinna łączyć klasyczne ujęcia na białym tle z sesjami kontekstowymi. Warto pokazywać produkty w różnym oświetleniu i z nietypowych perspektyw. Technologia 360 stopni z interaktywnymi punktami pozwala klientom

dokładniej poznać tekstury i detale produktów.

- **Strona internetowa** może oferować zaawansowane funkcje, takie jak interaktywne lookbooki, sezonowe galerie inspiracji czy wirtualnego doradcę wnętrz. Warto rozważyć nietypowe rozwiązania w menu (np. plan mieszkania) oraz narzędzia angażujące klientów, jak możliwość tworzenia własnych moodboardów.

Strefa komfortu klienta. Bezpieczeństwo jako priorytet

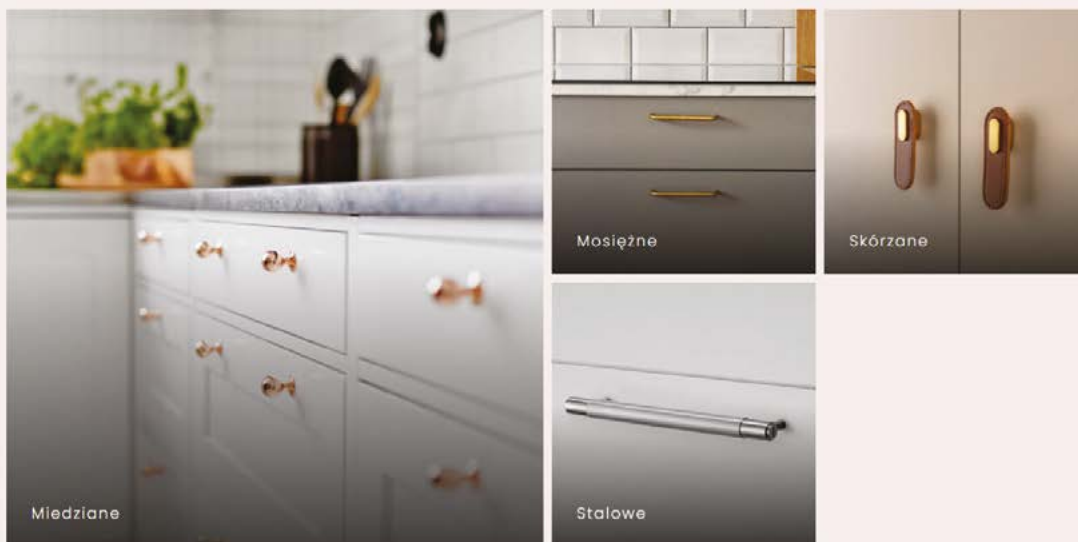
W świecie zakupów online komfort i bezpieczeństwo klienta idą ze sobą w parze. **Intuicyjna nawigacja, sprawnie działająca wyszukiwarka oraz różnorodne metody płatności** to elementy, na których buduje się pozytywne doświadczenia zakupowe. Klienci szczególnie doceniają przejrzystą politykę dostaw i zwrotów oraz możliwość szybkiego kontaktu z obsługą w razie pytań czy wątpliwości.

Własny sklep internetowy daje unikalną możliwość dopracowania każdego elementu procesu zakupowego.

Materiały i wykończenie

W zależności od stylu pomieszczenia czy mebli, oferujemy uchwyty wykonane z różnych materiałów i w różnorodnych wykończeniach.

[POZNAJ MATERIAŁY](#)



Certyfikat SSL, szeroki wybór bezpiecznych metod płatności oraz transparentna polityka prywatności to nie tylko wymogi techniczne - to jasny sygnał dla klientów, że ich bezpieczeństwo traktujesz priorytetowo. Czytelne regulaminy, napisane przyjaznym językiem, dodatkowo wzmacniają zaufanie i pokazują profesjonalizm marki.

Dekorowanie zasięgami, pielęgnacja relacji

Branża wnętrzarska to idealne środowisko do budowania zaangażowanej społeczności w mediach społecznościowych. Instagram i Pinterest, gdzie króluje piękna wizualność, stają się naturalnymi platformami do prezentacji produktów w inspirujących aranżacjach. **Odpowiednio targetowane kampanie reklamowe oraz prężna współpraca z influencerami i projektantami wewnątrz** pozwalają dotrzeć precyzyjnie do osób zainteresowanych urządzeniem przestrzeni.

Kluczem do długotrwałego sukcesu jest jednak **autentyczna relacja z odbiorcami**. Regularne dzielenie się inspiracjami przez newsletter, angażujące posty w social mediach czy wartościowe poradniki na firmowym blogu budują zaufanie do marki. Warto też dawać przestrzeń klientom - ich opinie i doświadczenia są bezcennym social proofem, a programy lojalnościowe zachęcają do pozostania w społeczności na dłużej.

Możliwości marketingowe są obecnie niemal nieograniczone, co paradoksalnie może utrudniać wybór odpowiedniej strategii promocji. **Najważniejsze to rozpocząć od podstaw - wybrać 2-3 kluczowe kanały komunikacji** i systematycznie budować w nich swoją obecność. Z czasem, obserwując reakcje odbiorców i analizując efekty działań, intuicyjnie wyczujesz, które narzędzia najlepiej sprawdzają się w Twojej niszy i naturalnie rozszerzysz działania o kolejne rozwiązania.

Perfekcyjna kompozycja biznesu online w świecie home&deco

Jak w idealnie zaaranżowanym wnętrzu, gdzie każdy detal współgra z całością, tak w sprzedaży online sukces zależy od harmonijnego połączenia wszystkich elementów. Niezależnie od wybranego modelu biznesowego, to właśnie **spójność - od identyfikacji wizualnej, przez prezentację produktów, po relacje z klientami - buduje silną markę** w świecie e-commerce.

Własna platforma sprzedażowa, niczym starannie zaprojektowana przestrzeń, daje Ci pełną kontrolę nad każdym detalem i swobodę w kreowaniu unikalnych doświadczeń zakupowych. To tutaj możesz najpełniej wyrazić DNA swojej marki i budować trwałe relacje z klientami.

Źródło: [Shoper.pl](#)



KING Hoff®

klausberg®

**NOWOCZESNE
ARTYKUŁY
KUCHENNE**

**RABAT
-20%**

**PO WPISANIU
KODU „CHRISPO”
NA WWW.PRAJO.EU**



Prajo®

**AL.KATOWICKA 60
05-830 WOLICA, POLSKA
e-mail: info@prajo.eu
tel.: +48 22 720 12 32**

**WWW.PRAJO.EU
WWW.B2B.PRAJO.EU**



www.mplco.pl

mała firma z pięknymi rzeczami



MPLCO.PL

ul. Kościelna 6, 87-213 Ryńsk

