

DESIGN/BIZNES

TRENDBOOK PŁYTKI CERAMICZNE 2020

SZLACHETNA ELEGANCJA KAMIENIA

WIELE ODSŁON BETONU / NOWOŚCI NA TARAS

NIETUZINKOWE TERAZZO / INDUSTRIALNY SZYK

MALOWANE KOLORAMI NATURY



KOLEKCJA
ORIGIN

PROFESJONALIZM W NAJLEPSZEJ FORMIE!

VitraA®

DOSTĘPNE TYLKO W SALONACH NASZYCH PARTNERÓW

- AKCESS Białystok, Elk • BOZ Rzeszów, Tarnów, Przemyśl • CERAMED Bielsko -Biała
- CERMAG Wrocław, Łódź, Opole, Jelenia Góra • CMB Częstochowa • HIPER-GLAZUR Szczecin, Stargard
- HOFF Kraków • IMEXTOP32 Gdańsk • IMPERO Radom, Lublin • JORAPOL Płońsk, Płock, Sochaczew
- KWADRAT Olsztyn • LUXKON Konin, Kalisz • SANIMEX Gliwice, Katowice, Rybnik
- SERVITOR Toruń, Bydgoszcz, Inowrocław, Włocławek, Płock • TERRANO Poznań, Piła, Zielona Góra

PGC POLSKA
GRUPA
CERAMICZNA

Od redakcji

Branża wnętrzarska nieustannie inspiruje i zadziwia. Producenci co roku wprowadzają na rynek nawet po kilkadziesiąt nowych kolekcji i tworzą trendy. Przy takim płytkowym urodzaju obfitości formatów, kolorów i wykończeń można się pogubić. Dlatego wspólnie z Polską Grupą Ceramiczną, zrzeszającą najlepsze salony wyposażenia łazienek w naszym kraju, przygotowaliśmy przewodnik po nowościach płytkowych zilustrowany konkretnymi przykładami kolekcji. Za główne źródło inspiracji posłużyły nam włoskie targi Cersaie. W naszym trendbooku znajdziecie mnóstwo informacji o płytkach, jak i o ceramice sanitarnej i armaturze. Uzupełniamy je komentarzami ekspertów Polskiej Grupy Ceramicznej. Nasz wspólny trendbook będzie pomocnym narzędziem w pracy architekta wnętrz, przyda się również wszystkim osobom poszukującym porad i zafascynowanych designem.

Zapraszamy do lektury!

DESIGNBIZNES

TRENDBOOK PŁYTKI CERAMICZNE 2020

PGC POLSKA
GRUPA
CERAMICZNA

PARTNER STRATEGICZNY

Wydawca

Est.Media Anna Raducha-Romanowicz
ul. Leśna 25C
15-559 Białystok
www.estmedia.pl

Zespół redakcyjny

Design/Biznes:

Marta Borowska, Arkadiusz Kaczanowski,
Anna Raducha-Romanowicz (koordynator)
Polska Grupa Ceramiczna:
Ewelina Furmaniak, Agnieszka Iwańska,
Radosław Kobylecki, Tomasz Kowalczyk,
Joanna Królikowska, Paulina Zduńczyk (koordynator)

Skład i przygotowanie do druku

www.urbanarts.pl

Zdjęcie na okładce

Kolekcja Rockford / Amonite marki Ceramica Limone

spis TREŚCI

2. Z TRENDAMI JESTEŚMY NA TY
4. NOWA SIEDZIBA, AMBITNE PLANY
6. CERSAIE 2019
8. NASI KLIENCI CORAZ ODWAŻNIEJ SIĘGAJĄ PO WIELKI FORMAT
10. SZLACHETNA ELEGANCJA KAMIENIA
13. WIELE ODSŁON BETONU
16. NOWOŚCI NA TARAS
18. NIETUZINKOWE TERAZZO
20. INDUSTRIALNY SZYK
22. MALOWANE KOLORAMI NATURY
24. ŁAZIENKA XXI WIEKU
26. EMPORIA I ZOYA
– ŁAZIENKA W NOWOCZESNEJ FORMIE!

26



Z TRENDAMI JESTEŚMY NA TY

MYŚLĘ, ŻE OSTATNI OKRES TO SZCZEGÓLNICIE DOBRY CZAS DLA POLSKIEJ GRUPY CERAMICZNEJ. ROZWINĘLIŚMY SIĘ NA WIELU BIZNESOWYCH OBSZARACH. DOSKONAŁE WIEMY DOKĄD ZMIERZAMY I JESTEŚMY ŚWIADOMI NASZEJ SIŁY. NASZE DOŚWIADCZENIE JEST Z POWODZENIEM WYKORZYSTYWANE W PRACY PROJEKTANTÓW, ARCHITEKTÓW I KLIENTÓW OSTATECZNYCH. W DĄŻENIU DO TWORZENIA PIĘKNYCH WNĘTRZ JESTEŚMY PAŃSTWA NAJLEPSZYM SOJUSZNIKIEM.



SEWERYN KARTKOWSKI

PREZES
POLSKIEJ GRUPY CERAMICZNEJ

Nasza Grupa to przedsiębiorcy, którzy od kilkunastu, a czasem nawet kilkudziesięciu lat, zajmują się wnętrzami. W marcu 2013 roku właściciele największych firm polskich z branży płytek ceramicznych, ceramiki sanitarnej i armatury doszli do wniosku, że razem mogą działać więcej. Tak powstało PGC. Współpracujemy po to, by profesjonalna obsługa i doradztwo oraz jakościowe rozwiązania były dostępne dla każdego, kto zajmuje się wnętrzami. Wspieramy architektów, inwestorów, projektantów oraz remontujących. Po sześciu latach działalności jesteśmy największą grupą zakupową w Polsce w branży wyposażenia łazienek.

Rozwijamy się po to, by być jeszcze lepszymi. Inwestujemy – w wiedzę, produkty, ludzi i infrastrukturę. Od tego roku mamy nową siedzibę w Łodzi oraz czterokrotnie większy magazyn. To inwestycja w rozwój, który ma podnosić Państwa komfort – teraz produkty docierać będą do Państwa jeszcze szybciej.

Dbamy by wnętrza naszych klientów były funkcjonalne, piękne i wyposażone w najlepsze produkty, dlatego tylko takie oferujemy w naszych salonach. Wybieramy je z rozwagą oraz pewnością, że będą Państwo zadowoleni z nich w swojej pracy i codziennym użytkowaniu. Wiele z naszych salonów to miejsca, gdzie znajdziecie Państwo również meble, tapety, farby. Dlatego jeśli szukacie wsparcia w tym obszarze – nie wahajcie się zajrzeć do jednego z salonów PGC. Nieustannie idziemy przed siebie i odkrywamy nowe rejony. Naszą Grupę tworzy 16 firm, które posiadają ponad 50 salonów w całej Polsce. Na mapie Polski nie ma dużego miasta bez naszego salonu. Co więcej, wspólnie z Partnerami PGC planujemy otworzyć w całej Polsce kilkanaście sklepów, także w systemie franczyzowym. Dzięki temu wkrótce rozwiązania PGC oraz wiedza

fachowców będą dostępne w Państwa najbliższym sąsiedztwie. Na każdym etapie (także drogą elektroniczną) do Państwa dyspozycji są nasi eksperci oraz doradcy, którzy przeprowadzą Państwa przez cały proces wyboru produktu.

Poniższy raport trendowy przygotowany razem z Redakcją Design/Biznes i naszymi ekspertami, to dowód, że z trendami jesteśmy na Ty. Nasi projektanci i doradcy odwiedzają wszystkie najważniejsze targi wyposażenia wnętrz na świecie. Jeździmy do Frankfurtu, Bolonii, Mediolanu czy Walencji. Współpracujemy z najlepszymi markami i ekspertami, dzięki czemu jako pierwsi (a często też jedyni) możemy Państwu oferować produkty o dopracowanym wzornictwie i zgodne z aktualnymi trendami. Salony PGC to miejsce, do którego należy skierować swoje kroki, jeżeli chcemy sprawdzić co słychać w światowym designie. Od lat dystrybuujemy produkty najbardziej prestiżowych fabryk z całego świata. Dlatego jeśli chcecie Państwo porozmawiać z ekspertami od płytek czy wyposażenia łazienek – wystarczy udać się do dowolnego salonu PGC. Czekamy na Was. ■

↓ Nowa siedziba Polskiej Grupy Ceramicznej



NOWA SIEDZIBA, AMBITNE PLANY

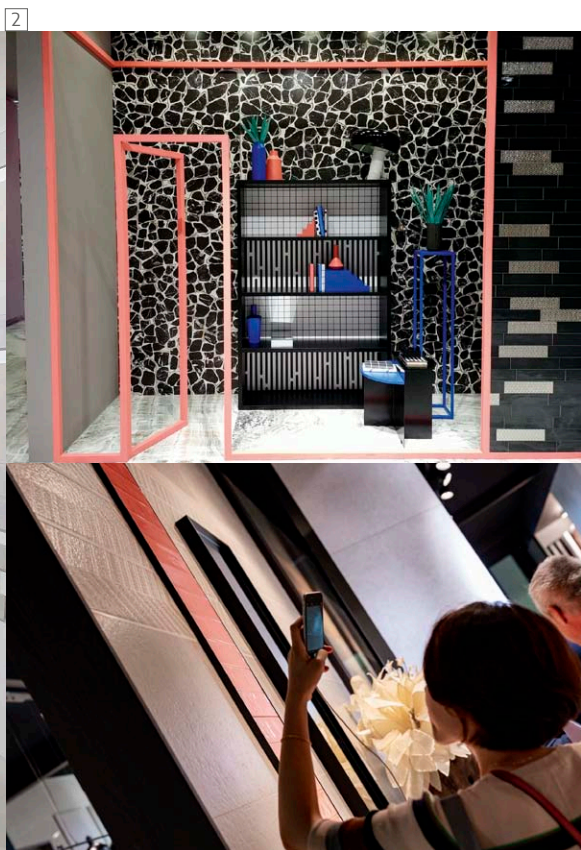
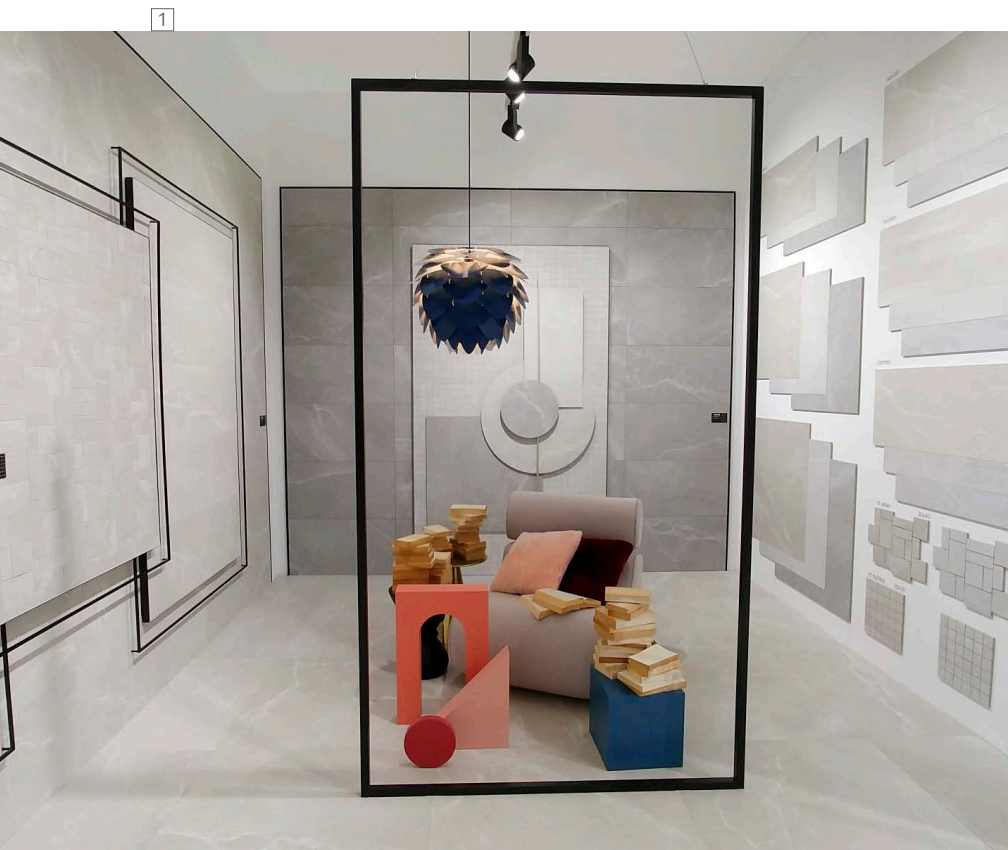
4 WRZEŚNIA POLSKA GRUPA CERAMICZNA OTWORZYŁA SWOJĄ NOWĄ SIEDZIBĘ PRZY UL. JĘDRZEJOWSKIEJ 47 W ŁODZI. NOWE BIURO WRAZ Z CZĘŚCIĄ MAGAZYNOWĄ MA POMÓC W REALIZACJI CELÓW, JAKIE STAWIA PRZED SOBĄ GRUPA.

TEKST: ARKADIUSZ KACZANOWSKI





Polska Grupa Ceramiczna została założona w marcu 2013 roku z inicjatywy właścicieli jednych z największych polskich firm handlowych oferujących płytki ceramiczne, ceramikę sanitarną i armaturę. To obecnie największa grupa zakupowa w Polsce w branży wyposażenia łazienek. W skład grupy wchodzi 16 firm. Każdy z Partnerów jest liderem w branży wyposażenia łazienek w swoim regionie. Nowa siedziba i magazyn PGC Polskiej Grupy Ceramicznej w Łodzi to czterokrotnie większą powierzchnia, niż ta którą firma dysponowała dotąd. W magazynie znajduje się 13 tys. miejsc paletowych. Seweryn Kartkowski, Prezes Grupy PGC, na otwarciu zapowiadał, że ta inwestycja pozwoli skuteczniej rozwijać firmie sprzedaż hurtową oraz eksport, które będą kluczowymi obszarami działalności PGC w najbliższym czasie. Dodatkowo Grupa ma w planach otworzyć w całej Polsce kilkanaście sklepów, także w systemie franczyzowym. Z okazji otwarcia nowej siedziby odbyło się wydarzenie dla partnerów oraz dostawców PGC. W hali magazynowej zaaranżowano strefę ekspozycyjną oraz bankietową, na zewnątrz chill-outową. Goście PGC mieli okazję nie tylko porozmawiać, ale też np. pobawić się przy muzyce, zagrać w piłkarzyki czy minigolfa. Nie zabrakło także atrakcji kulinarnych. ■



CERSAIE 2019

CERSAIE 2019 TO NIEWĄTPLIWIE OGROMNE WYDARZENIE W BRANŻY CERAMICZNEJ. 23 WRZEŚNIA REPREZENTANCI WIODĄCYCH MAREK ORAZ WIELBICIELE DESIGNU SPOTKALI SIĘ NA CZTERODNIOWYCH MIĘDZYNARODOWYCH TARGACH CERAMIKI I WYPOSAŻENIA ŁAZIENEK CERSAIE W BOLONII. Z PERSPEKTYWY PRODUCENTÓW PŁYTEK CERAMICZNYCH TO NAJWAŻNIEJSZA IMPREZA TARGOWA W EUROPIE.

TEKST: ANNA RADUCHA-ROMANOWICZ

W Bolonii pokazywane są najgorętsze nowości i kreowane wnętrzarskie trendy. Ekskluzywne stoiska 889 producentów z 40 krajów obejrzało w sumie ponad 112 tys. osób. Wśród wystawców nie zabrakło fabryk współpracujących z Polską Grupą Ceramiczną, marek takich jak: AB, TAU Ceramica, Azteca, Imola, Keraben, LaFaenza,

Novabell, Saloni, Rako oraz Pamesa. Każda z nich zaprezentowała najnowsze kolekcje oraz dotychczasowe hity sprzedaży. Przykładowo marka TAU Ceramica pokazała m.in. płytki z serii Fluid II. Wyróżniają się one różnorodnością i oferują szeroką gamę wzorów, w tym naśladujące kamień, cement, drewno lub marmur oraz monochromatyczne. O nowe barwy, formaty i tek-

1 Wystawa marki Saloni

2 Targowa aranżacja marki Imola

3 Stoisko marki TAU. Fot. TAU

4 Novabell ze swoimi nowościami

5 Aranżacja na stoisku Pamesa

6 Stoisko Cerrad

7 Tak na Cersaie 2019 prezentowało się stoisko Grupy Końskie



stury uzupełnione zostały również inne kolekcje tej marki, np. TAU Evolution. Wszystkie serie oparto na unikalnym, harmonijnym, neutralnym wyborze kolorów, który stanowi podstawę koncepcji Think & Mix firmy. Hiszpańska marka AB promowała m.in. słaby ceramiczne z linii XL-AB do użytku wewnątrz lub na zewnątrz budynków, o wzorach inspirowanych naturą – rysunkiem marmuru, drewna czy metalu. Płyty oferowane są w rozmiarach 120x260 cm, 120x240 cm oraz 120x120 cm. Na wielki format stawia również np. marka Imola Ceramica. Wśród jej bolońskich nowości znalazła się m.in. kolekcja The Room – dostępna w formacie 120x260 cm, 120x120 cm, 60x120 cm (mozaika 30x30 cm). Seria odnosi się do bogactwa wysokiej jakości marmurów. W roku 2019 uzupełniona została o cztery nowe, bardzo ciekawe wykończenia – Grand Antique d'Aubert, Panda White, Black Dahlia oraz Invisible White. Natomiast Grupa Keraben na Cersaie 2019 pokazała się pod hasłem „Dawno, dawno temu”. Kolekcje należących do Grupy marek Keraben, Metropol i Casainfinita, tworzyły różnorodną i inspirującą gamę rozwiązań dla podłóg i ścian. Z kolei marka Keraben pokazała m.in. miejską kolekcję Underground – inspirowaną cementem i ulicami Nowego Jorku.

POLSKIE MARKI

W Bolonii prezentowały się również polskie marki płytkowe współpracujące z Polską Grupą Ceramiczną: Cerrad, Stargres oraz Tubądzin. Stargres promował m.in. swoje płyty tarasowe Star 3.0, a Tubądzin m.in. efekty współpracy z firmą Ernestrust – „Tubądzin Ceramic Kitchen by Ernestrust” – np. kuchnię z kolekcji Q7, której meble zostały obłożone wielkoformatowymi płytami gresowymi. Natomiast Cerrad po raz pierwszy w swojej historii wystawienniczej zaprezentował wyłącznie nowości wyprodukowane specjalnie na okazję targów.

– Skonfrontowaliśmy naszą wizję aranżacji przestrzeni z opiniami najlepszych ekspertów z zakresu projektowania wnętrz i architektury. Zebrane informacje pozwolą nam podjąć decyzję, które z naszych propozycji uzupełnią naszą bogatą ofertę produktową. Jesteśmy świadomi różnorodności oczekiwań naszych Klientów, tym bardziej cieszymy się, że nasze propozycje spotkały się z tak wielkim zainteresowaniem – mówi Karol Dzik, Członek Zarządu ds. Marketingu firmy Cerrad.

Cerrad jako marka globalna, eksportująca swoje produkty do ponad 50 krajów świata, jest obecna na bolońskich targach od 5 lat. Po raz pierwszy ekspozycja firmy zajęła imponującą powierzchnię 204 m².

– Targi Cersaie stanowią doskonałą okazję, aby na międzynarodowym forum zaprezentować nasze produkty w wyjątkowych aranżacjach. Przygotowane przez nas stoisko stanowiło nowoczesny showroom, w którym pokazaliśmy naszym gościom kilkadziesiąt nowości inspirowanych pięknem otaczającego nas świata – dodaje Tomasz Glegoła, Dyrektor ds. Marketingu firmy Cerrad. ■



Więcej informacji na temat aktualnych płytkowych trendów można znaleźć na kolejnych stronach naszego trendbooka.

NASI KLIENCI CORAZ ODWAŻNIEJ SIĘGAJĄ PO WIELKI FORMAT

OSTATNIE MIESIĄCE TO PRZED W SZYSTKIM CZAS TRENDÓW I NOWOŚCI Z BOŁOŃSKICH TARGÓW CERSAIE. ODWIEDZAJĄ JE WSZYSCY, KTÓRYM ŚWIAT PŁYTEK CERAMICZNYCH ORAZ TEGO CO, JEST W NIM AKTUALNIE NA TOPIE, JEST SZCZEGÓLNIIE BLISKI. O NAJBARDZIEJ SPEKTAKULARNYCH NOWOŚCIACH I TYM, JAK REAGUJE NA NIE POLSKI RYNEK ROZMAWIAMY Z EWELINĄ FURMANIAK, PRODUCT MANAGEREM DZIAŁU PŁYTEK CERAMICZNYCH W GRUPIE PGC.

ROZMAWIAŁA: MARTA BOROWSKA



EWELINA FURMANIAK

PRODUCT MANAGER DZIAŁU PŁYTEK
CERAMICZNYCH W GRUPIE PGC

Jakie trendy z ostatnich targów Cersaie szczególnie zapadły Ci w pamięć, co zwróciło Twoją największą uwagę?

Na pewno nie dało się przejść obojętnie obok najbardziej widocznego trendu na targach, czyli dużych formatów.

Mogliśmy zobaczyć je prawie na każdym stoisku i uważam, że to właśnie ten trend przykuł uwagę każdego z nas. Myślę, że ich monumentalizm robił ogromne wrażenie na wszystkich odwiedzających Cersaie.

Według nas najbardziej wyraźnym akcentem ostatnich targów w Bolonii były płytki niezwykle wiernie odwzorowujące naturalny kamień. Widać, że technologia w tym zakresie poszła wyraźnie do przodu. Co sądzisz o takim ujęciu naturalnych inspiracji we wnętrzach?

Użycie naturalnego kamienia we wnętrzach nie jest nowością – ten trend pojawiał się już kilkanaście lat temu, a teraz ponownie stał się modny. Ze względu na rozwój technologii w produkcji płytek ceramicznych, zdecydowano się na wykorzystanie także tego wzoru, co jak udowodniły targi, wielu fabrykom udało się perfekcyjnie. Kamienie dodają wnętrzom szlachetności i elegancji, wprowadzając do nich tak modne teraz elementy natury, a ponadto można je śmiało łączyć z innymi strukturami.

Czy trendy prezentowane za granicą, np. we Włoszech czy Hiszpanii od razu znajdują odzwierciedlenie w potrzebach



Wielkoformatowe płytki Ultime, prod. Cerrad

polskich klientów? Czy Polacy lubią być na topie jeśli chodzi o modę związaną z wyposażaniem wnętrz?

Na pewno potrzebujemy więcej czasu na wprowadzanie włoskich, czy hiszpańskich trendów do naszych domów, ponieważ jesteśmy pod tym względem dość zachowawczy. Lubimy prostotę, wybieramy raczej bezpieczne wzory i kolory z myślą o wnętrzu „na dłużej”. Polacy dotychczas bali się eksperymentować, jednak jak pokazują wyniki sprzedaży powoli się to zmienia. Coraz częściej wybierają większe formaty płytek, a także przekonują się do odważnych wykończeń i kolorystyki.

A jak wygląda z Waszej perspektywy zainteresowanie wielkim formatem? Dużo się mówi o tym, że rodzimy klient coraz bardziej zainteresowany jest tego typu płytką. Coraz lepiej przygotowani do realizacji tego typu usług są także wykonawcy.

Wielki format to nowość, która klienta detalicznego, niewyposażonego w odpowiednią wiedzę może przestraszyć. Płytki te są popularne przede wszystkim wśród architektów i projektantów – pamiętajmy, że są to płytki wymagające, zarówno pod względem przestrzeni, jak i techniki montażu. Producenci już rozpoczęli współpracę z wybranymi wykonawcami w celu ich kompleksowego przeszkolenia w zakresie techniki kładzenia takich płyt. Zauważamy, że przekłada się to również na zwiększenie ich popularności, bo jak twierdzą nasi dostawcy, Polska jest liderem w zakupach tego typu płytek.

Ostatnie wydarzenia targowe pokazały także, że sporo w kolekcjach płytek jest intensywniejszych kolorów, czy powierzchni błyszczących – mocno polerowanych oraz np. brokatowych. Ma to szansę na szersze zaistnienie na polskim rynku?

Zauważyliśmy, że takie powierzchnie zaczęły spełniać rolę dekoracji, a nie bazy. I jeśli nie są to wnętrza komercyjne, faktycznie takie ich użycie jest chyba najbardziej popularne i odpowiednie. Polery nadają pomieszczeniom konkretny styl, nie są tak uniwersalne jak powierzchnie matowe typu beton. Są również mniej praktyczne, ale na pewno błyszcząca tafla we wnętrzu na każdym robi ogromne wrażenie.

Jak Twoim zdaniem ze światowymi trendami radzą sobie nasi polscy producenci płytek? Wciąż gonimy światowych liderów – Włochów i Hiszpanów, którzy w największym stopniu je kreują? A może jesteśmy już razem z nimi w tzw. czubie?

Uważam, że polscy producenci płytek nie ustępują na krok światowym liderom. Oczywiście rynek polski wymusza na nich pewne kompromisy, ale z własnego doświadczenia wiem, że w polskich fabrykach pracują bardzo kreatywni i profesjonalni projektanci. Należy także pamiętać, że polskie płytki świetnie sprzedają się także na zagranicznych rynkach, więc nie możemy mieć żadnych kompleksów.

Dziękuję za rozmowę.

SZLACHETNA ELEGANCJA KAMIENIA

TEGOROCZNE TARGI CERSAIE POTWIERDZIŁY,
ŻE W NAJBLIŻSZYCH SEZONACH NADAL MODNE
BĘDĄ PŁYTKI INSPIROWANE NATURALNYM
KAMIENIEM – MARMUREM, TRAWERTYNEM.
SPRAWIAJĄ ONE, ŻE PRZESTRZEŃ STAJE SIĘ
ELEGANCKA I LUKSUSOWA.

TA KAMIENNA BAZA DAJE PROJEKTANTOM PŁYTEK
SZEROKIE POLE DO POPISU. ICH KREATYWNOŚĆ
OWOCUJE CORAZ BARDZIEJ INTERESUJĄCYMI
WZORAMI I KOLORAMI.

TEKST: AGNIESZKA IWAŃSKA

Fabryka Azulejos Benadresa idealnie poprowadziła ten trend i przedstawiła doskonale propozycję. AB razem ze swoją kolekcją **Galery** rzuca cień na kamienie innych brandów. To nie jest gładka czarna powierzchnia z delikatną, białą żyłką – to odważny, pełny fantazji wzór, który przypomina wzburzone piaski albo spienione fale. To płytki, której nie da się wrzucić na drugi plan, to pierwsze skrzypce w koncercie z innymi elementami wystroju wnętrz.

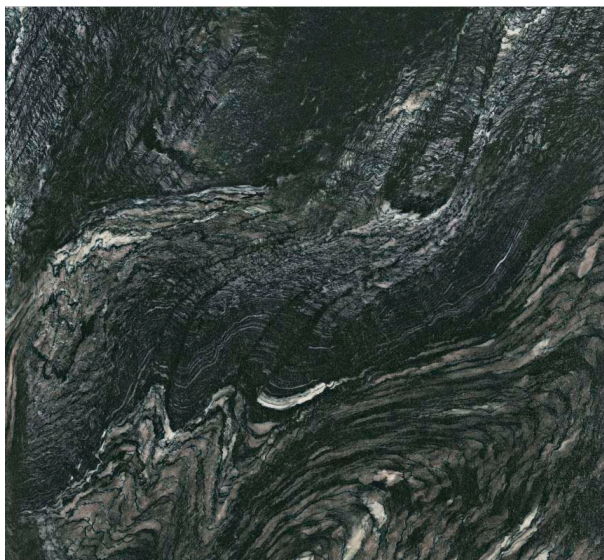
Icaro to kolejna mocna propozycja od AB. Tak jak w przypadku **Galery**, format 120x120 cm pozwala na wypełnienie powierzchni prawdziwym dziełem sztuki. Zachwycają w niej ciemnozielone elementy, połączone ze starozłotymi prześwitami, łączonymi z miedzianymi przetarciami, przez które przechodzi zdecydowana, połyskująca żyła. Kolekcja **Icaro** niewątpliwie wprowadza płytki imitujące kamień na nowy poziom.

Projektanci AB wiedzą, że oprócz budzących podziw, fantastycznych kolekcji, w swojej ofercie muszą mieć też coś dla wielbicieli klasyki, która przecież nigdy nie wychodzi z mody. I tutaj delikatnym krokiem wchodzi seria **Status** – niezwykle subtelna calacatta, biały marmur w najlepszym, najbardziej dystyngowanym wydaniu. Ogromnym atutem kolekcji są właśnie jej ogromne rozmiary – 120x120 cm, 240x120 cm. Slaby były widoczne na Cersaie prawie na każdym stoisku, ale seria od AB charakteryzuje się mleczną powierzchnią z szarobiałymi, miętko poprowadzonymi przecięciami i żyłkami. Elegancja, wyczucie, klasa. Kolekcja **Status** dostępna jest w ofercie partnerów PGC.

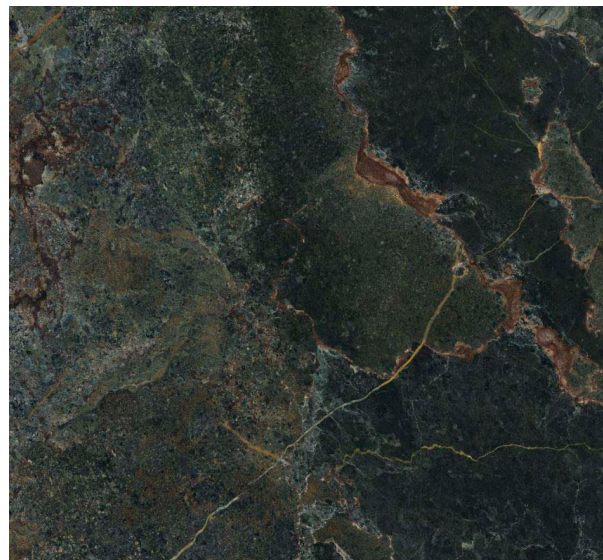
Wyzwanie trendowe podjęła również marka **LaFaenza** i także zaprezentowała swoje kamienie. Tym razem w kolekcji **Bianco**. Co było inspiracją? Biel. Zawiera wszystkie kolory spektrum światła i jest również znana jako kolor achromatyczny. Jest przeciwieństwem czerni, czyli braku koloru. I to właśnie z natury **LaFaenza** zaczerpnęła inspirację, tworząc odrębne marmurowe powierzchnie z jednym wspólnym czynnikiem – bielą. To prawdziwy hołd dla klasycznych właściwości marmuru.

Warto skierować duże uznanie dla tej włoskiej marki, ze względu na stworzenie spójnej kolekcji, zachowując jednocześnie odrębną tożsamość i cechy stylistyczne każdego z elementów. **Bianco** to bardzo urocza i bardzo zróżnicowana propozycja, która doskonale wpisuje się w tę konceptualną i estetyczną filozofię. Jest również dostępna w salonach partnerskich PGC Polskiej Grupy Ceramicznej.

Zachwyty nad hiszpańskimi i włoskimi fabrykami nie przyćmiły jednak polskiego producenta. Tubądzin na targach Cersaie pokazał zupełnie nową odsłonę płytki inspirowanej kamieniem, a co za tym idzie, zupełnie nowe zastosowanie. Kolekcja **Shinestone** przyciąga swoją naturalną, piękną grafiką i nieskazitelnym połyskiem. Piękny kamień o głębokiej czerni, z rdzawozłotą żyłą zaprezentowany został na frontach mebli. Tubądzin we współpracy z marką Ernestrust stworzyło „Tubądzin Ceramic Kitchen by Ernestrust” – przestrzeń, w której zwiedzający obejrzą kuchnię oraz propozycję baru i garderoby w sypialni, a to wszystko obłożone wielkoformatowymi płytami. ■



Kolekcja **Galery**, prod. AB



Płytki z serii **Icaro**, prod. AB



Propozycja marki AB – seria Status

Cyfrowa rewolucja



**WOJCIECH
BOCHEŃSKI,
IMPERO**

W ciągu ostatnich lat rozwój druku cyfrowego w płytkowym świecie spowodował niemałą rewolucję technologiczną. W szczególności dotyczy ona barwienia i zdobienia powierzchni płytki. Producenci z doskonałym realizmem mogą wytwarzać płytki o najbardziej skomplikowanych wzorach i teksturach. Imitujące każdą strukturę czy materiał. Możliwości w tym zakresie są nieograniczone, wszystko zależy od wyobraźni projektanta. Widać to było również na tegorocznych targach Cersaie, na których kolekcje płytek imponowały wiernością odtwarzania np. sęków w drewnie czy żył i zanieczyszczeń w kamieniu.

→ Shinestone to kamienne wzory marki Tubądzin



WIELE ODSŁON BETONU

TO JUŻ CHYBA NIKOGO NIE DZIWI, ŻE W PARZE Z PŁYTKAMI
INSPIROWANYMI KAMIENIEM IDĄ WZORY IMITUJĄCE BETON.

TEN TREND NIE USTAJE JUŻ OD KILKU LAT.

INDUSTRIALNE WNĘTRZA NADAL SĄ W MODZIE,
ALE „BETONOWE” KOLEKCJE WYKORZYSTYWANE SĄ W CORAZ
TO BARDZIEJ PRZYSTĘPNYCH ARANŻACJACH.

TEKST: AGNIESZKA IWAŃSKA,
VISUAL MERCHANDISER, DZIAŁ PŁYTEK CERAMICZNYCH PGC

↕→ Kolekcja Town marki Ceramica Limone



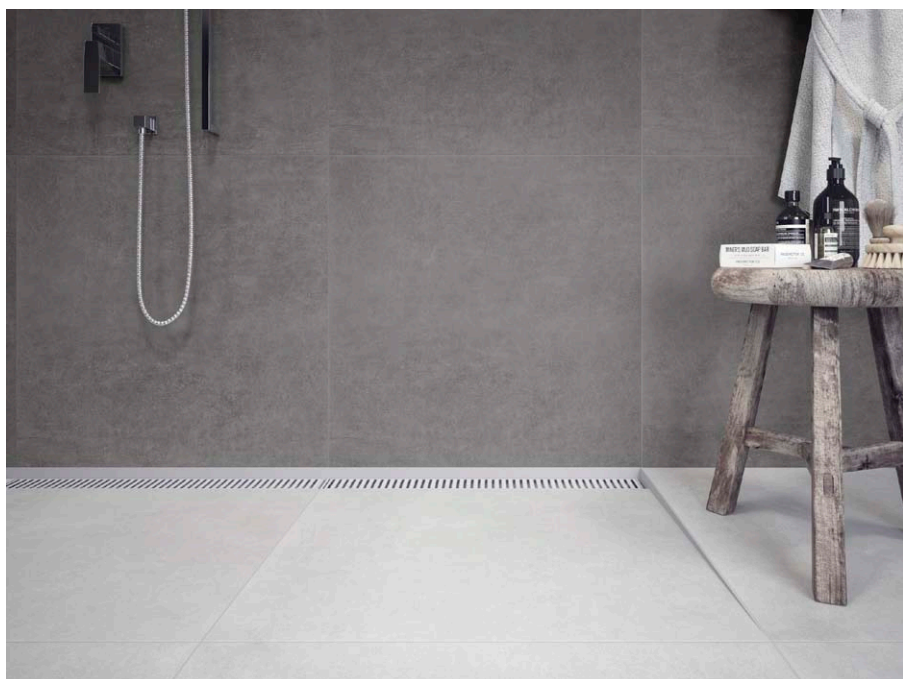
Beton wbrew pozorom wcale nie musi oznaczać surowości. Połączenie betonu z drewnem, czy wydanie betonu w rdzawym odcieniu to już znane tricki na ocieplenie wizerunku tego materiału. Klasyczna odsłona betonowych płytek wcale nie jest gorsza. Minimalizm wzoru staje się idealnym tłem dla szaleństw w postaci kolorowych elementów wystroju wnętrz. Na Cersaie można było zobaczyć mnóstwo propozycji na ciekawe wykorzystanie betonów. Poniżej prezentacja odpowiedników tego wiodącego trendu.

Ceramica Limone wie, co w trawie piszczy i serwuje swoim klientom prawdziwe perełki wśród cieszących się sławą betonów. Wśród nich są serie **Bestone** i **Town**. Bestone występuje w trzech kolorach szarości – od najjaśniejszego odcienia, do najciemniejszego, możesz wybrać ten wzór w wersji lappato oraz w macie, natomiast jeśli bliższe Twojemu sercu są beże – w kolekcji Town znajdziesz i takie betony. Wszystko zależy od Twojej wizji. Ceramica Limone to wnętrza inspirowane Twoją wyobraźnią.

Marka **Zoya**, mimo że dopiero wzrasta na rynku, podąża za trendami prezentowanymi na targach Cersaie i wychodzi



↑ → Płytki z kolekcji Bestone marki Ceramica Limone



← ↑ Dust z portfolio marki Zoya

ze świetną, loftową propozycją. A nawet z dwiema! Serie **Dust** i **Danzig** na pewno podbiją Wasze serca. Dust to płytka o przepięknym wzorze, a wersja z lappato dodaje jej subtelności i uroku – takiego

betonu jeszcze nie znacie. Kolekcja Danzig oprócz tego, że jest multiforimatowa, ma aż pięć wariantów kolorystycznych, a ponadto można nabyć ją również w wersji 2 i 3 centymetrowej – to kolejna nowość i na

pewno trend, który zrewolucjonizuje branżę brukarską, tzw. „grubasy”. O płytkach tego typu przeczytacie więcej na kolejnych stronach. ■

www.ceramicallimone.com.pl

Cafe
Racer

DOWNTOWN

Dwucentymetrowe
płytki Star 2.0 marki
Stargres



NOWOŚCI NA TARAS

O PŁYTKACH 2 CM I 3 CM MÓWI SIĘ CORAZ WIĘCEJ. TO DOSKONAŁE ROZWIĄZANIE DLA OSÓB, KTÓRE CENIĄ SOBIE JAKOŚĆ, WYGŁĄD I PRZED WSZYSTKIM ŁATWOŚĆ MONTAŻU MATERIAŁÓW OUTDOOR. TEN RYNEK ROZWIJA SIĘ NIEZWYKLE DYNAMICZNIE I POWOLI WYPIERA TRADYCYJNE PŁYTKI TARASOWE.

TEKST: **AGNIESZKA IWAŃSKA**,
VISUAL MERCHANDISER, DZIAŁ PŁYTEK CERAMICZNYCH PGC

Polskim liderem, jeśli chodzi o płytki 2 cm i 3 cm niewątpliwie jest fabryka **Stargres**. Ich prezentacja w Bolonii zachęcałaby każdego do realizacji projektu z wykorzystaniem tego trendu. **Star 2.0** i **Star 3.0** to brandy powstałe specjalnie pod „grube” kolekcje. Zaawansowana technologia produkcji sprawia, że płytki Star 2.0 są trwałe, odporne na ścieranie, pęknięcia i zarysowania, mają fantastyczne właściwości użytkowe. Natomiast przy 3.0 płyta ma 3 cm grubości, jest wykonana z jednego elementu, nie grozi jej rozklejenie, jak w przypadku innych produktów. Gres Star 3.0 z powodzeniem można układać na utwardzonym podłożu bez użycia kleju, na stojakach lub klasycznie – z użyciem standardowej zaprawy klejowej przeznaczonej do gresów. **Ceramica Limone** w swojej ofercie również posiada dwucentymetrową wersję kolekcji **Town**, a brand **Zoya** już niedługo będzie mógł pochwalić się rozszerzonymi o „grubasy” kolekcjami **Frenchstone** oraz **Danzig**. ■

www.zoya.net.pl



← Star 3.0
marki
Stargres

→ Kolekcja
płyttek
Town marki
Ceramica
Limone
dostępna
jest również
w wersji
dwucen-
ty-
metrowej





↑ Lastryko w neonowych kolorach od Leonardo

NIETUZINKOWE TERAZZO

PŁYTKI 2CM I 3CM TO NA PEWNO PRZYSZŁOŚĆ, ALE PRODUCENCI NA CERSAIE POKAZALI TREND, KTÓRY WRACA DO ŻYWYCH Z PRZESZŁOŚCI – TERAZZO PRZEŻYWA SWÓJ RENESANS. JESZCZE KILKA LAT TEMU, NIE DO POMYSŁENIA BYŁOBY, ŻE WZÓR ZNANY U NAS JAKO LASTRYKO POJAWI SIĘ „NA SALONACH”. A JEDNAK.

TEKST: AGNIESZKA IWAŃSKA,
VISUAL MERCHANDISER, DZIAŁ PŁYTEK CERAMICZNYCH PGC

Nie tylko na ściany

ROBERT NOGAJ, HOFF

Dziś płytki ceramiczne oferowane są olbrzymim wyborze wzorów, formatów, kolorów, struktur. Ale różnorodność może być również ich zastosowanie. Przyzwyczajaliśmy się, że płytki ceramiczne układane są na zazwyczaj na podłogach, na ścianach łazienek czy w kuchni między szafkami. Tymczasem aktualnie producenci oferują bardzo interesujące płytki, które można np. stosować jako dekoracyjne „ceramiczne tapety” w salonie. Ten materiał może posłużyć również do wykonania blatów kuchennych czy frontów mebli.

← Płytki Leonardo ze wzorem terazzo można komponować z monochromatycznymi

↓ Wzór terazzo w zbliżeniu

O becne terazzo składa się z elementów o różnej wielkości, widuje się je z wsadami z metali, z konglomeratu, czy nawet z potłuczonymi kawałkami ceramiki. Kruszywo w terazzo osiąga nawet do kilku centymetrów średnicy. Są to płytki, które same w sobie stanowią dekorację. Z ciekawą propozycją tego typu wyszła marka **Leonardo**, która pokazała lastryko w neonowych kolorach – róż, zieleń, niebieski – szaleństwo, ale jakie spektakularne i nietuzinkowe! ■

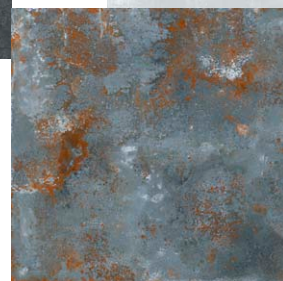
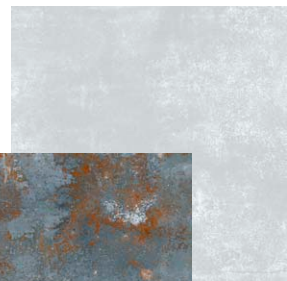


INDUSTRIALNY SZYK

JEŚLI MOWA O NIETUZINKOWOŚCI, TO NIE MOŻNA POMINĄĆ TRENDU NA GRUNGE! W TEN STYL WPISUJĄ SIĘ PŁYTKI METALIZOWANE, POSTARZANE, IMITUJĄCE MURY, POKRYTE RDZĄ – WSZYSTKO, CO WIELBICIELE LOFTOWEGO STYLU KOCHAJĄ.

TEKST: AGNIESZKA IWAŃSKA,
VISUAL MERCHANDISER, DZIAŁ PŁYTEK CERAMICZNYCH PGC

TAU Ceramica na **Cersaie** postawiła poprzeczkę bardzo wysoko – kolekcja **Metal**, a szczególnie kolor **Seagreen** w formacie 60x120 jest zjawiskowy. Metalizowana morska zieleń połączona z przetarciami o brązowych odcieniach wywraca grungowy świat ceramiki do góry nogami. Ta płytki odmieni każde wnętrze. Jest charakterna i niebezpieczna – łączenie jej ze słabszymi elementami gwarantuje ich przyćmienie. TAU odświeża również świetnie już pracującą kolekcję **Corten**. Natomiast **Foundry** od hiszpańskiej fabryki **Saloni** to seria z płytką bazową i dekorami w gotyckim stylu. Chłodna kolorystyka połączona z precyzyjnymi dekoracjami to wykwinność sama w sobie. Foundry dostępna jest w kilku formatach, dzięki temu wpasowuje się w intrygujące wnętrza, ba – ta kolekcja sama tworzy intrygujące wnętrza. Ciekawą propozycję w odpowiedzi na grungowy styl ma też wcześniej wspomniana **Ceramica Limone**. **Rockford** to kolekcja, obok której nie da się przejść obojętnie. Strukturalna, turkusowo-lazurowa powierzchnia płytki ozdobiona jest rdzawymi akcentami, co wywołuje intrygujące efekty wizualne. Niewątpliwie to połączenie kolorystyczne nawiązuje do najnowszych trendów i rokuje na kolejne lata. Wzór, który jest bezdyskusyjnie oryginalny, wpasuje się do wnętrza o industrialnej duszy, ale też takich wypełnionych artystyczną wizją. Płytki idealna do łazienki, ale też salonu. Równie dobrze sprawdzi się na tarasie, parametry tej kolekcji pozwalają na wykorzystanie jej na zewnątrz. Seria piękna i uniwersalna. ■

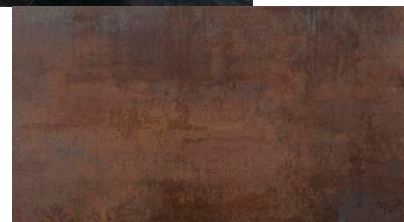


↑→ Płytki Rockford można znaleźć w ofercie marki Ceramica Limone

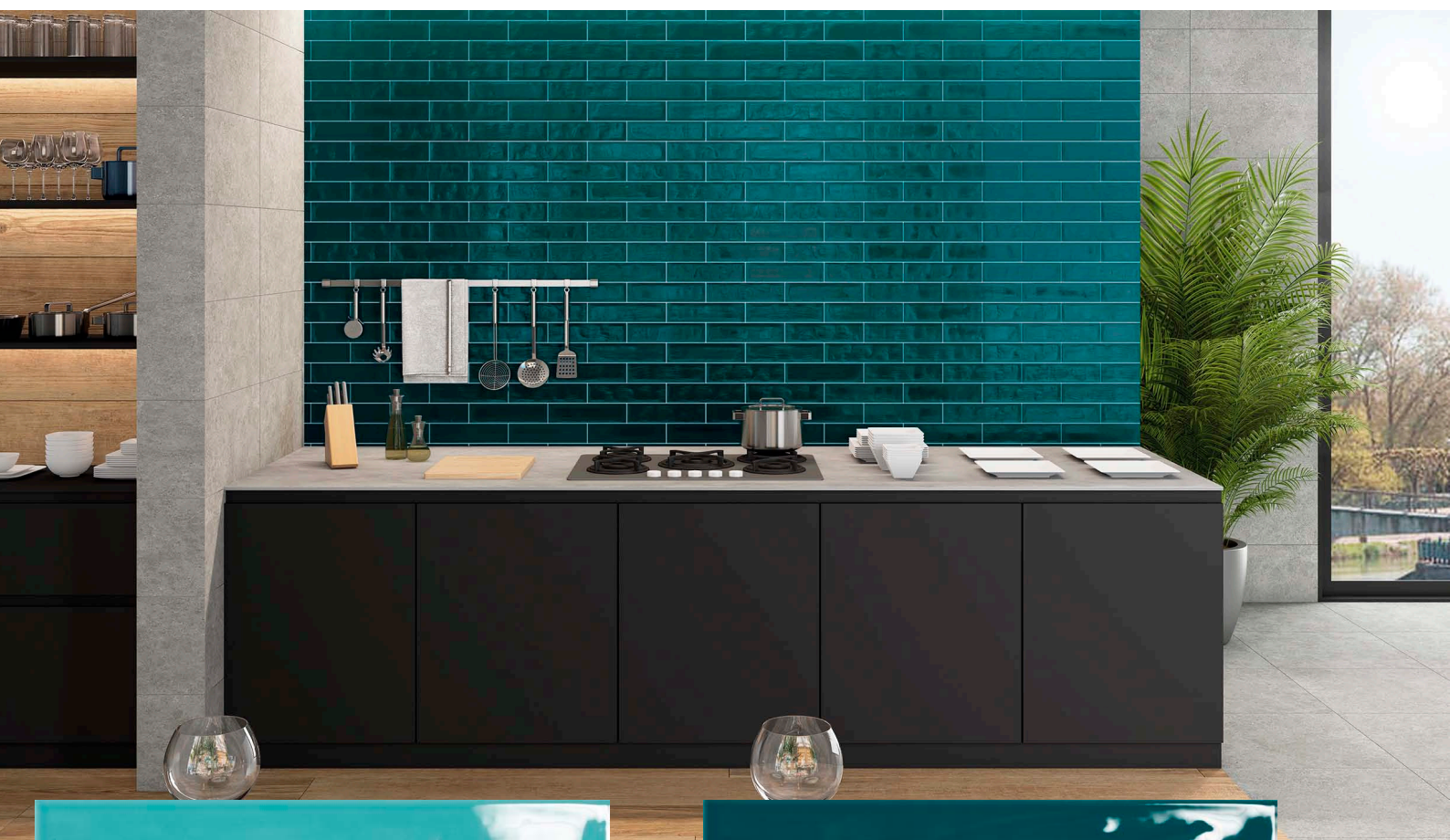
↓→ Foundry to
grungowa
propozycja marki
Saloni



→ Kolekcja
Corten
z portfolio
marki TAU
Ceramica



← Na moodboardzie marki
TAU Ceramica numerem 1
oznaczone są płytki Metal
w kolorze Seagreen



MALOWANE KOLORAMI NATURY

WŚRÓD GRUNGOWYCH PŁYTEK WYSTĘPUJE MNÓSTWO ZIELENI I BŁĘKITÓW. WYSTAWCY NA CERSAIE PRZEŁAMUJĄ DŁUGOLETNIĄ MODĘ NA SZAROŚCI I BEŻE I POKAZUJĄ KOLORY W RÓŻNYCH FORMATACH. PRODUCENCI WRACAJĄ DO NATURALNYCH BARW I CZERPIĄ Z NATURY. NA TARGACH PRAWIE NA KAŻDYM STANDZIE ZNALAZŁ SIĘ CIEMNONIEBIESKI AKCENT – KAFLE W ODCIENIACH INDYGO I GRANATU, PRZEZ KOBALT I CHABROWY BŁĘKIT, AŻ PO ULTRAMARYNĘ.

TEKST: AGNIESZKA IWAŃSKA,
VISUAL MERCHANDISER, DZIAŁ PŁYTEK CERAMICZNYCH PGC

Polska płytką to dobry wybór

KORNEL STUDZIŃSKI, LUXKON

Polskie płytki ceramiczne niczym nie różnią się jakościowo od płytek zagranicznych. W tej kategorii produktów stanowimy dziś światową pierwszą ligę. Zarówno pod względem wykorzystywanych technologii, jak również wzornictwa czy formatów polskie fabryki pozytywnie wyróżniają się na tle konkurencji. Doskonałym przykładem tych działań jest otwarta w 2018 r. w Starachowicach fabryka Cerrad, która wyposażona jest w maszyny i linie produkcyjne na najwyższym poziomie. Produkowane tam pod marką Ultime płytki dostępne są w rozmiarze 160x320 cm.

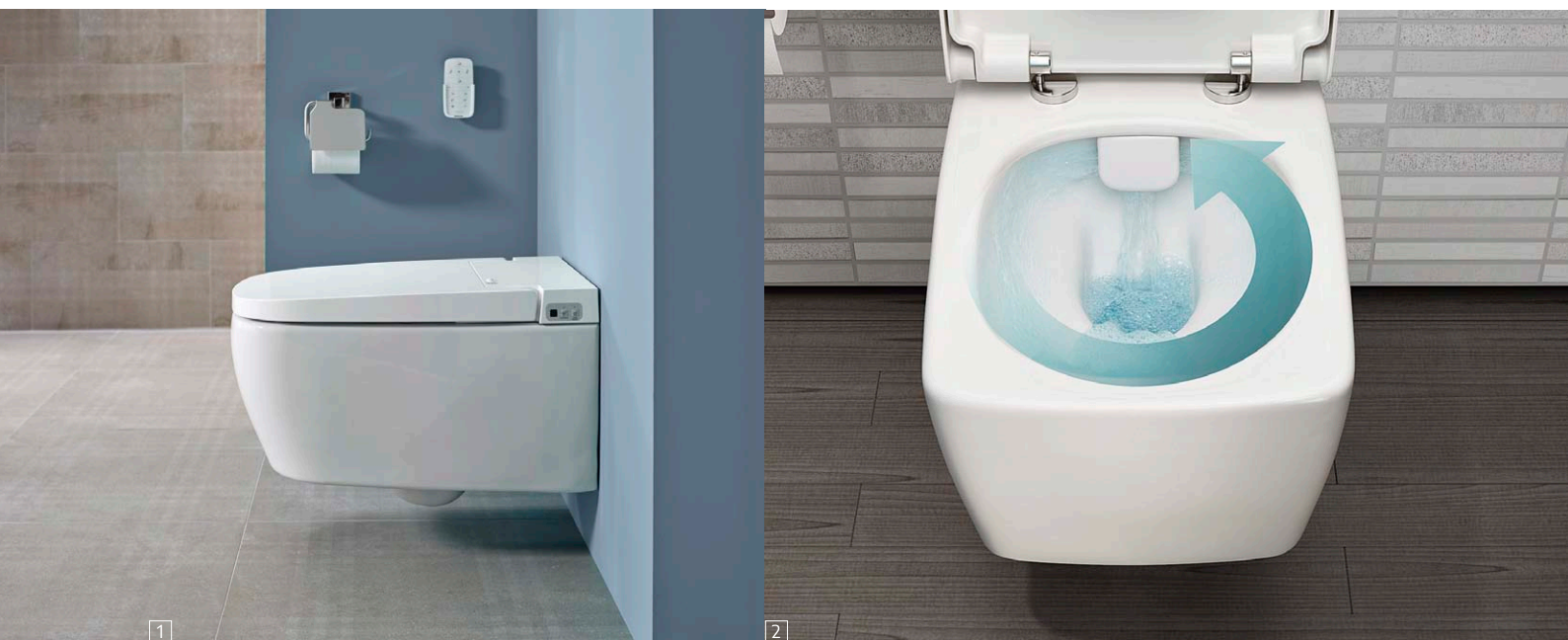
← TAU Ceramica i płytki z serii Maiolica

→ Bay to seria płytek marki Azteca

↓ Nowe płytki Oro marki LaFaenza w niebieskim odcieniu



Niebieski występował w trójwymiarowych płytkach, w mozaikach stylizowanych na marokańskie i w dużych formatach. Tutaj polska fabryka **Cerrad** wyszła naprzeciw oczekiwaniom gości Cersaie i zaprezentowała kamień Onyx Blue – przepiękny wzór, łączący w sobie różne odcienie, przypominający „Gwieździstą Noc” Van Gogha. Nic dziwnego, że dużą uwagę zwiedzających przykuła też seria **Bay**, której producentem jest **Azteca**. Bay – czyli „zatoka” tłumacząc z języka angielskiego. W kolorze Blue naprawdę można się zakochać i odpłynąć. To płytką pokrytą bardzo subtelnym odcieniem niebieskiego prześwitującym przez szarobiałą mgłę. Natomiast fabryka **TAU** zaprezentowała swoją „cegiełkę”. Seria **Maiolica** wpisuje się w trend kolorów natury – polecamy kolory: seagreen, royal blue oraz aquamarine. ■



ŁAZIENKA XXI WIEKU

OGROMNY WYBÓR DOSTĘPNYCH DZIŚ NA RYNKU MATERIAŁÓW WYKOŃCZENIOWYCH POZWALA NA TWORZENIE NIEPOWTARZALNYCH ŁAZIENKOWYCH ARANŻACJI W WIELU ROZMAITYCH STYLACH I ESTETYKACH. KAŻDY MOŻE WYKREOWAĆ INDYWIDUALNĄ PRZESTRZEŃ ODPOWIADAJĄCĄ JEGO UPODOBANIOM. NIEKTÓRE ŁAZIENKOWE TRENDY SĄ JEDNAK UNIWERSALNE I WARTO JE STOSOWAĆ W KAŻDEJ NOWOCZESNEJ ŁAZIENCIE – NIEZALEŻNIE OD TEGO W JAKIM STYLU JEST ONA UTRZYMANA.

TEKST: **TOMASZ KOWALCZYK**, PRODUCT MANAGER, DZIAŁ SANITARNY PGC

Rozwiązania bezkołnierzowe w segmencie misek w.c. szturmem podbiły rynek. Praktycznie każdy z producentów ceramiki sanitarnej opracował już własną technologię takiego ukształtowania miski w.c. aby wyeliminować wewnętrzny ceramiczny kołnierz – obecny w miskach tradycyjnych. Dzięki temu czyszczenie toalety jest łatwiejsze i bardziej skuteczne a splukiwanie bardziej ekonomiczne. Miskę w.c. tego typu posiada w swojej ofercie również marka Vitra. Jej system bezkołnierzowy **Rim-ex** jest dostępny w wielu modelach misek Vitra.

TOALETA DLA WYMAGAJĄCYCH

Najbardziej zaawansowanymi łazienkowymi rozwiązaniami dbającymi o naszą higienę są dziś toalety myjące. Łączą funkcjonalność standardowej miski w.c. i bidetu oferując nam tym samym oszczęd-

ność miejsca w łazience. Oprócz niej dają również wiele zaawansowanych możliwości – począwszy od podstawowych funkcji mycia i suszenia, po regulację temperatury wypływającej wody, automatyczne podnoszenie deski sedesowej czy pochłanianie zapachu. Przykładem takiego nowoczesnego rozwiązania jest toaleta myjąca **Vi-Care** marki Vitra.

SUBTELNE UMYWALKI

W świecie umywalek mamy dziś prawdziwy urodzaj typów, kształtów i materiałów. Jednak gdy weźmie się pod uwagę umywalki ceramiczne, nie sposób nie zauważyć, że stały się dziś one bardziej smukłe i delikatne. A wszystko to dzięki materiałom ceramicznym nowego typu, które pozwalają na osiągnięcie bardzo cienkich i delikatnych krawędzi. Umywalki z nich wykonane przypominają stoło-

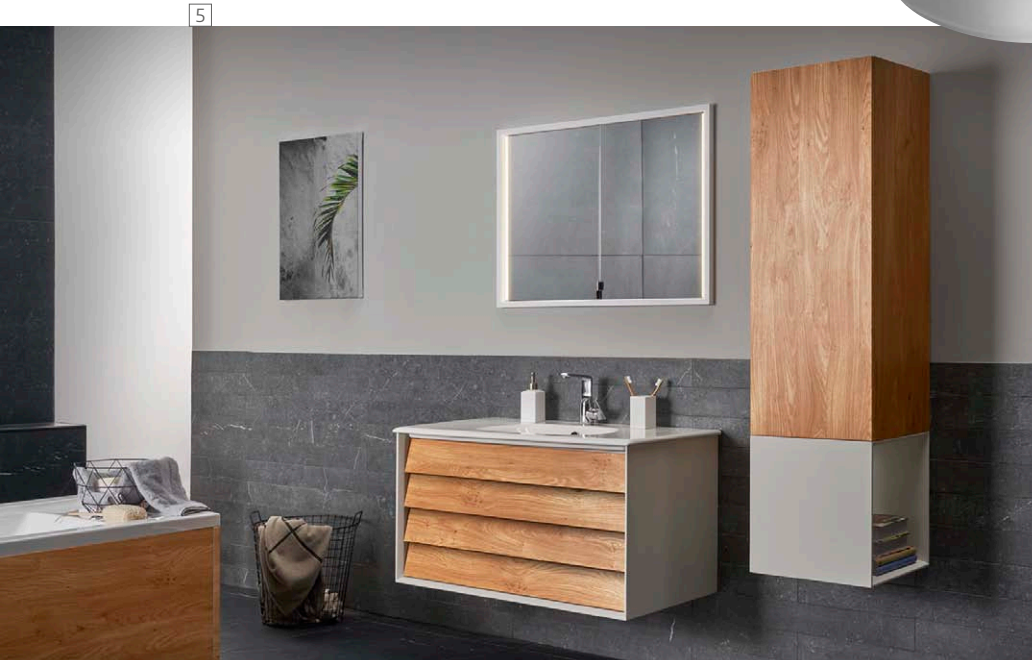
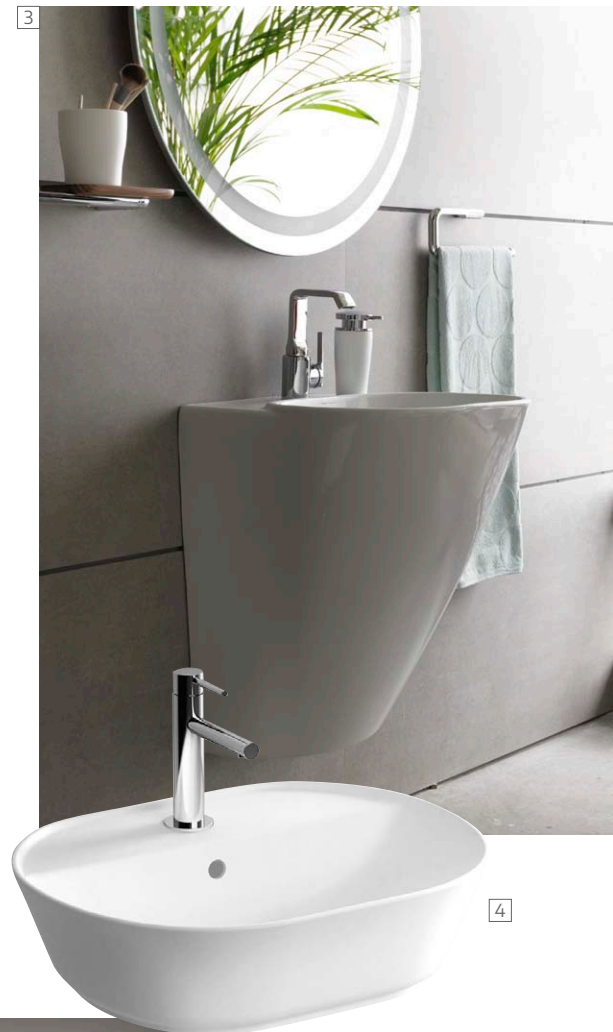
wą, delikatną porcelanę. Przykładem są umywalki nablatowe Vitra z serii **Geo**. Na drugim trendowym biegunie mieszczą się modele obszerne, głębokie, masywne (nawet mimo cienkich rantów) lub wolnostojące – takie jak np. z serii **Frame**.

SPRYTNE MEBLE

Nasze łazienki to zazwyczaj niewielkie pomieszczenia. Dlatego tak ważne jest optymalne wykorzystanie ich przestrzeni. Niemalą rolę do odegrania mają tu meble łazienkowe. Powinny być sprytne, wielofunkcyjne, organizujące przestrzeń w wygodny, inteligentny sposób. Producenci mebli do łazienek oferują ich serie w wielu możliwych opcjach, tak by użytkownik mógł indywidualnie konfigurować elementy – pod względem rozmiaru, wykończenia, sposobu montażu. Wygoda, funkcjonalność i dopasowanie do indywidualnych potrzeb mają tu bardzo duże znaczenie. Natomiast co do stylistyki – również do łazienek wkroczyła moda na wnętrza loftowe. Popularne są więc wykończenia ciemne, nawet czarne, albo też drewniane lub drewnopodobne – jak np. w kolekcji **Frame** marki Vitra.

HIGIENA Z PLUSEM

Na podniesienie poziomu higieny w łazience pozwalają również nowoczesne powłoki, takie jak np. **Vitra Clean**, które nawet w warunkach intensywnego użytkowania tworzą na powierzchni ceramiki łazienkowej dodatkową ochronę przed zanieczyszczeniami. Aby utrzymać powierzchnie pokryte specjalną powłoką w czystości, wystarczy przetrzeć je wilgotną szmatką i użyć łagodnego środka czyszczącego. Higienę zwiększają też systemy takie jak np. **VitraFresh** stosowane w miskach w.c. z serii Metropole oraz Nest. Przy każdym splukiwaniu do wody dodawany jest detergent, który czyści miskę i zarazem odświeża powietrze. ■



- 1 Nowoczesny design, łatwość obsługi, opcje mycia, suszenia a także m.in. odświeżania powietrza – to tylko niektóre zalety toalety myjącej Vi-care.
- 2 W technologii Rim-ex opracowanej przez markę Vitra oferowana jest np. widoczna na zdjęciu miska w.c. z serii Metropole.
- 3 Umywalka z serii Frame marki Vitra – masywna w swej formie i jednocześnie z delikatnymi, cienkimi rantami wewnętrznymi misy, dostępna jest również w kolorze czarnym.
- 4 Okrągłe, owalne lub prostokątne – umywalki nablatowe z serii Geo marki Vitra można dopasować do stylu każdej łazienki.
- 5 Wykończenie mebli Frame marki Vitra w kolorach jasnego dębu i matowej bieli to ułkon w stronę natury. W skład kolekcji wchodzi podwieszane szafki – podumywalkowe z szufladami i zamykany słupek z licznymi półkami. Kolekcję uzupełniają umywalki.

EMPORIA I ZOYA – ŁAZIENKA W NOWOCZESNEJ FORMIE!

W SALONACH NALEŻĄCYCH DO FIRM ZRZESZONYCH W POLSKIEJ GRUPIE CERAMICZNEJ MOŻNA ZNALEŹĆ NIEZAWODNE PRODUKTY WYPOSAŻENIA ŁAZIENEK O DOPRACOWANYM WZORNICTWIE, ZGODNE Z NAJNOWSZYMI TRENDAMI. WŚRÓD NICH JEST ASORTYMENT MAREK WŁASNYCH PGC – EMPORIA I ZOYA.

TEKST: JOANNA KRÓLIKOWSKA, SPECJALISTA DS. PRODUKTU, DZIAŁ SANITARNY PGC



Wanna Marlene marki Emporia



Umywalka Fibi marki Zoya



Umywalka Forlan marki Zoya



Wanna Emilia S marki Emporia

Wanny wolnostojące i umywalki marek **Emporia** oraz **Zoya** wpisują się w najbardziej aktualne trendy.

EMPORIA – STYL I FUNKCJONALNOŚĆ

Ekskluzywny asortyment marki Emporia skierowany jest do wymagających odbiorców poszukujących oryginalnych, estetycznych i zarazem niezawodnych produktów. Wśród trendów zaprezentowanych podczas targów Cersaie producenci zwrócili uwagę na nowoczesne wykorzystanie wanien wolnostojących, które nadają łazienkom charakter salonów kąpielowych. Takie wnętrza kojarzą się ze stylowymi aranżacjami, urządzoneymi z troską o najdrobniejsze detale. Wanny wolnostojące wiodą prym w designerskich projektach współczesnych łazienek

– dzięki ich wykorzystaniu łazienka prezentuje się nowocześnie i intrygująco.

Na rynku dostępnych jest wiele modeli, dlatego wybór nie jest prosty. Warto zastanowić się, jaka konwencja aranżacyjna będzie najbardziej funkcjonalna oraz czy wolimy klasykę, czy jednak bardziej pociąga nas nowoczesność i nietuzinkowość? A może eklektyzm, czyli łączenie różnych stylistycznie elementów w jednym wnętrzu? Niezależnie od tego, na który styl się zdecydujemy, pewnym jest, że wanna wolnostojąca będzie kojarzyć się z luksusem posiadania salonu kąpielowego, również w przypadku zaaranżowania jej w małych łazienkach.

Wanny Emporia są eleganckie i funkcjonalne – zaprojektowane zgodnie z nowoczesnym wzornictwem. Na szczególną uwagę zasługuje model **Marlene** marki Emporia – tegoroczny zwy-



Wiele wykończeń syfonów umywalkowych

ciężca plebiscytu „Design dla Konesera”. Nowoczesny kształt nawiązuje do wygodnego fotela, a podwyższona krawędź zapewnia komfort podczas kąpieli. Nietypowy kształt w połączeniu z rantem typu slim nadaje formie wanny finezji i elegancji, a całość zyskuje niezwykle designerski efekt. Wykonana z wysokiej jakości akrylu wanna ma wymiary 1680x730x800 mm. Obsługę armatury wannowej ułatwia zintegrowany przelew i syfon z korkiem typu click-clack.

Innym ciekawym wyborem nawiązującym do współczesnych trendów jest model **Emilia S**, w mniejszym rozmiarze: 1500x750x580 mm. To świetne rozwiązanie dla właścicieli niewielkich łazienek, w których funkcjonalne rozmieszczenie jest kluczowe. Dzięki kompaktowej wielkości aranżowanie niewielkich pomieszczeń jest proste i niezwykle efektowne. Posiadanie wanny wolnostojącej oprócz aspektów wizualnych, gwarantuje również relaks na najwyższym poziomie. Nieśpieszna kąpiel po ciężkim dniu pozwala poczuć się jak w profesjonalnym spa. Luksus, na który możemy sobie pozwolić na co dzień jest w zasięgu ręki, dzięki zastosowaniu modeli z oferty marki Emporia, dostępnych wyłącznie w salonach partnerskich Polskiej Grupy Ceramicznej.

ZOYA – INSPIRUJĄCA I PRAKTYCZNA

W wielu aranżacjach zaprezentowanych podczas bolońskich targów można było zauważyć różne formy umywalk nablatowych. Marka Zoya w swojej ofercie zawiera najmodniejsze odpowiedniki wpisujące się w ramy nowoczesnej łazienki. Niebanalne kształty w połączeniu z bielą ceramiki tworzą nowatorskie produkty, które stanowią ciekawy element wnętrza. To świetne rozwiązanie dla osób szukających oryginalnego wyposażenia do nowocześnie zaprojektowanej łazienki. Dzięki ich konstrukcji można w gustowny sposób wkomponować je w blat. Funkcjonalne, estetyczne i jednocześnie bardzo inspirujące modele marki Zoya to doskonały wybór, dzięki któremu wzbogacimy wykończenie wnętrza.

Na szczególną uwagę zasługuje model o wdzięcznej nazwie **Fibi**. Umywalka o wymiarach 425x425x125 mm stanowi designerskie, geometryczne dopełnienie blatu – połączenie umywalki z naturalnym kamieniem lub wciąż aktualnym trendowo drewnem sprawi, że nie będzie można przejść obok niej obo-

jętnie. Innym, równie modnym rozwiązaniem w ofercie Zoya jest **Forlan** o wymiarach 415x415x155 mm. Ta niewielka, okrągła umywalka to prawdziwa perła marki. Ze względu na swój finyzyjny kształt i rozmiar znajdzie zastosowanie również w połączeniu z wąskim blatem.

Nowatorska aranżacja łazienki jest prawdziwym wyzwaniem, dlatego warto wykorzystać ciekawostki zaczerpnięte prosto z branżowych targów. Chrom przez długie lata niezaprzeczalnie był królem łazienkowej przestrzeni. Pojawiał się w sąsiedztwie każdej umywalki oraz wanny. Nadszedł czas koloru – również w detalach, które przełamują klasyczne bazy. Jest to konsekwencją poszukiwania coraz to nowszych aranżacji, które znacznie zmieniły swoją rangę w naszej świadomości. Dziś nawet w łazience potrzebujemy otaczać się wyposażeniem o wyjątkowym wyglądzie. Współczesna łazienka ma być ciekawa i intrygująca, a nie jak dawniej zachowawcza i sterylna. Wychodząc naprzeciw obecnym trendom oferta marki Zoya została rozbudowana o nowoczesne wersje kolorystyczne syfonów i korków umywalkowych typu click-clack. Dostępne w najmodniejszych wariantach, poczynawszy od matowej czerni po złoto. W najbliższym czasie portfolio produktowe zostanie wzbogacone o kolejne produkty, m. in. kolorowe baterie, zdobione umywalki czy akcesoria łazienkowe w ciekawych odsłonach. Produkty marki Zoya można znaleźć wyłącznie w salonach Partnerów Polskiej Grupy Ceramicznej. ■



Umywalkowe korki click-clack są dostępne w wielu wykończeniach, w tym m.in. w kolorze czarnym



ŁAZIENKA NIE MUSI BYĆ NUDNA

**ODKRYJ
KOLEKCJĘ
MAIOLICA**

TAU
cerámica

TYLKO W SALONACH PARTNERÓW PGC

PGC POLSKA
GRUPA
CERAMICZNA

SALONY SPRZEDAŻY

AKCESS

strefadesignu

AKCESS

www.akcess.com.pl

Białystok, Elk



BOZ

www.boz.pl

Rzeszów, Tarnów



CERAMED

www.ceramed.pl

Bielsko-Biała



CERMAG

www.cermag.com.pl

Wrocław, Łódź, Opole,
Jelenia Góra



CMB

www.cmb.com.pl

Częstochowa



HOFF

www.salonhoff.pl

Kraków



HIPER-GLAZUR

www.hiperglazur.pl

Szczecin, Stargard



**IMEXtop
32**

IMEX TOP 32

www.imextop32.com.pl

Gdańsk

impero

IMPERO

www.impero.com.pl

Radom, Lublin



INGEMA

www.ingema.sk

Słowacja: Michałowce,
Koszyce, Trenczyn, Żylna,
Bratysława



JORAPOL

www.jorapol.pl

Płońsk, Płock, Sochaczew



KWADRAT
SALON CERAMIKI

KWADRAT

www.kwadrat.olsztyn.pl

Olsztyn



LUXKON

www.luxkon.pl

Konin, Kalisz, Kazimierz
Biskupi



SANIMEX

www.sanimex.pl

Gliwice, Katowice, Rybnik



SERVITOR

www.servitor.pl

Toruń, Bydgoszcz, Płock,
Inowrocław, Włocławek,



TERRANO

www.terrano.pl

Poznań, Piła, Zielona Góra