prestiż

magazyn trójmiejski

MIESIĘCZNIK BEZPŁATNY nr 1 (2023)

SZTUKA W PRZESTRZENI PUBLICZNEJ
Do kogo należy Sopot

MAGDA MOŁEK
Z własną kolekcją trójmiejskiej marki modowej

ESCOBAR, BUNTOWNICZKI I SURFERZY
Wszyscy kochali Renault 4

HYGGE W VERDE CLINIC

MEDYCZNA SZTUKA SZCZĘŚCIA

NAWROCKI | CLINIC

NOWA LOKALIZACJA

Gdańsk, ul. Kościuszki 2A **www.nawrockiclinic.com**

NOWY WYMIAR
STOMATOLOGII

LECZENIE
W ZNIECZULENIU
OGÓLNYM

AB INWESTOR

L A E S Q U I N A

Gdyński modernizm
z południowym charakterem

+48 788 028 222

sprzedaz@abinwestor.pl

abinwestor.pl

UL. 3 MAJA X STEFANA BATOREGO

GDYNIA CENTRUM

FORUM
GDAŃSK

NAJLEPSZE W KARNAWALE?
WYPRZEDAŻE W FORUM GDAŃSK!

Targ Sienny 7
www.forumgdansk.pl

NA OKŁADCE: VERDE CLINIC FOTO: BARTOSZ MODELSKI

nr 1/2023 (145) www.prestiztrojmiasto.pl

FELIETON

10 OD NACZELNEGO
12 KTO ROBI W KULTURZE, TEGO KULTURA NIE OBOWIĄZUJE – ARKADIUSZ HRONOWSKI
14 ZBIGNIEW CANOWIECKI - TRANSFER WIEDZY
16 ALE NUMER!
18 NOWE MIEJSCA

TEMAT Z OKŁADKI

20 HYGGE W VERDE CLINIC MEDYCZNA SZTUKA SZCZĘŚCIA

LUDZI

28 MICHAŁ HEROK SEOGROUP BENEFICJENCI CYFROWEJ REWOLUCJI

WIRTUALNE TRÓJMIASTO

36 TRÓJMIEJSKIE INSTASTORY - @JOANNA_B_JULIA

PODRÓŻE

38 ZANZIBAR Z SYNAMI SINDBADA NA MORZU

KULINARIA

42 KAMIL SADKOWSKI - MISTRZOWIE PATELNI
34 NA BEZRYBIU I ŚLEDŹ RYBA

DESIGN

50 JAKA PIĘKNA SAMOWOLKA – JAN SIKORA
52 SZTUKATERIA I DREWNO Z WIDOKIEM NA WRZESZCZ
56 SZTUKĄ W PORTOWE DZIELNICE!
62 POJEDYNEK RYSOWNIKÓW – PIĘKNO

MODA

64 MADE IN 3CITY – PRZĘDZA JĘDZA
68 MAGDA MOŁEK X RESERVED - CELEBRACJA ŻYCIA
74 DOLCE & GABBANA, GUCCI I... KATARZYNA KONIECZKA!

ZDROWIE I URODA

76 OBALAMY MITY ZWIĄZANE Z ODCHUDZANIEM
82 NIE TYLKO DIETA CUD
84 NOWOCZESNE TERAPIE W WALCE Z BÓLEM
85 AS DENT CLINICA NOWY WYGLĄD, SPRAWDZONE LECZENIE

KULTURA, SZTUKA I ROZRYWKA

86 SZTUKA JEST NASZA!
96 BIBLIOTECZKA PRESTIŻU
98 PRESTIŻOWE IMPREZY

MOTORYZACJA

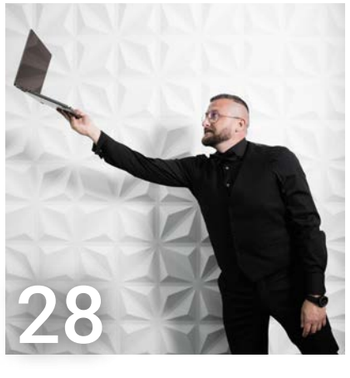
102 NOWY NISSAN X-TRAIL - REWOLUCYJNY, ZELEKTRYFIKOWANY NAPĘD!
106 RENAULT 4 - PABLO ESCOBAR, BUNTOWNICZKI I SURFERZY

BIZNES

110 NASZ KLIENT BOT
116 WYJĄTKOWE MIEJSCE DO ŻYCIA DLA AKTYWNYCH SENIORÓW

KRONIKA PRESTIŻU

118 POKAZ NOWEGO BMW XM OD BMW ZDUNEK
119 CHARYTATYWNA KOLACJA W RESTAURACJI DUCHA66
120 DZIEŃ DOSTAWCY W GDAŃSKU
121 „PRETEKST", CZYLI WERNISAŻ WYSTAWY MALARSTWA ANDRZEJA TUŹNIKA



W KONFRONTACJI O SZTUKĘ

Do kogo należy sztuka w przestrzeni publicznej? Kto powinien decydować o tym co pojawia się na ulicach naszych miast? Urzędnicy, którzy zarządzają miastem, sponsorzy, którzy ją finansują, artyści, którzy ją tworzą, a może mieszkańcy, bo przecież to do nich należy miejsce w którym żyją? Od razu uprzedzę – nie znam odpowiedzi na to pytanie, to raczej punkt wyjścia do dyskusji, której impulsem może być nowy mural na sopockiej Aldze. To charakterystyczny pawilon w sercu Sopotu. Na jednej z jego ścian od lat widniał błękitny mural autorstwa Mariusza Warasa, doskonale wpisujący się w otoczenie. Aż do jesieni ub. roku, gdy w jego miejsce pojawił się zupełnie nowy, przedstawiający fragment obrazu Józefa Czerniawskiego. Nie tylko wygląd samego muralu, ale i zniszczenie poprzedniego wywołał kontrowersje. Zresztą przykładów w Sopocie jest więcej, chociażby rzeźba „Echo", czy też graffiti na stacji SKM Kamienny Potok. Można by je mnożyć. Zresztą nie tylko w samym Sopocie, ale przestrzeni publicznej w każdym mieście.

Czy więc o dziele – jak w przypadku wspomnianego na początku muralu – powinien decydować jego sponsor i urzędnik? Czy też artyści i mieszkańcy?

Sami artyści szukają wolności w tworzeniu, a jej istotą jest realizacja własnej koncepcji i niepowtarzalność. Z kolei prace zamawiane przez instytucje publiczne są z góry ukierunkowane co do tematu. Jeżeli temat jest szeroki to można się wykazać, gorzej jeżeli urzędnik wie lepiej czy dane dzieło jest właściwe. A tak się niestety zdarza.

Mieszkańcy to gospodarze przestrzeni i najważniejsi odbiorcy. Teoretycznie mają wpływ na tą przestrzeń, bo poprzez wybranych w wyborach swoich reprezentantów. A jak jest w praktyce? No właśnie. Z punktu widzenia mieszkańca nie ma różnicy pomiędzy dziełem, które wspólnie wybrali sponsor i urzędnik, a pojawieniem się nielegalnego graffiti. Na jedno i drugie nie mieli wpływu. Pozostaje oczywiście kwestia gustu i majestatu prawa.

Są jeszcze budżety obywatelskie, dzięki, którym mogą mieć bezpośredni wpływ na otoczenie. Tak, to dobry kierunek, ale wciąż jest drobnicą w porównaniu do całości. Z drugiej strony takie demokratyczne kształtowanie sztuki i tak nie daje wolności artystom - nieważne, czy temat narzuci sponsor, urzędnik, czy zostanie wybrany w głosowaniu. To wciąż będzie temat odgórnie narzucony. Jest też inny czynnik na który wskazują też sami artyści - gust większości nie gwarantuje jakości.

Mamy wreszcie urzędnika, który zarządza pieniędzmi publicznymi. Został do tego powołany, stąd musi mieć możliwość decydowania komu i na co przekazuje nasze pieniądze. Tylko w jakim stopniu? W feudalizmie dwór książęcy czy królewski wybierał artystów jakich chciał i zamawiał u nich co tylko chciał. W demokracji są już inne reguły. Tzn. powinny być. To samo dotyczy sponsorów, którzy decydują się na sfinansowanie dzieł w przestrzeni publicznej. Z jednej strony wykładają kasę, więc powinni mieć wpływ na co wydają pieniądze, z drugiej powinni pamiętać, że przestrzeń, którą chcą urządzać jest naszą wspólną własnością.

Przy okazji tych dywagacji ciekawe jest zjawisko dotyczącego samego graffiti, które też jest sztuką, z tym, że ulicy. Powstało jako kontrkultura, nielegalny wyraz sprzeciwu i buntu. Dzisiaj oczywiście rozszerzyło swoje granice, obok nielegalnych graffiti, powstają też dzieła legalne i komercyjne. To z kolei wytwarza podziały w środowisku. Stąd sytuacja do jakiej doszło na dworcu SKM Kamienny Potok w Sopocie, gdzie graficiarze zamalowali dość świeży mural. Posypały się głosy krytyki. Trudno się dziwić. Mural powstał z pieniędzy przegłosowanych w budżecie obywatelskim. Był to więc wybór mieszkańców, a nie urzędników czy sponsorów. Graficiarze odpierają zarzuty - im z kolei podobał się mural Warasa, a ktoś podjął sobie decyzję, by go zamalować. Choć z pewnością nie to było motywem ich działań - dla osoby znającej tą kontrkulturę ta reakcja była do przewidzenia. Pociągi, dworce, blaszaki to naturalny obszar ich aktywności.

I znajdź tutaj złoty środek. Chcecie dowiedzieć się co o tym myślą eksperci i osoby mające wpływ na przestrzeń Sopotu? Zajrzyjcie do tekstu „Sztuka jest nasza". Może Wam przyjdą do głowy ciekawe wnioski. W końcu to nasza wspólna przestrzeń.

Tematy związane ze sztuką od zawsze były w Prestiżu bardzo widoczne, a zapewniam, że będzie ich tylko przybywać. Chociażby dlatego, że w tym numerze jako nasz felietonista debiutuje Jan Sikora, uznany architekt wnętrz i profesor gdańskiej ASP. Zaczyna całkiem niewinnie, bo od „obgadywania" konkurencji, a przecież to dopiero początek cyklu „Jaka piękna samowolka". Zapraszam do lektury.

Michał Stankiewicz

MAGAZYN PRESTIŻ
miesięcznik bezpłatny

ul. Moniuszki 10, 81-829 Sopot
redakcja.trojmiasto@emsgroup.pl
www.prestiztrojmiasto.pl
www.facebook.com/prestiz.trojmiasto
www.issuu.com/prestiz

Redaktor Naczelny:
Michał Stankiewicz

Zastępca Redaktora Naczelnego:
Klaudia Krause-Bacia

Sekretarz redakcji:
Joanna Bieńkowska

Redakcja:
Michalina Domoń, Bartosz Gondek, Szymon Kamiński, Katarzyna Kobiela, Halina Konopka, Marta Legieć, Marcin Wiła

Stali felietoniści:
Zbigniew Canowiecki,
Arkadiusz Hronowski

Szef działu foto: Karol Kacperski

Skład: Kamil Żurek

Redakcja nie odpowiada za treść reklam

MS GROUP

Wydawca:
MS Group Sp. z o.o.

al. Grunwaldzka 56 lok. 202
80-241 Gdańsk
NIP: 9571059132

Prezes:
Michał Stankiewicz,
stankiewicz@emsgroup.pl

Dyrektor zarządzający:
Maria Bek, bek@emsgroup.pl

Szef działu eventów:
Aleksandra Staruszkiewicz,
staruszkiewicz@emsgroup.pl

Dyrektor sprzedaży:
Marta Blendowska, tel. 791 971 399

Reklama i promocja:
Krzysztof Nowosielski, tel. 533 200 779
Aleksandra Staruszkiewicz, tel. 606 603 416

Najlepsze łodzie motorowe w cenie samochodu.

Spraw świąteczny prezent sobie i najbliższym.

SAXDOR YACHTS FINNMASTER GRANDEZZA HUSKY

Koniec odbiorów na sezon 2023.
Finansowanie, dostawa, marina, opieka, serwis, parking, szkolenia, apres-sail, czartery, concierge.

Salon sprzedażowy, marina firmowa i siedziba Twojego klubu. Super Yachts Club w Gdyni.

Chciałbyś spróbować jachtingu ale nie wiesz od czego zacząć? Mamy dla Ciebie wszystko na miejscu.
Zapraszamy na spotkanie z naszymi konsultantami.

SUPER YACHTS | SUPER YACHTS CLUB
UL. HRYNIEWIECKIEGO 10
81-340 GDYNIA

INFO@SUPERYACHTS.PL | +48 600 877 791 | +48 606 875 482 | +48 600 003 268
SUPERYACHTS.PL | SUPERYACHTSCLUB.COM

SUPER YACHTS
Dostawca najlepszych jachtów i łodzi od 1967 roku

SUPER YACHTS CLUB

KTO ROBI W KULTURZE, TEGO KULTURA NIE OBOWIĄZUJE

ARKADIUSZ HRONOWSKI
od 2001 roku zawiaduje sopockim SPATiF-em. Odpowiada za serwis muzyki niezależnej Soundrive.pl oraz festiwal muzyki alternatywnej Soundrive Festival. Na stoczniowych terenach w Gdańsku stworzył klub B90 oraz współtworzy Ulicę Elektryków, Plenum i Plener 33. Od niedawna w Krakowie współorganizuje Mystic Festival. Najmłodsze dziecko to nowy, alternatywny klub muzyczny DRIZZLY GRIZZLY.

DEWIZOWA KRÓLOWA

Z zaciekawieniem przystąpiłem do oglądania nowego polskiego serialu o losach trzech kobiet, które w gierkowskim okresie PRL-u w Sopocie zarabiały w dewizach, świadcząc przyjemne usługi osobnikom, których stać było na wydanie 50 dolarów za półgodzinną przyjemność. A była to przypominam równowartość przeciętnej pensji krajowej. Już pierwsze 15 min pierwszego odcinka uświadomiły mi jak wielkim gniotem będzie ten serial, ale coś w nim było takiego, że im dalej w las tym bardziej przecierałem oczy ze zdziwienia. I tak dobrnąłem do 10 odcinka, czyli do końca.

I wcale to nie był masochizm, bo z każdym kolejnym odcinkiem zastanawiałem się co w głowie mieli autorzy tego serialu, ile filmów się naoglądali i ile z tych filmów chcieli pokazać polskiemu widzowi. To była zaiste świetna rozrywka, bo od czasu kiedy sam kręciłem niszowe filmy dawno się tak nie bawiłem. No ale ja byłem amatorem i wolno było mi robić takie głupstwa. Serial się skończył i do dziś nie wiem o co w nim chodziło, ale przypomniała mi się historia kobiety z mojego dosłownie podwórka. Miałem wówczas 10, może 12 lat. W blokach dookoła mieszkali zwykli ludzie wiodący spokojne, socjalistyczne życie. Okazało się, że wśród nas mieszka też pewna tajemnicza kobieta. Była piękna, wprost bogini, wysoka, miała długie, ciemne i błyszczące włosy, piękne i naturalne usta, do tego niski, ale delikatny głos. Kiedy wychodziła z klatki każdego popołudnia, to jakby wychodziła Dalida na kolejny swój występ. Zawsze podjeżdżał po nią kierowca. Był koniec lat siedemdziesiątych jak w owym serialu. Wszyscy się mniej lub bardziej w niej podkochiwaliśmy, bo była kimś nie z tej ziemi. I te jej stroje, okulary słoneczne, buty. Codziennie inne, zagraniczne. Nie znaliśmy nawet jej imienia. Ale czar lekko prysł, kiedy dość szybko usłyszałem od zbulwersowanych sąsiadów, że nasza królowa to dewizowa kurwa. Nie bardzo wiedziałem kto to jest dewizowa kurwa, bo kurwy kojarzyły mi się raczej z jakąś podpitą dziwką z ulicy. Wtedy już co nieco wiedziałem o życiu. Niemniej i tak każdego, kolejnego letniego dnia czekaliśmy na podwórku, aż nasza królowa wyjdzie z klatki i odjedzie w siną dal, by powrócić wczesnym rankiem, kiedy wszyscy jeszcze smacznie spaliśmy. I tak mijały miesiące, aż nagle zauważyliśmy iż nasza królowa ma synka. Królowa zaczęła z nim wychodzić na miasto. Był to kędzierzawy o równie ciemnych włosach jak królowa słodki grubasek, odziany w ciuszki jak z angielskich szkół. Jej synek miał może 6 lat, ale nigdy nie wypuściła go na nasze podwórko. Być może wcześniej wychowywała go babcia aby mama mogła ustatkować swoją sytuację materialną. Nie wiem czy ten chłopiec kiedykolwiek poszedł do jednej z naszych podstawówek, ale chyba nie, bo nagle zniknął. Być może znów powrócił do babci. Królowa też nagle zniknęła. Spotkałem ją kilka lat później w klubie żeglarskim, którego byłem członkiem. Podpłynęła wtedy motorówka jak z filmu. Za jej sterami siedział przystojny mężczyzna, a z tyłu siedziały dwie kobiety odziane w bikini. Jedna z nich w białym bikini była naszą królową. Była jeszcze piękniejsza, zgrabna do bólu, opalona, posąg. Wtedy już potrafiłem patrzeć na kobietę inaczej. Uśmiechnęła się do mnie kiedy stałem przy kei wpatrzony i zahipnotyzowany. Gdzieś tam przez chwilę znów przemknęła mi „dewizowa kurwa", ale kompetnie miałem to gdzieś. Po chwili odpłynęli i nigdy już nie widziałem królowej. Pewnie wyemigrowała, wyszła za mąż za kogoś przystojnego i bogatego i do dziś wiedzie wystawne życie. Była zabójczo przystojna, więc pomimo upływu wieku wciąż musi być piękna. A jej synek pewnie dziś zarządza jakąś firmą i ma żonę na podobieństwo swojej matki. W serialu mieliśmy okazję oglądać trzy kobiety w różnym wieku. Wszystkie odważnie w każdym odcinku błyszczały swoim ciałem i nie miały się czego wstydzić. Serial jedynie odrobił lekcje pod względem kostiumów, przedmiotów i wnętrz. Tylko po co kręcić film w Międzyzdrojach, którego akcja dzieje się w Sopocie? Międzyzdroje są rzut beretem od Świnoujścia, w którym mieszkała nasza królowa. Zagrała też Gdynia i wejście do kasyna Marynarki Wojennej, które było wejściem do domu jednej z głównych bohaterek. Tam też kręciliśmy przed laty jedną z dłuższych scen naszej amatorskiej produkcji.

ZBIGNIEW CANOWIECKI

Absolwent Politechniki Gdańskiej. Doktorat uzyskał na Uniwersytecie Gdańskim. W latach 1981-2007 Prezes Zarządu i dyrektor giełdowej spółki „Centrostal S.A.". Sprawował społecznie wiele funkcji m.in. Prezydenta Pomorskiej Izby Przemysłowo-Handlowej, Przewodniczącego Sejmiku Gospodarczego Województwa Pomorskiego, Przewodniczącego Pomorskiej Rady Przedsiębiorczości, Prezydent „Pracodawców Pomorza".

TRANSFER WIEDZY

Najważniejszą rolą nowoczesnej uczelni wyższej , oprócz kształcenia i działalności naukowo- badawczej, jest transfer wiedzy i technologii do społeczeństwa. Aby ta współczesna misja ośrodka akademickiego mogła być realizowana, wymagana jest stała współpraca uczelni z otoczeniem społecznym i gospodarczym, działalność na rzecz społeczności lokalnej, angażowanie się w procesy rozwojowe, odpowiadanie na zapotrzebowanie otoczenia gospodarczego oraz aktywne współdziałanie przy wdrażaniu wyników badań naukowych. Coraz częściej problemy wymagające wsparcia naukowego są na pograniczu wielu dziedzin naukowych i nawet ich zdefiniowanie może być niezwykle trudne. Samorząd lokalny, poruszając problem urbanistyczny danego terenu, nagle musi zmierzyć się z problemami historycznymi miejsca oraz środowiskowymi, konserwatorskimi, ekonomicznymi, społecznymi czy ludnościowymi. Przedsiębiorca, produkujący sprzęt wykorzystywany w ochronie zdrowia, chcąc rozwiązać problem związany z modernizacją produktu musi rozstrzygnąć czy jest to problem bardziej medyczny czy techniczny. Najchętniej jednak problem ten zlecił by interdyscyplinarnemu zespołowi naukowców. Stąd też nadzieja, że powstały Związek Uczelni Fahrenheita, w skład którego wchodzi Gdański Uniwersytet Medyczny, Politechnika Gdańska i Uniwersytet Gdański, stworzy wspólną platformę oferującą wiedzę, możliwości techniczne, laboratoryjne i badawcze tych uczelni wszystkim przedsiębiorcom, organizacjom czy urzędom potrzebującym takiego wsparcia. Wówczas byłoby również możliwe bardziej skoordynowane, systemowe stymulowanie i inicjowane procesów współpracy pomiędzy uczelniami a partnerami oraz wspólne aplikowanie o finansowanie zewnętrzne.

Należy podkreślić, że wszystkie uczelnie należące do Związku Fahrenheita mają już znaczące doświadczenie w budowaniu wzajemnych relacji z otoczeniem i skuteczną komercjalizacją wyników badań naukowych. Już dwadzieścia lat temu Politechnika Gdańska, jako jedna z pierwszych polskich uczelni, utworzyła jednostkę zajmującą się współpracą z przedsiębiorcami i transferem technologii z uczelni do gospodarki. Zespół brokerów innowacji w oparciu o kontakty z biznesem inicjuje powstawanie zespołów realizujących projekty badawczo-rozwojowe. Centrum Transferu Technologii PG realizuje programy wpływające na podnoszenie gotowości technologicznej rozwiązań opracowanych przez pracowników naukowych oraz dostosowywanie ich pod potrzeby konkretnych przedsiębiorców. Na bazie wyników prac badawczych powoływane są, poprzez spółkę celową uczelni – Excento, podmioty zajmujące się komercjalizacją konkretnych innowacyjnych projektów lub technologii. Podobny zakres działań ma Centrum Transferu Technologii Gdańskiego Uniwersytetu Medycznego realizujące prace badawczo-rozwojowe w zakresie świadczonych usług zleconych dla firm. Poprzez programy takie jak Inkubator Innowacyjności 4.0 rozwijane są projekty naukowe w zakresie urządzeń medycznych, aplikacji mobilnych czy nowych technik laboratoryjnych o potencjale wdrożeniowym, podnosząc ich poziom gotowości technologicznej do wymogów odbiorców. W ramach działalności międzynarodowej Europejskiego Instytutu Innowacji i Technologii, zrzeszającego ponad 280 europejskich organizacji, Centrum Transferu Technologii GUMed współuczestniczy w organizowanych kursach, seminariach i sesjach mentorskich umożliwiających studentom i doktorantom zdobycie umiejętności w zakresie komunikacji, współpracy, zrozumienia potrzeb klienta oraz myślenia projektowego i zarządzania strategicznego. Uczelnia w ramach Inicjatywy Doskonałości - Uczenia Badawcza realizuje Inkubator GUMed, który umożliwia uzyskanie wsparcia na realizację prac badawczo-rozwojowych i przedwdrożeniowych. Uczelnia komercjalizuje wyniki badań naukowych także poprzez swoją spółkę celową - Centrum Innowacji Medycznych, obejmując udziały w spółkach kapitałowych wdrażających efekty badań. Z kolei Uniwersytet Gdański na internetowej stronie swojego Centrum Transferu Technologii, poza imponującą prezentacją uczelni i jej możliwości naukowo - badawczych deklaruje: „Łączymy naukę z biznesem", zachęcając do wykorzystywania siły nauki w gospodarce. W ramach projektu Inkubator Innowacyjności 4.0 realizowane są przez Centrum projekty, które mają na celu podnoszenie gotowości technologicznej, przy udziale interdyscyplinarnych zespołów – zarówno z dziedziny nauk medycznych, chemii, biologii a także fizyki kwantowej. W ramach Uniwersytetu Gdańskiego funkcjonuje spółka celowa o nazwie Univentum Labs, przy pomocy której pracownicy naukowi mogą realizować prace zlecone oraz tworzyć spółki wdrożeniowe.

Pomimo identycznych nazw Centrów Transferu Technologii we wszystkich Uczelniach Fahrenheita oraz podobnego zakresu działania podejście poszczególnych uczelni do współpracy ze swoim otoczeniem, w tym z gospodarką jest zdecydowanie różne. Inny dorobek, inne doświadczenia, inne postrzeganie potrzeb danego środowiska naukowego i może nawet inne potrzeby. Dlatego też konsolidacja tych doświadczeń i możliwości na rzecz wykonania kolejnego kroku w celu zbliżeniu nauki do społeczeństwa i gospodarki jest ze wszech miar wskazana i oczekiwana.

WYPRZEDAŻ 2022

Toyota Yaris Cross Hybrid
już od 102 300 zł

Najniższa cena z ostatnich 30 dni – 105 300 zł

Dostępna od ręki

Sprawdź rabaty na inne modele dostępne od ręki w wyprzedaży

TOYOTA CARTER GDAŃSK
al. Grunwaldzka 260
80-314 Gdańsk

T. 58 340 22 22

TOYOTA CARTER CHODZEŃ
ul. Magnacka 9
80-180 Kowale

T. 58 575 55 55

www.chodzen.pl

ALE **NUMER!**

1,9 MLN ZŁ

Trzeba było zapłacić za najdroższe auto, jakie zostało sprzedane w 2022 roku przez gdańskich dealerów. Do transakcji doszło w BMG Goworowski, a zwycięskim modelem jest Mercedes-Maybach S 680, który został zaprojektowany przez Virgil Alboh, znany z projektów dla Louis Vuitton. Sprzedane auto było jednym ze 150 sztuk, jakie pojawiły się na rynku.

10 HIBOXÓW

Pojawiło się na oliwskim i sopockim kampusie Uniwersytetu Gdańskiego, a także przy akademikach uczelni. Czym one są? To skrytkomaty, działające na energie słoneczną, przez co ekologiczną. Mają one służyć zarówno studentom, jak i wykładowcom w ramach komunikacji i przekazywania materiałów czy dokumentów. Dodatkowo można zamówić do niego przesyłki czy zakupy.

63,7 MLN ZŁ

Ma kosztować przebudowa ul. Kielnieńskiej na gdańskiej dzielnicy Osowa. Przetarg wygrała spółka Polimex Mostostal, która zaoferowała najniższą sumę i nie przekroczyła zakładanego budżetu w wysokości 85 mln zł. Prace mają rozpocząć się na początku 2025 roku i potrwają dwa lata.

43 KM

Trasy Kaszubskiej zostało ukończone i otwarte dla pojazdów, które mogły wypróbować jazdę po nowej nawierzchni 21 grudnia 2022 roku. Prace kosztowały ponad 2 mld złotych, a jej zadaniem jest poprowadzenie aut w kierunku Szczecina, Lęborka i Słupska z ominięciem Rumi, Redy i Wejherowa. W budowie są jeszcze niektóre odcinki, jak np. te między Lęborkiem a Słupskiem.

27 TYS. ZŁ

Udało się uzbierać w ramach akcji „wypożycz choinkę", jaką organizowano w Gdańsku w Zakładzie Utylizacji. Podczas wydarzenia nowy dom znalazło 250 drzewek, jedynym warunkiem adopcji była wpłata 100 zł na rzecz Pomorskiego Ośrodka Rehabilitacji Dzikich Zwierząt „Ostoja".

96 LAT

Ma zabytkowy tramwaj Bergmann, będący w posiadaniu Gdańskich Autobusów i Tramwajów. W najbliższym czasie ma potrwać jego półroczna modernizacja, polegająca na wyremontowaniu i doprowadzeniu go do stanu takiego, w jakim znalazł się zaraz po produkcji w Gdańskiej Fabryce Wagonów w 1927 roku.

1 MLD ZŁ

Za taką kwotę zostało sprzedane Forum Gdańsk. Nowym nabywcą jest firma NEPI Rockcastle, a do przekazania budynku szykowano się od roku, jednak całość musiał zaopinować Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów. Jednocześnie jest to największa suma do zapłaty przy transakcji zakupy centrum handlowego w Europie Środkowej i Wschodniej w mijającym roku.

60 LAT

O tyle lat datuje się, że miasto Gdańsk może być starsze niż jest w rzeczywistości. A dlaczego? Wszystko przez nowe wykopaliska archeologiczne w gdańskim ratuszu, które odkryły szczątki osady i konstrukcji drewnianych, których powstanie można datować na lata 30. X wieku. Dodatkowo trafiono także na fragmenty glinianych naczyń. Miejsce zostanie przebadane.

sto
Budować świadomie.

Czyste powietrze

StoColor Photosan

- farba fotokatalityczna
- redukuje powstawanie w powietrzu drobnego pyłu poprzez rozkład tlenków azotu (NOx), ozonu i lotnych związków organicznych (VOC)
- jednorazowa inwestycja zapewnia stałą ochronę środowiska poprzez redukcję szkodliwych substancji
- chroni elewację przed glonami, grzybami i szarzeniem, wydłuża okresy pomiędzy renowacjami
- skuteczna zarówno przy bezpośrednim nasłonecznieniu elewacji, jak również na ścianach północnych lub przy silnym zachmurzeniu
- odporna na działanie promieniowania UV
- nie zawiera biocydów
- współczynnik przenikania pary wodnej: duży (klasa V1 wg EN ISO 7783-2)
- przepuszczalność wody: mała (klasa W3 wg EN 1062-1)

Sto iQ Intelligent Technology

Marka Sto iQ – Intelligent Technology to innowacyjne produkty o wyjątkowych funkcjach.

VLC Technology – A clever solution for clean air

Farba elewacyjna z opatentowaną technologią VLC (Visible light catalyst) do redukcji zanieczyszczenia powietrza

Należy bezwzględnie przestrzegać wytycznych zawartych w instrukcjach technicznych produktów i dopuszczeniach.

NOWE MIEJSCA

SOHOT TACOS & TEQUILA

Ciepłe, przyjazne miejsce, w którym można się zrelaksować, ale przede wszystkim delektować się barem z Tequilą i Mezcalem, koktajlami oraz meksykańskim jedzeniem. A może macie ochotę przetańczyć noc do wspaniałych melodii lub być zabawiany przez przyjazny personel baru? Już teraz warto zarezerwować swoją imprezę dla pracowników, urodziny lub po prostu spotkanie z przyjaciółmi, by na długo zapamiętać ten wieczór w niesamowitych rytmach!

Bohaterów Monte Cassino 53, 81-767 Sopot

MAZDA BMG GOWOROWSKI

Teraz coś dla fanów motoryzacji. W Gdańsku otwarty został nowy salon marki Mazda, który znajduje się obok istniejącego już obiektu BMG Goworowski. Dzięki powstaniu nowego obiektu zwiększyła się powierzchnia wystawowa, a pod salonem powstała hala serwisowa oraz parkingowa. Ponadto dostępność usług dwóch marek (Mercedes i Mazda) stała się lepiej dostępna, a co za tym idzie skrócił się czas oczekiwania na serwis.

Elbląska 81, Gdańsk

Cukiernicze Atelier Marta Rietz
PRACOWNIA TORTÓW I SZKOLENIA

CUKIERNICZE ATELIER MARTA RIETZ

Teraz coś dla prawdziwych łakomczuchów. Miejsce, gdzie nie liczą się kalorie, a stawia się na przeżycia estetyczne i smakowe. Marta, właścicielka tego lokalu, od 2015 roku prowadzi własną pracownię tortów artystycznych oraz prowadzi szkolenia cukiernicze. Dzięki zdobytemu doświadczeniu tworzy małe dzieła sztuki. Można tutaj zamówić słodkości na każdą okazję i okoliczność – do wyboru są m.in. babeczki, muffiny, deseri, tartaletki, bezy czy ciasteczka.

Gałczyńskiego 18/20, Gdańsk

IZI KUCHNIE

IZI KUCHNIE

To miejsce, gdzie znajdziesz nowe meble wysokiej jakości w przystępnej cenie do swojej kuchni. Za sprawną obsługę odpowiedzialny jest zespół pracowników, który doradzi, zaprojektuje i pomoże przy tworzeniu nowego miejsca. Ponadto IZI Kuchnie posada swój własny kanał na YouTube, gdzie w „Rozmowach od kuchni" pracownicy opowiadają o tym, jak w prosty i przystępny sposób zaaranżować swoją przestrzeń w domu.

Leona Droszyńskiego 28A, Gdańsk

DRIVE TOGETHER

mazda

HYGGE W VERDE CLINIC

MEDYCZNA SZTUKA SZCZĘŚCIA

AUTORKA: MARTA DWORAK | **FOTO:** BARTOSZ MODELSKI

Uśmiechnięte recepcjonistki, butikowe sofy, na ścianach sztuka, aromatyczny zapach świeżo zmielonej kawy, a w tle dźwięki nastrojowej muzyki… Właśnie w taki sposób swoich pacjentów wita Verde Clinic, która z powodzeniem wprowadziła skandynawskie hygge na grunt twardej medycyny. To klinika, która łączy stomatologię z medycyną estetyczną, i z powodzeniem tworzy małe dzieła sztuki medycznej. O wyjątkowym podejściu do pacjenta, roli przewodnika, wykraczaniu poza stereotypy oraz detalach, które mają ogromne znaczenie, opowiadają specjalistki z Verde Clinic - dr Kinga Kołacka i dr Magdalena Wlazło-Tusk.

Pacjent czy klient? Cytując Szekspira, można odpowiedzieć, że to, co zwiemy różą, pod inną nazwą równie pięknie by pachniało… Jednak dziennikarska wnikliwość każe drążyć temat znacznie bardziej.
Kinga Kołacka: Dla lekarza pacjent pozostanie zawsze pacjentem. Na tym stoi cały etos lekarski. I tak przyświeca nam przede wszystkim troska o pacjenta, to ona kieruje nami podczas badania i doboru leczenia. Staramy się zrozumieć problemy oraz motywacje i zaproponować rozwiązania zgodne z oczekiwaniami, a jednocześnie sztuką lekarską, której naczelnym celem jest pomaganie pacjentowi.

Niemniej jednak, dbamy także o to, co wiąże się z byciem klientem, o całą oprawę. Tak naprawdę pacjent w momencie, kiedy reguluje swój rachunek, staje się klientem. Nam lekarzom daje to natomiast pewną swobodę w wyborze z szerokiego wachlarza możliwości terapeutycznych. Dzięki temu, że to leczenie komercyjne, możemy zaproponować tak naprawdę każde rozwiązanie, tj. wszystko, co w tym momencie jest dostępne na świecie w tej dziedzinie.

Sam gabinet również wykracza poza stereotypy.
Magdalena Wlazło-Tusk: W Verde Clinic w dbaniu o pacjenta wychodzimy jeszcze dalej. Już sama designerska przestrzeń naszej kliniki utrzymana w butikowym stylu wprowadza go w dobry nastrój i wycisza, pozwalając się choć na trochę zatrzymać. Projekt zakładał połączenie monochromatycznych wnętrz z butelkową zielenią, złotem i marmurem. Niebanalny dodatek w tej przestrzeni to także specjalnie dobrane obrazy Alicji Domańskiej stanowiące doskonałe uzupełnienie i potęgujące atmosferę spokoju i relaksu.

KK: Dokładnie tak, pragniemy, aby nasz pacjent już od progu czuł ten szczególny klimat. Proszę sobie wyobrazić witające go uśmiechem recepcjonistki, wygodne sofy, na których przysiada w oczekiwaniu na wizytę z filiżanką świeżo zapażonej kawy, przy dźwiękach nastrojowej muzyki… Tak kreowana atmosfera nawiązuje do skandynawskiego pojęcia hygge określającego szczęście, ciepło, komfort i bezpieczeństwo. Hygge w medycynie, które można powiedzieć, że zapoczątkowaliśmy na polskim gruncie to dbanie o zdrowie, dobrostan i pielęgnowanie momentów.

Zamiłowanie do designu zaznaczyliście wyraźnie również w waszym motto: PASJA, SZTUKA I UŚMIECH. Co jeszcze się za nim kryje?
KK: To przede wszystkim pasja do tworzenia uśmiechu, a jednocześnie sprawianie, że pacjenci częściej się uśmiechają. Moja pacjentka, wiedząc, że mój dziadek był rzeźbiarzem, stwierdziła, że ja też niejako "tworzę" tylko innymi narzędziami (śmiech). Tak właśnie poniekąd się czujemy, jak artyści. To motto odnosi się także do tego, że jesteśmy zespołem pasjonatów, którzy lubią to, co robią, a z drugiej strony tworzą małe dzieła sztuki medycznej.

Możemy mówić o nowej erze pacjenta?
KK: Na pewno zmieniły się zachowania i nastawienie pacjentów, którzy są teraz dużo bardziej świadomi swoich potrzeb,

a sam wybór lekarza stał się dla nich niezwykle ważny. Z naszej perspektywy zauważamy też pewien proces. Dawniej medycyna estetyczna była tematem tabu, potem coraz więcej osób zaczęło z niej korzystać, ale dopiero od niedawna ludzie otwarcie o tym mówią. Teraz jest to praktycznie taka sama forma dbania o siebie i o swoje zdrowie jak każda inna, a panie włączyły to do swoich rytuałów. Co więcej, takie podejście zauważane jest także u mężczyzn, którzy coraz częściej korzystają z medycyny estetycznej i wcale się tego nie wstydzą.

Jak w obecnym świecie, gdy życie płynie tak szybko, a każdy z nas pędzi i nie ma czasu na nic, skutecznie zadbać o siebie i o nasze zdrowie?
MW-T: Dzisiaj każdy z nas jest zabiegany, czuje się przeciążony odpowiedzialnością za zbyt wiele aspektów życia zawodowego i rodzinnego. Wyszliśmy temu naprzeciw i chcemy naszego pacjenta maksymalnie wyręczyć przynajmniej w tej naszej sferze opieki, żeby nie musiał pamiętać o poszczególnych krokach, by czuł, że ktoś to wszystko zaplanuje i poprowadzi. Będzie takim przewodnikiem czy właśnie dedykowanym opiekunem. To u nas pacjent może zatrzymać się, odetchnąć i odpocząć, wiedząc, że jest w dobrych rękach, które o niego kompleksowo zadbają.

Skąd pomysł na klinikę łączącą stomatologię z medycynę estetyczną?
KK: Nie zawsze pacjenci zdają sobie sprawę, że to naturalnie jest najlepsze połączenie. Zęby to punkt wyjścia, usta są ich oprawą, razem z kolei składają się na uśmiech, którego tłem jest twarz. Tak właśnie obszary stomatologii i medycyny estetycznej łączą się, a kompetencje naszych zespołów lekarzy się uzupełniają.
Co ciekawe w Polsce nie ma takiego zawodu jak lekarz medycyny estetycznej, a specjaliści w zdecydowanej

większości wywodzą się z trzech grup: dentystów, dermatologów i anestezjologów. W tych zaś grupach najistotniej zaznacza się odsetek stomatologów, gdyż sama stomatologia opiera się na proporcjach i analizie twarzy. Dentyści są zabiegowcami, więc jest im stosunkowo łatwo zmienić pole zabiegu. Są też detalistami, mają ten warsztat, wykonują bardzo dużo iniekcji, a przecież medycyna estetyczna w 90% jest iniekcyjna. Właśnie to predestynuje ich do poszerzenia kwalifikacji i rozwoju kariery jako lekarze medycyny estetycznej.

MW-T: Na kadrę Verde Clinic składają się zarówno dentyści i dermatolodzy, jak i specjaliści od medycyny estetycznej. Co ciekawe niektórzy nasi lekarze z powodzeniem łączą dwie specjalizacje: stomatologię i medycynę estetyczną. Niemniej jednak każdy obszar ma oddzielne gabinety w obrębie jednej kliniki. Mając tak szeroki zespół, jesteśmy w stanie zaproponować pacjentowi wartość dodaną w postaci kompleksowego leczenia.

To hybryda doskonała?

KK: Ta klinika to suma doświadczeń wszystkich lekarzy, którzy ją tworzą. Są to specjaliści praktykujący w Trójmieście już długie lata. Verde Clinic to tak naprawdę projekt stworzony przez lekarzy, którzy doszli do wniosku, że mają podobną filozofię pracy, zbliżone wizje leczenia oraz wspólne przekonanie, że dzisiaj pacjentowi można dać więcej i chcemy to mu zapewnić. W rezultacie stwierdziliśmy, że warto zaproponować tę wartość razem.

Jednak w waszych szeregach działają nie tylko lekarze?

MW-T: To prawda, lekarze koncentrują się na samym leczeniu, natomiast cała sfera obsługi i dbania o komfort pacjentów - a może już klientów - została powierzona kadrze wspierającej. Dzięki temu specjaliści mogą w pełni koncentrować się na swojej pracy czyli leczeniu, pacjent cieszy się profesjonalną opieką medyczną, a klient doświadcza luksusowej, zindywidualizowanej obsługi. W ten sposób u nas lekarz może poświęcić więcej uwagi problemom pacjenta i rozwiać jego wątpliwości. Nie rozpraszają go kwestie logistyczne, marketingowe czy finansowe.

Co więcej, dysponując czasem, może uczynić pacjenta uczestnikiem tego procesu, a nie bazować tylko na zaufaniu do lekarza. Najnowszy sprzęt z kolei nam to umożliwia, gdyż każdy element, nad którym pracujemy, możemy pacjentowi pokazać na ekranach czy to na zdjęciach cyfrowych z mikroskopu czy też na trójwymiarowym skanie.

Mówiąc o sprzęcie, jakie najnowsze rozwiązania technologiczne można spotkać w Verde Clinic?
MW-T: Miarą jakości jest właśnie wykorzystanie najnowszych technologii dostępnych na rynku. Przede wszystkim Verde Clinic jako jedna z nielicznych klinik w Polsce stosuje mikroskop praktycznie do wszystkich procedur i zabiegów. Każdy gabinet jest w niego wyposażony, dzięki czemu wszyscy lekarze w dowolnym momencie mogą korzystać z maksymalnego powiększenia. A to z kolei przekłada się na lepszą możliwość samej diagnostyki i leczenia. Warto wspomnieć, że dokładność pracy w mikroskopie jest kilkakrotnie większa niż gołym okiem, a ta precyzja to coś, co miało z założenia wyróżniać naszą klinikę. Proszę pamiętać, że to, że czegoś nie widzimy, nie znaczy, że tego nie ma, to prędzej czy później się objawi i w nas uderzy ze zdwojoną siłą, a dzięki powiększeniu możemy wyprzedzić czas.

KK: Warto podkreślić, że w Verde Clinic, co rzadko spotykane, nawet higienizację wykonuje się w powiększeniu mikroskopu, co daje nam pewność, że będzie ona zrobiona idealnie.

M W-T: Dokładność diagnostyki dodatkowo zwiększa tomograf, dzięki któremu można dojrzeć więcej i obejrzeć wybrane okolice w każdym możliwym przekroju. Dla pacjenta szczególnie istotny jest cyfrowy skaner wewnątrzustny 3D, który pozwala zobrazować uzębienie w trójwymiarze, na dużym ekranie, gdzie model można swobodnie obracać i zatrzymać w dowolnym momencie. Co więcej taki obraz możemy przesłać bezpośrednio do laboratorium, by tam wyfrezowano czy wydrukowano koronę. Zastępujemy tym samym tradycyjne pobieranie wycisków z użyciem masy wyciskowej tak niekomfortowe dla pacjenta oraz skracamy ilość ogniw w łańcuchu leczenia.

KK: Nie zapominajmy też o cyfrowym projektowaniu uśmiechu DSD (Digital Smile Design), dzięki któremu pacjenci mogą zobaczyć, jak będzie wyglądać metamorfoza ich uśmiechu, zanim podejmą decyzję o rozpoczęciu leczenia. Początkowo wykonywana jest seria zdjęć fotograficznych, po analizie których uśmiech projektowany jest w taki sposób, aby tworzył on z twarzą harmonijną całość.

Co, oprócz wspomnianej opieki, kryje się pod waszym pojęciem jakości?
MW-T: Stawiamy na fachowców, sprawdzone materiały i najlepszy sprzęt. Podkreślamy też, że na wszystko potrzeba czasu, nie można się spieszyć. Twarz i zęby, to szczególnie ważny obszar z punktu widzenia pacjenta, gdyż to na nie zwracamy najbardziej uwagę podczas codziennych kontaktów. Rozumiemy to i dlatego właśnie uważamy, że najważniejsze jest zbudowanie między lekarzem a pacjentem relacji opartej na zaufaniu. Wychodzimy też z założenia, że lepiej zrobić mniej niż posunąć się za daleko. Pragniemy przede wszystkim, aby zmiany wyglądały naturalnie i nie były przerysowane.

A co, jeśli pacjent chciałby więcej, niż uważacie za sensowne?
KK: Szczerze mówiąc, nie doświadczamy tego problemu, gdyż nasi pacjenci są bardzo świadomi i chcą wyglądać dobrze, ale przy tym naturalnie i stosownie do wieku. Nie musimy tym samym stawiać granic, a skupiamy się na przywracaniu tego, co utracone z biegiem lat i eksponowaniu zalet.

Jakie cechy charakteryzują lekarzy pracujących w Verde Clinic?
KK: Na pewno empatia. Dodatkowo umiejętność sprostania pragnieniom pacjenta z poszanowaniem sztuki lekarskiej. Naszym zadaniem jest przede wszystkim wyleczyć pacjenta, realizując swoje ambicje a nie odwrotnie.

MW-T: Empatia i dobra komunikacja z pacjentem to także podstawa w naszej stomatologii. Na pierwszym miejscu oczywiście cały czas stawiamy leczenie, a poprawa estetyki to jego "skutek uboczny". Osobiście cieszy mnie możliwość udziału w takich indywidualnych przemianach i realizacja marzeń pacjentów związanych z pięknym uśmiechem. Największą satysfakcję czerpię z możliwości wyleczenia skomplikowanych przypadków klinicznych.

Jakie trendy obowiązują w świecie zabiegów medycyny estetycznej? Które zabiegi wykonywane są u was najchętniej?
KK: Najczęściej wykonywanym zabiegiem, z resztą nie tylko u nas, jest leczenie zmarszczek mimicznych toksyną botulinową, popularnie zwaną botoksem. Na drugim miejscu plasują się zabiegi wolumetryczne, z wykorzystaniem wypełniaczy na bazie kwasu hialuronowego. Pozwalają one osiągać niesamowite efekty począwszy od modelowania ust - i wcale nie mam tu na myśli tylko powiększania, ale i delikatne podkreślenie, nawilżenie czy odbudowanie napięcia – przez przywracanie twarzy objętości, konturu, aż po jej lifting. Medycyna estetyczna to ingerencja, ale grunt, żeby była przeprowadzona delikatnie i z umiarem, bez tworzenia identycznych twarzy. Chodzi nam o podkreślenie naszych indywidualnych cech i wydobycie z nich piękna! Aktualnie panuje trend zwany smart aging – polega on na takim leczeniu, abyśmy wyglądali na swój wiek, ale w tej najlepszej wersji.

Słyniecie m.in. z tego, że wszystkie zabiegi wykonują u was lekarze medycyny estetycznej. Jaka jest różnica między nimi a kosmetologami, którym zdarza się przecież oferować podobne usługi?
KK: To nie jest tak, że wybieramy lekarza ponad kosmetologa. Po prostu kosmetolog w myśl przepisów ma uprawnienia do wykonywania innych zabiegów. Medycyna estetyczna jest zarezerwowana dla lekarzy. Preparaty, które podajemy to nic innego jak leki i wyroby medyczne. Tylko lekarz posiada niezbędną wiedzę i umiejętności, aby prawidłowo przeprowadzić tego typu zabiegi. Musimy zdawać sobie sprawę, że to jednak jest ingerencja w tkanki, a więc zupełnie inna skala inwazyjności niż zabiegi pielęgnacyjne.

Nowy Rok to czas podsumowań, z czego byliście najbardziej dumni w 2022?
MW-T: Przede wszystkim czujemy, że pacjenci nam zaufali. To dzięki ich głosom zdobyliśmy prestiżowe nagrody jak: Hipokrates 2022 w kategorii Stomatolog Roku oraz drugie miejsce w województwie wśród wszystkich klinik medycznych dla Verde Clinic. Otrzymaliśmy także Orły Stomatologii, gdzie zwyciężyliśmy zarówno w mieście, jak i w powiecie. Natomiast największym potwierdzeniem słuszności obranego kierunku jest dla nas fakt, że pacjenci do nas po prostu wracają, i to cieszy najbardziej.

Czego zatem życzyć Wam na ten Nowy Rok 2023?
MW-T: Przede wszystkim uśmiechu – uśmiechajmy się dużo i szczerze.
KK: I nie martwmy się o zmarszczki, z tym sobie poradzimy.

Makeup: **Kasjana Serafin**
Zdjęcia: **Bartosz Modelski**

Dziękujemy **Atelier Mesmetric**
za udostępnienie przestrzeni do zdjęć

BENEFICJENCI CYFROWEJ REWOLUCJI

AUTORKA: MICHAŁ STANKIEWICZ | **FOTO:** KAROL KACPERSKI

MICHAŁ HEROK SEOGROUP

Jeszcze niedawno firmami rządzili szefowie marketingu i sprzedaży. Obok nich ludzie od finansów, a nawet PR. Trwająca od lat rewolucja internetowa, wzmożona pandemią zmienia jednak ten układ sił. Dzisiaj równie ważni, o ile nie ważniejsi stają się spece od Internetu. To oni przejmują kanały komunikacji i promocji w firmach. A teraz już nawet realne kanały sprzedaży. Tak jak Michał Herok, właściciel gdyńskiego SEOgroup. 14 lat temu uznał, że przyszłość leży w sieci, a dzisiaj – jak większość z tej branży – stał się beneficjentem zmian. W rozmowie z Michałem Stankiewiczem opowiada o polskim e-commerce, o tym co się zmieniło w ostatnich latach, a także filozofii działania swojej agencji.

Jesteś już bogaty?
Zależy jak ktoś odbiera to określenie. Dla każdego ma inny wymiar. Jeśli chodzi o doświadczenie zawodowe, to na pewno.

Tzn. czy masz wysokie dochody jak na polskie warunki?
W tym sensie to tak, ale nie ja, tylko nasza firma, która zamknęła rok o 944% wyższym zyskiem niż w 2020.

Przyznam, że nie spodziewałem się innej odpowiedzi, bo przecież rozmawiam z założycielem agencji, która specjalizuje się w digital marketingu, a konkretnie w SEO, czyli pozycjonowaniu firm w google oraz performance marketingu, czyli reklamie efektywnościowej w Internecie.
Przyznam, że nasza branża, mam tutaj na myśli szeroko pojęte IT, jest jednym z największych beneficjentów obecnej sytuacji.

E-commerce - bo to jedna z głównych branż, którą obsługujecie – ta przedpandemiczna z 2019 i ta z 2022 to chyba dzisiaj dwie odległe galaktyki?
Tak, odległe galaktyki, zupełnie jak w „Gwiezdnych wojnach". Przed pandemią e-commerce miał się nieźle, choć oczywiście sklepy stacjonarne wciąż dominowały. Te trzy lata wiele zmieniły. Widać to było po naszych klientach, którzy się pojawili. Mieliśmy takich, którzy od lat posiadali po kilka sklepów w centrach handlowych. Równolegle prowadzili sprzedaż internetową, ale taką na zasadzie „nice to have". Z e-commerce generowali może z 5% przychodów. I wtem z dnia na dzień nastąpił lockdown. Czego następstwem było, że błyskawicznie pojawili się u nas, żeby tak z dnia na dzień dowalić do pieca w Internecie, bo przecież mieli „nóż na gardle".

Z dnia na dzień ruszyć sprzedaż w Internecie?
Tak, dosłownie w ciągu kilku dni. Trudno im się było dziwić, ale musieliśmy wyprowadzić ich z błędu, że to tak nie działa. Jeżeli nie pielęgnowali tego kanału przez ostatnie lata to nie da rady tak z dnia na dzień nagle coś pozmieniać, coś dołożyć i już będzie efekt. To jest proces i w pewnym sensie rozpoczynanie biznesu na nowo. Wtedy były to oczywiście sytuacje alertowe, które z nimi przepracowaliśmy. Teraz, jeżeli miałbym być zupełnie szczery, jeżeli jakakolwiek firma chciałaby wejść do Internetu i myśli o tym poważnie, to musi przygotować się już na konkretne kwoty związane ze skuteczną promocją. Generowanie ruchu od czasu pandemii jest droższe właśnie ze względu na to, że spora część firm zaczęła wydawać znacznie więcej.

Czyli próg wejścia jest znacznie wyższy?
Na pewno. Podkreślam to, bo przez lata zawsze się mówiło, że Internet to tanie źródło. Te czasy już nie wrócą. Pozyskanie dobrego ruchu nie kosztuje już 50 groszy, czy też 1 albo 2 zł za użytkownika, ale czasem nawet kilkadziesiąt złotych. Natomiast pozyskanie leada, czyli potencjalnego klienta, który wejdzie na naszą stronę bądź już dokonanie przez niego końcowego zakupu to koszt już rzędu kilkudziesięciu, a często i kilkuset złotych.

Czyli nasz Internet z jeziorka urósł do wielkiego oceanu pełnego ryb?
Tak, teraz trzeba się mozolnie przebijać. Stąd nie zniechęcam, ale nieco studzę entuzjazm osób, które dzisiaj myślą, że tak łatwo wypromować sklep internetowy. Chcesz sprzedawać bieliznę? Proszę bardzo, ale miesięcznie potrzebujesz grubo powyżej 10 – 20 tys. zł., żeby to się w ogóle ruszyło.

Mówimy o kosztach SEO, czyli pozycjonowania i performance marketingu? I to tylko na rynku polskim?
Tak, mówimy o łącznych kosztach kompleksowych działań w zakresie digital marketingu w Polsce. Moja sugestia jest taka – jeżeli ktoś teraz chce wejść w Internet to niech szuka innowacji, w ten sposób jest szansa, że koszt będzie trochę niższy, a pozyskanie klienta łatwiejsze. Może działać też na marketplace'ach (np. Allegro, Amazon), ale wtedy będzie w dużej części uzależniony od platform i też nie rozwinie skrzydeł w całości.

Chyba, że ma górę pieniędzy.
Albo ma górę pieniędzy lub inwestora. Ale jeżeli ma coś innowacyjnego to znajdzie dla siebie ten „blue ocean".

Tylko, że z innowacjami jest coraz trudniej.
Trudniej, co nie znaczy, że ich nie ma. Szczególnie, że innowacja może mieć wiele kształtów, nie zawsze musi być technologiczna, a może być produktowa. Można powiedzieć, że pół doliny krzemowej stoi na jakiś projektach startupowych. Większość z nich nie osiągnie pełnego sukcesu, ale część tak.

Jak wygląda rozwój e-commerce w Polsce w ostatnich latach jeżeli chodzi o dane?
Zacznijmy od tego, że w 2022 roku dostęp do Internetu posiadało 90,4% Polaków, a w 2021 – 92,4%. Wzrost o 2 punkty procentowe przy takiej skali to dużo. W 2019 roku 53,9% Polaków dokonało zakupu przez Internet, w 2020 – prawie 61%, a w 2021 – 70%. Zatem jeszcze trzy lata temu tylko połowa Polaków dokonywała zakupów w sieci, a obecnie już ¾, a może i więcej biorąc pod uwagę prognozy na 2022 rok, czyli mówimy o 50% wzroście!

To pewnie i wydajemy też w sieci znacznie więcej niż kiedyś?
Wartość brutto polskiego rynku handlu e-commerce w 2021 r. osiągnęła 105 mld złotych, a prawie 85% Polaków deklaruje, że nawet po zakończeniu pandemii nie zamierza zmniejszyć częstotliwości e-zakupów, w tym 10% planuje robić zakupy online nawet częściej. PwC szacuje, że w 2026 roku wartość brutto polskiego rynku handlu e-commerce, na którym działa aktualnie około 150 tys. przedsiębiorstw, osiągnie poziom 162 mld zł, co oznacza średnioroczny wzrost na poziomie 12%.

Liczby robią wrażenie. E-commerce już nie jest wyborem, ale koniecznością. Jak mocno zmieniła się świadomość firm?
Kiedyś SEO, performance marketing i e-commerce to był prawie, że Dziki Zachód. Wchodziłeś z tymi hasłami do firm niczym czarnoksiężnik pokazujący jakąś magię, którą niewielu rozumiało. SEOgroup działa od przeszło 14 lat. W pierwszym roku chodziłem po firmach, rozmawiałem, wpraszałem się na spotkania. Temat zaciekawiał, ale nie było natychmiastowej reakcji. Musiały minąć miesiące zanim ktoś zareagował. I to nie trzy miesiące, ale pół roku, a nawet więcej. Wtedy ktoś do mnie oddzwaniał, bo jednak podjął decyzję, by coś robić w tym Internecie. No, a teraz to must have.

Kiedyś SEO, performance marketing i e-commerce to był prawie, że Dziki Zachód. Wchodziłeś z tymi hasłami do firm niczym czarnoksiężnik pokazujący jakąś magię, którą niewielu rozumiało

Role się odwróciły.
Teraz my, z miłą chęcią przyjmujemy klientów. Choć nie ukrywam, że działamy głównie na podstawie rekomendacji, które zapewniają aż 90% skuteczności. W naszej branży nie ma nic lepszego właśnie niż rekomendacja, czyli zadowolony klient.

Mówiłeś o graczach, którzy dopiero mają wejść do Internetu. A tych doświadczonych też obsługujecie?
Jest wiele firm doskonale radzących sobie już od dawna. To sieci znanych marek, które działają omnichannelowo, czyli łączą kanały sprzedaży. Mają bardzo rozwiniętą świadomość, mają własne zespoły, badają ścieżkę konsumenta cały czas, ale im też pomagamy. Bo taki zespół może popaść w pewnym momencie w rutynę.

Zamknie się w pewnej bańce i konieczne jest spojrzenie z zewnątrz?
Tak. My operujemy w różnych branżach, stąd mamy otwarte umysły, szerokie spojrzenie. I dlatego jesteśmy w stanie im pomóc.

To pewna forma audytu?
Albo też stałej współpracy.

To może pochwal się tymi dużymi.
Proszę bardzo – z Trójmiasta np. Eurostyl, Moderna, OXIMO, Pika, Balticon, Arka Gdynia, Energa, Invicta, a krajowych Expander, Sferis, Solaris Bus & Coach, Morizon. Z międzynarodowych np. Verizon Connect, dla którego prowadzimy działania na rynku niemieckim czy Oponeo, które obsługiwaliśmy na rynku hiszpańskim i francuskim. I wiele innych.

Takie firmy obsługujecie kompleksowo?
Najczęściej tak, ale nie zawsze. Zdarza się, że czasem wykonujemy tylko usługi SEO albo performance marketing. Niektórzy klienci dywersyfikują usługi, jeden element robi jedna firma, inna kolejny. Najlepiej jednak, gdy całość jest obsługiwana w ramach jednej agencji. Wtedy można idealnie zaplanować strategię, dobrać poszczególne kanały do procesu sprzedażowego i wszystko oprzeć na customer journey, dokonując mariażu kanałów, dostosowując odpowiednie narzędzia dla każdego klienta indywidualnie.

Jedną z waszych dwóch specjalności to SEO. Inaczej pozycjonowanie. Przeczytałem na waszej stronie, że macie wyjątkową usługę SEO360® stopni. To teraz wyjaśnij laikowi, czym się różni od innych SEO?
Zacznijmy od tego, że to najlepsze SEO jakie można wykonywać, lepsze również od modnego ostatnio SXO. Nie mówię, że tylko my jesteśmy w stanie to zrobić, natomiast SEO360® samo w sobie jest tak skonstruowane, że stanowi niewątpliwie innowację produktową i jest swoistym game - changerem.

Cieszę się, że to lepsze od modnego SXO, cokolwiek to znaczy i wierzę, że jest to innowacyjne. Tylko proszę byś to wyjaśnił laikowi.
Spróbuję. Jak wiesz pozycjonowanie to wszelkie działania, które mają spowodować, że twoja strona internetowa będzie pojawiała się na czołowych pozycjach wyników wyszukiwania. Za to odpowiada SEO. Ważne jednak by strona nie tyle co była wysoko, ale to co dzieje się dalej, mianowicie czy wzrasta jakościowy ruch, a wraz z nim przychody. To w dużym stopniu zapewnia SXO, będące połączeniem SEO i UX. Wymienione UX, czyli user experience oznacza badanie zachowania użytkowników na stronie. No i dochodzimy do nas. SEO360® stopni jest jeszcze szerszym działaniem niż SXO. Tworzymy strategię w ramach której badamy prawdziwe potrzeby konsumentów (CI) oraz tworzymy dla nich ścieżki zakupowe, za pomocą których trafiamy precyzyjnie z działaniami na każdym etapie tego procesu. Zwiększamy im świadomość, budzimy w nich zainteresowanie produktem i końcowo prowadzimy do zakupu. Brzmi prosto? Ale takie proste nie jest. Przez 14 lat istnienia SEOgroup zebraliśmy wszystkie bolączki klientów, zbadaliśmy je i znaleźliśmy skuteczne antidotum. Jeśli miałbym opisać nasze działania jednym słowem, to powiedziałbym, że są one po prostu skuteczne. Myślę, że z punktu widzenia klienta w relacji z agencją nie ma nic ważniejszego niż to słowo właśnie - skuteczność.

Coś jeszcze odróżnia SEO360® od tradycyjnego SEO?
Sporo, ale myślę, że warto wspomnieć, że stosujemy trwały link building, czyli pozyskujemy trwałe linki kierujące do strony klienta, których nikt mu nie zabierze po skończonej umowie. Bardzo duża część agencji SEO, szczególnie w Polsce bazuje na wynajmie linków, tzn. umieszczają artykuły z linkiem do stron klienta, a gdy współpraca

MICHAŁ HEROK

Founder & CEO - SEOgroup, gdyńskiej agencji specjalizującej się w tworzeniu i realizacji strategii digital marketingowych z wykorzystaniem najbardziej efektywnych kanałów, tj. SEO i performance marketingu. W ciągu ponad 14 lat agencja obsłużyła setki firm z Polski i Europy, zwiększając im przychody o dziesiątki milionów złotych. Laureaci konkursów MIXX Awards, European Search Awards, Global Search Awards, Performance Marketing Diamonds CEE. Druga agencja na świecie w konkursie Global Search Awards 2021.

się kończy to je usuwają. W ten sposób próbują zmusić ich do wiązania się na lata. Skutek często jest odwrotny, niezadowoleni z takiego rozwiązania klienci tym bardziej chcą odchodzić. Nasi klienci uzyskują większą efektywność usługi, co przekłada się na zwiększenie ruchu i przychodów. Całość skoncentrowana jest na stworzeniu pełnej i ciągłej ścieżki zakupowej. Jest to coś na co klienci czekali, szczególnie ci e-commerce'owi, bo mogą za pomocą tej usługi swobodnie dokonać ekspansji na każdy europejski kraj bądź też klienci europejscy w Polsce, uzyskując przewagę konkurencyjną. Na ten moment nie ma drugiej takiej dedykowanej usługi w Europie.

I komu zrobiliście tak dobre kampanie?
Wielu markom. Mamy kampanie, które przyniosły naszym klientom na tyle poważne efekty, że zostały dostrzeżone przez jury międzynarodowych konkursów. Między innymi przykład kampanii dla marki Expander, którą robiliśmy przez dwa lata, przyniosła niesamowite efekty, wręcz nieprzyzwoicie dobre, bo w ciągu niespełna 10 miesięcy poprzez realizację SEO360® zwiększyliśmy klientowi ruch o 172%, a konwersję aż o 760% ! Za te działania otrzymaliśmy wyróżnienie w konkursie Mixx Awards 2019 oraz nominację do European Search Awards 2020.

Kolejny przykład to działania dla marki Verizon Connect, które realizujemy nieprzerwanie już od ponad 4 lat, wykonując performance marketing i SEO360® zarówno w Polsce jak i w Niemczech, gdzie generujemy wysokiej jakości leady. Naszym celem jest zwiększanie ich ilości przy jednoczesnym maksymalnym obniżeniu kosztu ich pozyskania i zachowaniu najwyższej ich jakości, aby spełniały kryterium leada kwalifikowanego. Za dotychczasową realizację kampanii dla tej marki otrzymaliśmy aż 3 nominacje w prestiżowych konkursach: European Search Awards 2021, Global Search Awards 2021 i Performance Marketing Diamonds CEE 2021. Przy czym nie jest to na pewno nasze ostatnie słowo. W tym roku otrzymaliśmy kolejne nominacje do European Search Awards 2022, Global Search Awards 2022 za kampanię SEO360®, prowadzoną dla serwisu HH24 - platformy wsparcia zdrowia psychicznego. Raptem w 6 miesięcy zwiększyliśmy jakościowy ruch organiczny z wszystkich interesujących klienta słów kluczowych o prawie 450% i wzrost pobrań aplikacji o 60%.

Brzmi świetnie, ale przyznam, że nie mam punktu odniesienia. Nie wiem jaki mają zasięg te nagrody, bo to jednak konkursy mocno specjalistyczne.
Te wszystkie konkursy, które wymieniam, tj. europejskie czy światowe, to są branżowe Oscary, więc jesteśmy dumni z tego, że wyniki naszej pracy zostały dostrzeżone przez jury. Największym naszym dotychczasowym wyróżnieniem jest nominacja do konkursu Global Search Awards 2021, w którym jako firma zajęliśmy drugie miejsce w kategorii Best Global Small Integrated Search Agency.

Czyli jesteście drugą najlepszą tego typu agencją na świecie?
Dokładnie tak. Zatem nie jesteśmy już tylko najlepszą tego typu agencją digital marketingową w Trójmieście, ale drugą najlepszą agencją na świecie, w ramach kompetencji, które posiadamy, czyli SEO i performance marketingu. Jest to dla nas ogromna nobilitacja i motywacja, by zapewniać naszym klientom jeszcze większą efektywność w ramach prowadzonych działań.

Social media też są w portfolio waszych usług?
Oczywiście. Przy czym wciąż traktujemy to jako element strate-

gii performance marketingowej skupionej na pozyskiwaniu kalorycznego ruchu. Jeśli chodzi o tworzenie komunikacji na profilach, to przekazujemy klientom najlepsze praktyki, przy czym najlepsze działania kontentowe wykonuje ktoś, kto siedzi w danej organizacji, kto jest nią przesiąknięty. Szczególnie dotyczy to branż i marek mocno specjalistycznych. Swego czasu był duży wysyp firm, które poszukiwały agencji do tworzenia treści, ale to nie jest dobre wyjście na dłuższą metę.

Agencja nie powinna tworzyć sama treści?
Może je tworzyć, ale najlepiej, gdy firma ma kogoś u siebie, kto zna się na danej dziedzinie. Dobry kontent, jakościowy to podstawa, zostaje na stałe w Internecie, a dobre treści bronią się zawsze. Tak więc optymalna sytuacja jest taka, gdy firma sama stworzy kontent w oparciu o rekomendacje agencji. Druga opcja – bierzemy od niej ten sos, sami go układamy i docieramy z nim tam, gdzie trzeba. Mówię o dobrym, jakościowym kontencie dlatego, że dzisiaj Internet jest zalany nijaką, fatalną treścią. Morze śmieci, nazwijmy rzecz po imieniu.

Czyli treść od klienta, a technologia od was?
Tak to można uprościć. Jak to mówię: praca po obu stronach. Z kolei w przypadku SEO najlepszy podział – my 2/3, a klient 1/3. Czyli - ty wiesz jak pisać najlepiej, ale i tak tego nie napiszesz, dopóki ci nie powiemy jak to zrobić. Mimo, że masz wiedzę to bez prowadzenia za rękę tego skutecznie nie zrobisz. Naszą rolą jest więc jak najlepsze wykorzystanie twojej wiedzy.

A jak zweryfikować pracę agencji? Ostatnio pojawia się pojęcie digital fraud. Przyszło z USA, gdzie jedna z firm po zmniejszeniu nakładów na reklamy o 50% prawie nie odczuła zmniejszenia zasięgów. Okazało się, że budżety są przepalane, szacuje się, że średnio 8% każdego budżetu.
Ponad 100 lat temu słynny pionier mierzenia skuteczności reklam - John Wanamaker - powiedział: „Połowa pieniędzy wydawanych na reklamę jest wyrzucana w błoto. Problem w tym, że nie wiem, która połowa". Wiele przez ten czas się nie zmieniło. Pojęcie fraudu było tak samo aktualne wtedy jak i obecnie. Jak temu zapobiec? Uważam, że kluczowym jest, aby po stronie klienta była kompetentna osoba, która jest w stanie koordynować i umiała analizować zachodzące procesy. Ktoś to z jednej strony jest partnerem dla agencji, ale również stoi na straży interesów klienta.

W naszej firmie to pojęcie nie występuje, bo w codziennej pracy dowozimy klientowi to co dla niego najważniejsze - sprzedaż.

Jak najlepiej oceniać skuteczność agencji?
Często klient dąży do rozliczeń za ruch. Mówi – mnie nie interesuje co wy robicie, ja chcę mieć ruch. Wydaje mu się, że jest cwany, ale agencja może mu wygenerować śmieciowy ruch. Dokupują go, dopalają.

My co miesiąc przesyłamy raport, w którym są wszystkie elementy, na które się umówiliśmy, przede wszystkim twarde KPI w postaci generowanych leadów czy sprzedaży.

Na koniec zapytam jak to połączyć z filozofią Kaizen. Bo wszem i wobec ogłaszacie, że działacie właśnie w tym duchu.
Gdy mieliśmy 10. rocznicę działalności, w 2018 roku przekształciliśmy się w spółkę akcyjną i wykonaliśmy duży rebranding. Zrobiliśmy coś co dojrzewało w nas przez lata, czyli odwoływanie się do najlepszego etosu kultury pracy Japonii. Byłem tam wiele razy i uważam, że jest to społeczeństwo doskonałe. Nasza praca jest precyzyjna, jak to się mówi diabeł tkwi w szczegółach, stąd też nazywamy nas tutaj wszystkich Takumi匠. To najwyższej klasy japoński rzemieślnik. To takie osoby, które pieczołowicie wykonują swoje zadanie. Zgodnie z wdrożoną u nas filozofią Kaizen カイゼン każdego dnia unowocześniamy i polepszamy procesy zachodzące w firmie. I co ważne, uczestniczą w tym procesie wszyscy członkowie organizacji – od stażysty po prezesa. Ktokolwiek rzuci pomysł i reszta uważa, że to ma sens, to ten pomysł jest wdrażany. Druga rzecz – w filozofii Kaizen liczy się dobro wspólne, jednostka ma mniejsze znaczenie. Oznacza to, że lepiej jako firma zrobić wspólnie jeden krok do przodu niż pojedyncza jednostka sto kroków. Stosujemy też filozofię Kendo 剣道, czyli nigdy się nie poddajemy, stąd nasz tagline - SEOgroup can do!

W Kaizen panuje hierachia?
Jest. Można powiedzieć, że prawdziwe zmiany powinny być inspirowane działaniami kierownictwa wyższego szczebla, a następnie wdrażane przez resztę. Nie ukrywam, że jako firma przeszliśmy różne etapy zarządzania. I kiedyś byliśmy bardziej „czerwoni", co oznacza bardzo hierarchiczną strukturę, gdzie szef jest bossem, a nikt nie ma nic do gadania. To też przerobiliśmy.

Bo jak mówiłeś o Kaizen to trochę pomyślałem o turkusowej organizacji.
To zupełnie co innego, bo Kaizen działa bardzo dobrze, natomiast turkus moim zdaniem w naszych warunkach jest prawie niewykonalny. To moja opinia, oczywiście podziwiam firmy, które go wprowadziły i to faktycznie działa, że nie ma szefów i każdy podejmuje decyzje dobre dla firmy. To piękna idea, ale nie znam nikogo kto by ją z sukcesem realizował. My oprócz Kaizen staramy się inaczej motywować zespół, np. poprzez pełną transparentność w kontekście finansowym czy przekazywanie pakietów akcji najbardziej zaufanym osobom w spółce. A jako firma jesteśmy pomarańczowo – zieloni.

Jeżeli ktoś teraz chce wejść w Internet to niech szuka innowacji, w ten sposób jest szansa, że koszt będzie trochę niższy, a pozyskanie klienta łatwiejsze.

TRÓJMIEJSKIE INSTA STORY

INSTAGARAMA PRZEJRZAŁA I WYBRAŁA MICHALINA DOMOŃ (@michalinadomon)

Fotopamiętnik, kanał społecznościowy, narzędzie promocji, które z powodzeniem wyparło inne social media. Instragram zaspokaja szeroki wachlarz potrzeb współczesnego człowieka i wpisuje się w fakt, że żyjemy w czasach obrazów i infografik. Jak pisał Jean Baudrillard, jest subiektywną interpretacją rzeczywistości, która zaciera granicę, między tym, co rzeczywiste, a tym co wyobrażone. Może dlatego tak namiętnie przeglądamy kolejne konta na Instagramie, które co rusz przenoszą nas w inne światy? W cyklu Trójmiejskie InstaStory prezentujemy co miesiąc najciekawsze konta instagramowe osób związanych z Trójmiastem.

@joanna_b_julia Obserwuj

Przygodę z fotografią rozpoczęła w Warszawskiej Szkole Filmowej i kontynuuje ją na Instagramie, dzieląc się kadrami ze swojej codzienności. Każdą wolną chwilę spędza podróżując w poszukiwaniu inspiracji modowych. Współtwórczyni marek modowych na swoim prywatnym koncie tropi piękno zamykając je w minimalistycznym kadrze.

Nazywam się Joanna Wiktorowska.

Jestem częścią @mle_collection oraz @larondebrand.

Urodziłam się w Pucku**, na co dzień mieszkam** w Gdyni, moim ulubionym miejscem na świecie jest Trójmiasto :).

Fotografuję, bo pozwala mi się to zatrzymać w pędzącym świecie.

W fotografii interesuje mnie przede wszystkim światło, cienie i wspomnienia jakie przywołuje dane zdjęcie.

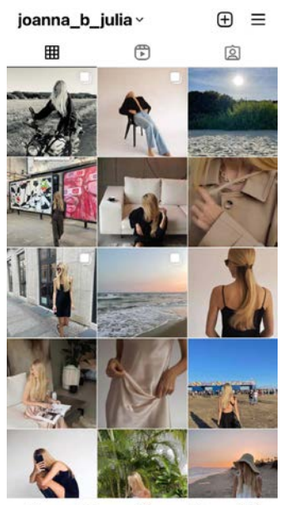
Instagram jest dla mnie wirtualnym pamiętnikiem.

Gdybym mogła zrobić tylko jedno zdjęcie, sfotografowałabym najbliższe mi osoby na gdyńskiej plaży o zachodzie słońca :).

Z Trójmiastem łączy mnie codzienność.

Trzy najbardziej fotogeniczne miejsca w Trójmieście - 3miejskie plaże :)

Trzy ulubione adresy w Trójmieście: Oficyna Gdynia, Las Sopot, Bar Leon Gdańsk.



INSTA NOMINACJE

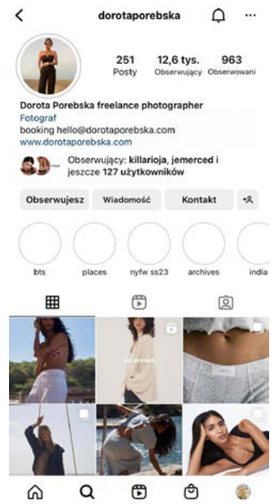
@JOANNA_B_JULIA

Nominuję konta polskich artystów, zajmujących się fotografią modową.

@sonia_szostak

@kulesza_pik

@mateusz.stankiewicz



@dorotapoberska

ZANZIBAR

Z SYNAMI SINDBADA NA MORZU

AUTORKA: EWA KAROLINA CICHOCKA

Zanzibarskie łodzie, gnane od setek lat monsunami na północ i na południe, to wspaniałe i obecne jeszcze na Oceanie Indyjskim dziedzictwo cywilizacji Suahili. Podróżą do świata dawnych żeglarzy jest rejs dłubanką ngalawa lub większą dhow z łacińskim żaglem, jakiego używali przez stulecia kupcy na handlowym szlaku pomiędzy Zatoką Perską, a Afryką Wschodnią. Taki rejs, to jak podróż do… przeszłości.

Wyspa Zanzibar, której kultura wyrosła pod arabskimi, perskimi i indyjskimi wpływami, stała się przed wiekami jednym z głównych ośrodków suahilijskiego handlu w Afryce Wschodniej. Kupieckie statki z łacińskimi żaglami załadowane skarbami, wykorzystywały silny wiatr kaskazi, wiejący na południe w porze monsunowej czyli zimą i wczesną wiosną. A potem nawy, pełne lokalnych specjałów, ale także czarnych niewolników, używały przeciwnego wiatru kuzi, wiejącego od późnej wiosny do jesieni w kierunku Arabii. Przez wieki odbywały rejsy, rozwijając także wymianę kulturową i religijną pomiędzy Zatoką Perską, a wybrzeżami Czarnego Lądu.

PATRZĄC NA ŻAGLE I SŁUCHAJĄC „QUEEN”

Zanzibar to jedno z niewielu już miejsc, gdzie można jeszcze zobaczyć trójkątne tzw. łacińskie lub arabskie żagle. Połatane, z prawdziwej bawełny i przepalone słońcem, wywierają na przybyszach z Europy niezapomniane wrażenie. Kiedyś takie ożaglowanie było popularne także w basenie Morza Śródziemnego, ale tam przeszło już do historii nawigacji. Na Wybrzeżu Suahili w Afryce Wschodniej można je jeszcze zobaczyć. Posiadają je zarówno małe łódki ngalawy, służące głównie rybakom, jak i używane w transporcie większe łodzie dhow.

W „Mercury’s Bar”, mieszczącym się przy plaży i porcie w zanzibarskiej stolicy Stone Town, słuchaliśmy przebojów Freddiego Mercury’ego, a właściwie Farrokha Bulsary, urodzonego tu w perskiej rodzinie. Sącząc lokalne piwo „Kilimandżaro”, syciliśmy oczy obrazami portowego i morskiego życia miasta. Obserwowaliśmy kontenerowce stojące na redzie, promy oraz katamarany mknące do stolicy Tanzanii Dar es Salaam. Co jakiś czas, majestatycznie mijały je duże łodzie z trójkątnymi żaglami na długiej, nachylonej do dziobu rei. Obserwacje dhow, na ciemniejącym morzu o zachodzie słońca, stały się dla nas zanzibarskimi rytuałami końca dnia.

SYNOWIE SINDBADA

Łodzie dhow w wielu odmianach i wielkościach, wytwarzane są nadal starymi, tradycyjnymi metodami. Ich budowę można obserwować w Nungwi na północnych krańcach Zanzibaru, gdzie znajduje się ich największa stocznia na plaży. My wielkie łodzie dhow „od środka” zobaczyliśmy w pobliżu Maruhubi, oddalonego o kilka kilometrów od stolicy wyspy. Spod ruin pałacu sułtana Barghasha z końca XIX w. (domu jego żony i… setki nałożnic z haremu), przez dzikie zarośla dotarliśmy do rybackiej stoczni nad brzegiem oceanu. W podmokłej po odpływie zatoczce, znajdowało się mnóstwo starych łodzi. Stały pochylone, czasem niemal leżące i w rozmaitym stanie. W otoczeniu były jedynie proste szopy i namioty z paleniskiem. Gdyby nie krzątający się ludzie i snujący dym, można by sądzić, że wraki tworzą morskie cmentarzysko. Drewniane dhow poddawane były naprawom. Łódki skrobano, wymieniano zużyte

Fot. Canva

Fot. Canva

elementy poszycia i wymieniano uszczelnienia burt z bawełny, nasączonej olejem kokosowym.. Co ciekawe, pracowano bez planów i szkiców, dopasowując np. naturalnie wygięte części drzew do wymiany wręgów. Prace trwały jednak niespiesznie przy użyciu najprostszych narzędzi, z których najbardziej nowoczesnym była… ręczna wiertarka.

Dziś w produkcji tradycyjnych, drewnianych zanzibarskich łodzi dhow i ngalaw, stosuje się metalowe gwoździe. Dawniej, wykorzystywano łączenia i spoiny z naturalnych materiałów. Unikano żelaznych gwoździ podobno z obawy przed morskimi polami magnetycznymi, które przyciągały metal.

W PORYWACH KASKAZI

Morskie wycieczki na pobliskie wyspy są na Zanzibarze punktem obowiązkowym. My wybraliśmy rejs z nurkowaniem na pokładzie starej dhow o nazwie „Kaskazi". Celem była prywatna wyspa Mnemba, której wodne otoczenie jest tropikalnym akwarium i morskim rezerwatem. Ta ekskluzywna samotnia, należąca ponoć do Billa Gates'a, posiada w atolu wokół świetne miejsca do snorkelingu. Naszą niedużą łódź obsługiwała trzyosobowa załoga. Na dużych dhow mogła ona liczyć nawet trzydzieści osób! Daszek nad rufową częścią łodzi, dawał przyjemny cień, ale był także słonecznym tarasem idealnym do opalania i obserwacji delfinów. Płytkie wody wokół wyspy okazały się skarbnicą licznych ławic barwnych ryb i kolonii koralowców. Dopisały także towarzyskie morskie ssaki. Po wykonaniu kilku zanurzeń i owocowym lunchu na pokładzie, popłynęliśmy wzdłuż wyspy na południe. Żagiel na długiej rei, przymocowanej do masztu pod ostrym kątem w kierunku dziobu, nadął się monsunowym wiatrem i nasza dhow pomknęła lekko, jak dawne łodzie po turkusowym morzu.

Spieczone słońcem i słone ciała z rozkoszą rozłożyliśmy na pokładzie. Mrużąc oczy w słodkim zmęczeniu, słuchaliśmy szumu wody, rozcinanej dziobem łodzi, łopotu żagla i skrzypienia drewnianej łodzi. Pod zamkniętymi powiekami przesuwały się nam obrazy dawnych, kupieckich morskich karawan, płynących wzdłuż afrykańskich brzegów.

PODRÓŻ DO PRZESZŁOŚCI

Na Zanzibarze można popływać na jachtach, katamaranach czy skuterach wodnych, jak zresztą wszędzie na wyspiarskich wakacjach. Ale tylko tu, można przeżyć morską przygodę ze starą tradycją w tle. Szerokie plaże z pudrowym piaskiem, są nie tylko drogą dla miejscowych. Są także parkingiem dla ngalaw, rybackich łodzi, które niegdyś dominowały w przybrzeżnym transporcie. Te niewielkie dłubanki, powstające z wydrążonego pnia mangowego drzewa, trafiły ze Wschodu wieki temu. Od tego czasu ich wygląd i funkcje nie uległy większym zmianom. Dzięki osadzonym przy burtach stabilizatorom-pływakom, łódka wygląda na wodzie trochę jak wielki wodny pająk. Jest zwinna i szybka na wodzie. Co roku, w popisach ich manewrowaniem konkurują ze sobą na zawodach zanzibarskie wioski.

Ngalawa przeznaczona jest zaledwie dla dwóch żeglarzy-rybaków. Udało się nam namówić właściciela na rejs, choć nie łatwo było zmieścić pasażerów w wąskim, wydłubanym kadłubie. Nie sądziłam, że tak krucha i drobna konstrukcja może być tak długowieczną. „Nasza" łódź, zbudowana przez dziadka obecnego właściciela, służyła jego rodzinie już 70 lat! Bez trudu postawiliśmy żagiel na długiej, ruchomej, ukośnej rejce. Stosując jedynie zwroty przez rufę, pomknęliśmy przez lagunę, czując jakby żagiel wyrastał z naszych ramion. Z niskiej burty, tuż nad wodą można było zanurzać dłonie i łapać fale… Taka morska wyprawa, była jak podróż do przeszłości.

Na koniec dnia, cumujące na piaszczystych brzegach wiosek ngalawy, wyglądały jak stosy zbielałych, wyrzuconych przez morze pni i gałęzi. Rzucały o zmierzchu coraz dłuższe cienie na piasku, a szum wracającego z przypływem morza, przypominał nieco dźwięczne lala salama!, oznaczające w suahili „dobranoc".

Fot. Maciej Cichocki

F E L I E T O N

KAMIL SADKOWSKI

Kulinarny obieżyświat – już od najmłodszych lat podróżował po świecie z dziadkami, gdzie nowe kultury i miejsca poznawał właśnie od kuchni. Docenia proste smaki, nie lubi komplikować sobie i innym życia w kuchni. Wszystkie przepisy które wychodzą spod jego ręki cechuje prostota wykonania i nietuzinkowym smak. Fascynuje go kuchnia azjatycka oraz street food pod różnymi postaciami. Pomysłodawca i założyciel K5 – autorskiej akademii kulinarnej, w której szkoli kucharzy oraz pasjonatów-amatorów. To właśnie jego uczniowie są dla niego największą radością. Twierdzi, że każdy potrafi gotować, tylko musi się odważyć i otworzyć umysł na nowe doznania. Szacunku do produktu i jakości nauczył się podczas pracy z Japończykami. Przeszedł przez niemal wszystkie szczeble pracy w gastronomii. Jest współautorem książki Gastrobanda poświęconej szeroko rozumianej branży gastronomicznej, oraz autorem książki „K5 Domowa Gastrobanda". Autor wielu felietonów kulinarnych, które dla wielu są inspiracją w poszukiwaniu nowych doznań smakowych.

MISTRZOWIE PATELNI

Pycha w kulinarnym świecie bywa tak wielka, jak blond pukle znanej damy w znanym programie telewizyjnym o zacięciu rewolty kulinarnej. Dwa światy - jak ogień i woda, prymitywny i pokorny - takie odwieczne przepychanki bez żadnego logicznego wytłumaczenia. Pierwsi to nadmuchani pseudo szefowie kuchni, którzy zabierają się za wszystkie możliwe techniki gotowania. Często brak im po prostu wyczucia dobrego smaku, nie mówiąc o dobrym wychowaniu. Drudzy to gotujący w swoich domowych kuchniach kucharze, których poczynania są naprawdę piękne i pyszne - bez nadęcia, czarują często bezprecedensowe potrawy. Potrafią karmić nie tylko ciało, ale również duszę. I tu dochodzimy do sedna, ponieważ w wielkiej kuchni brakuje prostoty i szacunku dla produktu, a piękny pierwiastek kobiecy często jest zniewolony w tym hermetycznie zamkniętym środowisku. Kobiety gotują z sercem i najważniejsze jest dla nich zadowolenie bliskich, mają „gdzieś" molekularne gnioty. Niestety wciąż jest ich niewiele w tym szalonym gastronomicznym świecie.

Samozwańczy mistrzowie kuchni zapominają o znaczącym detalu, o pokorze, która powinna być codziennością. Na szczęście część z nich schodzi z wyżyn ego i czerpie wiele radości w systematycznym udoskonalaniu swojego warsztatu. Właściwy dobór produktów, ciekawe i proste połączenia smakowe, to są oczekiwania większości gości.

Domowi kucharze to połączenie pasji i chęci rozwoju. Mają taki błysk w oku, coś co powoduje, że praca z nimi jest wyjątkowym doświadczeniem. Z chęcią poznają nowe smaki, dzielą się swoimi spostrzeżeniami i unikatową wiedzą. Ci zapaleńcy często korzystają z rodzinnych tradycji, każdy ma swój szkielet kulinarny. To wewnętrzny zmysł i poczucie smaku, które towarzyszy nam całe życie. Przeurocze są te dyskusje przy stole, dają wiele radości i pokazują, że naprawdę potrafimy ze sobą rozmawiać.

Co więcej, każdy ma swój doskonały przepis, ale otwartość na nowe doznania daje dużo nadziei.

To nie tylko domena młodych ludzi, ale całego społeczeństwa. Niemniej niewiarygodne jest to jak młodzi potrafią gotować, nie lękają się nowych produktów. Starsi natomiast, czerpią z tych codziennych czynności wielką radość i małymi krokami, z rosnącym zaufaniem łapią takiego bakcyla, że czapki z głów.

Wciąż jestem marzycielem i mam wielką nadzieję, że tradycje kulinarne nie umierają i przekazywane są z pokolenia na pokolenie. Duża w tym rola naszych babci i dziadków. Myślę, że powinni być bardzo skrupulatni i bardziej „cisnąć" młodych, aby te niuanse nie przepadły w czasoprzestrzeni. Obcowanie w kuchni ze starszymi domownikami na pewno będzie okraszone pikantnymi historiami, aromatycznymi metaforami i słonymi żartami. I tu mały apel do młodszego pokolenia - naprawdę możecie nie mieć wielu szans na takie momenty, więc dajcie się ponieść! To taka essa.

Szumnie nazywana sztuka kulinarna to jedna wielka zabawa, to taki fenomenalny system naczyń połączonych. Tutaj nie ma miejsca na egoizm, szczególnie narodowy. Nie ma lepszej i gorszej kuchni, wystarczy pamiętać o naszych tradycjach oraz z otwartą głową patrzeć na nowe doznania smakowe, co istotne jedno nie wyklucza drugiego. Ta magia chemii i fizyki daje dużo dobra. Wystarczy szczypta odwagi i doskonały produkt. Nawet jak coś spieprzycie, to pamiętajcie, że trening czyni mistrza i to nie byle jakiego, bo patelni. Miłośnicy wody, nie tylko wrzącej, mogą być grubą rybą. Nie o tytuły jednak chodzi, a o wielką radość, jaką daje codzienna strawa.

NA BEZRYBIU I ŚLEDŹ RYBA

AUTOR: SZYMON KAMIŃSKI

Śledź, mimo że kojarzy się z prostymi, domowymi potrawami, wciąż może zaskoczyć niejednego miłośnika dobrego jedzenia. Zwłaszcza w Gdańsku, gdzie przez dziesięciolecia raz był kochany, a raz nienawidzony. Mimo że współcześnie czasy jego triumfu minęły, to nadal możemy w kartach wielu lokali odnaleźć dania z jego udziałem. Sprawdzamy, co oferują trójmiejscy i okoliczni restauratorzy.

Historycznie rzecz ujmując śledź to jeden z filarów gdańskiego handlu. Powód był prosty! Był tani i było go dużo, a do tego łatwo dało się go przechowywać i przewozić, bo choć to ryba, a więc produkt z zasady nietrwały, to doskonale trzymał się w soli.

- Przez ubogą część gdańszczan był jadany na co dzień, z konieczności warunkowanej ekonomicznie – mówi Artur Michna, krytyk kulinarny. - Zamożniejsi mieszkańcy miasta jadali go nierzadko, głównie ze względu na liczne w przedwojennej Polsce posty. Warto przy okazji przypomnieć postać Kanclerza Ottona von Bismarcka, gigantycznego birbanta, zasadniczo miłośnika mięs, który jednak śledzie bardzo lubił. Bismarcka zaś wielką estymą darzył właściciel sklepu rybnego w Stralsund, Johann Wiechmann. Ukoronowaniem tego afektu stał się znany także dziś w Polsce śledź a la Bismarck, który powstaje z pozbawionych ości, choć nie skóry, bałtyckich śledzi marynowanych w słodko-kwaśnej zalewie. Dziś sprzedawane są słoikach, choć oryginalnie marynowano je w drewnianych beczułkach – tłumaczy.

A w jakiej formie śledź tradycyjnie się pojawia na gdańskich stołach? W każdej jakiej tylko to było możliwe. Jeszcze w okresie międzywojennym śledź był podstawą wyżywienia dla większości społeczeństwa. Jadano go na co dzień, nic zatem dziwnego, że gospodynie starały się urozmaicać formy jego przygotowania. Ze względu na jego powszedni charakter trudno mówić o miłości gdańszczan do śledzia.

- Jednym z dawnych zwyczajów było wieszanie śledzi na drzewach na zakończenie postu. W ten sposób śledź miał być ukarany za uporczywe występowanie

Fot. Canva

w codziennych posiłkach. Niemniej trzeba pamiętać, że w najcięższych czasach i w najuboższych rodzinach, których nawet na śledzia nie było stać, przygotowywano potrawy mające śledzia imitować. Jedną z nich był ślepy śledź, ściśle postna zupa octowa na wywarze z liścia laurowego i ziela angielskiego, zabielana śmietaną. Czasami pod tą nazwą kryły się ziemniaki polewane śledziową zalewą pozostałą po marynowaniu. Niekiedy posiłkowano się odrobiną solanki spod śledzi, którą można było dostać za darmo albo kupić za bezcen i dodawano tę odrobinę do zupy, nieco ją aromatyzując – opowiada Artur Michna.

ŚLEDŹ PO KASZUBSKU

W międzywojennym Gdańsku za handlem śledziami stała społeczność żydowska, jednocześnie jedna z kluczowych grup konsumenckich. Żydowskie inkarnacje śledzia podawano wówczas na ostro - z cebulą i czosnkiem, albo na słodko - z rodzynkami i owocami, jednak ze względów religijnych nigdy nie ze śmietaną. Choć dziś po tradycjach tej kuchni pozostało już tylko wspomnienie, w gdańskich domach wciąż popularne są śledzie w duszonej w oleju cebuli z dodatkiem rodzynek i pomidorów.

- Na Kaszubach, a także i w moim domu na Kociewiu, do dziś jadany jest śledź po kaszubsku – filetowany, odsalany i marynowany w słodko-kwaśnej zalewie, następnie macerowany w dużej ilości gąszczu z duszonej cebuli i pomidorów z dodatkiem kiszonych ogórków, śliwek suszonych albo grzybów. Takie śledzie po kaszubsku, choć w uproszczonej wersji, pod postacią dostępnych w handlu zawijańców faszerowanych duszoną w oleju cebulą z koncentratem pomidorowym, znane są i lubiane w całym kraju – wspomina krytyk.

SKLEPOWE WYBORY

Większość konsumenckich kroków kierowanych jest do sklepów, by tam zaopatrzyć się w śledzie, które następnie przygotowywane są do jedzenia w domu. Jednak większość produktów oferowanych w wielkich sieciach handlowych jest niskiej jakości, a zdobycie dobrych, świeżych śledzi graniczy z cudem.

- Ci, których interesują rzeczywiście świeże śledzie i to bałtyckie a nie atlantycko-skandynawskie albo te z Morza Północnego, powinni wybrać się na przykład do gdyńskiej hali rybnej i tam się zaopatrzyć. Pozostałym pozostaje ograniczenie się do sprawdzenia, czy wybierany przez nich przetwór ze śledzia ma znak MSC, który gwarantuje, że połowów dokonywano w łowiskach zrównoważonych, a więc w sposób przyjazny łowiskom. Między bajki zaś można włożyć porady domorosłych ekspertów o wpatrywaniu się w śledziowe oczy i oglądanie ich skrzeli. Śledź zleżały bardzo szybko wydziela bardzo obrzydliwe odory, których nie można nie zauważyć. Nie trzeba go dotykać – co zresztą jest niedozwolone ze względów sanitarnych - wystarczy drożny nos – doradza krytyk kulinarny.

To tyle jeśli chodzi o historię śledzia w Gdańsku, a co znajdziemy współcześnie w trójmiejskich i okolicznych restauracjach? Czy restauratorzy nadal są zainteresowani podawaniem tej zwykłej i prostej ryby?

SMAŻONY, ZAMARYNOWANY I W OCCIE

Restauracja Tabun zlokalizowana jest w Otominie, niedaleko odległości od Gdańska. To miejsce szczyci się podawaniem kuchni polskiej, w której nie może zabraknąć oczywiście śledzia. Znajdziemy go w przystawkach. Zrobiony jest na klasyczny sposób – usmażony w panierce i zamarynowany z aromatycznymi przyprawami w zalewie octowej, a podawany gościom wraz z żytnim chlebem na zakwasie pieczonym na miejscu.

- Śledź to już chyba ostatnia ryba Bałtycka, która jest jeszcze dostępna w powszechnej sprzedaży – mówi Agata Falkiewicz -Ponikowska z Restauracji Tabun. - Jest to bardzo uniwersalna ryba, która daje ogromne możliwości, zarówno szefom kuchni, jak i domorosłym kucharzom. Można go zasolić, zamarynować, uwędzić (pikling), zjeść na surowo (w formie tatara), usmażyć, a nawet upiec. Śledź nie potrzebuje wiele, jego wyraźny morski smak wystarczy lekko podkreślić dobrą oliwą i cebulką, ale lubi też być podawany na słodko, kwaśno i ostro. Świetnie smakuje z polskimi bulwami jak ziemniak czy burak, ale można go też przełamać egzotycznym mango i kolendrą – dodaje.

Z KWAŚNĄ ŚMIETANĄ W ZALEWIE KORZENNEJ

Śledzia w nieoczywistej formie znajdziemy też w samym sercu Gdańska, w miejscu, którego karta inspirowana jest przepisami z XIX-wiecznej Gdańskiej Książki Kucharskiej. W menu Ducha66 znajduje się bowiem śledź bałtycki z kwaśną śmietaną, wędzonymi ziemniakami, kalarepą i chrustem cebulowym, a to wszystko oblane… zalewą korzenną.

- Śledź lubi dodatki wyraziste, więc warto łączyć go z cebulą oraz musztardą – to chyba najbardziej klasyczne połączenia. Każdy fan tej ryby wie, że śledzik lubi się też z przyprawami korzennymi oraz rodzynkami. Stanowi to o uniwersalności tego produktu nad innymi. Tuszka lub filet musi być wymoczony oraz zamarynowany, musimy poświęcić mu czas oraz atencję. Przyrządzanie śledzia zaczynamy od delikatnego wytoczenia go w mleku razem z cebulą i przyprawami, takimi jak liść laurowy oraz ziele angielskie. Potem wkładamy go do marynaty z octu i cukru, żeby nabrał sprężystości i stał się kruchy – tłumaczy Daniel Matz, kierownik restauracji Ducha66.

KRÓLESTWO ŚLEDZIA

Nad samym morzem w Jastarni istnieje miejsce, gdzie od 21 lat specjalizuje się w podawaniu śledzia w rozmaitych odsłonach…

- Śledź koreluje z wyjątkowo wieloma produktami natomiast konkretne połączenia zależą od jego rodzaju – mówi Emilia Tambor, szefowa kuchni Śledź & Pasta. - Inaczej przyrządzimy śledzie marynowane niż śledzie solone. Dodatki powinny być dobierane w zależności od sposobu przyrządzenia. Delikatny matias holenderski znakomicie sprawdzi się z olejem lnianym, odrobiną świeżo zmielonego pieprzu, cebuli i pikli. Śledź smażony idealny jest z odrobiną soli lub w zalewie octowej. Śledzie solone lubią mocne przyprawy i dodatki takie jak cynamon, kumin, wino, whisky. Bismarcki są wyborne w sosach, w restauracji

Fot. Karol Kacperski

Fot. Karol Kacperski

Śledź & Pasta serwujemy je w sosie musztardowo-miodowym, z musztardą kaszubską, w sosie borówkowo-chrzanowym, sezonowo z truskawką kaszubską, śmietaną i miętą – dodaje.

RESTAURACJA KUBICKI

Z kolei najstarsza restauracja w Trójmieście – restauracja Kubicki - podchodzi do śledzia z należytą starannością, by wydobyć z niego jak najlepszy smak.

- Smak śledzia zależy od czasu połowu, na początku roku mniej więcej do maja, ta ryba jest jeszcze taka słabsza, bo jest przed tarłem i to jest tzw. matias – tłumaczy Damian Mazurowski, szef kuchni restauracji Kubicki. - W tym przypadku przyrządzam go bez większego przetwarzania, czyli w oleju, z cebula albo zasalany. Okres tłuściejszy ryba ta ma przed tarłem w lipcu do października. Wtedy najlepsza jest do smażenia i zalewania octem, ale nie tylko. Swego czasu robiłem śledzia w cieście piwnym z sosem malinowym.

Dlatego nie warto czekać i jak najprędzej udać się na rybną degustację. W letnich okresach podawany jest naturalny w cebuli w oliwie pietruszkowej, w okresie jesiennym śledź w śmietanie na ziemniaku, z ogórkiem i kaparami. Są także propozycje z cebulą jabłkiem i odrobiną cytryny. A teraz znajdziemy rybę na sałatce ziemniaczanej z burakami i kaparami.

POSPOLITA, MISTRZOWSKA RYBA

Pomimo tego, że współcześnie znajdziemy w restauracjach dania ze śledziami, to jeszcze kilka lat temu ta ryba święciła większe triumfy wśród gdańskich restauratorów.

- Kilka lat temu, gdy działał jeszcze firmowany przeze mnie gdański szlak restauracyjny Smaki Gdańska, udało się wprowadzić śledzia do kart menu sporej grupy gdańskich restauracji. Tę kojarzoną z pospolitą prostotą rybę do poziomu mistrzostwa doprowadził wówczas niezwykle uzdolniony gdański szef kuchni Daniel Chrzanowski. Śledzia podał w stylistyce fine dine, a marynowaną tuszkę przybrał kroplami musu pietruszkowego i jabłkowego oraz sałatką buraczkową. Talerz wyglądał zjawiskowo. Nic dziwnego, że błyskawicznie trafił do międzynarodowych mediów, stanowiąc forpocztę gdańskiej elegancji. Z tamtych czasów bardzo dobrze wspominam też śledziową pastę babci Marianny, którą do karty wprowadził jeden z najbardziej uznanych gdańskich restauratorów, Arkadiusz Onasch. Dziś zagadnienie śledzia realizowane jest w gdańskich restauracjach formie szczątkowej. W samym Gdańsku mogę polecić Kubickiego albo siostrzaną Rybkę na Wartkiej, gdzie da się zjeść śledzia w słodko-kwaśnej marynacie albo w śmietanie oraz Tawernę Mestwin, gdzie podają śledzia po kaszubsku. Z adresów pozamiejskich warto wybrać się do Miszewka, do kaszubskiej checzy Mùlk, gdzie śledzia podają od razu w trzech postaciach – w zalewie słodko-kwaśniej, w śmietanie i po kaszubsku. Choć przaśnie, to porcja jest imponująca. Natomiast jeśli ktoś miałby ochotę na formę eksperymentalna i jest gotowy na ryzykowne połączenia, w gdańskim Mercato podają śledzia z pstrągową ikrą i... z karczochami – poleca Artur Michna.

RESTAURACJA DUCHA66
Gdańsk, ul. św. Ducha 66
tel. 58 380 11 50

DUCH·A 66

GDAŃSKIE SMAKI
W KLASIE MISTRZOWSKIEJ

DOKŁADNIE TO O WAS MYŚLĘ: DZIŚ OBGADUJĘ KONKURENCJĘ

Moja przygoda z Prestiżem zaczęła się spotkaniem kilka tygodni temu w redakcji magazynu w Sopocie. Jesteśmy w siedzibie gazety, siedzimy przy stole i ustalamy tytuły felietonów. Nagle wbiega gość z reklamówką w ręku i mówi, że szuka pracy. Michał (red. naczelny) zadaje więc pytanie: na jakie stanowisko? Gość odpowiada: „jak to? - Do magazynu, jeżdżę wózkiem widłowym". I właśnie w tym momencie moje zrozumienie tego, czym jest magazyn Prestiż zmieniło się na zawsze. Nie tylko zresztą moje. Tego dnia zostałem magazynierem. Być może też magazynier został felietonistą. Nasze losy skrzyżowały się na zawsze. No może z jedną różnicą: ja dostałem robotę, a on nie. Nie wiem, co teraz robi w życiu, ale powiedzcie mu, że pisząc będę o nim myślał. Był z Ukrainy, więc tym bardziej mu kibicuję, by odnalazł swoje miejsce.

Odnośnie miejsca – dziś napiszę o tych, co zajęli moje na rynku architektury wnętrz, a przynajmniej próbują. Często skutecznie, ale często też bezskutecznie. To cieszy. Było kilka takich zleceń, które ktoś świsnął mi sprzed nosa, a kilka ja zakosiłem komuś. Tak bywa – to tak zwana konkurencja. Czy zdrowa? Myślę, że nie. Za dużo się obgadujemy w naszej branży, a za mało spotykamy. Ten tekst chyba tego nie zmieni, chociaż… Skłamałbym mówiąc, że się nie widujemy. Z jedną osobą z branży udaje mi się spotykać regularnie – z naszym nadwornym fotografem **Tomem Kurkiem**. Na co dzień mieszka w Londynie, ale to dzięki niemu Polska poznaje najważniejsze polskie projekty. Mamy szczęście, że jest ktoś taki, kto przymyka oko na nasze potknięcia we wnętrzach i potrafi dostrzec to, co piękne nawet w tym, co tak często brzydkie. No i najważniejsze: posiadł rzadką sztukę, która nam projektantom nie wychodzi: – potrafi się uśmiechać mimo zmęczenia.

Jeśli o mnie chodzi to częściej bywam na branżowych raucikach w Warszawie. Tam jakoś na pozór milej, może dlatego, że więcej kasy na rynku, bogatsi inwestorzy, a i więcej darmowego alkoholu dają na imprezach. Więc wszystko jak należy. U nas w Trójmieście jak impreza to srogo branżowa: jeśli chcesz szampana to najpierw musisz nauczyć się na pamięć nazw nowej kolekcji kafli. To ja tak nie chcę – w barze naprzeciwko wychodzi szybciej i w sumie taniej.

Osobnym tematem są imprezy wyjazdowe do włoskich fabryk: to fakt – są za darmo. A gdzie jest haczyk? Na kacu zwiedzasz linie produkcyjne. Tylko tyle, i aż tyle. To ja już wolę dopłacić, by nie zwiedzać.

Wracając do Warszawy: tamto środowisko nie istniałoby bez współczesnej Gertrudy Strein designu: **Olgi Kisiel-Konopki**. To osoba, która prowadzi agencję PR odpowiedzialną za kluczowych klientów w branży, organizuje konkursy i eventy dla architektów. Może wpadniesz do nas trochę rozruszać środowisko? Znając Ciebie może być całkiem zabawnie – przypomina mi się ostatni event w Warszawie z japońskim architektem, który dostał nagrodę Pritzkera (architektoniczny „nobel"). 300 osób na sali, napięcie sięga zenitu i nagle się okazuje się, że nie zacznie wykładu bez idealnego wskaźnika. Ani kij od miotły, ani badyl z drzewa ani linijka nie były wystarczająco dobre. Sprawę uratowała rozkładana antena wymontowana na szybko ze starego radia. Nie zazdroszczę spinania takich sytuacji na żywo!

Odnośnie imprez – **Anna Maria Sokołowska**! Szanuję Cię, robisz niezłe projekty, i świetnie, że udostępniasz swoją wiedzę we własnym sklepie internetowym, ale podpadłaś! Co z parapetówką w Twojej pięknej „Stodolove"? No chyba, że była i mnie nie zaprosiłaś. Nie będę się wpraszał – rozumiem. Świetnie Ci wyszła Twoja chata, z chęcią zobaczę na żywo. Szczególnie lubię to, że ten dom powstał z budynku gospodarczego z 1940 roku. No i ciekawe, że projektowanie zaczęłaś od okna i widoku z przestrzeni dziennej - szanuję takie podejście. No dobra – nie męczę tematu, jak będziesz chciała to sama zaprosisz do siebie. Ściskam.

Pozdrawiam też sąsiadkę Kasię Wietechę i jej pracownię **Mo Home**. Miałem Ciebie zalajkowaną długi czas, ale umarłem z zazdrości jak przekroczyłaś 80 000 followersów na Instagramie i odlajkowałem. To było dla mnie za dużo – śledziłem aż w końcu podupadłem na zdrowiu. No i ten twój piękny dom – zawsze jak go mijam to odwracam wzrok. Jesteś chyba jedynym projektantem w Trójmieście, który mieszka lepiej niż większość realizacji, które na co dzień robimy. Szok, szacun. Może kiedyś znów zalajkuję, ale nie obiecuję.

Niesprawiedliwe jest to, że projekty trafiają często do znanych, a niekoniecznie do najlepszych. Więc oto ci najlepsi - przynajmniej potencjalnie. Inwestorzy – odezwijcie się do nich! Na staruchów szkoda czasu: **Marta Koniczkuk, LOQM Zuzanna Motus, Inbalance**.

JAN SIKORA

Rocznik 1984, profesor gdańskiej ASP i architekt wnętrz z 15 międzynarodowymi nagrodami na swoim koncie. Obserwator i uczestnik świata projektowego. W ASP prowadzi Pracownię Przestrzeni Publicznych. W kraju dostał m.in. Nagrodę Architektoniczną Polityki za Stację Kultura w Rumi. Na swoim koncie ma felietony do Tygodnika Polityka i Świata Rezydencji, prowadził TEDx Gdynia, a ostatnio zrobił autorski stand-up. Przewodniczący i juror takich konkursów jak: Must Have, Dobry Wzór, Konkurs Koło czy Inspireli International Awards. Jego projekty publikowane są regularnie na świecie, a jego można spotkać na naszej zatoce, gdzie surfuje na desce elektrycznej.

Jaka piękna samowolka

SZTUKATERIA I DREWNO Z WIDOKIEM NA WRZESZCZ

TEKST: HALINA KONOPKA
PROJEKT: P2 PIKIEL & PILTZ – ZUZANNA PIKIEL, AGATA PILTZ | WWW.P2DESIGN.PL
ZDJĘCIA: JAKUB NANOWSKI PERSPEKTYWA

Naturalne drewno ze sztukaterią, wyszukane obrazy, złote elementy, mosiężne listwy, a wszystko okraszone pięknym, naturalnym światłem. Właśnie tak prezentuje się wnętrze wrzeszczańskiego mieszkania. Nieoczywista harmonia wybrzmiewa tu niemal na każdym kroku, sprawiając, że naturalność podkreślona została bez przesadnego przepychu. Są meble od polskich projektantów, jakość, a przede wszystkim wspólne poczucie estetyki.

Naturalne materiały, bez półśrodków – taka idea przyświecała projektantkom od samego początku. Z drugiej strony, dla rodziny ważne było ciepło, lecz nie w sensie dosłownym. Duża, wspólna przestrzeń, pozwalająca na długie posiłki, robienie ciastek na blacie w kuchni, granie w gry czy odrabianie lekcji przy stole – od samego wejścia miało tętnić tu życie. Równocześnie przestrzeń wymagała sprytnych i praktycznych rozwiązań, które ułatwią organizację niemałej, bo 5-osobowej rodziny.

Mieszkanie podzielone jest na trzy czytelne strefy: centrum, gdzie znajduje się salon z kuchnią, gabinet z biblioteką oraz główna sypialnia z prywatną łazienką mieszczą się na samym końcu korytarza, natomiast za kuchnią umiejscowiono przestrzeń z sypialniami dzieci oraz drugą łazienką.

- Projektując salon z aneksem kuchennym, wyszłyśmy z założenia, że zabudowa kuchni musi być niejako meblem w salonie. Zależało nam na tym, żeby siedząc na

kanapie nie mieć uczucia, że odpoczywamy w kuchni – mówi Zuza Pikiel, architektka wnętrz z pracowni P2 Pikiel & Piltz. - Z tego też względu kuchnia jest wciągnięta kolorystycznie do reszty pomieszczenia – wspólna zabudowa ze strefy wejścia – szafy czy przejście do innych pokoi – sprawia, że wnętrze jest spójne, a co za tym idzie, spokojniejsze – dodaje.

Pierwsze skrzypce w mieszkaniu gra natura, i to bez kompromisów. Jeśli kamień na blacie – to ten osobiście wybrany przez inwestorów. Nie z katalogu, nie na małych wycinkach, a konkretny slab o wielkości 3x2 m, od razu zarezerwowany w magazynie i odłożony do odbioru dla kamieniarza. Na podłodze – deska naturalna w dużym formacie oraz parkiet układany w jodełkę francuską.

- Lubimy dbać o detale. Zróżnicowane podziały w ułożeniu desek podkreśliłyśmy wstawkami z mosiężnych listew. Z czasem nabiorą charakteru, zestarzeją się, ściemnieją i porysują, to jednak nie jest dla nas mankamentem. Nie chcemy, żeby mieszkanie było niezniszczalne, jak muzeum. Tu ma się żyć – opowiada Agata Piltz, architektka z pracowni P2 Pikiel & Piltz.

Zarówno dla projektantów, jak i inwestorów bardzo liczyła się jakość, stąd w mieszkaniu znajdziemy m.in. meble od polskich projektantów. W salonie znajduje się piękny stół od Miloni, który z łatwością mieści 5-osobową rodzinę. Jednak szczególne miejsce znalazły tu meble z gdyńskiej pracowni Tamo – w sypialni to stoliki nocne oraz toaletka, w salonie – komoda.

- Ta komoda skrywa w sobie niespodziankę. W jej środkowej szufladzie idealnie zmieścił się rzutnik krótkoogniskowy. Po wysunięciu szuflady można oglądać filmy na ścianie nad komodą, bez potrzeby wyciągania rzutnika na wierzch. A na co dzień pozostaje niewidoczny! – zwraca uwagę Zuza Pikiel.

Apartament zlokalizowany jest w Gdańsku na ostatnim piętrze budynku, skąd rozpościera się piękny widok na spokojną część Wrzeszcza. Ta perspektywa bardzo sprzyja wypoczynkowi. Co więcej, w ciągu dnia do środka wpada mnóstwo naturalnego światła, przez co mieszkanie zmienia też swój charakter. Światło jest ciepłe i fantastycznie gra, podświetlając ciekawe detale mieszkania.

- Od początku współpracy mieliśmy wspólną ścieżkę – właściciele mieszkania byli zgodni między sobą i przekonani o swoich marzeniach czy wyborach. To wiele ułatwia w procesie projektowania, kiedy para jest pewna swoich decyzji i otwarta na sugestie, wówczas można być na 99% pewnym, że efekt będzie satysfakcjonujący dla obu stron – wspomina Agata Plitz. - Tak też się stało. Kiedy po prawie roku po oddaniu projektu zostałyśmy zaproszone przez naszych klientów na kawę do nowego mieszkania – obie byłyśmy zaskoczone. Mieszkanie zostało wykończone i wyposażone zgodnie z projektem i wszystkimi sugestiami, a dodatki wprowadzone na świeżo przez mieszkańców – fantastycznie dopełniały główną bazę. Widać było, że nawet na końcowym etapie nie było mowy o kompromisach – podsumowuje projektantka.

SZTUKĄ W PORTOWE DZIELNICE!

AUTORKA: KLAUDIA KRAUSE-BACIA | **FOTO:** RAFAŁA KOŁSUTA / TRAFFIC DESIGN

Celebrowanie sztuki w przestrzeni publicznej… czy to możliwe? Traffic Design konsekwentnie pokazuje, że można! Niedawno zakończyła się trzecia edycja Biennale Dizajnu i Sztuki Miejskiej, jednak jego pokłosie wciąż możemy podziwiać na portowych obrzeżach gdyńskiego Śródmieścia i Grabówka. Tym razem twórcy z Holandii, Szwajcarii, Polski i Ukrainy skupili się na konkretnych motywach: porcie, materiale, tranzycie, morzu, mieszkaniu i lesie. Brzmi intrygująco? Koniecznie trzeba wyskoczyć na miasto!

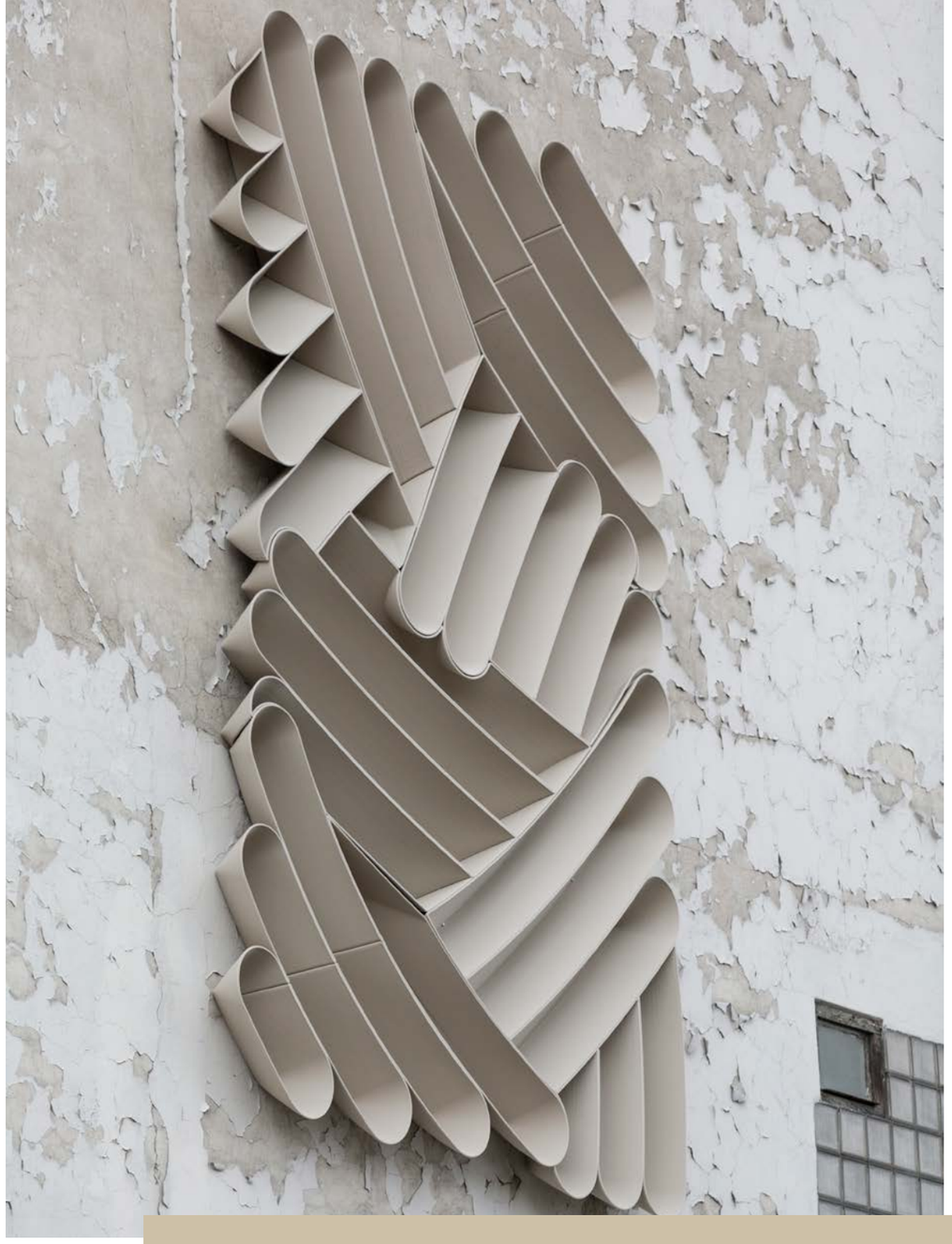
Port, materiał, tranzyt, morze, mieszkanie i las to słowa-klucze, a zarazem obszary tematyczne tegorocznej edycji Biennale Dizajnu i Sztuki Miejskiej. Co to takiego? Stowarzyszenie Traffic Design od trzech lat zaprasza artystów z różnych krajów do pracy w miejskich przestrzeniach Gdyni. Tym razem pod lupę wzięto przestrzenie Grabówka i industrialnej części Śródmieścia Gdyni - to właśnie na ich terenie umieszczone będą wszystkie z realizacji.

- W związku z tym, że działania mają charakter miejski, są realizowane w przestrzeni publicznej, prace są efektem współpracy na linii artysta-kurator, ale też jednostki miejskie, społeczność lokalna wreszcie specjaliści z zakresu technologii, bo od kilku lat jedną z idei jest przekładanie prac artystów pracujących w 2D do przestrzeni publicznej w różnych formach - mówi Monika Domańska ze Stowarzyszenia Traffic Design.

W ramach tegorocznej edycji powstało sześć absolutnie różnych artystycznych interwencji. Do współpracy zaproszono artystów z różnych krajów, w tym m.in. Ukrainkę Olii Hordiienko, holenderską grupę Thonik oraz The New Raw, szwajcarskie studio Feixen oraz zdolnych Polaków: Blankę Byrwę, Malwinę Konopacką i Jacka Walesiaka.

- Ideą tegorocznego Biennale było wkroczenie sztuki w miejsce styku mieszkalnej, morskiej i industrialnej części miasta. Rozpoczynając współpracę z artystkami i artystami, wychodziliśmy z założenia, że w zmieniającym się świecie, gdzie kończą się tradycyjne zasoby, również twórcy sztuki muszą nauczyć się korzystać z alternatywnych materiałów, takich jak bioodpady, czy recyklingowany plastik - mówi Monika Domańska ze Stowarzyszenia Traffic Design. - Kontynuowaliśmy również ideę myślenia o mieście w kontekście wspólnoty międzygatunkowej, co odzwierciedlał projekt Olii Hordiienko, naszej rezydentki, która przyjechała do Polski z Ukrainy. Nie zabrakło również wdrażania do przestrzeni miejskiej projektów literniczych i graficznych, za którymi w tym roku stały studia z Holandii i Szwajcarii - dodaje.

W programie oprócz samych dzieł oraz wernisażu wystawy połączonego z oprowadzaniem kuratorskim, zorganizowano też warsztaty w temacie bioplastiku, spotkania z twórcami tegorocznych realizacji, czyli The New Raw oraz Felixem Pfaffli i pokazy filmów poświęconych tematyce miast i architektury.



ABSTRAKCYJNY RELIEF „COMB”

KOLEKTYW THE NEW RAW

The New Raw – rotterdamskie studio badawczo-projektowe – zrealizowało projekt bazujący na odzyskanym z odpadów plastiku, udowadniając, że skazane na niebyt odpady mogą zmieniać publiczne przestrzenie i dać artystów możliwość nadania im niepowtarzalnej formy. Ich instalacja zawisła na ścianie chłodni Lacpolu, ma blisko 12 metrów i jest złożona z 9 abstrakcyjnych kształtów, które ze względu na położenie budynku mogą być łatwo dostrzeżone z wielu innych punktów miasta. Projektanci wykorzystali technologię druku 3D i sprowadzili do Gdyni elementy, które wyprodukowali wcześniej specjalnie na tę okazję w Rotterdamie. Co ciekawe, przy tej produkcji w dużej mierze skorzystano z materiałów morskiego „pochodzenia”, czyli np. starych lin cumowych czy sieci rybackich.

Lokalizacja: elewacja Lacpolu przy ul. Polskiej 15

mieszkanie

KOMPOZYCJE Z PLASTIKU
DUET KONOPACKA/WALESIAK

Wspólny projekt Malwiny Konopackiej i Jacka Walesiaka to eksperymentalne rozwinięcie zderzenia twórczości obu artystów, które miało miejsce na wystawie Let's Pop In w ramach cyklu prezentacji artystycznych w przestrzeni Traffic Design. Tym razem w duchu re-use artyści wzięli na warsztat wszechobecny plastik, któremu nadają drugie życie w postaci serii kompozycji wizualnych. Instalacje zostały wykonane z odpadów plastikowych przetopionych na nowe formy. W tym projekcie odpad i sztuka spotykają się na dwóch poziomach — przetworzenia i lokalizacji.

Lokalizacja: przy wiatach śmietnikowych na terenie Grabówka

las

DZIKIE ZWIERZĘTA W MIEŚCIE
OLIA HORDIIENKO

Rzeźby z giętego drutu to twór rezydentki Traffic Design - ilustratorki z Kijowa, Olii Hordiienko. Tryptyk przedstawia ćmę, kunę i dzika. Każde z nich stanowi uosobienie problemów, z którymi zmagają się ludzie w obliczu wojny, ale też w różnych kryzysowych sytuacjach

- Przyjechałam do Gdyni w zawiłym momencie mojego życia: po rozpoczęciu wojny w Ukrainie. Starałam się zaakceptować miasto, jako moje miejsce na jakiś czas. Zauważyłam tu mnóstwo zwierząt, które nie pojawiają się w przestrzeni Kijowa. Ludzie lubią oglądać zwierzęta, bo mamy wrażenie, że ich życie, instynktowne i pozbawione dylematów, bywa łatwiejsze od ludzkiego. Niemniej wydaje mi się, że świadomość zwierząt nie jest brana wystarczająco serio. Stworzyłam więc serię zwierzęcych bohaterów, którzy ilustrują problemy, z którymi mierzą się ludzie w kontekście wojny i nie tylko – mówi Olia.

Lokalizacja: okolice ul.Kapitańskiej, Gdynia Grabówek

OPOWIEŚĆ O MORSZCZYNIE
BLANKA BRYWA

Projektantka Blanka Byrwa od lat bada temat morskich makroglonów, a wykonany przez nią mural, zaprojektowany przez Jacka Wielebskiego, jest kontynuacją pracy badawczej. Tym razem motywem przewodnim jest...morszczyn pęcherzykowaty - glon, który pod koniec XX wieku praktycznie wyginął w Bałtyku.

Wizualna część pracy to ilustracyjne przedstawienie morszczynu, nawiązujące do estetyki podręczników i biologicznych preparatów. Jednak nie jest to zwykły mural, spoiwem biotynku są bowiem: alginian sodu, żywica oraz wapno ze skorupek jaj. Pozostałe materiały nadające tynkowi teksturę i kolory – to między innymi popiół, opadłe liście akacji, skorupki po jajach z lokalnej piekarni, kawiarniane fusy, czy obierki z marchwi ze szkolnej stołówki. Co ciekawe, mural jest formą eksperymentu, z założenia jest zmienny i nietrwały, będą zmieniać się jego kształty i kolory — po pewnym czasie zniknie lub zostanie zamalowany.

Lokalizacja: ul. Grabowo 10, Szkoła Podstawowa 17

morze

50 METROWY NICK CAVE
STUDIO THONIK

Amsterdamskie studio projektowe Thonik postawiło na mural i Fernhout – tak nazywa się charakterystyczny krój pisma, po który sięgnęli artyści przy projektowaniu grafiki. Pojawiła się ona na długiej elewacji portowego hangaru. Inspiracją dla projektu stał się Nick Cave, a w zasadzie jego słynny utwór „The Ship Song". W konsekwencji powstał ogromny, 50-metrowy napis, który głosi: „Come sail your ship around me".

- Rozpoczynając współpracę z holenderskim studiem, chcieliśmy, aby projekt nawiązywał do stoczniowej historii miasta. Ucieszyła nas propozycja, aby zamiast nazw statków czy ulic, potraktować zadanie w sposób niebezpośredni: nawiązaniem do piosenki Nicka Cave'a „The ship song", która tytułowy statek traktuje w sposób całkowicie metaforyczny – mówi Monika Domańska z Traffic Design.

Sentencję wpisano w przestrzeń portu, korzystając ze znaków kojarzonych z Dutch Design Week oraz grafikami związanymi z wystawą holenderskiego malarza Edgara Fernhouta.

Lokalizacja: ul. Kadłubowców, Gdynia

TABLICE DROGOWE INACZEJ
STUDIO FEIXEN

Kolor, forma i typografia, a nawet język - w tej pracy znajdziemy wszystko. Feixen - szwajcarskie studio wzięło na warsztat temat estetyki i „języka" znaków drogowych, który został rozwinięty w postać muralu z elementami tablic. Mówiąc wprost: realizacja pozwala na to, by na nowo nadać znaczenie elementom graficznym wymyślonym przez Felixa Pfäffli.

– Ta praca zaczęła się od obserwacji znaków drogowych. Robiłem w tym czasie prawo jazdy i szczerze mówiąc, wielu z nich nie rozumiałem, były dla mnie po prostu ładnymi kształtami [...] Chciałem przekazać to uczucie ekscytacji ignoranta. Dzięki temu odbiorca może spojrzeć na znaki, tak jakby widział je po raz pierwszy — bez znaczenia i treści — mówi o swojej pracy projektant.

Lokalizacja: Grabowo 4

PIĘKNO

NA POJEDYNEK WYZYWA: MICHALINA DOMOŃ

„Świat bez piękna nie byłby światem, w którym chciałbym żyć. Mógłbym umrzeć za piękno. A Ty?" – mówi Quentin, jeden z bohaterów serialu „Biały lotos". Piękno budzi zachwyty, podziwy, uniesienia. W średniowieczu utożsamiano je z dobrem, a współczesne badania psychologiczne potwierdzają, tak jak to, przeprowadzone przez Uniwersytet w Nowym Meksyku, że piękno rodzi pozytywne skojarzenia. Ludzie ładni uważani są na przykład za bardziej inteligentnych. Ale piękno to nie tylko fizyczna uroda. Jak widzą piękno ilustratorki tego wydania?

GASIA.GASIA

Ola, studentka grafiki, wysoka dziewczyna

Rysuję, bo lubię i muszę.

Mój pierwszy rysunek przedstawiał kreta.

Deadline **pobudzają moją kreatywność.**

Artysta dojrzewa, kiedy kończy osiemnaście lat.

Największe wyzwanie to segregowanie śmieci.

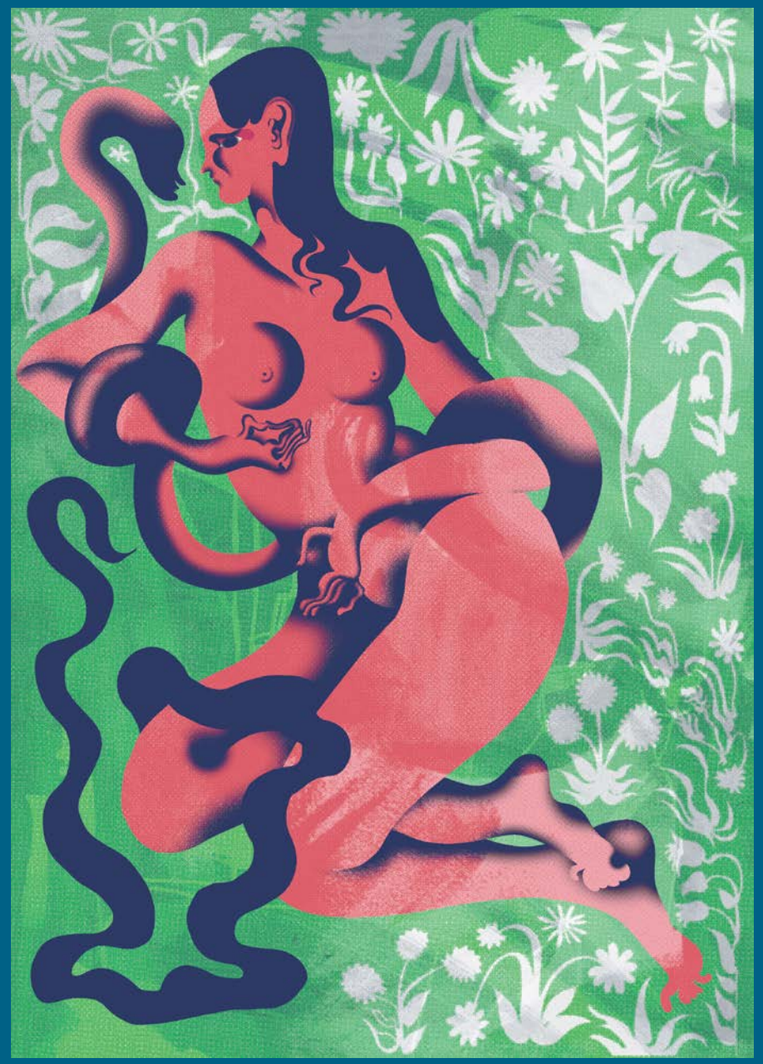
Co jest pięknem? Wszystko.

Co pięknem nie jest? Analogicznie, nic.

Świat bez piękna popada w melinę.

Najpiękniejsza rzecz subiektywnie to ikonografia średniowieczna.

Czy mogłabyś umrzeć za piękno? Niekoniecznie.



Pojedynek Rysowników

MARTIKA PINEDO SANCHEZ

ilustratorka, miłośniczka literek, amatorka dobrej kawy i towarzystwa piesków

Rysuję, bo to przyjemność.

Mój pierwszy rysunek przedstawiał pisankę we wzorki.

Ludzie i słońce **pobudzają moją kreatywność.**

Artysta dojrzewa, kiedy zaczyna ufać sobie zamiast bać się oceny innych.

Największe wyzwanie to zacząć.

Co jest pięknem? Chwila zachwytu.

Co pięknem nie jest? Brak uważności.

Świat bez piękna byłby bez smaku.

Najpiękniejsza rzecz subiektywnie to miłość.

Czy mogłabyś umrzeć za piękno? Nie, ale pięknie żyć – owszem.

— MADE IN 3CITY —

PRZĘDZA JĘDZA

MIŁOŚĆ OD PIERWSZEGO TKANIA

AUTORKA: HALINA KONOPKA

Wszystko zaczęło się kilka lat temu, kiedy Karolina - świeżo dyplomowana graficzka - usiadła przy swoim pierwszym krośnie żakardowym. Tak… To była miłość od pierwszego tkania. Od tamtego czasu, w kameralnym studiu projektowym w Gdyni, działa pod marką Przędza Jędza, w którym naprzemiennie przeplata projektowanie graficzne i tekstylne.

W modernistycznej Gdyni istnieje studio projektowe, w którym królują… żakardy - niedocenione tkaniny, które powstają z połączenia przeplatających się nici. W czym tkwi ich magia? Otóż, odpowiedni dobór splotów pozwala uzyskać niezwykłe struktury i wzory, a wariacji splotów są setki, jak nie tysiące. Daje to ogromne możliwości tworzenia czegoś zupełnie niepowtarzalnego, co jednocześnie ma żywą, przestrzenną strukturę. Śmiało można powiedzieć, że przędza jest zaklęta w tym wzorze już na zawsze. Właśnie to najbardziej doceniła Karolina Kurpiewska, właścicielka kameralnej Przędzy Jędzy, która w żakardach zakochała się w trakcie studiów na Wydziale Tkaniny i Ubioru na Akademii Sztuk Pięknych w Łodzi.

- W zasadzie można powiedzieć, że tkaniny żakardowe znalazły mnie - mówi Karolina Kurpiewska. - Po ukończeniu grafiki na ASP w Gdańsku szukałam czegoś, co z jednej strony pozwoliłoby mi na dalsze tworzenie nowych projektów, a z drugiej było bardziej namacalne, fizyczne. Początkowo chciałam studiować projektowanie ubioru, ale tak się złożyło, że dostałam się na projektowanie tkaniny. Tam właśnie odkryłam krosna żakardowe, dzięki którym elementy układanki idealnie ułożyły się w całość - podkreśla.

W portfolio znajdują się krótkie serie ubrań, szale, kimona, a także grafiki oraz tkaniny dekoracyjne i użytkowe. Cały proces tworzenia zaczyna się dość tradycyjnie, od powstania projektu graficznego. Następnie trzeba przenieść grafikę na język krosna, czyli tak zaprojektować układ splotów, żeby tkanina odzwierciedlała pierwotny zamysł i uwydatniła swoje walory. Ostatnie etapy to tkanie na krośnie i późniejsza obróbka surowej tkaniny, czyli nadanie jej końcowego kształtu, np. szalika, koca lub płaszcza.

- Taki proces jest bardzo czasochłonny. Na własnym krosnie półmechanicznym tworzę głównie tkaniny dekoracyjne, natomiast tkaniny przeznaczone na ubrania, mimo że są to niewielkie serie, powstają na krosnach mechanicznych, które pozwalają wytkać większe partie materiału w krótszym czasie. Jednocześnie staram się, żeby każdy mój projekt odpowiadał jakąś historię. To mogą być nawiązania do architektury lub krajobrazu bliskich mi miejsc lub moje własne wizualizacje form i kształtów, które mnie w jakiś sposób zafascynowały - opowiada właścicielka Przędzy Jędzy.

Warto zaznaczyć, że wszystkie produkty są w całości zaprojektowane przez Karolinę i w 100% powstają w Polsce. Co ciekawe, studio wykonuje również indywidualne zlecenia graficzne oraz realizuje produktowe sesje fotograficzne. To miejsce pełne pasji, kreatywności i zamiłowania do prawdziwego rzemiosła.

MAGDA MOŁEK X RESERVED

CELEBRACJA ŻYCIA

AUTORKA: KLAUDIA KRAUSE-BACIA

Magda Mołek, ceniona dziennikarka i Youtuberka, znana nie tylko z doskonałego rozeznania w świecie nowych mediów, lecz także z oryginalnego i inspirującego stylu, została ambasadorką trójmiejskiej marki ubraniowej Reserved. Efektem tej współpracy jest własna kolekcja ubrań, która urzeczywistnia jej wizję wspólnej celebracji wyjątkowego czasu. Elegancką, lecz komfortową. Znajdującą kompromis między efektownym wyglądem a swobodą.

To kolaboracja wyjątkowa, z karnawałowym twistem. Pełna szykownych, odświętnych propozycji, doskonałych do noszenia zarówno podczas biurowych spotkań, jak i imprez w rodzinnym gronie. To ubrania, które dziennikarka sama chciałaby założyć, jej ulubione fasony i rozwiązania, jak na przykład dekolt V czy kieszenie nawet w eleganckiej sukience. Wszystkie elementy są jednocześnie odświętne i praktyczne, swobodne kroje nie krępują ruchów, a szlachetne materiały nadają szyku stylizacjom.

W kolekcji znajdziemy między innymi dwa garnitury (welurowy w głębokim burgundowym kolorze oraz wiskozowy, z marynarką o skróconej linii), wizytowe sukienki, płaszcz z rozszerzanymi rękawami, jedwabny top czy koszulę z szerokim dekoracyjnym mankietem z guziczkami i wiązaniem pod szyją. Liczą się detale – ukośne przeszycia lub koronkowe aplikacje, marszczenia przy mankietach, asymetryczne cięcia, taśmy do wiązania na różne sposoby. Marynarki zostały pozbawione guzików, co daje im bardziej swobodny, niezobowiązujący charakter. Bohaterka kolekcji jest fanką bieliźnianych nawiązań, stąd satynowy połysk czy koronkowe elementy topów lub sukienek.

Żakardy i elementy biżuteryjne zostały zainspirowane delikatnymi piórami oraz malowniczymi wzorami pozostawionymi na szybie przez mróz. Stąd też chłodny, pastelowy odcień turkusu czy kolczyki i pierścionek z kryształków przypominających płatki śniegu. Dla podkręcenia stylizacji – długie skórzane rękawiczki w nietypowym, jasnobłękitnym kolorze lub ciepłe skarpety, które idealnie współgrają z eleganckim obuwiem.

W palecie barw znajdziemy różne odcienie czerwieni ze złamaną bielą, którym towarzyszą: róż, kobalt, czerń oraz wspomniany mroźny turkus. Materiały wykorzystane w kolekcji realizują założenia jakości Premium oraz Eco Aware. To między innymi jedwab z 7% domieszką elastanu, 70% wełna z domieszką poliamidu lub certyfikowana wiskoza.

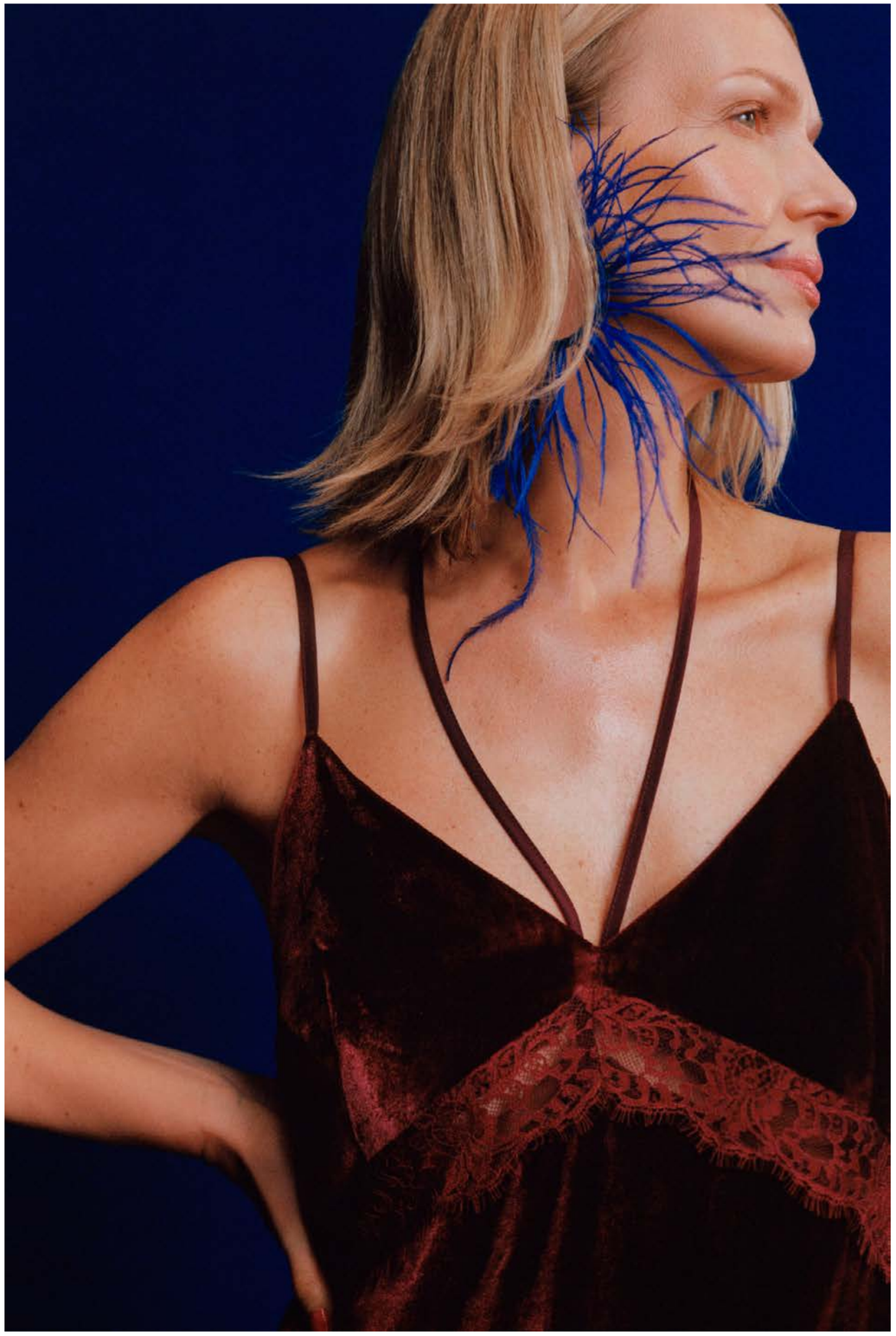


Foto: Lola Banet
Asystent: Antek Becker
Reżop: Nikodem Marek
Stylizacje: Ewelina Gralak
Asystentka: Natalia Osełka
Scenografia: Ania Witko, Dagmara Stępień
Mua: Sonia Kieryluk
Hair: Michał Pasymowski
Kierownik Produkcji: Kornelia Strzelecka
Produkcja: HOLY Production

DOLCE & GABBANA, GUCCI I... KATARZYNA KONIECZKA!

AUTORKA: KLAUDIA KRAUSE-BACIA | **FOTO:** MAT. PRASOWE "VANITY FAIR ITALIA"

Królowa Popu - Madonna - po raz kolejny zaszokowała, tym razem wcieliła się w Matkę Boską, odtworzyła „Ostatnią wieczerzę" Leonarda da Vinci i złożyła hołd swojej ulubionej malarce, Fridzie Kahlo - a wszystko z pomocą sopockiej kostiumografki! Katarzyna Konieczka ma na koncie współpracę z wieloma światowymi gwiazdami, jednak nigdy wcześniej jej prace nie trafiły na okładkę tak prestiżowego magazynu.

Katarzyna Konieczka projektowała stroje m.in. dla Lady Gagi, Fergie czy fotografa Davida LaChapelle. Ostatnio do grona fanów jej projektów dołączyła Madonna, która zapozowała w nich do nieziemskiej sesji okładkowej specjalnego włoskiego wydania „Vanity Fair" – „Icon Issue". Zdjęcia flirtujące z tematyką sakralną wywołały już sporo kontrowersji, jednak zarówno fani, jaki i krytycy zgodnie twierdzą, że to jedna z najlepszych sesji Madonny. A to zasługa m.in. efektownych stylizacji od najlepszych w swoim fachu, czyli od Dolce & Gabbana, Gucci i... Katarzyny Konieczki.

- Kostiumy powstawały około miesiąca. Do współpracy zaprosiłam Radosława Kobusa, który jest artystą malarzem. Przy tym projekcie skupiliśmy się na tym, żeby epatował artem i malarskością - opowiada Katarzyna Konieczka. - Na przykład kostium w scenie zbiorowej, gdzie Madonna ma na sobie części ciała lalek, był malowany bardzo artystycznie. Był ścierany i malowany z pędzla tak, aby sprawiał wrażenie, że jest nadgryziony zębem czasu. Jednak wszystkie materiały użyte do produkcji były etyczne. Nie używałam futer czy skór naturalnych. Gorset, w którym Madonna jest wystylizowana na Fridę Khalo wygląda jakby był z grubej profilowanej skóry, a tym czasem jest to malowane tworzywo sztuczne - dodaje.

Wszystkie stylizacje wykorzystane w sesji robią piorunujące wrażenie, jednak oczy wszystkich automatycznie kierują się na okładkę. Madonna ma na głowie unikatową, bogato zdobioną koronę maryjną, która powstała w Sopocie.

- Korona jest w całości wykonana ręcznie, tutaj żaden z podzespołów nie był kupiony. Głównym składnikiem jest tu ozdabiania przeze mnie koronka. Często spotyka się korony tego typu łączone z gotowych biżuteryjnych blaszek, czy odlewów, które można z łatwością kupić. Tutaj tego nie ma. Można powiedzieć, że to w 100% unikatowa rzeźba - podkreśla projektantka.

To nie pierwszy raz, gdy Katarzyna Konieczka stworzyła kostiumy maryjne. Projektantka od lat inspiruje się tematyką sakralną. Koronę, a raczej czepiec stworzyła kiedyś dla Justyny Steczkowskiej, która dzierżyła go na okładce swojej płyty.

- Zawsze fascynowała mnie taka uroczystość w wizerunkach świętych. W tym roku mija 10 lat od mojego projektu z fotografką Katarzyną Widmańską, która zadzwoniła do mnie z pomysłem, aby zrobić wizerunki matek boskich. Takich polskich, jak: Czarna Madonna czy Madonna Trójręka. Marzę o kontynuacji tego projektu i liczę, że uda mi się ja namówić - podkreśla Konieczka.

OBALAMY MITY ZWIĄZANE Z ODCHUDZANIEM

Spotykają się dwie ekspertki od odchudzania i biorą na warsztat popularne porady polecane by zbić wagę. Jedna jest dietetyczką, a druga... spróbowała chyba wszystkie diet, że może zrobić ich ranking. Razem przyglądają się krążącym po świecie diet porad-dom sprawdzają, czy to hit czy kit.

Pochodząca z Sopotu dietetyczka z powołania z wykształcenia. Swoich podopiecznych wprowadza w świat diety, pokazując im, że nie musi być to katorga, ale przyjemna optymistyczna droga. Udowadnia, że dieta i zdrowe odżywianie potrafią odmienić nasz świat, życie i samopoczucie i zdrowie. Zdobyła 6 miejsce w Ogólnopolskim Rankingu Dietetyków w 2017 roku oraz 2 miejsce w Plebiscycie Dietetyka Dziennika Bałtyckiego w 2022 roku.

joanna.trenerka.zdrowej.diety joannatrenerkazdrowejdiety

CHCESZ SCHUDNĄĆ - ZJEDZ ŚNIADANIE

Aleksandra Tatarczuk: Śniadanie. Nakładam na talerz dwa jajka sadzone, skrojone awokado, dwie kromki pełnoziarnistego chleba, dorzucam trochę twarogu i polewam to wszystko oliwą. Czy po takim śniadaniu schudnę?

Joanna Stachowicz-Skałecka: Śniadanie jest faktycznie bardzo ważnym posiłkiem w ciągu dnia. Celowo mówię, że ważnym, a nie najważniejszym, bo każdy posiłek odgrywa istotną rolę w naszej codziennej diecie. Popularne dietetyczne powiedzenie mówi, by jeść śniadanie jak król, obiad jak książę, kolację jak żebrak. I jest w tym sporo prawdy. Powinno być tak skomponowane, by dało nam energię na start, a nasz organizm otrzymał sygnał, by pod-kręcić obroty i zacząć pracować. Badania pokazują, że osoby jedzące regularnie śniadania mają niższy poziom glukozy we krwi, rzadziej chorują na cukrzycę, a procesy związane z glikemią w organizmie, zachodzą sprawniej. Innym dietetycznym przykazaniem jest przestroga, by nie pomijać śniadania. Jednak nie każdy rano czuje potrzebę jego zjedzenia, więc zmuszanie się do niego nie będzie wskazane.

Śniadanie o jakim wspomniałaś jest białkowo-tłuszczowe, będące ostatnio w trendach żywieniowych. I ja jestem zwolennikiem takiego śniadania! Pewnie dlatego namawiam do nich innych (śmiech). Największą zaletą takiego śniadania jest to, że nie po jego spożyciu nie dochodzi do nadmiernego wyrzutu insuliny do krwi. Przez to nie poczujemy nagłego przypływu energii i jego nagłego spadku po półtorej godzinie. Śniadanie białkowo-tłuszczowe zaspokoi nasze zapotrzebowanie kaloryczne na dłuższy czas, a białko będzie odpowiedzialne za poczucie sytości. Musimy też pamiętać, żeby takie śniadanie było odpowiednio skomponowane. Często widzę posty posiłków Instagramie, czy Facebooku, na których widać błędy dietetyczne.

To jakie są to błędy?
Jeśli chcemy skomponować posiłek o wysokiej zawartości tłuszczu, to powinien być on oparty głównie na produktach, które dostarczą nam wielonienasyconych kwasów tłuszczowych. Zdrowym wyborem będzie np. tłusta morska ryba jak łosoś, czy makrela lub śledź. Takie tłuszcze znajdziemy też we wspomnianej oliwie z oliwek, oleju lnianym, orzechach włoskich, czy laskowych, pestkach, nasionach chia, czy siemię lnianym. Warto dodać też do niego jajka. I nie musimy się ograniczać z ich ilością w tygodniu - to kolejny mit warty do zburzenia.

To w takim razie jakiego śniadania unikać?
Na przykład jedzenia na śniadanie parówek, których skład woła często o pomstę do nieba. Lub smażenie na nieodpowiednim tłuszczu np. według mnie smażenie na maśle nie jest dobrym rozwiązaniem. Widziałam kiedyś na instagramie zdjęcia steka na śniadanie. Nie rekomendowałbym takiego posiłku na dzień dobry jeśli nie jest się mężczyzną ciężko trenującym na siłowni.

A takie "instagramowe śniadanie" - awokado z jajkiem poche, z kawałkiem łososia i tostem? To dobre śniadanie, czy złe?
To idealne śniadanie - można spożywać je codziennie.

Co na natomiast z owsiankami? Albo słodkimi bowlami?
Nie jestem smakoszką owsianek, choć nie neguje ich wartości jako zdrowego posiłku. Sama w sobie jest produktem pełnowartościowym. Choć po jej zjedzeniu czuję się syta to po 2-3 godzinach moje myśli zaczynają krążyć wokół jakiejś przekąski. I u większości z nas będzie podobnie. Jednak jeśli po niej czujemy się długo syci, to nie musimy ulegać modom na białkowo-tłuszczowe śniadania. Za każdym razem słuchajmy swojego organizmu i nawet jeśli korzystamy z porad dietetyka, który rozpisuje nam jadłospis. Jeśli rano wolimy zjeść coś małego i słodkiego - nie zmieniajmy naszych przyzwyczajeń. Owsianka tak samo może nam dobrze służyć jak omlet z łososiem. Jednak śniadanie białkowo-tłuszczowe ułatwi nam zachowania kontroli nad pozostałymi posiłkami i mniej będziemy ulegać chęcią na przekąski.

PÓŁ GREJPFRUTA

Co z innym popularnym śniadaniem, które jeszcze parę lat temu królowało w poradnikach, czyli szklanka wody i pół grejpfruta?
Tak (śmieje się!) Grejpfruty zakorzeniły się w dietach odchudzających, nie bez powodu. Jest owocem niskokalorycznym, ma niski indeks glikemiczny, przyśpiesza przemianę materii, obniża poziom złego cholesterolu. Ale spożywanie tylko i wyłącznie grejpfruta na śniadanie nie jest dobrym rozwiązaniem, ponieważ ma tylko 30-40 kalorii, czyli zdecydowanie za mało na rozpoczęcie dnia. Oczywiście grejpfruta możemy włączyć w dietę, ale nie traktować go jako posiłku.

To jaki cel przyświecał twórcom diet z początku XX wieku, którzy polecali pół grejpfruta (broń Boże całego!) na śniadanie?
Generalnie grejpfrut jest świetnym owocem, więc warto mieć go w diecie. Ma niski indeks glikemiczny, więc będzie świetny dla osób cierpiących na insulinooporność. Zawiera mało węglowodanów, a sporo błonnika. Wpływa na obniżenie poziomu cholesterolu, wyrównuje poziom glukozy w organizmie. Może odegrać ważną rolę w walce z wirusem HCV. Pomaga oczyścić wątrobę z toksyn, też może być pomocny w leczeniu zakażeń wątroby wirusem HPV. Zawarty w nim składnik maringenina jest pomocny w leczeniu HCV. Pamiętajmy jednak, że grejpfrut nie może być spożywany z lekami i warto skonsultować z lekarzem jego obecność w diecie w czasie leczenia.

SUPERFOODS

Zjadłyśmy pierwsze śniadanie, przejdźmy dalej. Może zjadłybyśmy na przekąskę jakiś superfoods? Koktajl ze spiruliną, pudding z nasionami chia albo jagodami acai. Czy te produkty są bardziej wartościowe od innych roślin czy warzyw jakie mieliśmy wcześniej w naszej diecie?
Superfoods są modne i ludzie sięgają po nie głównie przez to, ale to akurat bardzo pozytywny trend. Jestem za uleganiem modzie na zdrowe produkty! Pamiętajmy jednak, że nie istnieje żaden konkretny produkt, który nagle w cudowny sposób sprawi, że będziemy zdrowi.

Ale naprawdę (śmiech)?!
Nie, nie istnieje taki produkt, który jak za dotknięciem czarodziejskiej różdżki uzdrowi nasze nawyki, byśmy już przez resztę dnia nie musieli martwić się o to co jemy.

To te wszystkie nagłówki, które krzyczą "Lekarze go nienawidzą, odkrył produkt, dzięki któremu chudnie, nic nie robiąc" kłamią?!
(śmiech) Właśnie tak. W zdrowym odżywianiu nie ma żadnej drogi na skróty. Liczy się po prostu systematyczność i słuchanie potrzeb własnego organizmu. Np. nie każdy lubi smak spiruliny, więc nie ma co się do niej zmuszać. Moda wpływa na wysoką cenę superfoods, ale warto pamiętać o naszych lokalnych tanich produktach jak czosnek, miód, pyłek pszczeli, szpinak, jarmuż, orzechy, czy kasza jaglana. Te superfoods nie są znane od trzech, pięciu lat, tylko jeszcze przez nasze babcie, które korzystały z ich właściwości, nie wydając na nie dużo pieniędzy.

Pyłek pszczeli? Nie słyszałam o jego właściwościach? Co w nim jest wyjątkowego?
Pyłek pszczeli spożywany codziennie reguluje przemianą materii. Przy anemii pozytywnie wpływa na poziom czerwonych ciałek we krwi i podnosi poziom żelaza. Ma też silne właściwości detoksykacyjne. Warto go jednak regularnie spożywać, a nie po lekturze tego tekstu kupić i używać raz w miesiącu. Warto go spożywać w okresie jesienno-zimowym, bo podnosi odporność i zawiera dużo witamin z grupy A, B, C, D oraz magnez i cynk. Naprawdę bardzo przynosi dużo korzyści zdrowotnych jeśli spożywamy go regularnie, np. jako dodatek do koktajlu.

NIE JEDZ PO 18

A co z innymi posiłkami? W końcu "ja" z poranka, to zupełnie "inna ja" z wieczora. Na śniadanie pół grejpfruta, a na kolacje burger, frytki i dwie lampki wina. Czy musimy jeść zdrowo cały dzień, by schudnąć? Czy wpadki przekreślają prowadzenie zdrowego trybu życia?
Generalnie jeden zły posiłek nagle nie powoduje nadwagi, tak samo jak i jeden zdrowy posiłek nie sprawi, że nagle nasza waga spadnie. Ale pracując z klientami widzę taką panikę w ich oczach, gdy nagle w całym tygodniu trzymania reżimu spożyli jeden zły posiłek już są załamani, że waga pójdzie w górę. No nie pójdzie! Tak samo jak nie spadnie po zjedzeniu na obiad super zdrowej sałatki. Faktycznie nasz organizm ma niższą tolerancję na glukozę wieczorem, stąd też objętość kolacji powinna być mniejsza niż śniadania. Każdy z nas miał chyba obserwację, że po ciężkim posiłku gorzej nam się spało. Powtarzam, słuchajmy naszego własnego organizmu, bo często to on nam daje najlepsze rady.

A jak do tego ma się popularne przekonanie, że po osiemnastej to już w ogóle nic nie powinniśmy jeść i wręcz mówi się o tym, że wieczorem nasz organizm już nie trawi i tylko wszystko co się zje, odkłada w tkankę tłuszczową?
Ostatni posiłek o 18 powinna spożywać osoba, która idzie spać o godzinie dwudziestej (śmieje się). Faktycznie powinniśmy zjadać najpóźniej około 2-3 godziny przed zaśnięciem. Wtedy organizm poradzi sobie z tym co spożyliśmy. Ostatni posiłek powinien być lekki, gdyż na wieczór nasz organizm faktycznie spowalnia metabolizm i uruchamia procesy regeneracyjne. Jeśli mamy na coś ochotę kalorycznego, nawet jak będzie to zdrowy, ale kaloryczny burger z kaszy to lepiej zjedzmy go w połowie dnia, a nie na noc.

ALBO JESTEŚ NA DIECIE NA CAŁEGO ALBO WCALE

Zatrzymajmy się przy trzymaniu diety. Jesteśmy na diecie 1200 kalorii, ale w pracy koleżanka przyniesie ciasto, bo ma urodziny, a wieczorem umówimy się ze znajomymi i zjemy trochę chipsów do filmu. I łapiemy się, że w tygodniu zdarzały się nam takie wpadki. Czy to przekreśla całkowicie nasze szanse na schudnięcie? Czy musimy być w stu procentach idealni w naszej diecie, żeby osiągnąć sukces?
Podjadanie dla wielu osób jest całkowicie naturalne - jak mamy ochotę to jemy. Powinniśmy, więc bardziej skupiać się nad jakością tego podjadania, niż jego eliminacją. Jeżeli mamy ochotę coś przekąsić, to dokonujmy bardziej świadomych wyborów. Niech to będą warzywa, czy orzechy. W każdym sklepie znajdziemy szeroki wybór zdrowszych przekąsek, z obniżoną zawartością tłuszczu, pozbawione syropu glukozowo-fruktozowego lub nawet pozbawione cukru. Jeśli mamy wieczorem ochotę na chipsy, to nie katujmy się, tylko wybierzmy te z mniejszą zawartością tłuszczu, pozbawione dodatków smakowych.

A co w sytuacji, gdy zdrowy rozsądek znika i w zielonym sklepie pod domem o 22:55 nie kupujemy chipsów pieczonych w piecu bez dodatku oleju, tylko wybieramy smażone, karbowane paprykowe. Albo innego dnia zjemy burgera wracając z imprezy, bo idąc do Maka kupujemy frytki i colę, a nie sałatkę. I w niedzielę patrzymy, że między poniedziałkiem, a piątkiem było pięknie. Czyli 5 posiłków dziennie, bez podjadania i oszukiwania. Ale w weekend wjechał popcorn do filmu, burger z frytkami po spacerze i lody na zakończenie niedzieli. Czy jest w tym szaleństwie jest metoda? Czy trzeba być 100% na diecie, by chudnąć? Czy może trzymanie się jej w 90 - 80 % pozwoli nam zgubić zbędne kilogramy?
Generalnie planując odchudzanie (bo większość osób planuje odchudzanie, a nie zmianę nawyków na zdrowsze) to trzeba odpowiednio przygotować swoją głowę do tego. Nie należy skupiać się na osiągnięciu szybkiego efektu - utraty nadmiarowych kilogramów, tylko podejść do tego jak do zmiany trybu życia. Trzeba pomyśleć: Od dzisiaj chcę odżywiać się zdrowo, a nie na: Od dziś gubię kilogramy. Dzięki temu będziemy dokonywać trochę innych wyborów, bardziej świadomych. Takie podejście sprawi, że na jedzenie będziemy patrzeć w dłuższym planie i trzymać się zdrowego trybu. On ma trwać wiecznie, a nie 30 dni po których polecimy do McDonalda. Słuchajmy też swojego organizmu. Jeśli potrzebujemy, zaplanujmy sobie raz w tygodniu jakiś cheat day. Taki jeden posiłek w ciągu tygodnia naprawdę nie przyniesie

jakiś bardzo negatywnych skutków dla zdrowia, a dyspensa nie doprowadzi do zboczenia z trasy diety. Jednak spożywania niezdrowych posiłków, już tak. Jesteśmy tylko ludźmi i chwilowa utrata silnej woli jest całkowicie naturalna. I nie możemy się za coś takiego piętnować.

A czy takie cheat meal nie budują negatywnego nawyku? Od poniedziałku, od godziny 14 będę myślała o sobocie o 15, kiedy to zjeść wszystko o czym zamarzę: torcik wedlowski, beza z owocami, pizza i spaghetti. Zrobię sobie ucztę, w ramach której pochłonę kalorie przewidziane na dwa dni!
Mogłoby się wydawać, że tak się stanie. Jednak z praktyki wiem, że tak się nie dzieje. Gdy daję moim podopiecznym przyzwolenie, że w sobotę na deser czy na obiad mogą zjeść to na co mają ochotę i potem pytam się co to takiego było, to pozytywnie mnie zaskakują. Jak przychodzi do momentu wyboru dania to zaczynają się zastanawiać. "Cały tydzień jadłam zdrowo, to może jednak nie warto teraz zjeść całego tortu" myślą. Nie chcą tej pracy zaprzepaścić. Dlatego, choć wcześniej pozwalaliśmy sobie na deser składający się z 3 gałek lodów z bitą śmietaną, posypką i nie wiem czego jeszcze, to teraz też zjemy tego loda, ale jedną gałkę. Dokonuje się zmiana myślenia, bo w głowie mamy to, że nie chcemy zaprzepaścić tego, co osiągnęliśmy przez cały tydzień. Te dyspensy dają poczucie takiego luzu i zabierają presje z diety.

ODCHUDZAM SIĘ, A NIE CHUDNĘ

Jesteśmy na diecie i nie chudniemy. Jesteśmy “na pudełkach” albo szykujemy posiłki zgodnie z przygotowanym jadłospisem, a waga nie schodzi w dół. Czym to może być spowodowane?
Czasem jest to spowodowane tym, że nie zdajemy sobie naprawdę sprawy z ilości przekąsek jakie wpadają nam w ciągu dnia. Na początku współpracy pytam się swoich podopiecznych ile spożywają posiłków i słysze odpowiedź: 2-3. Ale jak proszę o wypełnienie dzienniczka dietetycznego, albo o sfotografowanie w ciągu dnia każdej rzeczy, która trafia do ich buzi, to nagle okazuje się, że to było 10 albo 12. A bo w pracy koleżanka zza biurka poczęstowała ciasteczkiem, to samochodzie wypiliśmy koktajl, w domu przed obiadem sięgnęliśmy po coś z lodówki. To jest największym nieświadomie popełnianym grzechem. Również, przy dietach pudełkowych bardzo ciężko jest mieć pustą lodówkę i trzymać się tylko tych pięciu posiłków. Albo babcia nas zaprosi na obiad i jak tutaj odmówić? U niej poza obiadem zjemy też ciasto i nagle mamy 2000 kalorii! Zaś w domu zjemy naszą "zdrową kolację" w pudełku. Musimy być więc świadomi wszystkiego, co trafia do naszego żołądka w ciągu dnia.

PRODUKTY FIT

Inną dietetyczną pułapką są produkty fit. Czy możemy je bezkarnie spożywać?
To, że jakiś produkt ma takie oznaczenie nie znaczy, że możemy go spożywać bez ograniczeń. Choć chipsy z warzyw innych niż ziemniaki stoją na półce ze zdrową żywnością nie zmienia faktu, że mają sporo kalorii. Zaopatrujemy całą szafkę w kuchni w produkty fit i myślimy, że im więcej ich zjemy tym bardziej fit będziemy. A tak niestety to nie działa. Nadmierna swoboda często sprawia, że nie chudniemy.

LEKARZE GO NIENAWIDZĄ, ODKRYŁ JEDEN PRODUKT...

Czy w odchudzaniu możemy znaleźć jakiegoś sprzymierzeńca - produkt, który ułatwi nam odchudzanie?
Jeden składnik czy jedna grupa produktów nagle jakoś nie wprowadzi jakiejś wielkiej rewolucji do naszego życia. Musimy być świadomi tego co jest na naszym talerzu codziennie i konsekwentni w swoich działaniach. 30-dniowa dieta nie sprawi, że poczujemy 5 lat młodziej, czy odzyskamy formę maratończyka.

Czyli droga na skróty naprawdę nie istnieje....
(śmiech) Niestety, ale jednocześnie ta droga wcale nie musi być taka trudna jeśli dobrze ją zaplanujemy.

NIE TYLKO DIETA CUD

Kiedy chcemy schudnąć zazwyczaj udajemy się do lekarza zajmującego się leczeniem dietetycznym. Czy każda dieta jest dobra? Kiedy warto udać się do lekarza? Jak chronić się przed otyłością? I przede wszystkim jak sobie nie zaszkodzić? Między innymi na te pytania odpowiada dr n. med. Marta Stankiewicz, lekarz zajmujący się żywieniem klinicznym oraz adiunkt w Katedrze Żywienie Klinicznego Gdańskiego uniwersytetu Medycznego, członek Zespołu Chirurgicznego Leczenia Otyłości oraz członek Zespołu ds. Terapii Żywieniowej w Uniwersyteckim Centrum Klinicznym w Gdańsku, która współtworzy zespół specjalistów prężnie działających w Gdańskiej Klinice Medissima.

Jak odczarować mit lekarza zajmującego się leczeniem dietetycznym, jako tego, do którego się udajemy tylko po to, żeby się odchudzić?
Leczenie za pomocą diety to nie tylko odchudzanie pacjenta, ale również pomoc w różnego rodzaju zaburzeniach gastrycznych, nietolerancjach i alergiach pokarmowych, a także w różnych schorzeniach przewodu pokarmowego i chorobach przewlekłych takich jak cukrzyca, zaburzenia lipidowe, zaburzenia płodności, osteoporoza czy depresja. Niestety w naszym kraju nie ma specjalizacji lekarskiej z zakresu żywienia klinicznego, a lekarz może zdobyć umiejętności z tego zakresu uczestnicząc w różnego rodzaju kursach i szkoleniach. Prawidłowo zbilansowana dieta jest podstawą naszego dobrego zdrowia i może uchronić nas przed chorobami cywilizacyjnymi, które skutecznie skracają nam życie i pogarszają jego jakość. Profilaktyka chorób nowotworowych, chorób układu krążenia, cukrzycy, które odpowiadają za największą liczbę zgonów w naszym kraju to między innymi prawidłowy sposób odżywiania się.

Dr n. med. Marta Stankiewicz lekarz, specjalista zdrowia publicznego zajmujący się żywieniem klinicznym.

Klinika Medissima oferuje także specjalistów w zakresie:
CHIRURGIA PLASTYCZNA I MEDYCYNA ESTETYCZNA
CHIRURGIA RĘKI I ORTOPEDIA · ENDOKRYNOLOG · PSYCHOLOG
CHIRURG · DIETETYKA · BARIATRIA

W takim razie, kiedy warto się udać do takiego lekarza specjalisty?
Do specjalisty warto udać się nie tylko wtedy, kiedy już zostało postawione rozpoznanie konkretnego schorzenia. Uważam, że każdy powinien takie wizyty odbywać raz na jakiś czas, podobnie jak wykonuje regularnie badania profilaktyczne. Pomiar masy ciała, kontrola diety pod katem jakościowym i ilościowym, uzyskanie rzetelnej wiedzy na temat żywienia w profilaktyce, jak i leczeniu różnych schorzeń, to większa szansa na długie życie w dobrym zdrowiu. Podobnie rzecz się ma z aktywnością fizyczną, która według mnie w naszym kraju wygląda coraz lepiej i zyskuje coraz więcej entuzjastów.

A jak wygląda typowa wizyta lekarska? Czy musimy się jakoś przygotować?
Na wizytę dietetyczną, zwłaszcza jeśli jest to wizyta u lekarza zajmującego się żywieniem klinicznym, warto zabrać ze sobą wyniki badań laboratoryjnych, karty przebiegu leczenia oraz spisany jadłospis z kilku dni poprzedzających wizytę. Im więcej danych uzyska lekarz podczas zbierania wywiadu, tym łatwiej będzie mu pomóc pacjentowi. Warto również zabrać ze sobą wcześniej stosowane diety, jeśli takie były rozpisane przez dietetyków i stosowane w praktyce przez pacjenta.

W internecie, ale także pocztą pantoflową krąży wiele informacji na temat wyjątkowych diet, które mają nas wyleczyć. Jak sobie z tym radzić, żeby sobie nie zaszkodzić?
Na temat diet i ich skuteczności w różnych jednostkach chorobowych krążą w mediach społecznościowych różne mity. Wizyta u lekarza zajmującego się żywieniem ma również na celu zweryfikowanie naszej wiedzy w tym temacie. Popularne ostatnio diety wysokotłuszczowe, leczenie choroby nowotworowej za pomocą głodówek, dieta bezglutenowa w chorobie Hashimoto i autyzmie to tylko niektóre przykłady wskazujące na brak rzetelnych informacji w temacie leczenia dietetycznego. Medycyna i dietetyka powinna być oparta na faktach, a za leczeniem żywieniowym powinny stać twarde dowody naukowe.

Z jakimi problemami najczęściej zgłaszają się pacjenci? Jak można się przed tymi problemami uchronić?
Pacjenci najczęściej zgłaszają się do lekarza dietetyka z problemem nadmiaru masy ciała, z zaburzeniami czynnościowymi przewodu pokarmowego takimi jak zespół jelita drażliwego, z niedożywieniem w przebiegu choroby nowotworowej oraz z różnego rodzaju nietolerancjami i alergiami pokarmowymi. Warto tutaj wspomnieć, że otyłość to obecnie powszechna choroba, która łącznie z nadwagą dotyka ponad połowy dorosłych Polaków. Pamiętajmy, że na otyłość chorują również dzieci i młodzież. Jest to choroba przewlekła, z tendencją do nawrotów i wymagająca leczenia dietetycznego i farmakologicznego. Od kilku lat mamy skuteczną farmakologię, która w połączeniu ze zmianą stylu życia sprzyja remisji tej choroby i pomaga trwale zredukować masę ciała. Leczenie farmakologiczne można zaproponować również pacjentom pediatrycznym od 12 rż. Pacjentom, którzy mają otyłość olbrzymią, czyli ich wskaźnik masy ciała (BMI) przekracza 40, lekarz może zaproponować chirurgiczne leczenie otyłości, które obecnie uważa się za najbardziej skuteczną metodą leczenia skrajnie otyłych pacjentów. Gdańska Klinika Medissima ma również w swojej ofercie multidyscyplinarne leczenie otyłości, aby dowiedzieć się więcej zapraszam do kontaktu z naszą placówką.

MEDISSIMA
ul.Dębinki 7A/1 , 80-211 Gdańsk | tel +48 733 310 080
www.medissima.pl

www.prestiztrojmiasto.pl
www.issuu.com/prestiz

NOWOCZESNE TERAPIE W WALCE Z BÓLEM

W Sopocie istnieje miejsce, gdzie z szeroko pojętym bólem walczy się innowacyjnie i przede wszystkim skutecznie. REMEDIOS Sopockie Centrum Leczenia Bólu i Rehabilitacji to nowo powstały ośrodek medycyny integracyjnej, gdzie połączono medycynę klasyczną ze zdobyczami prężnie rozwijającej się medycyny regeneracyjnej. Tutaj to właśnie ból jest wspólnym mianownikiem, a pacjent po rzetelnej analizie przypadku otrzymuje leczenie z wykorzystaniem wszystkich dostępnych według aktualnej wiedzy medycznej metod. Co się za nimi kryje?

Na rynku medycznym coraz częściej w ramach medycyny integracyjnej, regeneracyjnej i anti-aging pojawiają się nowe terapie wykorzystujące składniki własnej krwi pacjenta. Metody te są w swojej istocie godne szczególnej uwagi, ze względu na spersonalizowane autoterapie – bazujące na obecności niepowtarzalnych białek wytwarzanych przez nasz organizm. Po podaniu odpowiednio przetworzonych składników krwi dochodzi do lokalnego nagromadzenia czynników przeciwzapalnych i regeneracyjnych, które w naturalny sposób sprzyjają gojeniu tkanek i ich odnowie. Z dobrodziejstw tej terapii zaczęła również czerpać medycyna bólu, która nieustannie rozszerza swój wachlarz metod leczenia (farmakologia, kriolezja, termolezja czy akupunktura) o zabiegi z medycyny regeneracyjnej.

Wśród stosowanych w REMEDIOS metod można wymienić choćby osocze bogatopłytkowe (ang. PRP) – gdzie podczas procesu wirowania i separacji uzyskujemy krwinki płytkowe, bogate w wiele czynników wzrostu i cytokin. Płytki podaje się do miejsc urazu, np. uszkodzonych ścięgien, w których tworzą strup tkankowy i znacznie przyspieszają gojenie.

Specjaliści sopockiej kliniki wykorzystują również autologiczne surowice. Pod wpływem specyficznych podłoży takich jak np. złoto czy inne biostymulatory, pobrane od pacjenta białe krwinki zaczynają produkować czynniki wzrostu i cytokiny przeciwzapalne w niespotykanych normalnie w osoczu ilościach. W zależności od specyfiki podłoża powstają różne białka o różnym działaniu biologicznym, które podaje się w bardzo wielu różnych wskazaniach m.in. w ucisku korzeni nerwowych przez dysk, czyli w szeroko pojętych bólach kręgosłupa, urazach sportowych, czy zmianach zwyrodnieniowych.

Inną, nie mniej skuteczną terapią jest tzw. SVF – Stromal Vascular Fraction. Po pobraniu tkanki tłuszczowej od pacjenta i specjalnym przygotowaniu, uzyskuje się komórki macierzyste i czynniki wzrostu oraz inne komórki regeneracyjne. Tak skonstruowaną mieszaninę z powodzeniem można stosować w zmianach zwyrodnieniowych stawów i tkanek, niegojących się złamaniach, jak i w medycynie estetycznej.

Należy również wspomnieć o kolagenach i toksynie botulinowej. Te pierwsze działają przeciwzapalnie i mogą być podawane w wielu zespołach bólowych, m.in. kręgosłupa, ścięgien, więzadeł, mięśni czy w terapii blizn. Natomiast działanie tej drugiej polega na zatrzymaniu przewodzenia impulsu z nerwów do mięśni i tym samym na długotrwałym rozluźnianiu mięśni oraz na działaniu przeciwbólowym na poziomie komórek rdzenia kręgowego. Można ją skutecznie stosować w wielu stanach przebiegających z nadmiernym napięciem mięśni i bólem np. w spastyczności po udarze, dystonii i zespole mięśnia gruszkowatego. Jest uznana i stosowana również w leczeniu przewlekłej migreny.

Wszystkie te terapie można znaleźć już w jednym miejscu, czyli w Sopockim Centrum Leczenia Bólu i Rehabilitacji REMEDIOS.

REMEDIOS
SOPOCKIE CENTRUM LECZENIA BÓLU I REHABILITACJI

Aleja Niepodległości 754 , 81-868 Sopot
Rejestracja telefoniczna: 665-664-477
e-mail: kontakt@remedios.clinic
remedios.clinic

AS DENT CLINICA

NOWY WYGLĄD, SPRAWDZONE LECZENIE

AS dent Clinica w Sopocie przeszła małą metamorfozę i od niedawna ponownie zaprasza w swoje progi pacjentów. Zmienił się wygląd kliniki, jednak jedno zostało bez zmian - doświadczona, wykfalifikowana kadra, która od lat dba o jakość usług i zadowolenie pacjentów. Zabiegi lecznicze, profilaktyczne, a dodatkowo krótki czas oczekiwania na wizytę. Jak wybierać dobrego dentystę, to tylko tutaj!

Systematyczne i regularne wizyty u stomatologa to podstawa dbania o zdrowie zębów i jamy ustnej. Według wskazań lekarzy powinno się odwiedzać stomatologa co najmniej dwa razy w roku. To właśnie podczas takich regularnych i profilaktycznych wizyt udaje się zapobiec trudnemu i skomplikowanemu leczeniu, jakie może wystąpić, kiedy zaniedbamy spotkania z dentystą. Ważne jednak jest, by wybrać odpowiednią klinikę oraz lekarza, który wzbudza nasze zaufanie. Zwłaszcza że to wybór na lata. Decyzja nie jest łatwa. Jednym z miejsc, do których warto się udać, jest klinika AS dent Clinica Sopot. Znajdziemy tutaj zespół profesjonalistów, a w ofercie znajduje się pełen zakres usług stomatologicznych. Ostatnio dodatkowo przeszła wizualną metamorfozę, więc tym bardziej warto tutaj zajrzeć i sprawdzić, co się zmieniło.

NIE TYLKO LECZENIE

AS dent Clinica Sopot oferuje swoim pacjentom dostęp do najnowocześniejszych metod leczenia oraz opiekę najlepszych - profesjonalnych i wykwalifikowanych lekarzy stomatologów. Wysoka jakość opieki oraz obsługi medycznej to priorytety w tym miejscu, dlatego opinie o tej klinice są takie doskonałe. Tym bardziej, że czas oczekiwania na wizytę w miarę możliwości jest skracany, i często może się ona odbyć nawet tego samego dnia!

A co między innymi znajdziemy w ofercie? To co najczęściej jest wykonywane przez stomatologów, czyli leczenie kanałowe. Do dyspozycji pacjenta jest mnogość różnych technik leczenia przy pomocy najnowocześniejszego sprzętu, który pozwala na precyzyjne i dokładne uzdrowienie zęba. Wszystkie zabiegi wykonywane są przez doświadczonych lekarzy, którzy dostosują indywidualny plan leczenia oraz pomogą w utrzymaniu odpowiedniej higieny i koniecznej profilaktyki po kuracji.

Dla zainteresowanych jest dostępna także ortodoncja. Klinika stosuje w tym przypadku system Damona, który charakteryzuje się bezbolesną technologią, pozwalająca na przesuwanie uzębienia na prawidłowe pozycje. Również tutaj stosowany jest indywidualny plan leczenia, który trwa czasami dłuższy czas, dlatego do każdego pacjenta przypisany jest jeden lekarz stomatolog, który prowadzi pacjenta przez cały proces.

Klinika jest również przyjazna dzieciom. Stomatolodzy zachęcają rodziców, żeby przychodzić ze swoimi pociechami, najlepiej od 4 roku życia, kiedy pojawia się najlepszy moment na opiekę dentystyczną. Dobry lekarz sprawdzi stan higieny jamy ustnej oraz pomoże w jej profilaktycznym utrzymywaniu w dobrym stanie. Doradzi również sposób odżywiania, który odpowiednio wpłynie na rozwój stałych zębów, a także dokona zabiegów profilaktycznych, takich jak fluorowanie.

Dodatkowo warto zadbać także o badanie kontrolne. Obejmuje ono diagnostykę rentgenowską, przy pomocy nowoczesnego sprzętu, wykonującego zdjęcia nie tylko panoramiczne i cefalometryczne, ale również TK tomografię komputerową, pozwalającą zaproponować bardzo precyzyjny plan leczenia dorosłych i dzieci.

AS dent Clinica Sopot
ul. Polna 44/1, Trójmiasto - Sopot | tel.: 513-069-909
/asdent.sopot
www.as-dent.pl

SZTUKA JEST NASZA!

AUTORZY: JUSTYNA SIENKIEWICZ-BARANIAK, MICHAŁ STANKIEWICZ

Rzeźby, pomniki, murale to najczęstsze formy sztuki w przestrzeni publicznej. Pomnik Władysława Bartoszewskiego niedaleko sopockiego dworca, rzeźba Echo koło siedziby Ergo Hestia, fragment obrazu Józefa Czerniawskiego na sopockiej Aldze albo graffiti na stacji SKM Kamienny Potok. Inicjowane i finansowane ze środków publicznych albo prywatnych fundatorów. Upamiętniające lub abstrakcyjne i prowokujące. Urzędowe, legalne i te tworzone wbrew obowiązującym procedurom jako wyraz nieskrępowanej artystycznej ekspresji lub też buntu. Kto powinien decydować o sztuce w przestrzeni miejskiej - urzędnicy, sponsorzy, artyści czy mieszkańcy?

Klaudyna Karczewska-Szymkowiak
plastyczka miejska działająca w ramach sopockiego Biura Konserwatora Zabytków

Sztuka z założenia powinna wzbudzać kontrowersje, poruszać i prowokować do dyskusji. Jeżeli tak nie jest, staje się miałka, nijaka. Jako społeczeństwo jesteśmy zupełnie nieprzygotowani do odbioru sztuki. Brakuje nam w tym zakresie elementarnej edukacji, często też odpowiedniej wrażliwości.

W październikowe popołudnie ubiegłego roku na placu Przyjaciół Sopotu, tuż przed charakterystycznym budynkiem Algi pod adresem Bohaterów Monte Cassino 60 zebrało się kilkadziesiąt osób. Wśród nich artyści, lokalni twórcy, działacze i społecznicy, ale i zwykli mieszkańcy. Większość się znała, stąd trwały ożywione rozmowy, co pewien czas przerywane śmiechem. Wszyscy zerkali na kawałek ściany, tuż nad sklepem Żabka. W pewnym momencie z grupy oddzieliło się kilka osób i stanęło tyłem do budynku, wśród nich urzędnicy - władze Sopotu i przedstawiciel Urzędu Marszałkowskiego. Ożywione rozmowy ucichły, a oficjele zaczęli przemawiać. Rozpoczęła się krótka uroczystość.

NOWY MURAL

Powodem spotkania było odsłonięcie nowego muralu, a w zasadzie fragmentu jednego z obrazów Józefa Czerniawskiego. To zmarły w 2021 roku malarz związany z Sopotem. Nowy mural namalowano na miejscu poprzedniego – dokładnie tutaj przez 10 lat widać było bladobłękitne fale autorstwa Mariusza Warasa, profesora gdańskiej ASP i znanego muralisty.

- Powstanie nowego muralu na miejscu, w którym wcześniej widniała praca Mariusza Warasa, to wyjątkowa sytuacja – mówi Klaudyna Karczewska-Szymkowiak, plastyczka miejska działająca w ramach sopockiego Biura Konserwatora Zabytków. - Pomysł upamiętnienia Józefa Czerniawskiego wyszedł ode mnie. Ze względu na jego silne związki z Sopotem wydawało mi się to naturalną formą oddania artyście swego rodzaju hołdu. W wyborze obrazu pomagała Alicja Czerniawska, córka artysty, która specjalnie w tym celu wypożyczyła obraz od prywatnego właściciela i bardzo dbała o to, by kolorystyka odwzorowana na ścianie kamienicy była możliwie jak najbardziej zbliżona do oryginału. Nasz pomysł konsultowałyśmy też w gdańskiej Akademii oraz w lokalnym środowisku artystycznym – i wszędzie uzyskałyśmy pozytywną opinię – dodaje.

Sam malarz cieszył się dużym uznaniem, nowy mural wzbudził jednak spore kontrowersje, głównie ze względu na swoją abstrakcyjną formę oraz intensywną kolorystykę (pasy nasyconej, seledynowej zieleni na przemian z wyrazistym fioletem). Z jednej strony mocno wyróżniającą się w kontekście otoczenia, w którym umieszczono malowidło, a z drugiej pasującej do zielonego neonu sklepu Żabka. Wśród mieszkańców Sopotu rozgorzały dyskusje.

Fot. Michał Stankiewicz

- Nie rozumiem, jak można było tak po prostu pozbyć się starego muralu. Malowidła naścienne to dzieła sztuki, takie same jak obrazy na płótnie, we Włoszech nikomu nie przyszłoby na myśl, żeby tak po prostu zastąpić jeden mural następnym. Jeśli ściana jest w złym stanie technicznym, powinniśmy raczej starać się o konserwację tego, co już na niej było – komentuje Natalia Babicz-Bereźnicka, artystka i mieszkanka Sopotu.

Klaudyna Karczewska-Szymkowiak broni jednak odważnej i wyrazistej w formie kompozycji.

- Sztuka z założenia powinna wzbudzać kontrowersje, poruszać i prowokować do dyskusji. Jeżeli tak nie jest, staje się miałka, nijaka – podkreśla. - Kolorystyka obrazu jest wiernie oddana na muralu. Obecna przy pracach wykonawczych Alicja Czerniawska przykładała do tego ogromną wagę. Poza tym, obraz przedstawia krajobraz sopockiego horyzontu, są momenty w roku, kiedy korony drzew i kolor nieba idealnie zlewają się z tym, co widać na muralu. Na pewno minie trochę czasu, zanim mieszkańcy oswoją się z nowym elementem w ich otoczeniu – dodaje.

A co na to Mariusz Waras, którego mural zastąpiono teraz nową pracą? - Zanim ścianę kamienicy przemalowano, skonsultowano ze mną ten zamiar. To uczciwe ze strony władz Sopotu, równie dobrze mogłem przecież zostać zupełnie pominięty w procesie poprzedzającym powstanie nowego dzieła, takie sytuacje niestety często zdarzają się w relacjach artystów z urzędnikami... Wiem, że ściana jak i sam mural mojego autorstwa były już w fatalnym stanie technicznym – mówi artysta. - Z drugiej strony jednak, przez ostatnie 10 lat nikt nie poprosił mnie o przeprowadzenie prac konserwatorskich. Odbywały się jakieś luźne rozmowy o możliwości namalowania przeze mnie również nowego muralu, ostatecznie jednak ucichły i prace wykonała firma WAKEUPTIME z Gdańska.

ECHO

Mural z obrazem Józefa Czerniawskiego to nie jedyny przykład artystycznych kontrowersji w sopockim krajobrazie. Spore emocje wzbudza rzeźba Echo autorstwa Xawerego Wolskiego, umieszczona na rondzie w pobliżu siedziby firmy Ergo Hestia, która ją ufundowała. Niejednoznaczny kształt i pokaźny rozmiar wzbudzają w przejeżdżających rozmaite skojarzenia, od małżowiny ucha czy muszli aż po... stos złotych ekskrementów.

- Rzeźba Xawerego Wolskiego to doskonały przykład tego, jak sztuka może – i powinna – wzbudzać emocje – mówi Wojciech Fułek, literat, sopocki radny, a jednocześnie od lat zawodowo związany ze spółką Ergo Hestia. - Na pytanie o to, czy rzeźba wpisuje się w kontekst miejski, powinniśmy poczekać co najmniej kilka lat, na pewno nie można tego ocenić po roku od jej wystawienia w publicznej przestrzeni. A sytuacja, w której biznes inwestuje w sztukę i kulturę może tylko cieszyć.

Wyboru rzeźby, a także lokalizacji dokonali przedstawiciele firmy i związanej z nią fundacji Artystyczna Podróż Hestii w porozumieniu z władzami miasta.

- Miejsce jest ściśle powiązane z lokalizacją centrali Grupy Ergo Hestia – komentuje Maria Rosa, prezeska fundacji Artystyczna Podróż Hestii. - Wybór padł na Echo, ponieważ doskonale koresponduje ono z miejscem, w którym rzeźba miała się znaleźć. Echo jest bowiem tematycznie związane z morzem, od którego dzieli je zaledwie 100 metrów. Rzeźba wielu osobom kojarzy się też z muszlą. Bardzo zależało nam też na osobie samego artysty - Xawery Wolski cieszy się międzynarodowym uznaniem, a jego rzeźby pokazywane były w wielu prestiżowych galeriach na całym świecie – dodaje.

Wojciech Fułek
literat, sopocki radny, a jednocześnie od lat zawodowo związany ze spółką Ergo Hestia

„Zdecydowanie za rzadko organizujemy konkursy otwarte, gdzie decyzję w pewnym sensie podejmowaliby także mieszkańcy. Generalnie powinno być więcej publicznej debaty na ten temat, projekty dzieł sztuki dla przestrzeni publicznej mogłyby być np. częścią budżetu obywatelskiego, ale te pojawiają się rzadko i cieszą się – w konfrontacji np. z projektami „użytkowymi” mniejszym zainteresowaniem mieszkańców.”

Maria Rosa
prezeska fundacji
Artystyczna Podróż Hestii

Wybór padł na Echo, ponieważ doskonale koresponduje ono z miejscem, w którym rzeźba miała się znaleźć. Echo jest bowiem tematycznie związane z morzem, od którego dzieli je zaledwie 100 metrów.

Fot. Karol Kacperski

UPAMIĘTNIENIE

Wspomniane wyżej projekty prowokują do stawiania pytań - czy decydujący głos powinien należeć do sponsora i urzędnika? Czy też twórców i mieszkańców? Jaki powinien być główny motyw sztuki w przestrzeni publicznej?

Klaudyna Karczewska-Szymkowiak, plastyczka miejska broni Echo jako oddolnej inicjatywy, która nie powinna być bezbarwna i schlebiać gustom większości, ale jednocześnie wspomina o narracji jaka dominuje ze strony urzędu.

- Upamiętnienie to najważniejszy cel sztuki w sopockiej przestrzeni miejskiej. Sztuka ma rezonować z miejscem i jego historią, jest formą hołdu dla osób, które zasłużyły się w historii miasta. Na umieszczenie w przestrzeni publicznej Sopotu nie mają natomiast szansy dzieła upolitycznione oraz te, które ingerują w intymną część ludzkiej tożsamości, tj. promują nienawiść czy dyskryminację – ocenia.

Nieco inaczej do koncepcji upamiętniania odnosi się Eulalia Domanowska, dyrektorka Państwowej Galerii Sztuki w Sopocie.

- Najbardziej popularne formy sztuki w polskiej przestrzeni publicznej to dziś pomniki, których jakość pozostawia często wiele do życzenia. Bardzo obniżono pod tym względem poprzeczkę, ale trzeba podkreślić, że w ciągu ostatnich 30 lat sztuka stała się bardziej egalitarna. Zrezygnowano z koncepcji sztuki elitarnej i to ma swoje konsekwencje dla jakości czy tematyki dzieł w przestrzeni publicznej. Kiedy myślę o wszechobecnych w Polsce pomnikach Jana Pawła II, od razu przychodzi mi na myśl realizacja w USA, upamiętniająca postać Martina Luthera Kinga. Pomnikiem ku czci jego pamięci jest tam ...biblioteka.

Jednoznacznemu sposobowi definiowania roli sztuki w przestrzeni publicznej przeciwstawiają się także artyści.

- Rzeczywiście, sztuka służąca upamiętnianiu przeważa dziś nie tylko w Sopocie, to generalnie polski problem – mówi Mariusz Waras. - Tematyka takich dzieł jest przeważnie martyrologiczna, poważna, ale też oczywista. Pomniki i patriotyczne murale to, obok nieestetycznych reklam i banerów, prawdziwa plaga naszych miast. Pomijając fakt, że często umieszcza się je na brzydkich placach i walących się budynkach, są one po prostu mało wartościowe artystycznie, nie pozostawiają pola do swobodnej interpretacji, refleksji.

Znany w trójmieście chirurg i artysta, prof. dr hab. Maciej Śmietański, jest w swojej ocenie sytuacji jeszcze bardziej radykalny.

- Nieustanne upamiętnianie rocznic, postaci i wydarzeń to artystyczny banał, mówienie rzeczy oczywistych, a tego sztuka powinna unikać za wszelka cenę! Jeżeli z góry określamy tezy, z którymi artysta i jego dzieło mają się zgadzać, to nie tylko zawężamy pole do dyskursu, ale odbieramy twórcom ich wolność i właściwie sami, jako fundatorzy czy pomysłodawcy konkursu, decydujemy o tym, w jaki sposób dzieło ma być odczytane i zinterpretowane. Zgodnie z panującymi w naszym społeczeństwie tradycjami, istnieje w głowach decydentów domniemanie, że jako odbiorca nie mam własnego zdania, nie będę sam w stanie ocenić, czy dane dzieło jest dobre czy złe i tym bardziej, samodzielnie go zinterpretować. Dlatego artystom trzeba narzucić temat konkursu, a widzom powiedzieć wyraźnie, co właściwie widzą i co mają na dany temat myśleć.

Magdalena Komborska, krytyczka sztuki, malarka i kuratorka rzeźb w przestrzeni publicznej niedawno partycypowała jako kuratorka w jednym z ciekawszych (i zdaniem wielu: wyjątkowo udanych) przedsięwzięć artystycznych w przestrzeni miejskiej, tym razem na

Eulalia Domanowska
dyrektorka Państwowej Galerii Sztuki w Sopocie.

„Kiedy myślę o wszechobecnych w Polsce pomnikach Jana Pawła II, od razu przychodzi mi na myśl realizacja w USA, upamiętniająca postać Martina Luthera Kinga. Pomnikiem ku czci jego pamięci jest tam ... biblioteka."

Mariusz Waras
artysta, streetartowiec, grafik

„Pomniki i patriotyczne murale to, obok nieestetycznych reklam i banerów, prawdziwa plaga naszych miast. Są one po prostu mało wartościowe artystycznie, nie pozostawiają pola do swobodnej interpretacji, refleksji."

terenie Gdańska - chodzi o rzeźbę ROEL Elvina Flamingo, ufundowaną dla inwestycji Dawna Poczta przy ulicy Mickiewicza w Gdańsku Wrzeszczu.

- Dzieło sztuki, które wpisuje się w kontekst miejski to przede wszystkim takie, które jest narracją lokalnych twórców. To oni właśnie są papierkiem lakmusowym zjawisk, wydarzeń i dyskursu społecznego. ROEL nie miał być narracją czy cytowaniem miejsca, odnoszeniem się do jego historii i bezpośrednim jej wykładem. To narracja wobec architektury w obszarze badań antropologiczno-kulturowych i estetyki środowiskowej. To tak zwany built environemnt.

SZTUKA ZAANGAŻOWANA

Tomasz Radziewicz od lat tworzy rzeźby, które z jednej strony wpisują się w tradycyjny kontekst tworzenia sztuki w miejscach publicznych, a z drugiej łamią schematy.

- Tzw. sztuka zadana nie jest w historii niczym nowym. Od zawsze sztuka odpowiadała przecież na pewne zjawiska, nastroje społeczne i polityczne. Przestrzenią prawdziwej wolności jest jednak zawsze pracownia artysty – miejsce, gdzie rodzi się koncepcja. Bez względu na to, czy artysta realizuje wizję inwestora, czy odpowiada na hasło zadane w temacie konkursu lub po prostu to, co mu w duszy gra, zawsze ma jakiś punkt odniesienia – może być nim kontekst historyczny albo wnętrze dla którego projektujemy instalacje czy rzeźbę. Dla odbiorcy najważniejsze jest to, w jaki sposób artysta opowiedział mu daną historię, jak przekazał myśl, co mu zaproponował – to, czy jest to wynik jego własnej, osobistej refleksji, czy też refleksji nad określonym tematem jest rzeczą drugorzędną – podkreśla Tomasz Radziewicz. - Kiedy idziesz ulicą, nie musisz od razu wiedzieć, czy to, co widzisz jest wynikiem konkursu czy nie. Jeśli rzeźba, obraz, rezonuje z tobą, jest ciekawy, to czy spieranie się o to, czy jest to jeszcze prawdziwa sztuka, czy też nie, zatraca swój sens. Zresztą, dziś pytanie o to, czym jest tzw. prawdziwa sztuka wydaje mi się anachroniczne.

WARTO BYĆ PRZYZWOITYM

Sam Radziewicz przyznaje jednocześnie, że od kilku lat unika udziału w konkursach, choć jednocześnie docenia szanse, jakie udział w tego typu przedsięwzięciach zyskują zwłaszcza młodzi, początkujący artyści. W 2019 Radziewicz był jednym z finalistów konkursu na rzeźbę mającą upamiętnić profesora Władysława Bartoszewskiego. Werdykt jury, które wybrało zwycięski projekt okazał się kontrowersyjny i wywołał ożywione spory w trójmiejskim środowisku artystycznym. Autorem nagrodzonej koncepcji był Jacek Kiciński, rzeźbiarz ze Śląska. Problem w tym, że już po ogłoszeniu wyników konkursu zwycięski projekt, przedstawiający popiersie prof. Bartoszewskiego na wysokim postumencie poddano licznym modyfikacjom. W ich wyniku rzeźba, która stoi przed wejściem do budynku dworca głównego w Sopocie do złudzenia przypomina projekt Radziewicza – ten sam, który odrzucono na finałowym etapie konkursu (odbywającego się zresztą pod hasłem „Warto być przyzwoitym").

SOPOCKI PATCHWORK
OKIEM MIESZKAŃCA

Natalia Babicz – Bereźnicka

malarka, artystka pracująca z tkaniną, mieszkanka Sopotu

Dyskusję na temat sztuki i jej miejsca w sopockiej przestrzeni publicznej należałoby rozpocząć od zadania sobie fundamentalnego pytania – jaki właściwie ma być dziś artystyczny Sopot i z kim chcielibyśmy osiągnąć nasz cel? Kiedyś moje miasto mocno kojarzyło się ze sztuką i środowiskiem artystycznym, dziś wyraźnie ustępuje pod tym względem miejsca, np. Gdańskowi. Nie mamy na artystyczną wizję Sopotu spójnej koncepcji, dlatego miasto coraz bardziej przypomina pod tym względem patchwork. Dlaczego tak się dzieje?

Moim zdaniem, nie ma jednoznacznej odpowiedzi na to pytanie, ale łatwo wskazać kilka kluczowych czynników.

Nie jest prawdą, że jako społeczeństwo nie interesujemy się sztuką. Ponad połowa mieszkańców Sopotu to osoby z wyższym wykształceniem, często związane z miastem od pokoleń, aktywnie działające na rzecz jego rozwoju. Sopocianie kochają swoje miasto, chętnie biorą udział w zebraniach i konsultacjach – sama wielokrotnie zgłaszałam (np. w ramach budżetu obywatelskiego) projekty dotyczące realizacji projektów artystycznych w przestrzeni miejskiej, wypełniłam na ten temat niezliczona ilość ankiet – niestety, bez widocznego rezultatu. My, mieszkańcy, chętnie zaangażujemy się w każdą sensowna inicjatywę, ale trzeba dać nam na to szansę!

Z drugiej strony, jako społeczeństwo mamy rzeczywiście poważny problem z edukacją artystyczną – i mówię tu o naprawdę fundamentalnych brakach, zresztą nie jest to jedynie problem Sopotu czy Trójmiasta, zdecydowanie dotyczy to większości naszego kraju. Merytorycznie mamy niewielkie przygotowane do odbioru sztuki, w szkołach publicznych dzieje się pod tym względem niewiele, szkoły prywatne również zdają się zawodzić pod tym względem. Wielka szkoda, bo w dzieciach i młodzieży drzemie ogromny potencjał do odbioru sztuki i jej abstrakcyjnego pojmowania.

Sopot ma też ogromny, niewykorzystany w pełni artystyczny potencjał. Działa tu wielu znakomitych współczesnych artystów, są mało znane tereny, które dla mieszkańców, a także przyjezdnych mogłyby stać się artystyczną mekką – jak choćby tereny po drugiej stronie torowiska, wzdłuż tras prowadzących do Opery Leśnej – prawie nikt się tam nie zapuszcza, a klimat tej części miasta jest niezwykły, z nastrojowymi kawiarniami i pracowniami artystycznymi, np. wybitnej rzeźbiarki Marii Kuczyńskiej. Do granic możliwości promujemy centrum, molo i obszar przy plaży, zupełnie pomijamy przy tym oryginalne i nieoczywiste dzielnice, w których aż prosi się o ciekawe artefakty w przestrzeni. I niekoniecznie takie, które miałyby cokolwiek upamiętniać – sopocianie to inteligentni ludzie, jestem pewna, że oddanie im możliwości samodzielnej interpretacji dzieła z pewnością nikomu by nie zaszkodziło .

Sopot znów może stać się polską stolicą sztuki – na to potrzebna jest jednak spójna i dobrze przemyślana koncepcja, zaangażowanie lokalnej społeczności, odpowiednia dawka edukacji oraz, oczywiście, fundusze. Dodałabym jeszcze, że potrzebujemy więcej wiary w siłę ludzkiego intelektu oraz naszą, mieszkańców, zdolność do abstrakcyjnego pojmowania rzeczywistości. Bez tej wiary nie mamy szans na ciekawe, odważne realizacje na światowym poziomie, pozostaną nam tylko wszechobecne pomniki i „tymczasowe" murale na rozsypujących się ścianach.

Maciej Śmietański
prof. dr hab., znany w trójmieście chirurg i artysta

Dopóki w naszym rządzie, miejskich radach i zarządach instytucji odpowiedzialnych za promocję i wspieranie sztuki królują starsi panowie z mentalnością zakorzenioną w poprzedniej epoce, nic się u nas nie zmieni – będziemy cały czas UPAMIĘTNIAĆ, stawiać pomniki, ławeczki. Urzędy to miejsca, w których kadencyjność często jest totalną fikcją, brakuje świeżych pomysłów, brakuje pieniędzy na kulturę i sztukę.

Tomasz Radziewicz
rzeźbiarz i projektant

Jeśli rzeźba, obraz, rezonuje z tobą, jest ciekawy, to czy spieranie się o to, czy jest to jeszcze prawdziwa sztuka, czy też nie, zatraca swój sens. Zresztą, dziś pytanie o to, czym jest tzw. prawdziwa sztuka wydaje mi się anachroniczne.

- Jeżeli w finale konkursu wybieramy projekt, to konsekwentnie powinniśmy trzymać się tego, co wybraliśmy. Tutaj zupełnie zmieniono pierwotne założenie. Można by sobie zadać pytanie - czy to był konkurs na konkretny projekt czy na artystę, który miał wykonać pomnik? – komentuje Tomasz Radziewicz. - To był ostatni konkurs w Polsce, w którym brałem udział. Mam dziś dużo innej pracy, realizuję własne, oryginalne projekty, ale podkreślam, że na samą koncepcję konkursu się nie obrażam. Uważam, że Bartoszewski to człowiek, który zasługuje na pomnik i podjęcie się pracy nad jego projektem było moim wyborem, było sumą moich osobistych refleksji nad postacią profesora.

PRYWATNE FUNDUSZE TO CIEKAWSZA SZTUKA

Kto więc powinien mieć wpływ na wybór sztuki jaką się otaczamy, pojawiającej się w publicznej przestrzeni?
- Rzeczywiście, zdecydowanie za rzadko organizujemy konkursy otwarte, gdzie decyzję w pewnym sensie podejmowaliby także mieszkańcy – przyznaje Wojciech Fułek. - Generalnie powinno być więcej publicznej debaty na ten temat, projekty dzieł sztuki dla przestrzeni publicznej mogłyby być np. częścią budżetu obywatelskiego, ale te pojawiają się rzadko i cieszą się – w konfrontacji np. z projektami „użytkowymi" mniejszym zainteresowaniem mieszkańców. Pytanie: dlaczego tak się dzieje? Dziś większość decyzji finalnie zapada rzeczywiście w urzędzie – z pewnością nie jest to idealna sytuacja, ale musimy pamiętać, że nie wszystkie decyzje można (choćby z uwagi na uwarunkowanie techniczne, formalno - prawne i organizacyjne) oddać w ręce mieszkańców. Mogłoby to w skrajnych sytuacjach prowadzić do organizacyjnego chaosu i pewnie nigdy nie udałoby się doprowadzić do końca żadnego z projektów – dodaje.

Mariusz Waras: - Odbiorca powinien mieć głos w sprawie, ale finalnie rozwiązanie powinno należeć do artysty. Malowanie tylko tego, co chcieliby mieszkańcy, mogłoby się źle skończyć dla miasta, potrzebny jest kompromis, ale ze względu na biurokrację i bardzo długie procesy decyzyjne jest on zwykle bardzo trudny do osiągnięcia.

Klaudyna Karczewska Szymkowiak: - Jako społeczeństwo jesteśmy zupełnie nieprzygotowani do odbioru sztuki. Brakuje nam w tym zakresie elementarnej edukacji, często też odpowiedniej wrażliwości. Poza tym, każdy może zgłosić projekt wykonania np. muralu w przestrzeni publicznej – jako urząd wydający zgodę musimy być jednak pewni, że zgłaszający projekt spełnia obiektywne kryteria określone w uchwale krajobrazowej dla miasta Sopotu, potrafi zagwarantować jakość działa pod kątem technicznym oraz artystycznym. W praktyce często oznacza to, że realizacji zadań podejmują się najwybitniejsi, uznani artyści, którzy spełniają wszystkie powyższe kryteria.

ZMIANA KLIMATU

Większość naszych rozmówców zauważa, że ostatnie lata przyniosły w Polsce pogorszenie klimatu dla artystów, którzy w przestrzeni publicznej chcieliby prezentować swoje autorskie dzieła.

Fot. Karol Kacperski

- Jeszcze 10 - 15 lat temu większość dużych polskich miast miała niezależne, ciekawe festiwale street artu i sztuki w przestrzeni miejskiej, dzisiaj duża część tych inicjatyw umarła, same festiwale stały się zaś zadaniowe. Sztuka ma służyć upamiętnianiu, pojawia się w krajobrazie miejskim przy okazji obchodów rocznic i ważnych uroczystości natury państwowej. – mówi Mariusz Waras. - Odgórne kreowanie tematów rodzi na dłuższą metę problemy. Inicjatywy coraz rzadziej wychodzą od samych artystów. Ci, jeśli mają ciekawe pomysły, to często zniechęcają się już na wstępie, bo procesy decyzyjne prowadzące do wydania określonych pozwoleń są niemiłosiernie długie, a ich wyniki bywają niestety uzależnione od wrażliwości estetycznej urzędników czy sponsorów.

Prof. Maciej Śmietański dopatruje się w obecnej sytuacji jeszcze innych problemów: - Artyści progresywni, proponujący inne, „trudniejsze" w odbiorze formy przekazu, nie mają w naszym kraju wielu szans na zaistnienie w przestrzeni publicznej. Dlaczego tak się dzieje? Dlaczego zupełnie inaczej jest np. w Finlandii? Bo tam połowa rządu to kobiety poniżej 40. roku życia! Dopóki w naszym rządzie, miejskich radach i zarządach instytucji odpowiedzialnych za promocję i wspieranie sztuki królują starsi panowie z mentalnością zakorzenioną w poprzedniej epoce, nic się u nas nie zmieni – będziemy cały czas UPAMIĘTNIAĆ, stawiać pomniki, ławeczki. Urzędy to miejsca, w których kadencyjność często jest totalną fikcją, brakuje świeżych pomysłów, brakuje pieniędzy na kulturę i sztukę. Dlatego nasze miasta są zabetonowane i sztuka rzeczywiście zajmuje się w nich głównie upamiętnianiem. Tam, gdzie nie ma młodych ludzi i otwartości na to, co będzie zamiast nieustannego myślenia o tym, co było, nie ma też dyskusji. A tej potrzeba nam dziś jak powietrza.

MIASTO JEST NASZE!

Sztuka w przestrzeni publicznej przybiera różne formy – czasami balansuje na granicy kiczu, a jej twórcy sporo ryzykują, chcąc bez odpowiednich zezwoleń zaprezentować w przestrzeni miejskiej swoje prace. O granice wolności w sztuce i związane z procesem tworzenia emocje pytamy jednego z najbardziej znanych trójmiejskich grafficiarzy.

- Czy graffiti w ogóle jest sztuką? – zastanawia się nasz rozmówca. - Ależ oczywiście! Jeśli sztuka ma wzbudzać emocje i jednocześnie być wyrazem artystycznej ekspresji twórcy, to graffiti wypełnia wszystkie te znamiona w stu procentach! Nasza sztuka jest niezależna, dzięki niej zaznaczamy swoją obecność i potrzebę tworzenia. Nie wszyscy wiedzą, ile wysiłku, także emocjonalnego, trzeba włożyć w to, by powstało piękne, wartościowe artystycznie graffiti – to spore przedsięwzięcie logistyczne, artystyczne, ale i finansowe. W przeciwieństwie do tzw. „prawdziwych" artystów, na swojej działalności nie zarabiamy ani grosza, tworzymy, bo to nasza pasja i potrzeba, to wyraz naszego buntu, niezgody na obowiązujące reguły - wyjaśnia. - Skoro wybrany przez urząd czy sponsora twórca ma prawo umieścić swoje dzieło na miejskim placu czy w parku, dlaczego nam odmawia się miejsca do tego, by manifestować swoją twórczość? I dlaczego mielibyśmy prosić o pozwolenie na to, gdzie i jak mamy tworzyć – ani mnie, ani żadnego z moich znajomych nie zapytano nigdy

Fot. Karol Kacperski

o zdanie w kwestii np. nowego muralu na budynku Algi. Osobiście uważam, że jest zupełnie nietrafiony, a jestem mieszkańcem miasta i zwyczajnie bardzo lubiłem błękitne fale, które były na ścianie wcześniej.

Twórców graffiti niejednokrotnie oskarża się o wandalizm i niszczenie publicznego mienia. Tak było w przypadku muralu na sopockiej stacji SKM Kamienny Potok. Został wykonany za publiczne fundusze miasta, zgodnie z urzędowymi procedurami, podobnie jak na sopockiej Aldze. Nie spodobało się to graficiarzom i został przez nich zamalowany. W sprawie interweniowała policja, negatywnie o akcji ulicznych artystów wypowiadali się także przedstawiciele władz miasta. Co na to sami twórcy nowego graffiti?

- Nam poprzedni mural po prostu się nie podobał. Tunele i mury w pobliżu stacji kolejowych to przestrzeń publiczna, należy do wszystkich, także do nas. Nie może być tak, że to teren anektowany przez urzędników i artystów lubianych w urzędzie. Poza tym, czy gdybyśmy wystąpili o zgodę i uiścili w kasie odpowiedniej instytucji odpowiednią kwotę, tak jak robią to reklamodawcy, których plakatami okleja się np. wagony kolejki, podejście do nas byłoby inne? – zastanawia się nasz rozmówca. - Z zarzutami o wandalizm nie do końca mogę się zgodzić. Fakt, nie prosimy o pozwolenie na ozdabianie naszym graffiti murów czy wagonów pociągu. Ale prawdziwy, świadomy grafficiarz nigdy nie zamaluje czyjegoś domu (chyba, że otrzyma na to pozwolenie właściciela lub zostanie o to przez niego poproszony), nie dotykamy też zabytkowych czy pięknie odrestaurowanych kamienic. W innych miejscach czujemy się po prostu jak u siebie – w końcu mieszkamy w tym mieście, chcemy tworzyć i pokazywać naszą sztukę mieszkańcom. Mural Warasa też zamalowano, w dodatku to, co teraz jest na ścianie kamienicy, nijak ma się do otoczenia i charakteru tego miejsca. Może kolorystycznie nowe dzieło miało pasować do znajdującego się poniżej sklepu Żabka ...? – dodaje z uśmiechem.

BALTIC HORIZONS

Ciekawym sprawdzianem może być nowy konkurs rzeźbiarski, którego efektem będzie nowa rzeźba w sopockiej przestrzeni miejskiej. Jego organizatorami są Miasto Sopot, Państwowa Galeria Sztuki oraz jego pomysłodawca, fundacja Artystyczna Podróż Hestii. Przedstawiciele tych instytucji dookreślili cele konkursu oraz dokonali wstępnej selekcji biorących w nim udział instytucji.

- Budując ten konkurs i projekt razem z Magdaleną Kąkolewską (byłą już prezeską Fundacji Artystyczna Podróż Hestii – red.) starałyśmy się, aby każdy uczestnik procesu decyzyjnego miał w nim swój rzeczywisty udział – podkreśla Eulalia Domanowska, dyrektorka Państwowej Galerii Sztuki w Sopocie. - Temat zaproponowała Artystyczna Podróż Hestii – to, z racji położenia Sopotu, Morze Bałtyckie, poza tym klimat i ekologia – ważne i aktualne hasła, ale też słowa, które w publicznej dyskusji może nieco się już opatrzyły, my jednak liczymy, że artyści znajdą własny język, w którym zechcą opowiedzieć nam o tych tematach. Do udziału w pierwszym etapie konkursu zaangażowaliśmy prestiżowe, zajmujące się sztuką współczesną instytucje z basenu Morza Bałtyckiego. Z Finlandii – muzeum Emma w Espoo, z Łotwy – oddział Muzeum Narodowego w Rydze , z Wilna – Centrum Sztuki Współczesnej, Polskę będzie reprezentowało Muzeum Narodowe w Gdańsku. Estonia niestety wycofała się, ale liczymy na jej powrót w następnych edycjach. Myślimy też nad dołączeniem do konkursu artystów z Niemiec i Skandynawii – te kraje mają ogromny potencjał, sztuka współczesna jest tam obecna w życiu obywateli i, co istotne, często jest na bardzo dobrym poziomie.

Wybrane instytucje nadeślą projekty, wyboru dokona raz w roku jury: Eulalia Domanowska, dyrektorka PGS, Jacek Karnowski, prezydent Sopotu, Piotr Śliwicki, były prezes Grupy ERGO Hestia, Paweł Sosnowski, historyk i krytyk sztuki, Aleksandra Narczewska, sopocka konserwator zabytków i artyści Xawery Wolski oraz Paweł Althammer.

- W efekcie tego konkursu na terenie miasta pojawią się dzieła stworzone z myślą o tej przestrzeni, aktywizujące mieszkańców wokół tematu ochrony bałtyckiego ekosystemu, a także promujące działania w obszarze sztuki wysokiej – dodaje Klaudyna Karczewska-Szymkowiak.

Fot. Freepik

Trójmiejski Graficiarz

Czy graffiti w ogóle jest sztuką? Ależ oczywiście! Jeśli sztuka ma wzbudzać emocje i jednocześnie być wyrazem artystycznej ekspresji twórcy, to graffiti wypełnia wszystkie te znamiona w stu procentach! Tunele i mury w pobliżu stacji kolejowych to przestrzeń publiczna, należy do wszystkich, także do nas. Nie może być tak, że to teren anektowany przez urzędników i artystów lubianych w urzędzie. Poza tym, czy gdybyśmy wystąpili o zgodę i uiścili w kasie odpowiedniej instytucji odpowiednią kwotę, tak jak robią to reklamodawcy, których plakatami okleja się np. wagony kolejki, podejście do nas byłoby inne?

Biblioteczka PRESTIŻU

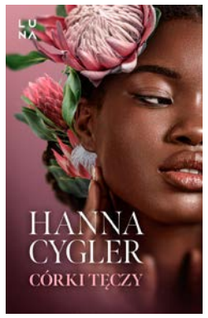
AUTOR: SZYMON KAMIŃSKI

Nowy rok – nowe zestawienie polecanych książek! W styczniowej odsłonie cyklu umieściliśmy propozycje z odległych styli i gatunków literackich - od szeroko pojętej fantastyki po kryminał i prokuratorski debiut. To, co łączy wszystkie te pozycje, to oczywiście Trójmiasto!

KRZYCZ, JEŚLI ŻYJESZ

Autor: Cyryl Sone
Wydawnictwo: Znak Koncept

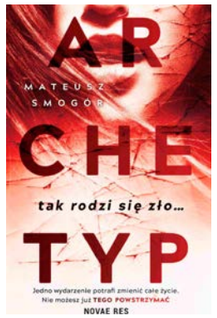
O krwawych i brutalnych zbrodniach opowiada wiele historii, ale tylko jedną z nich napisał prawdziwy prokurator... Cyryl Sone to prokurator, który napisał książkę o tym jak jego praca wygląda naprawdę. Jego debiutancka powieść to ponad 500 stron historii - jest ciało młodej dziewczyny, dwójka psychopatycznych dzieciaków, zbrodnia, paragrafy, oględziny zwłok i komisariat od kuchni, a wszystko rozgrywa się na gdańskiej „Ulicy Elektryków"... To dramat obyczajowy z kryminalnym zacięciem! Max Czornyj napisał: „Misterna intryga i jeszcze misterniejsza robota prokuratorska. Wstrzymacie oddech od pierwszej do ostatniej strony. Debiut nieodkładalny". Sprawdźcie sami!



CÓRKI TĘCZY

Autor: Hanna Cygler
Wydawnictwo: Luna

Książka opowiada o nietypowej sytuacji – co by się stało, gdyby dwie różne kobiety się spotkały mimo że w normalnych okolicznościach do takiego spotkania nie mogłoby dojść? Pierwsza z nich mieszka w Pretorii w Republice Południowej Afryki, druga z nich w Gdańsku w Polsce. Kiedy jedna z nich musi walczyć o każdy dzień i byt dla swoich sióstr, jej przeciwniczka jest właścicielką prężnie działającej fabryki. Ma wszystko oprócz miłości, do czasu aż Jack proponuje jej wyjazd na egzotyczne wakacje, które kończą się walką o życie. W takich warunkach poznają się obie kobiety. Jak będzie wyglądać ich relacja?



ARCHETYP

Autor: Mateusz Smogór
Wydawnictwo: Novae Res

Kozak to detektyw śledczy, który pracuje w policji. Nie ma sobie równych, a to wszystko dzięki swoim kontrowersyjnym metodom działania. Mimo że budzą zastrzeżenia, to każde jego śledztwo kończy się znalezieniem sprawcy. Do czasu aż otrzymuje sprawę morderstwa młodych kobiet, których ciała zostają okaleczone w jeden, charakterystyczny sposób. Nie ma świadków, nie ma dowodów, nie ma śladów. Ofiar jest coraz więcej, na dodatek znika bliska Kozakowi kobieta... Żeby ją odnaleźć policjant będzie musiał pogrzebać w swojej przeszłości.

PASOŻYTY

Autor: Wiktoria Miszczyk
Wydawnictwo: Novae Res

Teraz coś dla fanów szeroko pojętej fantastyki. Andrew Collins jest feniksem – hybrydą czarodzieja, anioła, człowieka i elfa. W jego życiu wszystko byłoby w porządku, gdyby nie samobójstwo jego brata. Dręczony wyrzutami i koszmarami chłopak postanawia odkryć, jakie powody kryły się za decyzją. Rusza do przyjaciół Chrisa ze szkoły. Tam poznaje wiele różnych nietypowych postaci, jednak to, co go niepokoi najbardziej to fakt, że każdy ze znajomych opowiada inną historię o jego bracie...

ACTIVE LIFE
TEAM

PROFESJONALNE PODEJŚCIE, JASNE ZASADY WSPÓŁPRACY.
DOŁĄCZ DO NAS,
POZNAJ NASZE METODY PRACY
I ZMIEŃ SWOJE ŻYCIE OD DZIŚ!

marek@activelife.org.pl | tel. 508380185
www.activelife.org.pl

Prestiżowe IMPREZY

CZYLI SUBIEKTYWNY PRZEGLĄD WYDARZEŃ

DO SŁUCHANIA DO OGLĄDANIA DO SPOTKANIA

12. EDYCJA MIĘDZYNARODOWEJ KONFERENCJI TRANSPORT WEEK

Zbliża się 12. edycja międzynarodowej konferencji Transport Week, jednego z najważniejszych wydarzeń branżowych związanych z sektorem transportu i logistyki goszczących na mapie Pomorza, realizowanego przez gdyńską firmę Actia Forum. Pierwszy dzień to gratka dla branży morskiej zatytułowana 'Shaping the current face of the maritime sector', a drugi to klimatyczna premiera cyklu Baltic Ports for Climate Conference organizowanego przy współpracy z Baltic Ports Organization. Jak co roku, przygotowano program poruszający najbardziej bieżące i istotne dla rozwoju branży kwestie, gwarantując uczestnikom możliwość bezpośredniego kontaktu z czołowymi ekspertami. To także okazja do nawiązania nowych relacji biznesowych i spotkania z wieloletnimi partnerami.

Tegoroczne tematy: morska energetyka wiatrowa, cyberbezpieczeństwo w portach, inwestowanie w portach europejskich, perspektywy gospodarki i handlu w regionie Morza Bałtyckiego, zasilanie elektryczne statków z lądu (OPS), strategie portów bałtyckich wobec wyzwań klimatycznych oraz definiowanie odpowiedzialności klimatycznej i wiele innych.

Data: 14-15.03
Miejsce: Courtyard by Marriott Gdynia Waterfront

HALOWE MISTRZOSTWA POMORZA W SKOKACH PRZEZ PRZESZKODY

Sezon zimowy to bardzo aktywny czas na sopockim Hipodromie. Średnio dwa razy w miesiącu rozgrywane są tutaj halowe zawody konne, zaś na co dzień odbywają się treningi – kryte ujeżdżalnie pracują intensywnie codziennie przez siedem dni w tygodniu, od 7 rano do późnych godzin wieczornych. Pokazuje to, jak popularne stało się w ostatnich latach jeździectwo, zarówno rekreacyjne, jak i sportowe. Natomiast już 18-19 lutego na największej krytej ujeżdżalni Hipodromu odbędą się Halowe Mistrzostwa Pomorza, czyli zawody w skokach przez przeszkody. Konkursy skierowane do wszystkich grup wiekowych odbywać się będą od rana do wieczora przez cały weekend. Na niedzielę zaplanowane są konkursy finałowe dla poszczególnych klas. Wstęp na imprezę jest bezpłatny, a na widzów, oprócz sportowych emocji, czekają – z zimowa ofertą gastronomiczną – restauracja znajdująca się na piętrze hali, nad widownią, oraz lokalne food trucki, które można będzie znaleźć w podwórzu przy nowych stajniach.

Data: 18-19.02
Miejsce: Hipodrom Sopot

VII CHARYTATYWNY KONCERT GWIAZD PRZEMEK DZIECIOM

Fundacja Przemek Dzieciom zaprasza na „VII Charytatywny Koncert Gwiazd Przemek Dzieciom", w ramach którego wystąpi szereg cenionych artystów: Enej, Joanna Kołaczkowska z Łukaszem Pietchem, Olga Szomańska, Paweł Stasiak, Roman Czejarek. Zebrane środki zasilą konto Fundacji Przemek Dzieciom, a wszystko po to, by pomóc chorym i niepełnosprawnym dzieciom z Trójmiasta. Zabierz rodzinę oraz znajomych i razem z gwiazdami w marcową sobotę pomóż chorym dzieciom!

Data: 18.03
Miejsce: Scena Teatralna NOT w Gdańsku

SIBYLLE BERGEMANN. FOTOGRAFIE

Wystawa „Sibylle Bergemann. Fotografie" to przegląd twórczości jednej z najciekawszych niemieckich fotografek ostatnich kilku dekad. Jej bogaty dorobek znalazł już swoje miejsce w czołowych zbiorach sztuki nowoczesnej w Niemczech i na świecie. Dotychczas jednak nie był szerzej prezentowany w Polsce. Muzeum Narodowe w Gdańsku, jako pierwsze w naszym kraju, przedstawi publiczności tę wybitną artystkę w monograficznym ujęciu.

Bergemann wypowiadała się w wielu dziedzinach fotografii: modowej, portretowej, reportażowej, esejach fotograficznych oraz krajobrazach miejskich i wiejskich. Jej różnorodne i ponadczasowe prace są świadectwem wyjątkowej wrażliwości obrazowej, zaangażowania i empatii. Na wystawie pokazane zostaną 133 fotografie podzielone na 12 tematycznych grup: Fabryka Snów, Kobiety, Dziewczynki, Z dala od domu, Miejsca, Moda, Pomnik, Sala Balowa Clärchens, Przeobrażeni, Berlin, Afryka – Arabia, Polaroidy. Wystawa została przygotowana we współpracy z Institut für Auslandsbeziehungen Abteilung Kunst oraz Goethe Institut w Polsce.

Data: 3.02-3.05
Miejsce: Muzeum Narodowe w Gdańsku – Zielona Brama

OLIVIA STARS VOL. 4

Powraca wyjątkowe wydarzenie będące połączeniem niezwykłego koncertu, bliskich rozmów z gwiazdą wieczoru, mistrzowskiej kuchni oraz jedynej w swoim rodzaju, magicznej atmosfery i widoku z najwyższych pięter na rozświetlone nocą Trójmiasto. Tym razem w muzyczną podróż w ramach 4. edycji Olivia Stars zabierze gości Mrozu - jeden z najbardziej znanych polskich artystów, zdobywca wielu muzycznych nagród. Muzyk wykona repertuar bogaty w najpopularniejsze utwory w oryginalnych, niespotykanych dotąd aranżacjach. Artyście towarzyszyć będzie Orkiestra Kameralna Progress pod dyrekcją Irka Wojtczaka. Rozmowę z Mrozem przeprowadzi prowadząca wieczór Gabi Drzewiecka.

Tym razem o kolację odbywającą się przed doznaniami muzycznymi zadba nie tylko zespół restauracji Arco by Paco Pérez i 33. Treinta y Tres, ale także jeden z najwybitniejszych Szefów Kuchni w Polsce - Wojciech Modest Amaro. Zdobywca pierwszej w Polsce Gwiazdki Michelin sprawi, że kolejna odsłona Olivia Stars zachwyci każdego z gości sztuką kulinarną na absolutnie najwyższym poziomie. Wieczór zakończy się trwającym do późna afterparty z open barem.

Data: 11.02
Miejsce: 34. piętro Olivia Stars

FESTIWAL AZJATYCKI W GDAŃSKU

Jesteście miłośnikami street foodu? Uwielbiacie egzotyczne smaki, a kuchnia azjatycka należy do waszych ulubionych? To weekendowe wydarzenie jest dla was. Festiwal Azjatycki w Gdańsku w Polsat Plus Arenie na pewno będzie smakował pysznie! By spróbować kuchni azjatyckiej, nie trzeba wyjeżdżać do Azji. Nie trzeba nawet podróżować po Polsce w poszukiwaniu potraw z Japonii, Wietnamu czy Indii. Festiwal Azjatycki ze swoimi propozycjami zaprezentuje się szereg gastronomicznych wystawców. Dymiące tajskie stragany, oryginale chińskie pierogi czy aromatyczny phad thai? A może gruzińskie chaczapuri czy japoński ramen? Gdańsk zapachnie trawą cytrynową, imbirem i ostrym chilli. Będzie marynowana rzepa i czarny sezam, domowe curry z chrupiącymi warzywami i świeżą kolendrą, czy wietnamskie kanapki bahn mi. Na miejscu znajdziecie zarówno uwielbiane przez wszystkich klasyki kuchni wschodu, jak i te oryginalne, niedostępne na co dzień dania. Wydarzeniem towarzyszącym będzie Festiwal Piwa, Wina i Trunków Rzemieślniczych.

Data: 04-05.02
Miejsce: Polsat Plus Arena

NOWY NISSAN X-TRAIL

REWOLUCYJNY, ZELEKTRYFIKOWANY NAPĘD!

AUTOR: MARCIN WIŁA | **FOTO:** KRZYSZTOF NOWOSIELSKI

20 lat na rynku i ponad 7 milionów wyprodukowanych egzemplarzy - takimi liczbami może pochwalić się Nissan X-Trail, największy z SUV'ów z gamy Nissana. To już IV generacja tego modelu. W naszym redakcyjnym teście sprawdzamy jak sprawuje się unikatowy i rewolucyjny, jak na dotychczasowe standardy, układ napędowy e-POWER, który przetestować można na własnej skórze w trójmiejskich salonach Nissan Zdunek KMJ.

Nowy X-Trail korzysta ze swojego DNA, które sprawdziło się w już trzech poprzednich wcieleniach modelu. Samochód ma atletyczną sylwetkę, która stylistyką nawiązuje do poznanego wcześniej Qashqai'a i Juke'a. Do tego cechuje go wysoka funkcjonalność i wszechstronność oraz doskonałe właściwości jezdne na drodze i w lekkim terenie. Co istotne, z tych wszystkich cech X-Traila, skorzystać może nawet 7-pasażerów. Uwagę zwraca również kąt otwarcia tylnych drzwi – to niemal równe 90 stopni. Zapewne przypadnie to do gustu rodzicom, którzy na tylnej kanapie muszą zainstalować fotelik dziecięcy.

Samochód powstał na nowej płycie podłogowej Aliansu Nissana. Jest to platforma o nazwie CMF-C. Ze względu na swoją nowoczesność, uwzględniona została przy jej projektowaniu elektryfikacja. I to właśnie ona wydaje się najciekawszym elementem testowanego egzemplarza. Dzięki jej zastosowaniu w konstrukcji nadwozia nowego

Nissana X-Traila wykorzystano lżejsze materiały, a także zaawansowane techniki tłoczenia i zgrzewania.

Nowy X-Trail to drugi europejski model Nissana, który został wyposażony w innowacyjny układ napędowy e-POWER. Jest to rozwiązanie unikatowe, oferowane wyłącznie przez tę markę.

Układ składa się z wysokowydajnego akumulatora, silnika spalinowego 1.5 o zmiennym stopniu sprężania, generatora prądu, falownika oraz zamontowanego z przodu silnika elektrycznego o mocy 150 KW. Chociaż brzmi to skomplikowanie, to jednak takie rozwiązanie jest w swojej zasadzie nadzwyczaj proste. Mianowicie, e-POWER powoduje, że moc na koła przenoszona jest wyłącznie za pomocą silnika elektrycznego, czego efektem jest natychmiastowe i płynne przyspieszenie. Natomiast wyjątkowość systemu polega na tym, że wykorzystuje on silnik benzynowy jedynie w celu wytwarzania energii elektrycznej! Motor, spalając benzynę, produkuje prąd, który przekształcany jest w moc napędową. Na koła płynie więc tylko energia elektryczna, a nie mechaniczna. To oznacza, że tradycyjna jednostka spalinowa zawsze pracuje w optymalnym zakresie obrotów. System opracowano, aby osiągnąć jak największą oszczędność paliwa, szczególnie w warunkach miejskich. I faktycznie ma to sens! Korzyścią jest też fakt, że układ e-POWER gwarantuje niezwykle cichą jazdę - przy prędkości 40 km/h dźwięk silnika jest praktycznie nieodczuwalny.

Podstawowy model, wprawiany w ruch przez silnik 1.5 VC-T w wariancie 5-osobowym to wydatek rzędu 181 500 zł. Do wersji 7-osobowej trzeba będzie dopłacić 4000 zł. Z kolei testowany przez nas egzemplarz X-Trail z napędem e-POWER wyceniono na 245 150 zł.

RENAULT 4

PABLO ESCOBAR, BUNTOWNICZKI I SURFERZY

AUTOR: BARTOSZ GONDEK | **FOTO:** KRZYSZTOF NOWOSIELSKI

Kochał go Palbo Escobar, buntowniczki i surferzy. Szybko stał się ikoną stylu, mimo że wyprodukowano go w liczbie ośmiu milionów egzemplarzy. Renault 4 to samochód, który stał się lekarstwem na streamline.

Pod koniec lat 30 . XX wieku wydawało się, że przyszłością motoryzacji jest umieszczony z tyłu silnik, napędzający tylne koła, zaklęty w opływowe, wielorybie nadwozie. W ten sposób rodziły się: słynne czeskie Tatry 97, czy VW Garbus, zwany wówczas „KDF-em". Idealne na pozór, „streamline-owe" założenia towarzyszyły także projektowaniu nowego, małego Renault 4 CV. Wybuch wojny sprawił, że tak VW, jak opływowe Tatry dojrzały dopiero w drugiej połowie lat 40. Dopiero w 1946 roku zaprezentowano też prototyp Renault 4CV. Samochód spełniał wszelkie założenia nowoczesnego samochodu popularnego. Zyskał spodziewaną popularność, będąc produkowanym do roku 1961 we Francji, Hiszpanii, Australii, a nawet, pod marką „Hino", w Japonii. Było to pierwsze Renault, które przekroczyło milion sprzedanych egzemplarzy. Mimo to, już w pierwszej połowie lat 50. zarząd Renault wiedział, że to auto musi się skończyć.

W tym samym czasie, kiedy konstruktorzy pracującego wówczas na potrzeby przemysłu Rzeszy, Renault, opracowywali 4CV, inżynierowie Citroena, dopracowywali w tajemnicy swój popularny samochód dla mas, którego prototypy wyjechały na testy jeszcze przed wojną. Auto, które choć nie tak piękne jak u konkurencji, zbudowano według ścisłych założeń, które sformułował jeszcze w 1936 roku Pierre Boulan-

ger – „quatre roues sous un parapluie" (cztery koła pod parasolem). Samochód miał mieć miejsce dla 4 osób i dla 50 kg bagażu, miał być oryginalny, mały a jednocześnie przestronny – „chcę aby w aucie mogły wygodnie pomieścić się cztery osoby wraz z koszykiem zawierającym 60 jaj i by podczas jazdy z prędkością 50 km/h nie zrobiła się jajecznica". Citroen zdecydował się przy tym na zblokowanie silnika i przeniesienia napędu z przodu pojazdu. Mała Cytrynka, zupełnie inna od modnych „streamlinerów", pojawiła się na rynku w październiku 1948 roku i … mimo swojej topornej urody, z miejsca okazała się hitem. Produkowano ją do 1991 roku w liczbie 3 868 634 sztuk. Przepis pana Boulangera na lata wyznaczył sposób konstruowania małych aut, łącznie z napędem zblokowanym z przodu i napędzającym przednie koła. Dlatego piękny 4 CV okazał się ślepą uliczką. W 1956 roku koncern Renault przystąpił do projektowania nowego popularnego malucha, który jak 2CV miał stać się samochodem prostym, tanim, uniwersalnym, napędzanym zblokowanym układem silnik – napęd, umieszczonym z przodu, i legitymizującym się mocą od 24 do 34 KM. Nowe małe Renault, oznaczone cyferką „4", choć koncepcyjnie powielało 2CV, miało być nowocześniejsze, stać się autem rodzinnym, podobać się kobietom, służyć rolnikom mieszczuchom, a jego uproszczona maksymalnie wersja – Renault 3, miała za zadanie przypaść do gustu także tym, którzy chcieli wydać na samochód jak najmniej.

Renault 4 zadebiutowało na paryskim Salon de l'Automobile w 1961 roku. Rychło okazało się, że jest strzałem w dziesiątkę i szybko odbierze wielu klientów Citroenowi. Tak też się stało! Do 1992 roku powstało osiem milionów sztuk R4! Podobnie jak 2 CV wolny, ciasny, głośny i niewygodny – a może właśnie dlatego, rychło stał się samochodem kultowym. Malowano go w czaszki i kwiatki. Uwielbiali go tak samo emeryci, jak wyzwolone studentki i surferzy. Ale, lubili go też celebryci. Największym fanem tego modelu był sam Pablo Escobar, który – mimo posiadania imponującego garażu – na co dzień bardzo często korzystał właśnie z R4. Był to pierwszy samochód, w którym został zatrzymany przez policję. Dzięki R4 zaczęła też o nim pisać prasa. Było to uwarunkowane sukcesami w wyścigach formuły … Renault 4.

R4 miał też wady. Przede wszystkim, podobnie jak swój główny konkurent, był wyjątkowo wrażliwy na rdzę. Dlatego nawet kolekcjonerskie egzemplarze bardzo często wymagają natychmiastowego remontu. Mimo że przyjeżdżają z teoretycznie łaskawszej pogodowo Francji, czy Słowenii, gdzie też były produkowane. Według inwentarza Pomorskiego Wojewódzkiego Konserwatora Zabytków, w Trójmieście powinniśmy mieć obecnie pięć R4. Jedna z nich to samochód, który z serca Francji pojechał za krąg polarny, aby po latach trafić do kolekcji Urszuli i Artura.

Ula i Artur to para prawdziwie wyjątkowa. Kiedy się na nich patrzy, ma się wrażenie, że dopiero co przed chwilą wyszli z dawnej reklamy Renault 4, będąc jakby zupełnie przeniesieni z lat 70. Miłość do małej Renówki spadła na nich nieco niespodziewanie, podczas bałkańskich wakacji. Wtedy to Urszuli objawiła się stojąca na poboczu, zdezelowana „Czwóreczka" z pogiętym bagażnikiem, otoczona gromadką kóz i drobiu. Trafiona strzałą kupidyna, przetrząsnęła lokalne szynki i gospody, odnajdując właściciela auta. Niestety – okazało się, że i on cierpi na gorące uczucie do zmęczonej Renówki. Para wróciła do Polski, lecz tęsknota za R4 pozostała. W sukurs nieszczęśliwej niewieście przyszedł jej partner. Pewnego dnia zaprowadził ją do garażu, gdzie obok luksusowych Mercedesów, stała wymarzona Francuzka.

Wyprodukowano ją w słynnym Billancourt pod Paryżem, aby wysłać w daleką podróż, za koło podbiegunowe, w okolice Kiruny. Paradoksalnie to najlepsze rejony dla starszych aut, jakie możemy znaleźć w Szwecji. Zimą nie używa się tam bowiem soli, warunki eksploatacji nie są jednak łatwe. Przypominała o tym wtyczka do grzałki, zamontowanej w misce olejowej, bez której nie dawało się uruchomić kompletnie zamrożonego silnika. Potem – jak zawsze w takich przypadkach – przyszedł czas na prace renowacyjne. Te trwały, standardowo dla mniej bolesnych przypadków, około dwa lata. Renóweczka pod koniec roku wjechała – już całkowicie sprawna – ponownie do garażu. Ten tekst to zatem jego pierwsza publiczna premiera.

- Wiesz, to pierwszy raz, kiedy wszystkie samochody mamy gotowe do jazdy i niczego nie remontujemy – chcemy się tym nacieszyć – powiedział Artur.

Świetnie go rozumiem. Trzymam zatem kciuki, bo pewnie za jakiś czas w garażu pojawi się kolejny projekt i zacznie się następne żmudne gonienie króliczka.

NASZ KLIENT BOT

AUTORKA: ALEKSANDRA TATARCZUK

Promocja w sieci stała się najbardziej dominującym formatem reklamowych na świecie. W przeciwieństwie do klasycznych form reklamy pozwala dokładnie poznać odbiorców, prawie, że pod każdym kątem. Tym samym umożliwia coraz bardziej precyzyjne docieranie do coraz węższych, sprofilowanych grup potencjalnych klientów. Ta wiedza jest bardzo cenna i reklamodawcy są gotowi za nią sporo zapłacić wyspecjalizowanym i profesjonalnym agencjom. Obok nich pojawiają się jednak też ad frauderzy. W Polsce mało się o tym jeszcze mówi, jednak na zachodnich, bardziej rozwiniętych rynkach temat jest już powszechnie znany. Kim są, jakie techniki stosują – o tym opowiada Michał Jóźwik, ekspert związany z portalem Fraudbusters.

Kim są "ad frauderzy"?
Ad frauderzy to tak naprawdę nieuczciwi dostawcy powierzchni reklamowej. Wykorzystują wszelkie dostępne środki w swoim „portfolio" aby, generować jak najwięcej sztucznego ruchu/eventów, który nigdy faktycznie nie miał miejsca. Wykazują fikcyjne przychody, generując realną stratę dla reklamodawcy.

Na czym polegają te działania?
Sama definicja fraudu nie jest skomplikowana - fraud powszechnie definiujemy jako grupę oszustw występujących w reklamie online. Możemy do nich zaliczyć np. fikcyjne raportowanie kliknięć, konwersji czy też nawet zwykłych wyświetleń reklamy.

W jaki sposób na nich zarabiają?
Korzystając z dedykowanych narzędzi (botów/skryptów) lub „ręcznie" generują przykładowo 100 kliknięć zmieniając przy tym dynamicznie IP (skrót od Internet Protocol Address, numeru identyfikacyjnego nadawanego komputerom lub innym urządzeniem łączącym się z siecią) w danej kampanii oraz kasując cookie w przeglądarce. Podstawowe systemy mierzące raportują, że 100 unikalnych użytkowników wygenerowano 100 kliknięć, ale nie „widzą" już, że to tak naprawdę był jeden „bot". A za te 100 kliknięć klient musi zapłacić.

Jakie branże, bądź kategorie są najbardziej narażone w Polsce na ad fraud?

Tak naprawdę na fraud narażona jest każda branża reklamująca się w Internecie. W zależności od rodzaju działań (wizerunkowe/sprzedażowe) czy na przykład rodzaju materiałów reklamowych (display/video), źródła emisji (desktop/mobile) poziom fraudów będzie inny. Owszem są branże o większym „potencjale" takie jak produkty finansowe, telekomy, branża motoryzacyjna czy ogólnie pojęty „twardy e-commerce". Najbardziej fraudogenne są działania w rozliczeniach za kliknięcia oraz zostawienie tzw. "leadów" czyli przeważnie danych do dalszego kontaktu w wypełnionym formularzu (u banków, dealerów samochodów czy w telekomunikacji).

Czy konkurenci również mogą dopuszczać się wobec siebie ad fraudów?
Owszem, zdarzają się takie sytuacje. Jednym z takich przykładów jest pozew sądowy firmy Motogolf.com, internetowego sprzedawcy sprzętu golfowego mieszczącego się w Las Vegas. W kwietniu 2020 roku pozwał konkurenta TopShelf Golf, który rzekomo złamał prawo stanowe i federalne poprzez celowe wyklikiwanie płatnych reklam konkurenta w przeglądarce Google. Niestety dużo podmiotów stosuje tego typu niecne zagrywki, ale ich skala jest bardzo trudna do oszacowania.

A jak duża jest skala problemu w Polsce?
Oszacowanie realnego poziomu fraudów w Polsce jest bardzo ciężkie. Wynika to z niskiej skali lokalnej weryfikacji fraudów. Bazując na raporcie White Ops we współpracy z ANA (Association of National Advertisers) możemy stwierdzić, że w zależności od rodzaju działań reklamowych poziom fraudów sięga przeciętnie 3-14%. Nanosząc poprawki (z doświadczenia), w niektórych niemonitorowanych działaniach fraud może wynosić nawet 30-50% całości wyników kampanii.

Jakie są sposoby na uchronienie się przed fraudami?
W 100% uchronić się nie da. Z oszustwami w internecie jest jak z dopingiem w sporcie. Co chwilę wykrywamy nowe środki dopingujące, a kolejne jeszcze nieodkryte już działają. Pierwszym i koronnym punktem ochrony jest wczesna identyfikacja fraudu. Im szybciej wykryjemy, tym szybciej możemy zminimalizować wpływ na dalszą część kampanii. Jednakże, aby go wyłapać trzeba wiedzieć czego szukać. Fraud w większości przypadków nie jest widoczny gołym okiem. W zależności od jego rodzaju, należy stosować różne metody jego wykrycia. Najszybciej i najłatwiej jest wykorzystać dedykowane do tego narzędzia. Kolejnym rozwiązaniem jest współpraca

NAJPOWSZECHNIEJSZE TECHNIKI DIGITAL AD FRAUD

Klienci decydując się na zakup reklam w internecie wybierają spośród ich 4 typów:

Cost per mile (CPM) - koszt za tysiąc, gdzie reklamodawcy płacą za każdy tysiąc wyświetleń reklamy,

Cost per click (CPC) - koszt za kliknięcie, gdzie reklamodawcy płacą tylko wtedy gdy odbiorca kliknie w reklamę,

Cost per lead (CPL) - koszt za lead, reklamodawca płaci tylko gdy odbiorca wypełni specjalny formularz, w którym zostawi kontakt do siebie,

Cost per acquisition (CPA) - koszt za pozyskanie, gdy reklamodawca płaci ustaloną opłatę za zakończony proces sprzedaży lub procent od jej wartości.

CPM i CPC składają się na 90% wszystkich wydatków na reklamę cyfrową i to właśnie tam ad frauderzy mogą być najbardziej aktywni. Sztucznie zawyżają ilości odsłon, albo z pomocą botów (czyli aplikacji) klikających w reklamę. W konsekwencji klienci płacą za wyniki, które faktycznie nie zostały osiągnięte.

SZTUCZNE ZWIĘKSZANIE LICZBY ODSŁON

Celem jest sztuczne zawyżanie ilości odsłon (i odbiorców, którzy widzieli reklamy) wszystko po to, aby uzyskać więcej wyświetleń i zarobić więcej pieniędzy. Ad frauderzy osiągają to przez automatyczne przeładowywanie strony internetowej przez co naliczana jest nowa sesja odsłony reklamy. Innym sposobem jest ad stacking czyli "nałożenie na siebie" grafik od 5 do 100 reklam, które wyświetlane są podczas jednej sesji. Choć odbiorca widzi tylko jedną reklamę, to na stronie pozostaje "cyfrowy dowód" wyświetlenia pozostałych. Podobną techniką jest pixel stuffing czyli upychanie na stronie reklam bardzo małej wielkości, nawet 1 piksela, które również są niewidoczne dla odbiorcy, ale w teorii zakodowane na stronie. Z kolei ad injection to reklama, która za pośrednictwem złośliwego oprogramowania wkrada się w miejsce, w którym nie powinna być opublikowana, i za każdym użyciem zainfekowanej domeny, nalicza kolejne wyświetlanie reklamy do jej łącznej liczby.

Ad frauderzy korzystają również z botów, czyli programów które wchodzą na strony udając prawdziwych użytkowników. Właśnie w celu przeciwdziałania tym praktykom wstawia się na stronie okienko "nie jestem robotem", gdyż te programy "nie potrafią" klikać w konkretne miejsce na stronie. „Wysyłają" boty na stronę gdzie emitowana jest reklama, które odświeżać ją naliczając wyświetlenia baneru w nieskończonych pętlach. Wykorzystują również wyskakujące powiadomienia push czy pop-under. To aplikacje mobilne z ukrytymi przeglądarkami, które ładują strony internetowe, fałszywe aplikacje czy strony udające inne strony tylko po to, by zwabiony na nie odbiorca "przypadkowo" kliknął w schowany w nich link reklamowy i tym samym "nabił" kolejne wyświetlenie reklamy. Jeśli ktoś zastanawia się po co ktoś miałby infekować prywatne komputery i telefony złośliwym oprogramowaniem, to cel jest właśnie taki. Z nieświadomą pomocą zwyczajnych użytkowników, oszuści naciągają reklamodawców.

SZTUCZNE PODWYŻSZANIE CEN

Zwyczajowo reklamy, których celem jest uzyskanie od odbiorcy konkretnego działania (np. kliknięcie w baner, czy przejście na stronę sklepu) są droższe. Dlatego jeśli ad frauderom uda się przekonać reklamodawcę, że więcej osób niż w rzeczywistości kliknęło w jego reklamę, mogą uzyskać od niego wyższą opłatę.

W tym celu sięgają po domain spoofing, czyli podszywanie się pod znaną stronę lub domenę, residential proxies gdzie udają, że ruch na stronie pochodzi z prawdziwych gospodarstw domowych, a nie centrów danych czy botów, bądź po złośliwy kod, który przechytrza programy wyłapujące złośliwe oprogramowanie. Popularną metodą jest również umieszczanie banerów w aplikacjach czy video, gdzie przy okazji klikania w jedną z funkcji, odbiorca klika również w reklamę. Z kolei oszustwa przy retargetingu (czyli adresowaniu reklam do użytkowników, którzy wcześniej wyrazili zainteresowanie inną reklamą w ramach tej samej kampanii) polegają na "wysłanie" botów pod wskazany adres, by oszukać klientów, że ci osiągnęli znacznie lepsze wyniki. Przez korzystanie z traffic spoofing czy click injection mogą wpłynąć na analitykę i pokazywać ruch z adresów, które wyglądają niemal jak prawdziwe adresy i tylko sprawne przejrzenie źródeł ruchu na stronie pozwoli na ich weryfikację.

JAK TWORZYĆ BEZPIECZNE KAMPANIE ONLINE?

Jakub Lebuda
CEO w CLIPATIZE, agencji zajmującej się obsługą kampanii digital

Bezpieczne kampanie to takie, które powstają kiedy strategicznie myślimy o celach projektu, a rzadko takim celem będzie "wyświetlenie reklamy". Wskaźniki mediowe jak CPM, czy CPC najczęściej brane na cel przed frauderów, to tzw. vanity metrics - wskaźniki próżności. W kampaniach kluczowe jest określenie raczej celu biznesowego (jak sprzedaż) lub marketingowego (jak dotarcie do klientów na różnych poziomach tzw. lejka) dla naszych działań. Jeśli uda się je określić, a także doprecyzować grupę docelową, to może się okazać, że sam fakt osiągania niskich stawek CPM, czy CPC nie będzie tożsamy z wpływem na sprzedaż lub edukację publiczności. To pozwoli wyłącznie kupić jakiś tani ruch. Nie koniecznie taki, jakiego byśmy sobie życzyli.

Zabierając się za planowanie kampanii, mając określone cele (marketingowe lub biznesowe) możemy wybierać "sprawdzone kanały" do budowania dotarcia np. media społecznościowe, czy sieci Google. Jeszcze bezpieczniejsze i bardziej wiarygodne może być angażowanie renomowanych wydawców do realizacji kampanii, gdzie rozliczenie projektu realizowane jest w odniesieniu do wspólnie określonych celów.

Dodatkowo, w pewnych obszarach marketingu, na przykład w B2B, sam koszt pozyskania ruchy będzie zupełnie nieistotny, bo grupy docelowe w B2B są stosunkowo małe. Łączny koszt dotarcia do rynku będzie tym samym niewielki w porównaniu z kampaniami skierowanymi do klienta masowego.

Warto także precyzyjnie segmentować grupy docelowe i kontaktować się z nimi za pomocą niszowych i wiarygodnych kanałów.

z zaufanymi rynkowymi podmiotami, które „nie mogą" sobie pozwolić na nadszarpywanie reputacji budowanej latami.

Jakie narzędzia/programy najskuteczniej wykryją ad fraud?
Tutaj też nie ma jednoznacznej odpowiedzi. Dostępne narzędzia, niezależnie czy są to własne systemy największych podmiotów reklamowych typu Google/Facebook, czy zupełnie niezależne typu ABT Shield lub Traffic Watchdog, mają różne podejścia do wykrywania i mierzenia skali oszustw. Nie ma jednej idealnej technologii do wykrywania każdego rodzaju fraudów. Trzeba być elastycznym i poszukiwać rozwiązań dedykowanych do danego typu fraudów.

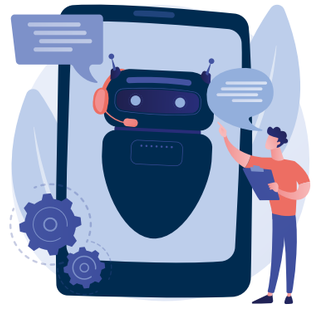
Czy to oznacza, że każdy jest potencjalnie podejrzany?
Teoretycznie tak, w praktyce – nie. Narzędzia ad fraudowe nawet w przypadku największych wydawców i rzetelnych dostawców mogą pokazywać niewielki odsetek fraudów, którymi nie są. Może to wynikać z wielu rzeczy takich jak: różnice technologiczne, restrykcyjna definicja fraudu w danym narzędziu, podejrzane zachowania, wyłapywanie „dobrych botów" (white bot) itp.

Czy reklamodawcy obawiają się, że za każdą kampanię cyfrową może kryć się ad fraud?
Ci bardziej świadomi mają na względzie fraud i oczekują niskiego jego poziomu. Całości fraudu realnie wyeliminować się nie da. Praktycznie zawsze zostanie jakiś odsetek wykrytego (bądź nie). Jest jeszcze grupa reklamodawców, którzy w ogóle nie zdają sobie sprawy, że fraud istnieje i na takich fraudsterzy najwięcej zarabiają. Trzeba stawiać w promowanie wiedzy o fraudzie i metodach jego wykrywania. Trzecią grupą są ci, którym się to po prostu nie kalkuluje. Niekiedy poziom fraudów nie jest na tyle wysoki, aby uzasadniał koszt jego wykrycia i usunięcia. Często zdarza się, że reklamodawca woli „wrzucić w koszty" pewną ilość fraudów niż inwestować więcej pieniędzy w narzędzie je likwidujące. Uważam takie podejście jest błędne. Bez weryfikacji nie wiadomo w którym momencie z 5% fraud może zrobić się 15 czy 30%.

Jak świadomość o fraudach wpływa na zachowania reklamodawców?
Często zależy to od branży. Te mocno e-commerce'owe poświęcają sporo czasu i środków na eliminowanie podejrzanych dostawców. Mają dzięki temu wiarygodne dane z ruchu jaki pojawia się u nich na stronach internetowych. Musimy pamiętać, że fraud nie tylko powoduje utratę części pieniędzy przeznaczonych na reklamę, ale też potrafi mocno zafałszować obraz realnego ruchu na stronie. Jeśli przykładowo 40% ruchu jest generowane przez boty z głównej kampanii reklamowej, 20% z innych źródeł, a kolejne 40% jest ruchem naturalnym/generycznym to analityk nie wiedząc o fraudzie stwierdzi w pierwszym momencie, że trzeba dalej inwestować pieniądze w coś co nie generuje realnie żadnego zwrotu z inwestycji.

GŁOŚNE PRZYKŁADY

METHBOT - SIEĆ NA DOPALACZACH



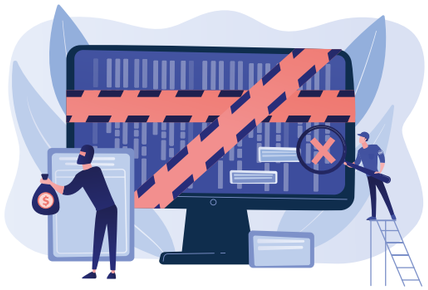
To sieć - botnet - składająca się z tysięcy fałszywych domen, której założyciele zarabiali na reklamach wyświetlanych przez boty. Po raz pierwszy została namierzona w 2015 roku przez firmę White Ops zajmującą się cyberbezpieczeństwem, a w 2016 odnotowano gwałtowny wzrost jej aktywności. Sieć powstała w Rosji, ale do oszustw wykorzystywała zainfekowane komputery z Europy i Ameryki Północnej.

Przestępcy najpierw zarejestrowali niemal 6 000 fałszywych domen, podszywających się pod takich gigantów jak ESPN, czy Fox News. Ich infrastruktura składała się też z 571 904 IP, 250 267 różnych adresów URL i niemal ćwierć miliona podstron, na których wyświetlane były reklamy. Ponadto 570 000 botów było wykorzystywanych do wykonywania kliknięć na tych stronach i "oglądania" do 300 milionów reklam wideo dziennie. Przez zamaskowanie IP tych botów, jako pochodzących z legalnych sieci jak Verizon, Comcast i wielu innych dostawców w USA, naśladowały zachowanie prawdziwych użytkowników.

W szczytowym momencie działania Methbot, oszuści którzy skopiowali strony operatorów zarabiali od trzech do pięciu milionów dolarów dziennie. Przez Methbot branża reklamowa straciła około od 180 milionów do 1 miliarda dolarów do końca 2016 roku.

UBER - OSTRA JAZDA Z KOSZTAMI

Koniec stycznia 2017 roku nie był dobry dla Ubera, giganta w sektorze usług transportowych. Uber znalazł się pod ostrzałem na dwóch frontach. Z jednej strony na mediach społecznościowych toczyła się batalia #DeleteUber skierowana przeciwko byłemu dyrektorowi generalnemu firmy, zaangażowanemu we współpracę z ówczesnym prezydentem USA Donaldem Trumpem. Z drugiej strony Sleeping Giants, liberalna organizacja zajmująca się monitorowaniem mediów społecznościowych zaczęła zadawać pytania dlaczego Uber reklamował się na kontrowersyjnej stronie Breitbart - amerykańskiej skrajnie prawicowej sieci informacyjnej. Gdy Kevin Frisch, ówczesny Dyrektor Performance marketing & CRM w Uberze, nie był w stanie zidentyfikować, która kampania zignorowała "czarną listę" portali, zaczął po prostu wyłączać jedną po drugiej. Zredukował wydatki na cyfrową reklamę o 10%, ale nie dostrzegł żadnej zmiany w ilości nowych instalacji aplikacji. Zmniejszył więc budżet o 100 mln dolarów. Gdy tak znaczące cięcie nie wpłynęło na zmniejszenie pozyskanej liczby klientów, zdał sobie sprawę, że coś jest nie tak. Ostatecznie Uber obciął swoje wydatki o 2/3. W wyniku przeprowadzonego dochodzenia znaleziono fałszywe aplikacje udające Ubera, strony internetowe podszywające się pod znanych wydawców i armię botów do ich klikania. Uber pozwał agencję marketingu digitalowego Fetch Media za przekazywanie fałszywych informacji o skuteczności ich kampanii oraz za stratę finansową spowodowaną brakiem możliwości zwrotów rabatów bezpodstawnie przyznanych użytkownikom. Uber finalnie wycofał pozew, ale w 2018 roku pozwał 5 domów mediowych - Hydrane SAS, BidMotion, Taptica, YouAppi i AdAction Interactive - które oskarżył o zakup przestrzeni reklamowych "oglądanych przez boty".



WYJĄTKOWE MIEJSCE DO ŻYCIA DLA AKTYWNYCH SENIORÓW

Dla przyszłych mieszkańców Apartamentów ReVital w Mechelinkach życie na emeryturze będzie wiązać się z poczuciem niezależności, komfortu i bezpieczeństwa w połączeniu z aktywnym stylem życia. To pierwsza w Polsce oferta mieszkań powiązanych z usługami, stworzona z myślą o potrzebach seniorów, którą realizuje polska firma Origin Investments.

WIECZNIE MŁODZI

Jesień życia wcale nie musi oznaczać rezygnacji ze zdrowego, aktywnego stylu życia. Dzięki twórcom Kompleksu ReVital w Mechelinkach popularna na świecie idea „aktywnego starzenia się" nabiera u nas w kraju realnych, a co najważniejsze solidnych kształtów. Wyobraź sobie emeryturę marzeń, swoją czy Twojego bliskiego. Emeryturę, która pozwala czerpać z życia garściami, jednocześnie oferując bezpieczeństwo, wygodę i dostępność do wielu aktywności, a wszystko w malowniczej scenerii nadmorskich Mechelinek, zaledwie 150 m od plaży i molo.

BEZ BARIER I JESZCZE WIĘCEJ

Kompleks ReVital w Mechelinkach to 58 komfortowych, jedno oraz dwuosobowych apartamentów. Przestrzeń zaprojektowano z dbałością o potrzeby osób dojrzałych, stawiając przede wszystkim na ich bezpieczeństwo oraz poczucie komfortu. System przywoławczy SOS w każdym apartamencie, brak progów czy innych barier architektonicznych, antypoślizgowa posadzka, poszerzone wejścia, dodatkowe nocne oświetlenie strefowe czy możliwość dostosowania wnętrza do indywidualnych potrzeb - to tylko część z wprowadzanych udogodnień.

KOMFORT I POCZUCIE BEZPIECZEŃSTWA

Mieszkańcy kompleksu będą mogli korzystać ze wsparcia w życiu codziennym w takich czynnościach jak zamawianie zakupów, jedzenia, umawianie wizyt lekarskich czy zupełnie prozaicznych, jak sprzątanie. Co istotne, będą mogli liczyć również na szybką pomoc w przypadku nagłych zdarzeń, a w razie potrzeby na interwencję personelu recepcji przeszkolonego w zakresie ratownictwa medycznego.

AKTYWNIE DLA DŁUGIEGO I ZDROWEGO ŻYCIA

Apartamenty ReVital w Mechelinkach to odpowiedź na oczekiwania współczesnych seniorów, znających swoje potrzeby, pragnących dbać o siebie

i realizować swoje pasje. Bogata oferta autorskich programów aktywizacyjnych będzie zachętą do uczestniczenia w codziennych zajęciach sportowych takich jak aqua fitness czy pilates. Na parterze budynku powstaje Klub ReVital - wygodna wspólna przestrzeń rekreacyjna dla mieszkańców, przeznaczona na spotkania towarzyskie i wydarzenia kulturalne.

Na terenie Kompleksu w Mechelinkach, w budynku bezpośrednio sąsiadującym z apartamentami ReVital będzie się mieścić Centrum Rehabilitacji z gabinetami lekarskimi i najnowocześniejszymi urządzeniami do fizjoterapii oraz dwa budynki z apartamentami na pobyty wakacyjne i rehabilitacyjne.

Zakończenie budowy kompleksu zaplanowano na trzeci kwartał 2024 r. Sprzedaż apartamentów już się rozpoczęła. Oferta skierowana jest do seniorów oraz inwestorów, widzących potencjał w tym segmencie rynku deweloperskiego.

APARTAMENTY ReVital MECHELINKI

Tel.: 696 660 999 | e-mail: mechelinki@apartamentyrevital.pl
www.apartamentyrevital.pl

seo group | can do

Druga najlepsza agencja
na świecie w kategorii
BEST GLOBAL SMALL INTEGRATED SEARCH AGENCY
w konkursie Global Search Awards 2021

SEOgroup

SEOgroup - wyszukiwarka Google

SEOgroup
Agencja digital marketingu

SEOgroup w zgodzie z filozofią Kaizen カイゼン i Kendo 剣道

SEOgroup technologiczny Shinkansen 新幹線 marketingu internetowego

SEOgroup 15 lat doświadczenia

SEOgroup European Search Awards 2022 Finalist

SEOgroup usługa SEO360

SEOgroup gwarancja wzrostu ruchu i przychodów

SEOgroup

SEO360®

Biuro w Gdyni
PPNT
al. Zwycięstwa 96/98
81-451 Gdynia, Polska
+48 792 096 969
office@seogroup.pl

Biuro w Warszawie
Mindspace / Hala Koszyki
ul. Koszykowa 61
00-667 Warszawa, Polska
+48 607 343 191
warsaw@seogroup.pl

Biuro w Londynie
128 Dan Court
5 Lakeside Drive
NW10 7FX London, UK
+44 78 888 556 29
london@seogroup.pl

Fot. Krzysztof Nowosielski

Członkowie Zarządu i pracownicy Grupy Zdunek oraz Bogdan Zając, założyciel Teatru Ocelot i Andrzej Borowczyk, prowadzący

Maciej Stanicki, doradca handlowy, BMW Zdunek

Andrzej Borowczyk, prowadzący

Iwona Guzowska, polska pięściarka i kickbokserka, mistrzyni świata

Natalia Capelik-Muianga, wokalistka, z zespołem

POKAZ NOWEGO BMW XM OD BMW ZDUNEK

Arkadiusz Ertel, Corleonis, Robert Pstrągowski

Jacek Góralski, piłkarz, Czesław Michniewicz, były selekcjoner reprezentacji Polski w piłce nożnej

13 grudnia w hotelu Radisson Blu w Sopocie miał miejsce premierowy pokaz nowego BMW XM, na który zaprosił dealer BMW Zdunek. Wieczór uświetnili goście specjalni oraz ciekawe atrakcje i pyszne menu.

Katarzyna Kobiela, stylistka, Anna Szalińska, Dr Skin Medyczne Orłowo

Alicja Walczak

Monika Chmielecka

Inga Bartnikowska

Czesław Michniewicz, były selekcjoner reprezentacji Polski w piłce nożnej

Andrzej Borowczyk, prowadzący, Barbara Marwińska-Hansson, Specjalistka ds. Marketingu, BMW Zdunek

Natalia Capelik-Muianga, wokalistka

Fot. Aneta Chojnacka

Magdalena Puszko, Laura Reszka, Zosia Cierpisz, kelnerki

Katarzyna Dzióbek, Prezes Polskiego Związku Niewidomych w Gdańsku, Daniel Matz, prowadzący restaurację Ducha66

Marek Portka, kucharz, Bartosz Ratkowski, szef kuchni

Anna Matz, Daniel Matz, Eliza Matz, Jarosław Matz

CHARYTATYWNA KOLACJA W RESTAURACJI DUCHA66

Restauracja Ducha66 zaprosiła w grudniu na świąteczną kolację charytatywną, organizowaną na rzecz Polskiego Związku Niewidomych w Gdańsku. Na stołach pojawiło się 5 dań degustacyjnych przygotowanych przez szefa kuchni - Bartosza Ratkowskiego, 5 dedykowanych alkoholi, a także deser z efektem niespodzianki. Nie zabrakło również nastrojowej oprawy muzycznej.

Dorota Stefańska, wokalistka, z gitarzystą Marcinem

Tomasz Man, Marta Man, przyjaciele Ducha66

Beata Gromadzka, Dominika Tyszka

Daniel Matz, Damian Motecha, szef baru, Ducha66

RESTAURACJA SilverStar

Ekskluzywność to nasza domena

Nasza restauracja, to połączenie luksusu, estetycznego wyglądu i świetnej jakości.
Z dbałością o każdy szczegół zagwarantujemy
niezapomniane wrażenia, nie tylko kulinarne.
Restauracja SilverStar to idealne miejsce
na lunch biznesowy i nie tylko.

Salon Mercedes-Benz BMG Goworowski (I piętro), ul. Łużycka 9, 81-537 Gdynia
Tel: 58 660 49 18
@: restauracja@silver-star.pl

Godziny otwarcia: pon-pt: 09:00-18:00 / sb: 09:00-15:00 / niedz: nieczynne

Fot. Krzysztof Nowosielski

Peder Andreasen, Global Commodity Manager, Siemens Gamesa

Xinwei Shi, Global Buyer, Siemens Gamesa

Tiago Duran

Piotr Monsiorski, Famur S.A., Ewelina Szałankiewicz

Marta Grabska, Tschudi Ship Management AS, Katarzyna Rynkiewicz, Global Wind Service Poland Sp. z o.o.

Artur Jasłowski, Cargotec Poland Sp. z o.o.

Jose Mario Avila, GRI

DZIEŃ DOSTAWCY W GDAŃSKU

11 stycznia w Gdańskim Inkubatorze Starter odbył się Dzień Dostawcy, w którym udział wzięło ponad 100 polskich firm zaproszonych przez Polenergię, Equinor i Siemens Gamesa Renewable Energy. Podczas wydarzenia potencjalni polscy dostawcy komponentów i usług dla morskich farm wiatrowych na Bałtyku mieli okazję dowiedzieć się, w jaki sposób aplikować oraz jakie warunki formalne należy spełnić, by zostać włączonym w łańcuch dostaw dla projektów w polskiej wyłącznej strefie ekonomicznej Morza Bałtyckiego.

Jose Mario Avila, GRI

Mateusz Dowgalec, Supply Chain, Management Strategy, Equinor

Michał Sękal, Equinor

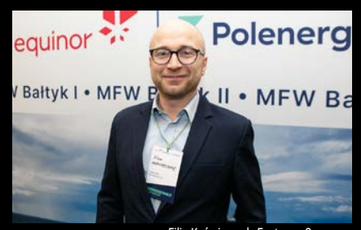
Rafał Deptuła, ASMET

Łukasz Wawrzyniak, W&W Consulting, Sp. z o.o.

Maciej Piersiński, BOTA Green Offshore, Sp. z o.o.

Katarzyna Maciola, Sales Director, Dadap Engineering Sp. z o.o.

Czesław Fila, Dyrektor Handlowy Budownictwa Energetyczno-Przemysłowego, Unibep SA, Łukasz Sikora, Regionalny Kierownik Sprzedaży, Tuv Nord Polska Sp. z o.o.



Filip Kaźmierczak, Enstream Sp. z o.o.

Monika Wołowiec-Kuchta, Dariusz Kryjer, Tomasz Kuchta

„PRETEKST", CZYLI WERNISAŻ WYSTAWY MALARSTWA ANDRZEJA TUŹNIKA

16 stycznia w Galerii ZPAP przy ul. Mariackiej w Gdańsku została otwarta wystawa malarstwa Andrzeja Tuźnika. Artysta związany jest z Trójmiastem od 2005 roku.

Grażyna Tomaszewska-Sobko, skarbnik, OG ZPAP, kuratorka wystawy, Elżbieta Scibor, zastępca kierownika biura, OG ZPAP, Magdalena Tuźnik, członkini ZPAP

Helena Sadłek, członkini ZPAP, Elżbieta Besman

Andrzej Tuźnik, członek ZPAP, autor wystawy

Ewa Rogaczewska, Helena Sadłek, członkini ZPAP, Andrzej Stelmasiewicz, Radny Miasta Gdańska, Elżbieta Besman

Wioletta Toruńczyk, Andrzej Tuźnik, Danuta Ciupak

Grażyna Tomaszewska-Sobko, Elżbieta Pałasz, Michał Szczepański, Małgorzata Gaj-Szczepańska

ZNALEŹLIŚCIE PRESTIŻ W JEDNYM Z ULUBIONYCH TRÓJMIEJSKICH LOKALI?

A MOŻE TRAFILIŚCIE NA NIEGO PODCZAS WIZYTY W TEATRZE LUB SPA?

JEŚLI TAK, NIE WAHAJCIE SIĘ, ZRÓBCIE ZDJĘCIE Z MAGAZYNEM I OZNACZCIE NAS W RELACJI, A MY SIĘ ODWDZIĘCZYMY!

@prestiz_magazyn_trojmiejski

ZNAJDZIECIE NAS W PRESTIŻOWYCH MIEJSCACH!

KAWIARNIE

Cukiernia Umam, Gdańsk, ul. Hemara 1; **Umam Marina**, Gdańsk, ul. Szafarnia 11; **Marmolada Chleb i Kawa**, Gdańsk, ul. Słonimskiego 5 (osiedle Garnizon); **Mount Blanc**, Gdańsk, Galeria Bałtycka; **Costa Cofee**, Gdańsk, Galeria Bałtycka; **Sztuka Wyboru**, Gdańsk, ul. Słowackiego 19; **Rosse Rosse**, Gdynia, ul. Świętojańska 45 (Baltiq Plaza); **Costa Coffee**, Gdynia, Centrum Riviera; **Mamma Mia Cafe**, Sopot, Plac Zdrojowy 2; **Cyganeria**, Gdynia, ul. 3 Maja 27; **Ciuciu Babka**, Gdynia, al. Piłsudskiego 30; **Alt Cafe**, Gdynia ul. Legionów 112F/1 (Altus); **Cafe Resto**, Sopot, Hotel Rezydent; **Mount Blanc**, Sopot, Centrum Haffnera; **Cafe Ferber**, Sopot, ul. Boh. Monte Cassino 48; **Pijalnia czekolady E. Wedel**, Gdańsk, ul. Chmielna 10; **Pijalnia czekolady E. Wedel**, Sopot, ul. Boh. Monte Cassino 36; **Bistro Walter, Sopot**, ul. Boh. Monte Cassino 61; **Capuccino Cafe**, Sopot, ul. Zamkowa Góra 25; **Pociąg do kawy**, Sopot, Sopot Centrum; **La Crema**, Sopot, ul. Boh. Monte Cassino 14; **La Bagatela**, Sopot, Dworcowa 5; **Columbus Bistro & Cafe Kawiarnia**, Gdańsk, ul. Norwida 9; **Columbus Caffee**, Gdańsk, Forum Gdańsk; **Etno Cafe**, Gdańsk, Forum Gdańsk; **Bacio di Caffè**, Sopot, ul. Grunwaldzka 4/6; **Park Cafe**, Gdynia, ul. Al. Zwycięstwa 96/98; **Lavenda Cafe & Galeria**, Gdynia, ul. Starowiejska 11; **Tłok**, Gdynia, ul. Wybickiego 3; **Ale Browar**, Gdynia, ul. Starowiejska 40B; **Pawilon**, Sopot, ul. Haffnera 7/9; **Kotka Cafe**, Gdańsk, ul. Polanki 124 D; **Fit Cake**, Sopot, ul. Podjazd 11; **Bosko**, Gdańsk, al. Jana Pawła II 3A;

RESTAURACJE/PUBY/KLUBY

Po Naleśniku, Gdańsk, City Meble, al. Grunwaldzka 211; Jagspot, Gdańsk, św. Ducha 14B; **Ale Browar**, Gdańsk, ul. Wajdeloty 21; **Avocado Vegan**, Gdańsk, ul. Wajdeloty 25; **Surfburger Chełm**, Gdańsk, ul. Cieszyńskiego 1C; **Surfburger Wrzeszcz**, Gdańsk, ul. Trubadurów 2; **Surfburger Śródmieście**, Gdańsk, ul. Garncarska 30; **Surfburger Sopot**, Sopot, ul. Kościuszki 10; **Surfburger Gdynia**, Gdynia, ul. Abrahama 11; **Rotterdam Wie Bar**, Gdańsk, ul. Chmielna 101/102; **Niepokorni**, Gdańsk, ul. Chmielna 26; **Riverside by Pilsner**, Gdańsk, ul. Chmielna 10; **Tygle**, Gdańsk, ul. Chmielna 10; **Woosabi**, Gdańsk, ul. Chmielna 10; **True**, Gdańsk, ul. Chmielna 10; **Jak się masz Bistro**, Gdańsk, ul. Opata Jacka Rybińskiego 24; **Stary Maneż**, Gdańsk, ul. Słowackiego 3; **Mami Sushi**, Gdańsk, ul. Mariana Hemara 5; **Wozownia**, Gdańsk, ul. Gradowa 6; **Piwnica Rajców**, Gdańsk, ul. Długi Targ 44; **Zafishowani**, Gdańsk, ul. Tokarska 6; **Chang**, Gdańsk, ul. Dmowskiego 15; **Officyna**, Gdańsk, Al. Grunwaldzka 415 (Argon); **Grass**, Gdańsk, ul. Szeroka 121/122; **Wiśniewski**, Gdańsk, ul. Piwna 22; **Motlava**, Gdańsk, ul. Stara Stocznia 2/1; **Trattoria Bresno**, Gdańsk, ul. Krasickiego 9B/1; **Tekstylia**, Gdańsk, ul. Szeroka 11; **AïOLI inspired by Gdańsk**, ul. Partyzantów 6; **BonŻur**, Gdańsk, ul. Piwna 36; **Majolika**, Gdańsk, ul. Jana Uphagena 23; **Machina**, Gdańsk, ul. Chlebnicka 13/16; **Fishmarket**, Gdańsk, Targ Rybny 6; **Fellini**, Gdańsk, Targ Rybny 6; **Correze**, Gdańsk, ul. Stara Stocznia 2/7; **Hard Rock Cafe**, Gdańsk, ul. Długi Targ 35/38; **Goldwasser**, Gdańsk, ul. Długie Pobrzeże 22; **Lao Thai**, Gdańsk, Targ Rybny 11 wejście od Motławy; **Sempre**, Gdańsk, Targ Rybny 11 wejście od Motławy; **Mito Sushi**, Gdańsk, ul. Szeroka 50; **La Cucina**, Gdańsk, ul. Szeroka 86; **Patio Espanol**, Gdańsk, ul. Tandeta 1; **Restauracja Filharmonia**, Gdańsk, ul. Ołowianka 1; **Restauracja Szafarnia 10**, Gdańsk, ul. Szafarnia 10; **Izakaya Sushi**, Gdańsk, ul. Szafarnia 11; **KOKU Sushi**, Gdańsk, (Olivia Business Centre), ul. Grunwaldzka 472; **Lula**, Gdańsk, ul. Cypriana Kamila Norwida 4 (Garnizon); **Ping Pong**, Gdańsk, ul. Słowackiego 21 (Garnizon); **Eliksir**, Gdańsk, ul. Hemera 1 (Garnizon); **Lobster**, Gdańsk, Olivia Business Centre; **Tawerna**, Gdańsk, ul. Powroźnicza 19/20; **Mon Balzac**, Gdańsk ul. Piwna 36/39; **Brovarnia**, Gdańsk, ul. Szafarnia 9; **Gdański Bowke**, Gdańsk, ul. Długie Pobrzeże 11; **Mono Kitchen**, Gdańsk, ul. Piwna 28/30; **Restauracja Magiel**, Gdańsk, ul. Toruńska 12; **Tu Można Marzyć**, Gdańsk, ul. Opata Jacka Rybińskiego 25; **Meso Ramen**, Gdańsk, ul. Obrońców Wybrzeża 17/4; **Faloviec**, Gdańsk, ul. Obrońców Wybrzeża 2; **Pobite Gary**, Gdańsk, ul. Juliusza Słowackiego 21; **Tako**, Gdańsk, ul. Słowackiego 13/U1; **Przepis na**, Gdańsk, ul. Jaśkowa Dolina 132/5; **Meat Shack BBQ**, Gdańsk, ul. Ludwika Waryńskiego 26/27; **Papieroovka**, Gdańsk, ul. Łąkowa 60; **Canis Restaurant**, Gdańsk, ul. Ogarna 27/28; **Guga Sweet & Spicy**, Gdańsk, ul. Stara Stocznia 2/9; **La Pampa Steakhouse**, Gdańsk, ul. Szeroka 32/35; **Gvara**, Gdańsk, ul. Chlebnicka 48/51; **Fino**, Gdańsk, ul. Grząska 1; **T-bone Steak House**, Gdańsk, ul. Długi Targ 22; **Long Street 52**, Gdańsk, ul. Długa 52/53; **Restauracja Sapore**, Gdańsk, ul. Tkacka 27/28; **Kozlova Złota Brama**, Gdańsk, ul. Długa 81/83; **Niesztuka Restaurant&Bar**, Gdańsk, ul. Mariacka 2/3; **Neighbours's Kitchen**, Gdańsk, ul. Szafarnia 11/u12; **Chleb i Wino**, Gdańsk, ul. Stągiewna 17; **Słony Spichlerz**, Gdańsk, ul. Chmielna 10; **Wołowina Bistro**, Gdańsk, ul. Żabi Kruk 16; **Stacja Food Hall**, Gdańsk, Galeria Metropolia; **Menya Musashi**, Gdańsk, Forum Gdańsk; **4 Piętro Bistro & Restaurant**, Gdańsk, ul. Al. Grunwaldzka 82 (Galeria Manhattan); **Trafik Jedzenie i Przyjaciele**, Gdynia, ul. Skwer Kościuszki 10; **Tokyo Sushi**, Gdynia, ul. Mściwoja 9; **Oberża 86**, Gdynia, ul. Starowiejska 30; **Neon**, Gdynia, ul. Antoniego Abrahama 39; **F.Minga**, Gdynia, Bulwar Nadmorski im. Feliksa Nowowiejskiego; **Ducha66**, Gdańsk, ul. Świętego Ducha 66; **POP in**, Gdynia, ul. Antoniego Abrahama 64; **Bistro Serwus**, Gdynia, Al. Zwycięstwa 241; **Miło Mi**, Gdynia, Al. Zwycięstwa 245; **Punkt**, Gdynia, ul. Władysława IV 59; **Moje Miasto**, Gdynia, Skwer Kościuszki 15; **Głuchy Telefon**, Gdynia, ul. Świętojańska 52; **Como Ristorante**, Gdynia, CH Klif; **Del Mar**, Gdynia, Plaża Miejska Śródmieście; **Hashi Sushi**, Gdynia, ul. Przebendowskich 38; **Chwila Moment (restauracja i kawiarnia)**, Gdynia, InfoBox; **Barracuda**, Gdynia, Bulwar Nadmorski 10; **Browar Port Gdynia**, Bulwar Nadmorski; **Vinegre di Rucola**, Gdynia, ul. Zawiszy Czarnego 1; **Pasta Miasta**, Gdynia, ul. Świętojańska 46; **Aleja 40**, Gdynia, ul. Aleja Marszałka Józefa Piłsudskiego 40; **Tako Bar**, Gdynia, ul. Świętojańska 21; **Malika**, Gdynia, ul. Świętojańska 69; **Casa Cubeddu**, Gdynia, ul. Spółdzielcza 1; **Tłusta Kaczka**, Gdynia, ul. Spółdzielcza 2; **Sztuczka**, Gdynia, ul. Abrahama 40; **Ogniem i Piecem**, Gdynia, ul. Świętojańska 87; **Mąka i Kawa**, Gdynia, ul. Świętojańska 65; **Biały Królik**, Gdynia, ul. Folwarczna 2; **Mondo di Vinegre**, Gdynia, ul. Polska 1; **Pescado**, Gdynia, al. Zwycięstwa 243; **Pieterwas Krew i Woda**, Gdynia, ul. Antoniego Abrahama 41; **Śródmieście**, Gdynia, ul. Mściwoja 9; **Cozzi**, Gdynia, ul. Władysława IV 49; **Tawerna Orłowska**, Gdynia, ul. Orłowska 1; **Przystanek Orłowo**, Gdynia, Al. Zwycięstwa 237/3; **La Vita**, Gdynia, ul. Antoniego Abrahama 80/86; **Jakubiak w Sopocie**, ul. Wybickiego 48; **Pelican**, Sopot, Bohaterów Monte Cassino 63; **Thai Thai**, Gdańsk, ul. Podgarbary 10; **Aquarella**, Sopot, ul. Zamkowa Góra 35 (Villa Aqua); **Thai Thai**, Sopot, ul. Bohaterów Monte Cassino 63; **Błękitny Pudel**, Sopot, ul. Bohaterów Monte Cassino 44; **U Kucharzy**, Sopot, ul. Boh. Monte Cassino 60; **Pizzeria Sempre**, Sopot, ul. Grunwaldzka 11; **Morska**, Sopot, ul. Morska 9; **Pizzeria Sempre**, Sopot, ul. Boh. Monte Cassino 49; **White Marlin**, Sopot, Al. Wojska Polskiego 1; **No 5**, Sopot, ul. Boh. Monte Cassino 5/U4; **Browar Miejski Sopot**, Sopot, ul. Boh. Monte Cassino 35; **Crudo**, Gdynia, ul. Świętojańska 43; **Crudo**, Sopot, ul. Boh. Monte Cassino 36; **Tapas de Rucola**, Sopot, ul. Generała Józefa Pułaskiego 15; **Pak Choi**, Sopot, ul. Morska 4; **Pieprz**, Sopot, ul. Haffnera 7; **Smak Morza**, Sopot, al. Franciszka Mamuszki 2; **Atelier Sopot**, al. Franciszka Mamuszki 2; **Restauracja Amici**, Sopot, ul. Jana Kazimierza 2; **Restauracja Petit Paris**, Sopot, ul. Grunwaldzka 12-16; **Restauracja Pinokio**, Sopot, ul. Boh. Monte Cassino 45; **Bulaj**, Sopot, Al. Franciszka Mamuszki 22; **737 L'entre Villes**, Sopot, Al. Niepodległości 737; **Fidel**, Sopot, ul. Powstańców Warszawy 6; **Hashi Sushi**, Sopot, Sopot Centrum; **Whiskey on The Rock**, Dworzec Sopot; **Bagażownia**, Dworzec Sopot; **Seafood Station Restaurant, Bar & Grill**, Dworzec Sopot; **Unicorn**, Hipodrom Sopot; **Polskie Smaki**, Sheraton Sopot; **Wave**, Sheraton Sopot; **Pelikan**, Sopot, ul. Bohaterów Monte Cassino 63; **Team Spirit Sopot**, ul. Bohaterów Monte Cassino 63; **Bistro Walker**, Sopot, ul. Bohaterów Monte Cassino 61; **Sztuczka Bistro**, Sopot, ul. Generała Józefa Bema 6; **Prosty Temat**, Sopot, ul. Bohaterów Monte Cassino 60; **U Kucharzy**, Sopot, ul. Bohaterów Monte Cassino 60; **Moshi Moshi Sushi**, Sopot, ul. Bohaterów Monte Cassino 63/1; **Chianti Grill Bar**, Sopot, Generała Kazimierza Pułaskiego 19/1; **Szklarnia**, Sopot, ul. Powstańców Warszawy 25; **Trzy Siostry**, Sopot, ul. Powstańców Warszawy 6; **BOTO**, Sopot, ul. Bohaterów Monte Cassino 54B; **La Marea**, Sopot, ul. Bohaterów Monte Cassino 38/2U; **No.5 beer bar & coffeehouse**, Sopot, ul. Bohaterów Monte Cassino 5/U2; **Starter's**, Sopot, ul. Dworcowa 7; **Prosto**, Sopot, ul. Dworcowa 7; **Dolce Vita**, Sopot, ul. Dworcowa 7; **Godding**, Sopot, ul. Smolna 21; **Symfonia Smaków**, Sopot, ul. Stanisława Moniuszki 10; **Zacny Liść**, Gdańsk, Stary Rynek Oliwski 19; **Zakwasownia**, Gdańsk, ul. Norwida 2; **Kulinarny motyw**, Sopot, ul. Bohaterów Monte Cassino 14/1; **Bombay Sopot**, Plac Zdrojowy 1; **Endi Wine House**, Sopot, ul. Powstańców Warszawy 9; **Joko Sushi**, Gdańsk, ul. Piastowska 67; **Sopoko Pizza**, Gdańsk, ul. Waryńskiego 21; **Hora de Espana**, Gdańsk, Wały Jagiellońskie, 28/30; **El Mariachi**, Gdańsk, ul. Grodziska 16

SALONY FRYZJERSKIE I KOSMETYCZNE

Love Hair and Barber Shop, Gdańsk, ul. Rakoczego 9/U6; **Atelier Brzozowski**, Gdańsk, Podwale Staromiejskie 109/112B; **Quiris**, Gdańsk, ul. Gałczyńskiego 12; **Club Fryzjerski Alternative**, Gdańsk, ul. Aleja Grunwaldzka 471; **Jacques Andre**, Gdańsk, ul. Elżbietańska 9/10; **Salon fryzjersko-kosmetyczny ExcellentQ**, Gdańsk, ul. Rajska 1/5A; Prive Club Fryzjerski, Gdańsk, ul. Rajska 1/5; **Instytut Piękna Dolce Vita**, Gdynia, Skwer Kościuszki 18; **Iwona Donarska - Permanent Make Up Academy**, Gdynia, ul. Starowiejska 41/43/lok 27; **Brański Salon**, Gdynia, Al. Zwycięstwa 245/14 (Nowe Orłowo); **Salon Sopot**, Sopot, Al. Niepodległości 775; **Salon kosmetyczno-fryzjerski Sopocki Styl**, Sopot, ul. Boh. Monte Cassino 46; **Salon urody Drausal**, Sopot, al. Niepodległości 739/1; **Dolce Vita Beauty Box**, Sopot, ul. Sobieskiego 2; **HairBar**, Sopot, Sheraton, **Dom Zdrojowy**; Falla Gdańsk, Gdańsk, ul. Hynka 65; **Instytut Urody POR FAVOR**, Gdańsk, ul. Mariana Hemara 15/U2; **Easy Barbers**, Gdańsk, ul. Miłosza Białoszewskiego 10; **Secret Avenue**, Gdańsk, ul. Partyzantów 3; **Baltica Beauty**, Gdańsk, ul. Partyzantów 8; **Lorenzo Coletti**, Gdańsk, ul. Trzy Lipy 4/2; **Underground BarberShop**, Gdańsk, ul. Garncarska 7/8/9; **QUIRIS House of Hair&Beauty**, Gdańsk, ul. Jana Heweliusza 15; **Expert K&L**, Gdańsk, Forum Gdańsk; **LoveHair & BarberShop**, Gdańsk, ul. Franciszka Rakoczego 9/U6; **Yasumi**, Gdynia, ul. Łużycka 1B; **Abacosun Instytut Urody**, Gdynia, ul. Wielkopolska 168 / ul. Olgierda 45; **Petite Perle**, Gdańsk, ul. Beniowskiego 51; **Cutting Club**, Gdynia, al. Zwycięstwa 237/1; **Cichy Design**, Gdańsk, Al.Jana Pawła II 1b / Olivia Bussines Centre (Oliwia Point&Tower); **Strefa Piękna i gustu**, Gdańsk, Pólnicy 3/2; **MT Salon Beauty by Magdalena Trzcińska**, Gdańsk, ul. Obrońców Wybrzeża 3

SPA&WELLNESS

Five Senses, Gdańsk, ul. Norwida 4; **Thao Thai**, Gdańsk, ul. Szeroka 86/87; **Beauty Derm Instytut-Medical Day SPA**, Gdańsk, ul. Kapliczna 30; **Instytut SPA w Hotelu Dwór Oliwski**, Gdańsk, ul. Bytowska 4; **Bali SPA**, Gdańsk, ul. Szeroka 42/43; **Quadrille Spa**, Gdynia, ul. Folwarczna 2; **Instytut Genesis**, Gdynia, ul. Ejsmonda 2; **Vanity Day Spa**, Gdynia, ul. I Armii WP 26/1U; **OXO Luxury Spa**, Sopot, ul. Grunwaldzka 94; **Day SPA w Hotelu Rezydent**, Sopot, Pl. Konstytucji 3 Maja; **Sheraton Sopot Hotel Conference Center&SPA**, Sopot, ul. Powstańców Warszawy 10; **City Day Spa**, Sopot, Hotel Villa Baltica, ul. Emilii Plater 1; **Body & Mind Clinic**, Gdańsk, Al. Grunwaldzka 413; **Diamond Clinic**, Gdańsk, ul. Jana Heweliusza 22; **Spa Hotel Hanza**, Gdańsk, ul. Tokarska 6; **Prana Spa**, Gdańsk, ul. Szeroka 86; **Grand Hotel Spa**, Sopot, ul. Powstańców Warszawy 12/14; **Hotel Haffner SPA**, Sopot, ul. Jana Jerzego Haffnera 59; **The Oriental Spa**, Sopot, ul. Stanisława Moniuszki 10; **SPA w Hotelu Kuracyjnym**, Gdynia, ul. Aleja Zwycięstwa 255; **Venity Day Spa**, Gdynia, ul. I Armii Wojska Polskiego 26/1; **Gdyński Instytut Podologiczny**, Gdynia, ul. gen. Józefa Bema 16/2; **Permanent Make-up Place Anna Krzywkowska**, Gdynia, ul. Świętojańska 43/15;

MEDYCYNA ESTETYCZNA I KOSMETOLOGIA

Medycyna Estetyczna dr Marcin Nowak, ul. Kilińskiego 1/70; **Skinlab**, Gdańsk, ul. Hemara 2; **Dr Kondej**, Gdańsk, ul. Obrońców Wybrzeża 7; **Perfect Medica**, Gdańsk, ul. Kołobrzeska 63; **Clinica Dermatologica**, Gdańsk, ul. Marii Skłodowskiej-Curie 3; **Klinika Dobosz i Partnerzy**, Gdańsk, ul. Partyzantów 14 lok.102; **Instytut Kosmetologii Babiana**, Gdańsk, ul. Hynka 6/9; **Centrum Zdrowia i Piękna H&Bmed**, Gdańsk, ul. Jaśkowa Dolina 8; **Gdańska Klinika Urody**, Gdańsk, ul. Stara Stocznia 2/2; **Klinika Gorszewska**, Gdynia, Al. Legionów 112/2; **L'assai Medical Clinic**, Gdynia, ul. Hryniewickiego 9c/9; **Veoli Clinic**, Gdynia, ul. Świętojańska 43; **Hevena Beauty**, Gdynia, ul. I Armii WP 8/5; **Proderm**, Gdynia, ul. Świętojańska 135/2; **Klinika Estetyki**, Gdynia, ul. Hryniewickiego 6 C/11; **Centrum Medyczne Nowe Orłowo**, Gdynia, Al. Zwycięstwa 245/8 Nowe Orłowo; **Klinika Urody Mediderm**, Gdynia, ul. Abrahama 36-44; **Instytut Urody Agata Partyka**, Gdynia, ul. Strzelców 1/4; **Sopocka Fabryka Urody**, Sopot, ul. Smolna 1D; **Derm-Al**, Sopot, ul. Armii Krajowej 116/5; **MedSPA by dr Kobylińska**, Gdańsk, ul. Czarny Dwór 14/7; **Mam**, Gdańsk, Albatross Towers, Al. Rzeczypospolitej 4; **Sztorm Tattoo Studio**, Gdańsk, ul. Cypriana Kamila Norwida 13U/1; **Medycyna estetyczna Anna Butowska**, Gdańsk, ul. Chmielna 71/3; **YUKO Beauty Lab**, Gdynia, Wincentego Pola 27/1; **Kosmetyczny Instytut Dr Irena Eris**, Gdynia, al. Zwycięstwa 241/3; **Klinika urody Beleza**, Sopot, Powstańców Warszawy 80; **DIDI Aesthetics**, Sopot, ul. Obrońców Westerplatte 2-4

HOTELE

Number One, Gdańsk, ul. Jaglana 4; **Radisson Blu**, Gdańsk, ul. Długi Targ 19; **Dwór Oliwski**, Gdańsk, ul. Bytowska 4; **Hotel Gdańsk**, Gdańsk, ul. Szafarnia 9; **Golden Tulip**, Gdańsk, ul. Piastowska 160; **Hanza Hotel**, Gdańsk, ul. Tokarska 6; **Królewski**, Gdańsk, ul. Ołowianka 1; **Amber Tower**, Gdańsk, ul. Szafarnia 10; **Holland House**, Gdańsk, ul. Długi Targ 33/34; **Grand Cru**, Gdańsk, ul. Rycerska 11-12; **Hotel Sadova**, Gdańsk, ul. Łąkowa 60; **Hotel Almond**, Gdańsk, ul. Toruńska 12; **Hotel Kuracyjny**, Gdynia, Al. Zwycięstwa 255; **Hotel Nadmorski**, Gdynia, ul. Ejsmonda 2; **Courtyard by Marriott**, Gdynia, ul. Jerzego Waszyngtona 19; **Radisson Blu**, Sopot, ul. Bitwy pod Płowcami 54, Sopotorium, Sopot, ul. Bitwy pod Płowcami 52; **Hotel Villa Baltica**, Sopot, ul. Emilii Plater 1; **Hotel Rezydent**, Sopot, Pl. Konstytucji 3 Maja; **Sheraton Sopot Hotel**, Sopot, ul. Powstańców Warszawy 10; **Villa Antonina**, Sopot, ul. Obr. Westerplatte 36 A; **Mała Anglia**, Sopot, ul. Grunwaldzka 94; **Dworek Admirał**, ul. Powstańców Warszawy 80; **Villa Sentoza**, Sopot, ul. Grunwaldzka 89; **Hotel Haffner**, Sopot, ul. Haffnera 59; **Villa Aqua**, Sopot, ul. Zamkowa Góra 35; **Hampton by Hilton**, Gdańsk, ul. Juliusza Słowackiego 220; **Hilton**, Gdańsk, ul. Targ Rybny 1; **Mercure Gdańsk Stare Miasto**, Gdańsk, ul. Heweliusza 22; **IBB Hotel**, Gdańsk, ul. Długi Targ 14/16; **Holiday Inn**, Gdańsk, ul. Chmielna 1; **Hotel Raddison**, Gdańsk, ul. Chmielna 10-25; **Sopot Marriott Resort & Spa**, Sopot, ul. Bitwy Pod Płowcami 59; **My Story Sopot Apartments**, Sopot, ul. Powstańców Warszawy 53A; **Hotel Bayjonn**, Sopot, ul. Powstańców Warszawy 7; **Hotel Opera**, Sopot, ul. Stanisława Moniuszki 10; **Hotel Willa Lubicz**, Gdynia, ul. Orłowska 43; **Willa Wincent**, Gdynia, ul. Wincentego Pola 33

KLUBY FITNESS

Zdrofit, Gdańsk, ul. Aleja Grunwaldzka 411; **Zdrofit**, Gdynia, Al. Zwycięstwa 256 (Klif); **Zdrofit**, Gdynia, ul. Kazimierza Górskiego 2; **Sheraton Fitness**, Sopot, ul. Powstańców Warszawy 10; **CrossFit Trójmiasto**, Sopot, 3 Maja 69C; **Zdrofit**, Sopot, ul. Dworcowa 7; **Aquastacja**, Gdańsk, Al. Grunwaldzka 411; **Zdrofit**, Gdańsk, ul. Al. Grunwaldzka 82; **Calypso**, Sopot, ul. Niepodległości 697-701

SALONY SAMOCHODOWE

Autoryzowany serwis Seata Auto Miras, Gdańsk, ul. Zawodników 2; **BMW Zdunek**, Gdańsk, ul. Miałki Szlak 43/45; **Audi Centrum Gdańsk**, ul. Lubowidzka 44; **Renault Zdunek**, Gdańsk, ul. Miałki Szlak 43/45; **Motor Centrum**, DS Automobiles, Gdańsk, ul. Miałki Szlak 43/45; Gdańsk, ul. Miałki Szlak 4/8; **Subaru Zdanowicz**, Gdańsk, Al. Grunwaldzka 256; **British Automotive Jaguar Land Rover**, Gdańsk, al. Grunwaldzka 241; **Volvo Drywa**, Gdańsk, ul. Kartuska 410; **BMG Goworowski**, Gdańsk, ul. Elbląska 81; **Carter Toyota**, Gdańsk, Al. Grunwaldzka 260; **City Motors**, Gdańsk, ul. Uczniowska 36; **BMW Zdunek**, Gdynia, ul. Druskiennicka 1; **Lexus Trójmiasto**, Gdańsk, al. Grunwaldzka 270; **Auto Mobil**, Gdynia, ul. Wielkopolska 241; **Volvo Drywa**, Gdynia, ul. Parkowa 2; **Mercedes BMG Goworowski**, Gdynia, ul. Łużycka 9; **Ford Euro Car**, Gdynia, ul. Owsiana 13; **Audi Centrum Gdynia**, ul. Łużycka 3A; **Volkswagen Plichta**, Gdańsk, ul. Lubowidzka 42; **Peugeot JD Kulej**, Gdynia, ul. Chwaszczyńska 128; **Honda**, Gdynia, Al. Zwycięstwa 162; **Porsche Centrum Sopot**, Sopot, Al. Niepodległości 956; **Porsche Approved**, Sopot, ul. Al. Niepodległości 948; **Nissan KMJ Zdunek**, Gdańsk, ul. Grunwaldzka 295; **Hyundai Margo**, Gdańsk, ul. Al Grunwaldzka 250; **Hyundai Margo**, Gdynia, ul Morska 511; **Skoda Plichta**, Gdańsk, ul. Lubowidzka 46; **Toyota Walder**, Chwaszczyno, ul. Oliwska 58; **Zdunek K.M.J.**, Gdynia, ul. Wielkopolska 250

KLINIKI I GABINETY LEKARSKIE

Dual Dental Clinic, Gdańsk, ul. Lema 2; **Nord Clinic**, Gdańsk, ul. Norwida 3U/2; **Polmed**, Gdańsk, ul. Aleja Grunwaldzka 82 (Galeria Manhattan); **Perfect Smile Clinic**, Gdańsk, ul. Szymanowskiego 2; **Invicta**, Gdańsk, ul. Rajska 10 (Madison); **Vivadental**, Gdańsk, Al. Zwycięstwa 48; **Impladent**, Gdańsk, ul. Kartuska 312; **Victoria Clinic**, Gdańsk, ul. Jaśkowa Dolina 57; **Kryspin Dent**, Gdańsk, ul. Partyzantów 9; **Nawrocki Clinic**, Gdańsk, ul. Czarny Dwór 10/34; **Prodent**, Gdańsk, ul. Rajska 10; **Medyczna Gdynia**, Gdynia, ul. Władysława IV 59; **Reha Prestige**, Gdynia, ul. Kielecka 10; **Clinica Del Mare**, Gdynia, ul. Hryniewickiego 6 C/1; **Medico Dent**, Gdynia, ul. Powstania Styczniowego 23; **Stomatolog Lidia Siatkowska**, Gdynia, ul. Hryniewickiego 6 C/7; **Marcin Rudnik Dermatolog**, Gdynia, ul. Hryniewickiego 6 C/3; **Sanus Dentes**, Gdynia, ul. Hryniewickiego 6 C/12; **Mawident**, Gdynia, ul. Strzelców 11B/4; **Artdent Beauty&Care Dentistry**, Sopot, ul. Jagiełły 4/2; **Den Arte**, Sopot, ul. Armii Krajowej 122; **iDentical**, Sopot, ul. 1 Maja 5; **Fan-dent, Gdańsk**, ul. Juliusza Słowackiego 71/2; **1DayClinic.pl Szpital Jednego Dnia**, Gdańsk, ul. Żabi Kruk 10; **BlikPol Clinic**, Sopot, ul. Jana Jerzego Haffnera 6; **Cadent**, Gdynia, ul. Parkowa 6/1E; **DentaClinic**, Gdańsk, ul. Beniowskiego 1/U2; **Remedios Sopockie Centrum Leczenia Bólu i Rehabilitacji** , Sopot, Aleja Niepodległości 754;

DESIGN

City Meble, Gdańsk, al. Grunwaldzka 211; **Rolltex**, Gdańsk, City Meble; **Sinal**, Gdańsk, City Meble; **Dewro**, Gdańsk, City Meble; **Pro-Invest Meble**, Gdańsk, City Meble; **Hever Salon Snu**, Gdańsk, City Meble; **Pasion meble**, Gdańsk, City Meble; **Sofa Room**, Gdańsk, City Meble; **Halopczuk**, Gdańsk, City Meble; **Kler**, Gdańsk, City Meble; **Indigo Decor**, Gdańsk, City Meble; **Flugger**, Gdańsk, City Meble; **Grant**, Gdańsk, City Meble; **IKA-Kolor**, Gdańsk, City Meble; **Bel-Pol**, Gdańsk, City Meble; **Eko-Dar**, Gdańsk, City Meble; **P3 Studio**, Gdańsk, City Meble; **Eurodom**, Gdańsk, City Meble; **Praxis**, Gdańsk, City Meble; **Acero Polska**, Gdańsk, City Meble; **Gdańska Fabryka Mebli**, Gdańsk, City Meble; **SypialniaPlus.pl**, Gdańsk, City Meble; **Projekt Meble**, Gdańsk, City Meble; **BoConcept**, Gdańsk, City Meble; **Selence Materace**, Gdańsk, City Meble; **Flader**, Gdańsk, City Meble; **Praxis**, Gdańsk, City Meble; **Orzeł Design**, Gdańsk, City Meble;**Strefa Inspiracji**, Gdańsk, City Meble; **Meble Kolonialne**, Gdańsk, City Meble; **JOOP**, Gdańsk, City Meble; **JMB Design**, Gdańsk, City Meble; **Kalmar**, Gdańsk, City Meble; **Galla Collezione**, Gdańsk, City Meble; **Senpo**, Gdańsk, City Meble; **IWC Home**, Gdańsk, City Meble; **Novelle**, Gdańsk, City Meble; **This is Wood**, Gdańsk, City Meble; **Miloo Home**, Gdańsk, City Meble, Orzech Meble, Gdańsk, City Meble; **Kaan Meble**, Gdańsk, City Meble; **Corso Italia**, Gdańsk, City Meble; **Komandor**, Gdańsk, City Meble; **Moma Studio**, Gdańsk, City Meble; **Italmeble**, Gdańsk, City Meble; **Mandallin**, Gdańsk, City Meble; **Primavera Furniture**, Gdańsk, City Meble; **Rad-Pol**, Gdańsk, City Meble; **Meble Matkowski**, Gdańsk, City Meble; **Garden Space**, Gdańsk, City Meble; **Livingroom**, Gdańsk, City Meble; **Millo Home**, Gdynia, ul. Aleja Zwycięstwa 256; **Taranko**, Gdynia, ul. Aleja Zwycięstwa 256; **Witek Home**, Gdynia, ul. Aleja Zwycięstwa 256; **ABC Łazienki**, Gdańsk, City Meble; **Duka**, Gdynia, ul. Aleja Zwycięstwa 256; **Home&you**, Gdynia, ul. Aleja Zwycięstwa 256; Elements, Gdańsk, ul. Przywidzka 4; **Hever, Salon Snu**, Gdańsk, ul. Przywidzka 7; **Alfa Floors**, Gdańsk, ul. Hemara 3; **Galeria Rubio**, Gdańsk, ul. Słonimskiego 5 lok.66; **Studio Dago**, Gdynia, ul. Legionów 112 (Altus); NAP, Gdynia, ul. Legionów 112 (Altus); **Luxury Interiors**, Gdynia, Al. Zwycięstwa 239; **Flader Art**, Gdynia, Al. Zwycięstwa 241/8 (Nowe Orłowo); **Living Story**, Gdynia, Al. Zwycięstwa 235/2 (Nowe Orłowo); **Interior Park**, Gdynia, ul. Wielkopolska 251; **Dide Light**, Gdynia, ul. Stryjska 26; **Forma Collection**, Gdynia, Al. Zwycięstwa 239; **Mesmetric**, Gdynia, Al. Zwycięstwa 187; **Interno Design**, Gdynia, Al. Zwycięstwa 241/12 (Nowe Orłowo); **Aranżer**, Gdynia, Al. Zwycięstwa 245 (Nowe Orłowo); **Designzoo**, Sopot, Al. Niepodległości 606-610; **Prestige Drzwi**, Sopot, Al. Niepodległości 861; **Deska Design**, Gdańsk, ul. Al. Grunwaldzka 303; **Deska Design**, Gdynia, Wielkopolska 268; **Euroforma**, Gdańsk, ul. Al. Grunwaldzka 481; **Miele Experience Centre**, Gdańsk, ul. Al. Grunwaldzka 472 (Olivia Gate); jaśniej.com, Gdańsk, ul. Grunwaldzka 54; **Ostrowski Design**, Gdańsk, ul. Do Studzienki 3/1; **Internorm**, Gdańsk, ul. Kartuska 214; **Balma**, Sopot, ul. Tadeusza Kościuszki 66/1; **InterStyle HOME**, Sopot. ul. Armii Krajowej 120; **Livolo**, Gdynia, ul. Admirała Józefa Unruga 76; **Meblolight**, Gdynia, ul. Wielkopolska 250; **Q-max**, Gdynia, ul Klonowa 2; **Taras Factory**, Gdynia, ul. Aleja Zwycięstwa 240; **Rosenthal**, Gdańsk, Galeria Bałtycka, al. Grunwaldzka 141; **Max Komfort**, Gdynia, ul. Wielkopolska 250; **Tempur**, Gdyni, Aleja Zwycięstwa 256; **Mansi London**, Gdynia, al. Zwycięstwa 237/2; Laru, Gdynia, ul. Świętojańska 43;

SKLEPY I BUTIKI

A2 Jewellery, Gdańsk, ul. Mariacka 411; **Optyk Optometrysta**, Gdańsk, ul. Stągiewna 19; **Electronic Point**, Gdańsk, Al. Grunwaldzka 234; **Max Mara**, Gdańsk, Galeria Bałtycka; **Marella**, Gdańsk, Galeria Bałtycka; **Deni Cler**, Gdańsk, Galeria Bałtycka; **Time Trend**, Gdańsk, Galeria Bałtycka; **TUI Centrum Podróży**, Gdańsk, Galeria Bałtycka; **Trussardi**, Gdańsk, Galeria Bałtycka; **Patrizia Aryton**, Gdańsk, Galeria Bałtycka; **Patrizia Aryton**, Gdynia, ul. Aleja Zwycięstwa 256; **Jack Wolfskin**, Gdańsk, Galeria Bałtycka; **Denon**, Gdańsk, Galeria Bałtycka; **Marc O'Polo**, Gdańsk, Galeria Bałtycka; **Betty Barclay**, Gdańsk, Galeria Bałtycka; **Lumann Design**, Gdańsk, Al. Grunwaldzka 14; **OS15**, Gdańsk, ul. Szeroka 15/17; **Galliu**, Gdańsk, ul. Szeroka 15/17; **Silk Epoque**, Gdynia, ul. Orłowska 53A; **DaSea People**, Gdynia, ul. Abrahama 29; **Butik Baldinini**, Gdynia, ul. Armii Krajowej 28; **Butik New Classic**, Gdynia, ul. Świętojańska 44; **Butik Men Classic&Sport**, Gdynia, ul. Świętojańska 33; **Men Boutique**, Gdynia, ul. Armii Krajowej 9; **Patrizia Pepe**, Gdynia, CH Klif; **Lidia Kalita**, Gdynia, CH Klif; **Marella**, Gdynia, CH Klif; **Betty Barclay**, Gdynia, CH Klif; **Max Mara**, Gdynia, CH Klif; **Hexeline**, Gdynia, CH Klif; **La Mania**, Gdynia, CH Klif; **Liu Jo**, Gdynia, CH Klif; **Marciano Guess**, Gdynia, CH Klif; **Deni Cler Milano**, Gdynia, CH Klif; **KOKAI**, Gdynia, CH Klif; **Bizuu**, Gdynia, CH Klif; **N.Nagel**, Gdynia, CH Klif; **Apia**, Gdynia CH Klif; **Guess**. Gdynia, Centrum Riviera; **Airfield**, Gdynia, Centrum Riviera; **Pierre Cardin**, Gdynia, Centrum Riviera; **Sportofino**, Gdynia, ul. Aleja Zwycięstwa 256; **Optical Christex**, Gdynia, Centrum Riviera; **Desigual**, Gdynia, Centrum Riviera; **Hugo Boss**, Gdynia, Centrum Riviera; **Optyk Lewandowski**, Gdynia, ul. Świętojańska 45 (Baltiq Plaza); **Camerino**, Sopot, Dom Zdrojowy; **Top Hi-Fi**, Sopot, Al. Niepodległości 725; **OOG Eyewear Concept Store**, Sopot, ul. Grunwaldzka 22/3; **Optical Christex**, Sopot, Dom Zdrojowy; **Eter**, Sopot, Dom Zdrojowy; **Fjoł Flower Shop**, Sopot, al. Niepodległości 787; **Hastens**, Sopot, al. Niepodległości 940; **Looks by Luks**, Sopot, ul;. Haffnera 42; **Helly Hansen**, Sopot, ul. Powstańców Warszawy 6; **Marie Zélie**, Gdańsk, ul. Stanisława Noakowskiego 9; **Cream Bear**, Gdańsk, Ul. Dmowskiego 5; **Quality Missala**, Gdańsk, ul. Ogarna 3/4; **Valentini/Samsonite**, Gdańsk, Galeria Bałtycka; **Guess**, Gdańsk, Forum Gdańsk; **Joop!**, Gdańsk, Forum Gdańsk; **Liu Jo**, Gdańsk, Forum Gdańsk; **Marc O'Polo**, Gdańsk, Forum Gdańsk; **Weekend by Max Mara**, Gdańsk, Forum Gdańsk; **Pierre Cardin**, Gdańsk, Forum Gdańsk; **Vistula**, Gdańsk, Forum Gdańsk; **Jean Louis David**, Gdańsk, Forum Gdańsk; **Samsung**, Gdańsk, Forum Gdańsk; **Yes**, Gdańsk, ul. Al. Grunwaldzka 82 (Galeria Manhattan); **Yes**, Gdynia, ul. Aleja Zwycięstwa 256; **By Insomnia**, Sopot, ul. Bohaterów Monte Cassino 53; **Kwiaciarnia Fioł**, Sopot, ul. Al. Niepodległości 787; **Timeless**, Gdynia, ul. Świętojańska 43; **Superdry**, Gdynia, ul. Aleja Zwycięstwa 256; **Jungle Chic**, Gdynia, ul. Aleja Zwycięstwa 256; **Campione**, Gdynia, ul. Aleja Zwycięstwa 256; **Emanuel Berg**, Gdańsk, ul. Szafarnia 6/1U; **Emanuel Berg**, Gdynia, ul. Aleja Zwycięstwa 256; **Tommy Hilfiger Tailored**, Gdynia, ul. Aleja Zwycięstwa 256; **Robert Kupisz**, Gdynia, ul. Aleja Zwycięstwa 256; **Mo61 Perfume Lab**, Gdynia, ul. Aleja Zwycięstwa 256; **Bosa Club**, Gdynia, ul. Aleja Zwycięstwa 256; **Niumi**, Gdynia, ul. Aleja Zwycięstwa 256; **Premium Sound**, Sopot, al. Niepodległości 645 B; **Spensen**, Gdynia, ul, Aleja Zwycięstwa 256; **Studio Moda Natalia Koszczyńska**, Gdynia, ul. Abrahama 74;

INSTYTUCJE KULTURALNE

Muzeum Narodowe w Gdańsku, Gdańsk, ul. Toruńska 1; **Centrum Sztuk Współczesnej Łaźnia**, Gdańsk, ul. Jaskółcza 1; **Instytut Kultury Miejskiej**, Gdańsk, ul. Długi Targ 39/40; **Oliwski Ratusz Kultury**, Gdańsk, ul. Opata Jacka Rybińskiego 25; **Muzeum II Wojny Światowej**, Gdańsk, ul. Bartoszewskiego 1; **Gdański Teatr Szekspirowski**, Gdańsk, ul. Bogusławskiego 1; **Galeria Glaza Expo**, Gdańsk, ul. Długi Targ 20/21; **Polska Filharmonia Bałtycka**, Gdańsk, ul. Ołowianka 1; **Hipodrom**, Sopot, ul. Łokietka 1; **Sopoteka**, Sopot, Dworzec Sopot; **Państwowa Galeria Sztuki**, Sopot, Dom Zdrojowy 2; **Europejskie Centrum Solidarności**, Gdańsk, Plac Solidarności 1; **Klub Tenisowy Arka**, Gdynia, ul. Ejsmonda 3; **Gdańska Galeria Miejska**, Gdańsk, ul. Piwna 27; **Pracodawcy Pomorza**, Gdańsk, ul. Aleja Zwycięstwa 24; **Opera Bałtycka**, Gdańsk, ul. Aleja Zwycięstwa 15; **Galeria Triada**, Gdańsk, ul. Piwna 11; **Sopocki Dom Aukcyjny**, Bohaterów Monte Cassino 43; **Dworek Sierakowskich**, Sopot, ul. Józefa Czyżewskiego 12; **Pomorski Park Naukowo-Technologiczny**, Gdynia, ul. Al. Zwycięstwa 96/98; **Muzeum Emigracji**, Gdynia, ul. Polska 1;

INNE

Urbo Domus, Gdańsk, ul. Doroszyńskiego 15B; **Dekpol SA**, Gdańsk, ul. Jaglana 6/9; **Moderna Holding**, Gdańsk, ul. Szafarnia 6/1U; **Higasa Nieruchomości**, Gdańsk, ul. Abrahama 1a; **Olivia Business Centre**, Gdańsk, Grunwaldzka 472; **Urząd Miasta Gdańska**, Gdańsk, ul. Nowe Ogrody 8/12; **Tekton Capital**, Gdańsk, ul. Chmielna 10; **Kancelaria Notarialna Agnieszka Czugan**, Gdańsk, ul. Dmowskiego 6/4; **Noble Bank**, Gdańsk, Al. Grunwaldzka 472 (Olivia Business Centre); **Karolina Adam, Joanna Tumasz notariusze**, Gdynia, Al. Zwycięstwa 241/5; **Urząd Miasta Gdyni**, Gdynia, Al. Piłsudskiego 52/54; **Kancelaria Finansowa Tritum**, Gdynia, ul. Al. Zwycięstwa 241/13 (Nowe Orłowo); **Grupa Inwestycyjna Hossa**, Gdynia, ul. Władysława IV 43; **Invest Komfort**, Gdynia, ul. Hryniewieckiego 6C/47; **BMC**, Gdynia, ul. 10 lutego 16; **Urząd Miasta Sopotu**, Sopot, ul. Kościuszki 25/27; **Doraco Korporacja Budowlana**, Gdańsk, Opacka 12; **Inpro**, Gdańsk, ul. Opata Jacka Rybińskiego 8; **Kancelaria Notarialna Karolina Car**, Gdańsk, ul. Obrońców Wybrzeża 7/5; **Flora Muzyka**, Gdańsk, ul. Grunwaldzka 47; **Albatros Hi-Fi**, Gdańsk, ul. Generała Bora Komorowskiego 22; **Jump City**; Gdańsk, Al. Grunwaldzka 355; **Torus**, Gdańsk, Al. Grunwaldzka 415; **ING Bank Śląski, Gdańsk**, Al. Grunwaldzka 415; **Alior Private Banking**, Gdańsk, Olivia Star; **O4 Coworking**, Gdańsk, ul. Al. Grunwaldzka 472B (Olivia Business Centre); **Olivia Star**, Gdańsk ul. Al. Grunwaldzka 472; **Meritum Bank**, Gdańsk, Olivia Gate; **Profit4you**, Gdańsk, ul. Antoniego Abrahama 1a/305; **Notariusze Mędraś i Szulc**, Gdańsk, ul. Karola Szymanowskiego 12/17; **Michael Strom Dom Antoniego Maklerski**, Gdańsk, ul. Antoniego Słonimskiego 2/u1; **Premium Apartments**, Gdańsk, ul. Antoniego Słonimskiego 6/13; **Hossa**, Gdańsk, ul. Cypriana Kamila Norwida 4; **Notariusz Alicja Głódź**, Gdańsk, ul. Partyzantów 14; **2Pi Group**, Gdańsk, ul. Jaśkowa Dolina 9/6; **Media Focus**, Gdańsk, ul. Jaśkowa Dolina 17; **Intuo**, Gdańsk, ul. Al. Grunwaldzka 72; **White Wood Nieruchomości**, Gdańsk, ul. Al. Grunwaldzka 69/1; **White Wood Nieruchomości**, ul. Armii Krajowej 24/11; **Kancelaria Notarialna Piotr Lis**, Gdańsk, ul. Tragutta 111; **mBank**, Gdańsk, ul. Jana z Kolna 11; **LPP**, Gdańsk, ul. Łąkowa 39/44; **BNP Paribas Bank**, Gdańsk, ul. Wojciecha Bogusławskiego 2; **BOŚ Bank**, Gdańsk, ul. Podwale Przedmiejskie 30; **BOŚ Bank**, Gdynia, ul. Plac Kaszubski 15/1; **AB Inwestor**, Gdynia, ul. Plac Kaszubski 17/16; **Alter Investment S.A**, Gdańsk, ul. Podwale Grodzkie 5; **Dom&House**, Gdańsk, ul. Szafarnia 11; **Dom&House**, Sopot, ul. 3 maja 42; **Bauhaus**, Sopot, ul. Tatrzańska 19; **Dobre Jachty**, Gdynia, ul. Antoniego Hryniewickiego 6/6; **Gdyńskie Centrum Sportu**, Gdynia, ul. Olimpijska 5/9; **Getin Bank**, Gdynia, ul. 10 lutego 16; **Andrzejczyk Nieruchomości**, Gdynia, ul. Świętojańska 110/13; **Allcon Budownictwo**, Gdynia, ul. Łużycka 6; **Konsulat Republiki Francuskiej**, Gdynia, ul. Wrocławska 82; **Grupa Inwestycyjna 1R+ Kancelaria WHAT.NOW**, Gdynia, al. Zwycięstwa 241/7; **Trójmiejska Kancelaria Finansowa**, Gdynia, al. I Armii Wojska Polskiego 10/B4; **PKO Leasing**, Gdynia, ul. Waszyngtona 17; **DC Invest**, Gdańsk, ul. Grunwaldzka 164/3; **Tavex**, Gdynia, Galeria Klif

Maxi-slabs
that look like marble

MAXFINE
FMG FABBRICA MARMI E GRANITI

DAGO
studiodago
www.studiodago.pl

A BRAND OF IRIS CERAMICA GROUP
discover more at
www.irisfmg.com

airport.gdansk.pl
#airportgdansk

GDANSK LECH WALESA AIRPORT

LATAJ Z GDAŃSKA NA ZANZIBAR

ITAKA