

# ŁÓDŹ

## KREUJE INNOWACJE

MAGAZYN INFORMACYJNY MIASTA ŁODZI

NR 5 (26)/2019

### ODPOWIEDZIALNA MODA

●  
BIEGASZ, ĆWICZYSZ?  
ŁADUJESZ TELEFON!

●  
MŁODZI NA START

●  
GAZELA PRZEMYSŁU  
WŁÓKIENNICZEGO

●  
REPUBLIKA WZORÓW



# POMYSŁ na STARTUP

**WWW.STARTUPY.LODZ.PL**

**PARTNERZY  
STRATEGICZNI:**



Politechnika Łódzka



UNIWERSYTET  
ŁÓDZKI



Akademia Sztuk Pięknych  
im. Władysława Strzemińskiego w Łodzi

**PARTNERZY  
WSPIERAJĄCY:**



**PARTNER  
TECHNOLOGICZNY:**



**PARTNERZY  
MEDIALNI:**



**PARTNERZY:**





**ANNA KRAWCZYK**  
**REDAKTOR NACZELNA**

Przedsiębiorczość znów zatriumfowała w Łodzi! A jeśli ktoś choć przez chwilę w to wątpił, mógł się o tym fakcie przekonać 11 października podczas finału XI edycji konkursu „Młodzi w Łodzi – Mam Pomysł na Start-up”. Do rywalizacji stanęło 35 projektów z branży medycznej, biotechnologicznej, informatycznej, artystycznej oraz kreatywnej. Oprócz nagrody głównej prezydenta miasta Łodzi w wysokości 40 tys. złotych laureaci otrzymali wsparcie finansowe od sponsorów wydarzenia oraz pomoc marketingową, księgową, a nawet inkubacje w łódzkich ośrodkach naukowych i kreatywnych.

Konkurs nie odniósłby sukcesu bez efektu synergii, jaki daje współpraca samorządu, nauki i biznesu. Zdaniem prof. Haniego Asfoura z Instytutu Designu i Innowacji w Dubaju, który był gościem specjalnym wydarzenia, jest to warunkiem koniecznym do wprowadzania innowacji. Być może współpraca przekroczy granicę kontynentu, bo wizyta naukowca była na tyle owocna, że może zakończyć się wymianą studentów z Łodzi i Dubaju.

Jesień obfitowała także w wydarzenia związane z modą. Dnia 4 października odbyła się II edycja Modopolis – Forum Mody Polskiej. Zdaniem Poli Stępień, prowadzącej markę Modapolka

i zasiadającej w radzie programowej wydarzenia, sprzyja ono nie tylko budowaniu społeczności, ale jest też szansą na rozszerzenie wiedzy, wymianę doświadczeń, nawiązanie i zacieśnienie kontaktów. Podobnie jak w poprzedniej edycji projektanci mogli zaprezentować swoje kolekcje w showroomie. W tym roku wybrano aż 40 marek, m.in. producentów ubrań, wytwórców biżuterii, projektantów dodatków. Organizatorzy zadbali o to, aby odwiedzili go także styliści, tworzący edytoriale modowe czy sesje okładkowe dla większości lifestyle'owych tytułów w kraju, w tym Karolina Limbach, Andrzej Sobolewski, Michał Koszek czy Paweł Kędzierski. Nie zabrakło także debat, warsztatów i szkoleń. Dlatego to wydanie naszego biuletynu obfituje w tematy związane z modą.

Pozostając w tematyce przemysłów kreatywnych, w Łodzi odbędzie się kolejne wydarzenie, na którym po prostu trzeba być! Dysonanse ŁDZ to konferencja inna niż wszystkie. Od pierwszej edycji zaskakuje nietypowym formatem poprzez konfrontacje różnorodnych poglądów i opinii. Organizatorzy zapowiadają nieograniczoną tematykę, a odbiorcy powinni się nastawić na dużą dawkę twórczej kontrowersji. Przekonajcie się, Państwo, sami już 13 listopada! ●

Zdjęcie: Magdalena Lawrusz

## 6



## 22

## 27



## WYWIAD

### 6

#### Odpowiedzialna moda

– Świat mody staje przed nowymi wyzwaniami, które są związane z odwróceniem od produkcji masowej, szycia i kupowania tanich rzeczy – mówi **Pola Stępień**, prowadząca markę Modapolka

## FELIETON

### 9

#### Ekotrendy ratujące świat – czy to się może udać?

Coraz więcej osób na co dzień bierze udział w wyścigu o czystą planetę

## NAUKA

### 10

#### Biegasz, ćwiczysz? Ładujesz telefon!

Z pewnością większość użytkowników smartfonów i tabletów jeszcze nie wie, co kryje się pod pojęciem „tekstylna ładowarka”. Wkrótce jednak może się to zmienić!

### 12

#### Materialowy second life

Recykling tekstyliów to dość poważny problem współczesnego świata. W samej Polsce powstaje ok. 2,5 mln ton rocznie tego rodzaju odpadów

## GOSPODARKA

### 14

#### Automatycznie, czyli szybciej i lepiej

Bank Nordea otworzył w Łodzi Robotics Center of Excellence. Oddział już teraz zatrudnia 100 osób, głównie deweloperów zajmujących się Zrobotyzowaną Automatyzacją Procesów

### 16

#### Przyszłość branży automotive

– Elektryfikacja pojazdów jest dla nas niezwykle szansą. Bez wątpienia to kompletnie nowa era w designie – podkreśla **Jacek Chrzanowski**, założyciel łódzkiego biura projektowego One One Lab Design Studio

### 18

#### Polski samochód elektryczny na miarę XXI wieku

Fabryka Samochodów Osobowych Syrena w Kutnie zaprezentowała już pierwszy prototyp samochodu osobowego o nazwie Vosco S106EV

### 20

#### Inwestycje i innowacje gwarancją sukcesu? To oczywiste!

Firma BSH Sprzęt Gospodarstwa Domowego zakończyła niedawno reorganizację fabryki suszarek do ubrań

### 22

#### Młodzi na start

1,3 tys. projektów, prawie 320 profesjonalnych modeli biznesowych, ponad 250 funkcjonujących firm – to statystyki dotychczasowych edycji konkursu „Młodzi w Łodzi – Mam Pomysł na Start-up”

### 27

#### Gazela przemysłu włókienniczego

Zakład Włókienniczy BILIŃSKI jest jedną z największych firm usługowych w przemyśle włókienniczym w Europie

## PRZEMYSŁY KREATYWNE

### 30

#### Showroom pełen mody

Prezentujemy projektantów, właścicieli marek odzieżowych i producentów, którzy zaprezentowali swoje kolekcje w showroomie podczas Forum Mody Polskiej Modopolis

### 34

#### Republika Wzorów

**Karolina Krajda**, czyli właścicielka i pomysłodawczyni marki Republic of Patterns, niedawno, bo zaledwie półtora roku temu, stworzyła firmę odzieżową, której znakiem rozpoznawczym są kolory i wzory



### 36 Rokoko z łódzkim twistem

Meble, które wytwarza i oferuje **Judyta Badowska**, są nowe, choć tworzone na podstawie modeli z epoki – bazują na nich, ale z całą pewnością nie można ich nazwać wiernymi kopiami

### 38 Dysonanse ŁDZ, czyli twórczy miszmasz

Konferencja Dysonanse ŁDZ jest nowym pomysłem w kalendarzu łódzkich wydarzeń kreatywnych i już od pierwszej edycji zaskakuje nietypowym formatem

## TURYSTYKA

### 41 Dotknąć detalu

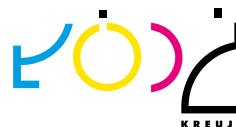
**Maria Nowakowska** pięć lat temu zakochała się w detalu architektonicznym. Od tamtej pory przeprowadziła przez zakamarki miasta 77 wycieczek, wygłosiła ponad 60 wykładów, napisała dwie książki

### 44 KALENDARIUM



#### WYDAWCA

Urząd Miasta Łodzi  
Departament Prezydenta  
Biuro Rozwoju Gospodarczego i Współpracy Międzynarodowej  
al. Politechniki 32, 93-590 Łódź  
tel.: +42 638 59 39  
fax: +42 638 59 40  
e-mail: [boi@uml.lodz.pl](mailto:boi@uml.lodz.pl)



#### REALIZACJA

INFRAMEDIA Anna Krawczyk



ul. Konstruktorska 10c/25, 02-673 Warszawa  
e-mail: [biuro@inframedia.pl](mailto:biuro@inframedia.pl)  
[www.inframedia.pl](http://www.inframedia.pl)

#### REDAKTOR NACZELNA

Anna Krawczyk  
[a.krawczyk@inframedia.pl](mailto:a.krawczyk@inframedia.pl)

#### DZIENNIKARZE

Malwina Wadas  
[redakcja@inframedia.pl](mailto:redakcja@inframedia.pl)  
Katarzyna Jóźwik  
[k.jozwik@inframedia.pl](mailto:k.jozwik@inframedia.pl)  
Marzena Zbierska  
[m.zbierska@inframedia.pl](mailto:m.zbierska@inframedia.pl)

#### REDAKCJA I KOREKTA

Katarzyna Olędzka  
[sekretarz@inframedia.pl](mailto:sekretarz@inframedia.pl)

#### TŁUMACZENIE

ATET Euro-Tłumacze Sp. z o.o.

#### FOTOGRAF

Paweł Ławreszuk

#### PROJEKT GRAFICZNY I SKŁAD

Joanna Białecka-Rybacka – Green Flow

#### ILUSTRACJA NA OKŁADCE

Zakład Włókienniczy BILIŃSKI  
– robot do przygotowywania roztworów barwnych  
Zdjęcie: Paweł Ławreszuk

#### Nakład

1000 egz.

Niniejsza publikacja nie może być przekazywana w jakiegokolwiek formie, w całości lub w części bez uprzedniej zgody wydawcy. Doleżono największej staranności w publikacji tego magazynu. Wydawca nie ponosi odpowiedzialności za dokładność informacji ani za jakiegokolwiek konsekwencje z niej wynikające.



MALWINA WADAS

# Odpowiedzialna moda

Pola Stępień od 2010 r. prowadzi markę Modapolka. Jej ubrania wychodzą spod ręki prawdziwych specjalistów branży odzieżowej. Mają ciekawy i nowoczesny design, który jest kompilacją mody, sztuki i dobrego wzoru. Projektantce przyświeca idea *sustainable fashion*, ponieważ dba ona o dobrą jakość swoich projektów, ale też o środowisko – nie ustaje w dążeniach do tego, aby ubrania nie zaśmiecały Ziemi, cieszyły długo, a kiedy to możliwe, dostawały drugie życie. Tkaniny i barwniki, których używa są w 100 proc. naturalne i biodegradowalne. Jej kolekcje powstają w Łodzi, ale znajdują odbiorców niemal w całej Europie. Można je zobaczyć online na stronie marki i w butikach, z którymi współpracuje. Ponadto Pola Stępień zasiada w radzie programowej Modopolis.

**Jak to się stało, że dołączyłaś do rady programowej Modopolis? Co przekonało Cię w tej inicjatywie i zdecydowało o tym, że zechciałaś poświęcić jej swój czas i zaangażowanie?**

Znalazłam się w Modopolis, ponieważ zostałam zaproszona do tego projektu przez organizatorów. Bardzo się z tego cieszę i uważam, że to ogromne wyróżnienie móc współtworzyć to wydarzenie. Niewiele jest imprez branżowych, które mają na celu wsparcie projektantów, a ta właśnie taka jest. To nie kolejny *fashion week*, ale budowanie społeczności – szansa na rozszerzenie wiedzy, wymianę doświadczeń, nawiązanie i zacieśnienie kontaktów. Najbardziej cieszę się z tego, że Modopolis ukierunkował się zdecydowanie na projektantów, którzy zaczynają swoją drogę i czekają na sukces. Myślę, że takie wydarzenia są bardzo potrzebne.

**Co, według Ciebie, jest największą wartością, którą Modopolis niesie ze sobą dla młodych projektantów?**

Wiedza, wiedza i jeszcze raz wiedza! Dla osoby, która nie ma doświadczenia, to właśnie jest podstawa, aby popełnić jak najmniej błędów, dowiedzieć się jak najwięcej w krótkim czasie i zdobyć jak najwięcej kontaktów. Nawet jeśli ktoś jest najlepszym projektantem, robi najlepsze rzeczy na etapie projektowania i produkcji, to później te rzeczy musi zobaczyć mnóstwo osób, z których dopiero wąska grupa dokona zakupu.

**Jakie inne nowe wyzwania czekają dziś na branżę modową i tych, którzy ją tworzą?**

Rozmawiamy w ciekawym momencie, ponieważ świat mody staje przed nowymi wyzwaniami, które są związane z odwróceniem od produkcji masowej, zycia

## ● OPIS KOLEKCJI URBAN NOMAD

Mam depresję klimatyczną. Jestem załamana nieodwracalną dewastacją środowiska, masowym wymieraniem gatunków i zbliżającą się katastrofą ekologiczną. Przeraża mnie to i czuję się bezsilna. Moja kolekcja wynika wprost z tego nastroju. Czy w obliczu apokalipsy moda ma znaczenie?

Jestem przekonana, że bardziej niż nowe trendy jest nam potrzebny nowy system mody.

Poszukując tego systemu, zaprojektowałam kolekcję Urban Nomad, która jest kapsułowa, a właściwie KAPSUŁKOWA. Wszystkie rzeczy możecie założyć naraz i... ruszyć w drogę!

Ruszyć jako współcześni nomadzi poszukujący swojego miejsca w zatłoczonej cywilizacji, którą zaczynają określać przeludnienie, konflikty i kryzysy migracyjne, będące następstwem zmian klimatycznych. Naiwne? Być może, ale pracując w ten sposób, osuwam swoje lęki...

Przyda się też koc, bo jesteśmy bezbronni jak Linus: „Ten kocyk pochłania wszystkie moje lęki i frustracje”.

Nie kupiłam do tej kolekcji żadnych nowych tkanin. Wykorzystałam te, które uzbierały się przez lata albo zostały mi z poprzednich projektów. Dostałam też od przyjaciół belkę dżinsu, wyprodukowanego w państwowych zakładach Harnama w 1989 r. w moim mieście Łodzi. Z tej tkaniny powstały spodnie i spódnice. Chciałam, żeby poszczególne rzeczy były maksymalnie uniwersalne: one size, unisex i wielozadaniowość. Zabrakło płaszczy przeciwdeszczowych. Ale możecie po nie sięgnąć do moich poprzednich kolekcji i po prostu któryś z nich zamówić. Bo kto powiedział, że trzeba robić zaraz nowe?

### Urban Nomad składa się z:

- błękitnych dżinsowych spodni, spódnic i koszul z tkaniny wyprodukowanej w fabryce Harnam w 1989 r.,
- T-shirtów off-white z tkanin z poprzednich kolekcji,
- kurtek z plisowanymi rękawami oversize w różnych wzorach i kolorach z tkanin z poprzednich kolekcji,
- szalo-koców wyprodukowanych z certyfikowanej przędzy bawełnianej w fabryce w Białymstoku. Dominują czerń, biel i magenta.

Oprawę graficzną kolekcji zaprojektował Jakub Stępień aka Hakobo.

i kupowania tanich rzeczy. Modopolis świadomie, można powiedzieć, że programowo, stawia na zrównoważoną i odpowiedzialną produkcję. To bardzo ważny kierunek! Z drugiej strony, to duże wyzwanie dla branży. Nie uciekniemy przed tym, jesteśmy w momencie dużej zmiany. Ogromnie ważna i coraz ważniejsza w kontekście tych zmian jest jakość.

**Nie tylko w komunikacji marki xxx, ale także poprzez każde ubranie, które tworzysz jako xxx, kładziesz na tę cechę mocny akcent.**



Urban Nomad – najnowsza kolekcja Poli Stępień, której premiera odbyła się jesienią tego roku

To podejście towarzyszy mi od zawsze, nauczyłam się go jeszcze w domu rodzinnym. Najwyższa jakość, szczerść, nie tylko w zakresie ubierania się, ale też jedzenia czy spędzania czasu, są wartościami przyświecającymi mojej pracy i wszystkiemu, w co się angażuję. Tworzę markę, która stawia na wysoką jakość i oryginalność.

### Czym jeszcze jest dla Ciebie projektowanie?

Projektowanie to mój sposób wyrażania siebie. Uważam, że moda to część naszej kultury i takiego najprostszego sposobu określania tego, kim jesteśmy i jak siebie postrzegamy. Chciałabym, żeby moje klientki odważyły się na samodzielne podejmowanie decyzji na temat trendów, co powinno się nosić, a czego nie, niekoniecznie narzucanych przez wielkie korporacje. Stawiam na odwagę i świadomość.

### Innym członkom rady programowej Modopolis i samej idei wydarzenia także nie można odmówić odwagi...

To prawda, nieprzypadkowo w radzie znaleźli się ludzie związani z branżą modową, którzy są odważni, brną do przodu bez kompasu czy też jedynie (a może aż) z wewnętrznym kompasem. Każdy ma swój mocny charakter, styl, ale także bardzo konkretne doświadczenia. Sprawiają one, że wiemy, kogo chcemy zaprosić do udziału w wydarzeniu jako prelegentów i ekspertów, ale także uczestników.

**Rada programowa Modopolis ma podwójną rolę. Z jednej strony, jesteście mentorami i moderatorami programu, zaś z drugiej – jego uczestnikami i odbiorcami treści.**

Tak, to kolejna ważna wartość Modopolis – jest dla nas i o nas.

**Dzielicie się doświadczeniem, które zdobyliście w branży modowej. Co, Twoim zdaniem, mówi się o niej zbyt rzadko?**

Jest wiele takich spraw, ale bardzo ważną jest to, że nie można tego robić samemu. To jest chyba jedno z najważniejszych moich doświadczeń. Nie można być albo bardzo trudno być projektantem i odpowiadać chociażby za finanse. Bardzo ważne jest to, by mieć wsparcie drugiej osoby, która patrzy z innej perspektywy i pomaga się rozwijać. Nie można być jednocześnie twórcą i księgową. To są zupełnie inne funkcje – bardzo odpowiedzialne, ale zupełnie inne. Ich łączenie odbywa się ze szkodą dla projektu. To jest pierwszy wniosek płynący z mojego doświadczenia w branży, a drugi jest taki, że bardzo ważne są kontakty międzyludzkie. Jasne, mamy teraz media społecznościowe. Możemy się reklamować, zakładać kolejne sklepy internetowe, ale analogowe relacje są najważniejsze. I jeszcze jedno, o czym należy pamiętać, to, że jest to twardy biznes, gdzie trzeba podejmować ryzyko finansowe, dlatego warto się przygotować. Dowiedzieć się, jak ta specyficzna branża funkcjonuje.

**Trzeba wiedzieć, a potem...**

A potem czeka nas praca, w moim odczuciu, znacznie bardziej wymagająca niż chodzenie na 8.00 do pracy. Tu się myśli albo działa przez cały czas. Dla mnie projektowanie jest jak kolejne dziecko. Uważam, że wydarzenie takie jak Modopolis jest ważne również z tego powodu, że podejmuje tematy związane zarówno z modą, jak i z biznesem. Branża mody jest specyficzna. Kreacja spotyka się z myśleniem o liczbach, technologii, ideałach i etyce tego, co się robi. Mam nadzieję, że to wydarzenie będzie dla nas wzbogacającym doświadczeniem. Mamy różne doświadczenia i podejścia do mody, a spotkanie, rozmowa i wymiana pomysłów są zawsze bardzo ważne.

**Jakie są, Twoim zdaniem, kierunki, w których zmierza moda w znaczeniu branży, ale też jako dziedzina sztuki.**

Dla mnie moda to sposób wyrażania siebie na co dzień, nie tylko na wybiegach. Tworząc Modapolkę, zadałam sobie pytanie, jak często jestem w takich miejscach, gdzie mogę się wystroić w obcasy i długą suknię... Dlatego robię rzeczy, w których mogę wsiąść na rower,



Modopolis, edycja 2019

spotkać się ze znajomymi, prowadzić codzienne życie. Tworzę rzeczy dla zwyczajnych ludzi i są one też dla mnie, bo uważam siebie za osobę, która również żyje zwyczajnie. Oczywiście bardzo cenię projektantów *high fashion* – wartość ich projektów polega nie tylko na zaprojektowaniu, bo zaprojektować można sobie wszystko, ale także, a może przede wszystkim, na wykonaniu.

**Sama często podkreślasz, że stawiasz na najwyższą jakość wykonania.**

Tak, to kolejny bardzo ważny, moim zdaniem, trend, do którego moda wraca i powinna wracać. Tysiące godzin zadań wykonywanych przez wiele zdolnych, pracowitych, dbających o jakość osób, dużo ręcznej pracy, rzemiosłnictwo...

**Dbasz o to, w jakich warunkach i gdzie powstają Twoje kolekcje, ale także o to, z czego powstają. Często mówisz o odpowiedzialności mody.**

Projektuję z tkanin naturalnych, świadomie, w sposób zrównoważony – to jest naprawdę dla mnie bardzo ważne. Po prostu staram się w ten sposób żyć, funkcjonować i dawać jakiś przykład innym. Może po to jestem też w Modopolis, by dzielić się z innymi tą ideą... Produkcujemy coraz więcej śmieci, coraz więcej wyrzucamy. W 2019 r. kupiliśmy więcej ubrań niż w 2015 r., choć jest dopiero połowa roku, a 85 proc. z nich już trafiło do śmieci. Tylko ok. 2 proc. odzieży poddajemy recyklingowi i jest to realny problem. Ta branża musi się zmienić, nie ma wyjścia, tu nie ma miejsca na dywagacje, czy to się stanie czy nie – w tym rozumieniu trudno mówić o trendzie, raczej o kierunku, który jest nieunikniony! To oczywiście dobrze, że jest moda na odpowiedzialną modę. Świadomość rośnie w branży, ale również w klientach. Modopolis wspiera zresztą ten trend, a sami organizatorzy uważają, że moda odpowiedzialna to jest jedyna słuszna droga, również, a może przede wszystkim, dla ludzi i marek, które wchodzi dopiero w ten świat.

**Dziękuję za rozmowę.**

Dziękuję. ●



AGATA DOMAŃSKA

# Ekotrendy ratujące świat – czy to się może udać?

Toniemy w plastiku, który jest dosłownie wszędzie. Już nie tylko zaśmieca, ale wręcz zatrzuwa naszą planetę. Czy możemy z tym faktem coś zrobić?

**K**ażdego dnia ludzie produkują tony odpadów. Dosłownie tony! W samej Polsce w jednym gospodarstwie domowym produkowanych jest ich rocznie 12 mln ton!

Według WWF jedna szósta tych odpadów trafia do lasów lub domowych pieców. Recyklingowi podlega niespełna 14 proc. śmieci. Najgorszy jest plastik. Foliowa reklamówka służy nam średnio przez 12 minut, a potem rozkłada się przez 400 lat! Plastikowa butelka jeszcze dłużej. Podobno najwięcej śmieci produkują Japończycy, zaś drugie miejsce zajmują Amerykanie. Europejczycy są od nich nieco lepsi, ale i tak produkowana przez nich ilość śmieci liczona jest w milionach ton. Efektem tego są: powiewające na gałęziach krzewów reklamówki; wyrzucane na brzeg morza wieloryby, które umarły z głodu, bo w ich żołądkach było tyle śmieci, że nie mogły już nic zjeść; żółwie, które myślą pływające w wodzie reklamówki z meduzami, przez co je zjadają, a następnie konają w męczarniach. Według ONZ każdego roku w oceanach ginie przez śmieci prawie milion morskich zwierząt! W końcu i my padliśmy ofiarą plastiku. Jak poinformowali naukowcy podczas 26. Europejskiego Tygodnia Gastroenterologicznego, jego cząsteczki (tzw. mikroplastik) można znaleźć w odchodach ludzi z całego świata. Nie wiadomo jednak, jak bardzo może się on okazać szkodliwy, dlatego człowiek postanowił w końcu coś z tym zrobić!

Z zalewającym nas plastikiem można walczyć na trzech poziomach: instytucjonalnym, organizacyjnym i indywidualnym.

Poziom instytucjonalny to wszystkie decyzje ogólnie podejmowane przez rząd lub zarządy poszczególnych miast czy gmin. Przykładem takiego działania jest decyzja o obowiązkowej segregacji śmieci albo wprowadzenie obowiązku opłaty za reklamówki w sklepach. W planach jest również kaucja za plastikowe butelki, a niektóre miasta (np. Kraków) już eksperymentują z automatami, w których można zwracać butelki PET, zaś inne (np. Warszawa) mają to w planach na najbliższą przyszłość.

O poziomie organizacyjnym mówimy wtedy, gdy np. sieć supermarketów podejmuje decyzję o tym, że warzywa

będą pakowane w... liście, a nie plastik. Taką decyzję podjęła sieć handlowa Rimping w Tajlandii – warzywa w tych marketach są zawijane w liście bananowca. Nie dość, że jest to ekologiczne, to jeszcze bardzo ładnie wygląda – prawie jak prezent! W Polsce sklepy Tesco sprzedają za kilkanaście złotych mocne materiałowe torby, które są dożywotnie i nieodpłatnie wymieniane na nowe, gdy się zużyją. Z kolei organizatorzy maratonu w Londynie podawali uczestnikom wodę nie w plastikowych kubkach, a w specjalnych kapsułkach, których biościanki zostały wytworzone z wodorostów. Taki sam plan ma organizator przyszłorocznego maratonu we Wrocławiu.

Coraz więcej osób na co dzień bierze udział w wyścigu o czystą planetę. Materiałowe torby wielorazowego użytku to już codzienny widok. Modne staje się też picie kranówki, a wiele knajp serwuje ją za darmo. Miłośnicy wody z bąbelkami przerzucają się na syfony, które za kilka złotych wymieniają na pełne, a puste są znów nabijane. Zwiększa się również świadomość, że przedmioty należy naprawiać, a nie wyrzucać i kupować nowe. Powstają takie inicjatywy jak kawiarenki naprawcze, gdzie można poprosić o pomoc w naprawieniu jakiegoś sprzętu, zamiast go wyrzucić i kupić kolejny. Ludzie robią też własne woskowijki (nasączone woskiem materiały), by pakować drugie śniadanie do pracy i nie używać jednorazowych woreczków. Ruchy zero waste i foodsharing uczą ludzi, jak nie marnować niczego – od opakowań po nadmiar żywności. I coraz więcej osób rozumie, że potrzebujemy nie garstki zapaleńców żyjących w zgodzie z ekologią, ale milionów, które zrobią to może nie idealnie, ale po prostu to zrobią. •



MARZENA ZBIERSKA

# Biegasz, ćwiczysz? Ładujesz telefon!

Z pewnością większość użytkowników smartfonów i tabletów jeszcze nie wie, co kryje się pod pojęciem „tekstylna ładowarka”. Wkrótce jednak może się to zmienić! Szczególnie w przypadku sportowców i osób aktywnych fizycznie, ponieważ ten wynalazek może się okazać dla nich prawdziwą rewolucją technologiczną!

W Polsce ze smartfonów i tabletów korzystają miliony ludzi, zaś na całym świecie są to miliardy. Przy czym coraz bardziej popularne stają się urządzenia mobilne, a wśród aplikacji tworzonych z myślą o użytkownikach smartfonów i miłośnikach aktywności fizycznej furorę robią te, które są przeznaczone do rejestrowania i planowania treningów. Bieganie, chodzenie czy jazda na rowerze ze smartfonem w kieszeni nikogo już nie dziwi. Podobnie jak konieczność codziennego ładowania telefonu. Nawet jeśli udaje się nam przedłużyć czas działania baterii, np. z pomocą trybu oszczędzania energii, to niemal każdy użytkownik smartfona lub tabletu znalazł się w sytuacji, w której niespodziewanie zabrakło mu energii w urządzeniu.

## TKANINA PRODUKUJĄCA PRĄD?

Naukowcy z Wydziału Technologii Materiałowych i Wzornictwa Tekstyliów Politechniki Łódzkiej opracowali technologię, która pozwala na bezprzewodowe ładowanie urządzeń mobilnych w czasie aktywności fizycznej. Telefon umieszczony w kieszeni można ładować także podczas spaceru. Jak to możliwe? Odpowiedź kryje się w innowacyjnej tkaninie hybrydowej. Autorka pomysłu, prof. Katarzyna Grabowska,

realizuje go w oparciu o prace badawcze nad strukturą i właściwościami nitek. Podstawową ideą tekstylnej ładowarki jest zapewnienie jej użytkownikom stałego dostępu do energii elektrycznej w celu podtrzymywania działania urządzeń mobilnych, co w konsekwencji wykluczy z życia problematyczne procesy związane z częstym ładowaniem.

Punktem wyjścia do opracowania koncepcji tekstylnej ładowarki było stworzenie nitki hybrydowej, której rdzeń stanowi nitka stalowa, będąca nitką ferromagnetyczną, zaś na opłot użyto cienkiej nitki miedzianej, czyli jednego z najlepszych przewodników prądu elektrycznego.

– Mówiąc najprościej, nasza ładowarka wytwarza w sposób ciągły energię elektryczną zasilającą mobilne urządzenie elektroniczne. W części odzieży, np. w kieszeń znajdującej się na wysokości bioder, zostaje wszyty element do indukcji elektromagnetycznej w postaci nitki hybrydowej. W drugiej części ubrania, np. w rękawie od koszuli, umieszczamy magnes stały. Dzięki temu, że magnes i nitka przemieszczają się ruchem wahadłowym względem siebie podczas aktywności fizycznej (np. biegania czy jazdy na rowerze), następuje indukcja prądu elektrycznego, który, wykorzystując przetwornik, zasila mobilne

urządzenie elektroniczne – wyjaśnia prof. Katarzyna Grabowska.

Innowacyjna ładowarka jest lekka i może z powodzeniem zastąpić ciężkie i duże baterie zawierające w sobie często substancje toksyczne. Ponadto jest ona odporna na uderzenia i wpływ czynników atmosferycznych.

## WIĘCEJ AKTYWNOŚCI – WIĘCEJ ENERGII W TELEFONIE

Tekstylna ładowarka może służyć do ładowania smartfonów i tabletów, ale także telefonów komórkowych, smartwatchy, aparatów fotograficznych i kamer. Jak podkreśla prof. Katarzyna Grabowska, dzięki swojej specyfice tekstylna ładowarka może mieć także wiele innych zastosowań:

– Istnieje możliwość wykorzystania technologii w elektrycznej odzieży grzewczej, ubraniach chroniących przed polem elektromagnetycznym dla osób wykonujących pracę w okolicach radiostacji, stacji bazowych GSM czy obsługujących urządzenia diagnostyki medycznej.

Tekstylna ładowarka może być zastosowana już na etapie produkcji odzieży i stanowić jej stały element, jak i być odrębnym produktem. To atrakcyjne rozwiązanie dla aktywnych użytkowników smartfonów, bo ilość wytworzonego prądu jest uzależniona od tego, na ile intensywna będzie ich aktywność sportowa. Ładowanie smartfona może być więc dodatkową motywacją do intensywnych ćwiczeń. Najwyższe natężenie prądu, jakie udało się uzyskać łódzkim naukowcom, wynosi 10 miliamperów. To wprawdzie nie wystarczy do całkowitego naładowania telefonu, ale powinno go uchronić przed rozładowaniem i podtrzymać pracę urządzenia.

## WDROŻENIE MOŻLIWE W PRZYSZŁYM ROKU

Na rynku nie ma obecnie produktów, które byłyby bezpośrednią konkurencją dla wynalazku naukowców z Politechniki Łódzkiej.

– Power banki, ładowarki solarne, bezprzewodowe systemy transmisji energii typu uBeam oraz WiTricity nie posiadają wszystkich właściwości, które ma nasza technologia – mówi prof. Katarzyna Grabowska.

System uBeam to sposób na bezprzewodowe ładowanie urządzeń przy użyciu fal



Innowacyjna tkanina hybrydowa



ultradźwiękowych, ale słabością tej koncepcji jest nieznaną wpływ

ultradźwięków na zdrowie

człowieka. WiTricity (ang. *Wireless*

*electricity* – bezprzewodowa elektryczność) został opracowany przez naukowców z Massachusetts Institute of Technology. Jest to metoda pozwalająca na bezprzewodowe przesyłanie energii dzięki rezonowaniu dwóch obiektów. Gdy ich rezonans ma tę samą częstotliwość, wymieniają energię bardzo efektywnie i bez dużych strat. Jest to metoda bezpieczna dla otoczenia, ale wciąż trwają nad nią prace badawcze, które prawdopodobnie zakończą się dopiero za kilka lat.

Wynalazek, którego twórcą jest zespół pod kierunkiem prof. Katarzyny Grabowskiej, został już opatentowany. Prototyp tekstylnej ładowarki powstał w ramach programu „Inkubator Innowacyjności 2.0”, prowadzonego przez Ministerstwo Nauki i Szkolnictwa Wyższego. W ramach tego projektu naukowcy otrzymali także wsparcie procesu zarządzania wynikami badań poprzez promocję oferty technologicznej oraz udział w wybranych wystawach i targach.

Efektom tych działań ma być pozyskanie partnera biznesowego, co pozwoli na ukończenie badań i demonstrację ostatecznej formy technologii w postaci gotowego produktu przygotowanego do wdrożenia na rynek. Na to jednak potrzeba jeszcze czasu. Jeśli znajdzie się inwestor, tekstylna ładowarka mogłaby trafić na rynek już w przyszłym roku. Rozmowy z firmami zainteresowanymi komercjalizacją wynalazku już trwają. Według wstępnych szacunków cena tekstylnej ładowarki nie powinna być wyższa niż przeciętnego power banku. ●

KATARZYNA JÓZWIK

# Materiałowy second life

Jeden z czołowych producentów obuwia sportowego opracował model, który nie tylko jest wykonany z recyklingowanych plastików zaśmiecających oceany, ale również będzie podlegał przetworzeniu na nowy egzemplarz obuwia. Recykling tekstyliów to dość poważny problem współczesnego świata. W samej Polsce powstaje ok. 2,5 mln ton rocznie tego rodzaju odpadów.

Prof. Zbigniew Mikołajczyk, kierownik Katedry Technologii Dziewiarskich i Maszyn Włókienniczych Politechniki Łódzkiej, od przeszło dekady poszukuje nowych rozwiązań pozwalających ponownie wykorzystać odpady tekstylne. W wyniku prowadzonych badań udało mu się opracować m.in. przędzę z makulatury czy elementy z przetworzonych tekstyliów służące do umocnienia wałów przeciwpowodziowych.

## ROZWIĄZANIA DLA POLSKIEGO RYNKU

Pierwsze badania prowadzone przez prof. Zbigniewa Mikołajczyka obejmowały studium literatury dotyczącej recyklingu odpadów włókienniczych w przemyśle tekstylnym. Analizy doprowadziły naukowca do jednoznacznych wniosków na temat polskiego rynku.

– W Polsce problem recyklingu tekstyliów nie tylko jest pomijany, ale też daleko odbiega od osiągnięć naukowych, technologicznych i przemysłowych krajów wysokorozwiniętych – przyznaje profesor.

Wypracowane wnioski i obserwacja zagranicznych metod radzenia sobie z tym problemem skłoniły naukowców do poszukiwania rozwiązań, które sprawdzą się na rodzimym rynku. Impulsem do badań były również dane dotyczące wielkości odpadów tekstylnych. W samej produkcji przemysłowej odzież stanowią one ok. 18–20 proc.

– Te „czyste” skrawki tkanin, dzianin i włókien można śmiało zastosować w innych wyrobach, ponieważ tego rodzaju odpady są bogate w surowce, które warto ponownie wykorzystać bez konieczności stosowania złożonych technologii – podkreśla prof. Zbigniew Mikołajczyk.

Przedmiotem badań naukowców są przede wszystkim czyste, niewymagające uzdatniania do wtórnego zastosowania odpady tekstylne. Ponadto profesor na co dzień spotyka się z wieloma propozycjami ze strony producentów odzieżowych, którzy chcą oddać odpady produkcyjne. Udowadnia

to jednocześnie, że w Polsce nadal nie wypracowano właściwych metod zagospodarowania tego rodzaju pozostałości włókienniczych.

## PRZĘDZE Z... PAPIERU

Jednym z projektów badawczych zrealizowanych przez prof. Zbigniewa Mikołajczyka było opracowanie przędz z przetworzonego papieru. Inspirację do badań stanowiły osiągnięcia niemieckich naukowców w zakresie tworzenia tekstyliów z tego materiału. Czerpiąc doświadczenie z technologii tworzenia tekstyliów z folii polipropylenowych, profesor opracował metodę dziania z wykorzystaniem przędz papierowych. Bazą były kilkumilimetrowe paski papieru o odpowiedniej wytrzymałości, które w takiej postaci mogły być przetworzone na wyroby tekstylne. Uszlachetnienie papieru pod kątem przerabialności na maszynach włókienniczych pozwoliło na dzianie papierowych siatek.

– Siatki wytworzone z tego rodzaju włókna mają szerokie zastosowanie – podkreśla prof. Zbigniew Mikołajczyk. – Doskonałym przykładem jest wykorzystanie ich w ogrodnictwie jako osłon korzeni przesadzanych roślin. Po spełnieniu funkcji ochronnej papierowa otulina ulega degradacji w ziemi w ciągu kilku miesięcy.

Wytworzone tekstylia techniczne zostały zbadane pod kątem ich przydatności i wytrzymałości. Główną zaletą tych przędz jest możliwość dowolnego przerabiania ich w technikach włókienniczych.

## TEKSTYLIA W WALCE Z POWODZIĄ

Zupełnie innym projektem zrealizowanym przez naukowca było wypracowanie tekstylnego umocnienia wału przeciwpowodziowego. Główną wadą konstrukcji wału jest osuwanie się ziemi w wyniku jej nasiąknięcia. Z tym problemem poradzono sobie na Zachodzie, gdzie w wale przeciwpowodziowym, poprzecznie do jego układu, nawierca się kanały, a następnie wprowadza do nich tekstylne sznury. Mają one grubość ok. 20 cm i są

wykonane ze zrecyklingowanych tekstyliów. Działają one niczym sączki, tzn. odwadniają wał. Dzięki temu rozwiązaniu staje się on bardziej wytrzymały na wilgoć.

– Ważną kwestią jest wykorzystanie tekstoniki w układzie elementów wału, czyli wykorzystania elektroniki w tekstyliach – zaznacza prof. Zbigniew Mikołajczyk. – W sznurach odwadniających umieszczone są czujniki nasiąkliwości gruntu, które informują o przekroczeniu norm wytrzymałości wału.

Jak podkreśla profesor, sama technologia wykonania tego rodzaju tekstylnych drenaży jest bardzo prosta. Potwierdza to chociażby fakt wytworzenia tego rodzaju sznura. Cała konstrukcja elementu opiera się na delikatnej „pończosze” o średnicy 20 cm, do której wnętrza za pomocą leja i transportera wprowadzane są odpady tekstylne. Ułożone z odpowiednią gęstością tworzą wysoko chłonny sączek odprowadzający wilgoć. To rozwiązanie pozwala w pełni wykorzystać ponownie odpady z przemysłu odzieżowego.

### POTENCJAŁ DO WYKORZYSTANIA

Chociaż na chwilę obecną wypracowane przez prof. Zbigniewa Mikołajczyka rozwiązania nie zostały skomercjalizowane, widzi on w nich szeroki potencjał:

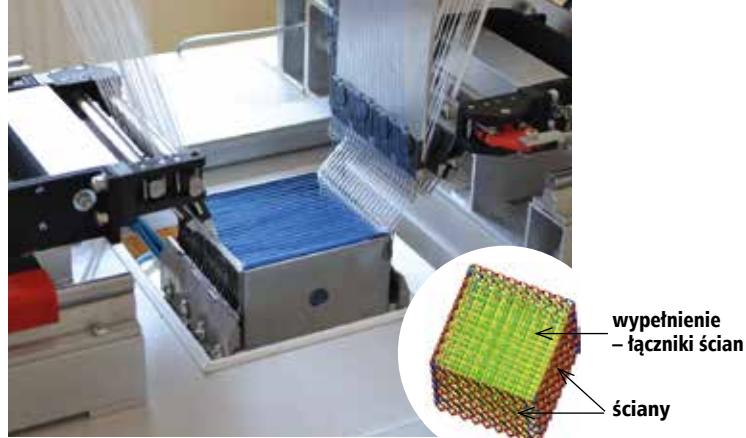
– W kontekście przedz papierowych w Polsce jest bardzo dużo makulatury. Dostępne na rynku tekstylia mogłyby ją uszlachetnić. Uzyskane w ten sposób przedze można szeroko wykorzystywać pod kątem wyrobów technicznych.

Zrecyklingowany tą techniką papier zużywa się chociażby do produkcji ekologicznych opakowań, które są alternatywą dla wycofywanych z rynku plastikowych reklamówek czy woreczków. Z kolei sączki powstałe z przetworzonych tekstyliów mogą być stosowane w drogownictwie.

– Sznury o mniejszej średnicy wykorzystywane są na Zachodzie w nasypach drogowych i kolejowych, które stanowią zarówno ich umocnienie, jak i źródło odpowiedniego nawodnienia nasadzonych na poboczach dróg roślin – tłumaczy profesor. – Oczywiście wypracowane dotąd technologie wytwarzania można zmodyfikować i unowocześnić.

### TEKSTYLIA W BUDOWNICTWIE?

Niewiele osób zdaje sobie sprawę, że tekstylia są od dawna obecne w naszym otoczeniu nie tylko w formie stylowych ubrań. Dużą rolę we współczesnym budownictwie odgrywają tekstylia techniczne, mające formę dzianin, tkanin bądź włókien. Jednym z nich są geomateriały, które dzięki różnorodnej budowie i właściwościom, są często stosowane w drogownictwie. Z kolei w budownictwie mieszkalnym cieszą się powodzeniem nowoczesne kompozyty na bazie



Model funkcjonalny osnowarki czterogrzebieniowej opracowany przez dr. inż. Andrzeja Michalaka

włókien, stanowiące alternatywę dla tradycyjnych wzmocnień konstrukcji budowlanych. Mimo aktualnego wykorzystywania tego rodzaju materiałów, badacze z Katedry Technologii Dziewiarskich i Maszyn Włókienniczych stale poszukują sposobów na ulepszenie właściwości kompozytów tekstylnych. Takim naukowcem jest dr inż. Katarzyna Piekłak, która wielokrotnie zwracała uwagę na innowacyjne rozwiązania w tej dziedzinie. W toku prac badawczych udało się stworzyć zarówno prototyp maszyny do produkcji dzianin przestrzennych, jak i same trójwymiarowe kompozyty. Oba rozwiązania zostały opatentowane. Badaczka opracowała również ażurowe struktury dziane usztywnione żywicą epoksydową. Dzięki swojej ażurowej budowie gwarantują lekką masę wzmocnienia konstrukcji budowlanych, ale też pełnią rolę kanałów technologicznych.

– Nowe technologie dzianin bryłowych jako ściśle zorientowane struktury mogą stanowić elementy wzmocnień kompozytów budowlanych – tłumaczy badaczka. – Tego typu struktury mogą zastąpić powszechnie stosowane belki metalowe czy drewniane, wykorzystywane w budownictwie szkieletowym. Tyczy się to budownictwa mieszkaniowego, wielkogabarytowego, a także architektury ogrodowej.

Zastosowanie siatkowych struktur dziewiarskich do wzmocnień konstrukcji betonowych było również przedmiotem pracy dyplomowej mgr inż. Aleksandry Roszak, jednej z absolwentek Wydziału Technologii Materiałowych i Wzornictwa Tekstyliów Politechniki Łódzkiej. Przeprowadzone badania udowodniły, że dziewiarskie siatki mogą być wykorzystywane do wzmacniania wytrzymałości kompozytów budowlanych. Wprowadzenie do betonu siatki tekstylnej z włókna szklanego zwiększa jego wytrzymałość niemal trzykrotnie niż w przypadku wykorzystania betonu bez wzmocnienia.

Z pewnością rozwój technologii dziewiarskich i opracowanie nowoczesnych rozwiązań budowlanych umożliwią w przyszłości naukowcom stworzenie zaawansowanych metod, które pozwolą na ponowne wykorzystanie w budownictwie zrecyklingowanych tekstyliów. ●



PRZEMYSŁAW GRZYB

# Automatycznie, czyli szybciej i lepiej

Agnieszka Belowska-Gosławska, dyrektor generalny Robotics Center of Excellence

Banki w ciągu ostatnich kilkunastu lat przeszły poważną transformację, ponieważ wciąż zmieniający się świat oraz nowe potrzeby klientów wymagają szybkiego działania i ciągłej dostępności usług. Pomocnymi rozwiązaniami są automatyzacja i cyfryzacja coraz większej liczby procesów w bankowości. Niewiele osób zdaje sobie jednak sprawę, że za wieloma z nich stoją... łódzcy programiści RPA (Robotic Process Automation).

Jednym z liderów zmian jest bank Nordea, który w Łodzi otworzył Robotics Center of Excellence (RCoE). Oddział już teraz zatrudnia 100 osób, głównie deweloperów zajmujących się Zrobotyzowaną Automatyzacją Procesów (RPA). Tworzą oni algorytmy, dzięki którym coraz więcej spraw w banku może zostać rozwiązanych w sposób zautomatyzowany. Jakie więc korzyści będą się wiązały z tym innowacyjnym podejściem?

## CENTRUM DOSKONALENIA ROBOTÓW

Wprowadzenie nowoczesnych technologii, takich jak sztuczna inteligencja oraz Zrobotyzowana Automatyzacja Procesów, na rynek pracy zmienia go nie do poznania. Już dziś niektórzy światowi eksperci przewidują, że w ciągu najbliższych 15-25 lat mogą one zastąpić nawet 40 proc. wszystkich dotychczasowych zawodów. Automatykacja pracy jest tym łatwiejsza, im bardziej schematyczny jest proces, który miałby zostać zrobotyzowany. Stąd też przekonanie, że roboty sprawdzą się tylko na

taśmie montażowej lub przy innych powtarzalnych czynnościach. Nie zdajemy sobie jednak sprawy, że wiele zadań, pozornie skomplikowanych i wymagających szerokiej wiedzy, opiera się również o procedury i schematy. Tak jest m.in. w bankowości, która jest jedną z branż wskazywanych jako ta, którą automatyzacja zmieni najbardziej. W awangardzie zmian stoi wspomniany wcześniej skandynawski bank Nordea.

- Wierzimy, że w Łodzi, która dysponuje ogromną liczbą doświadczonych osób na rynku pracy oraz uczelniami, współpracującymi w celu dostosowania programu kształcenia, jesteśmy w stanie najlepiej rozwinąć ten dział - mówi Agnieszka Belowska-Gosławska, dyrektor generalny RCoE.

## ZIDENTYFIKOWAĆ I ZAUTOMATYZOWAĆ

W tej chwili RCoE w Łodzi zatrudnia blisko 100 osób, ale w związku z dynamicznym rozwojem poszukiwani są kolejni specjaliści.

- Zadanie, które przed nami postawiono, jest niewątpliwie ambitne i wymagające, ale jednocześnie niezbędne w dynamicznie zmieniającym się świecie. Chodzi o automatyzację jak największej liczby procesów bankowych, które do tej pory były wykonywane przez człowieka, a docelowo mają być realizowane przez wirtualne roboty – twierdzi Agata Taborek, junior RPA Developer..

Dzięki pracy w Łodzi zidentyfikowano i zautomatyzowano już 300 takich procesów, a prace nad kolejnymi trwają.

- W banku czy w każdej innej instytucji finansowej jest cały szereg procesów, które mogą zostać zrobotyzowane. Zarówno w dziale bankowości detalicznej, korporacyjnej, jak i w ramach wewnętrznych procesów IT lub HR – tłumaczy Agnieszka Belowska-Gosławska.

Procesy nadające się do automatyzacji charakteryzują się powtarzalnością, opierają o schemat działania i posiadają jasne reguły, a także wymagają przetwarzania dużych ilości danych. Natomiast zadania wymagające interpretacji, konieczności podjęcia kompleksowej decyzji czy też bezpośredniego kontaktu z klientem nadal będą wykonywane przez człowieka. W tym zakresie zmiany zachodzą o wiele dłużej, nie można ich jednak w dalszej perspektywie całkowicie wykluczyć. Dlatego też pracownicy sektora bankowego nie muszą obawiać się, że robot zrobi wszystko sam.

### **AUTOMAT NIE BYWA ROZTARGNIONY**

Korzyści wynikające z wprowadzania automatyzacji procesów są dla banku oczywiste. Skróci to czas wykonywania wielu zadań, za które do tej pory odpowiadali ludzie. Natomiast pracownicy pozbędą się wielu żmudnych i powtarzalnych obowiązków, których w pracy starają się unikać najczęściej. W wielu przypadkach człowiek będzie niezbędny tylko do nadzoru poprawności wykonywanego procesu. Wszystko to sprowadzi się do zasadniczej kwestii obniżenia kosztów. Czy jednak dla klientów korporacyjnych, jak też indywidualnych będzie miało to jakiegokolwiek znaczenie?

- Głównym czynnikiem wpływającym na decyzję o usprawnieniu procesów lub ich automatyzacji w firmach jest aspekt finansowy. Warto natomiast wspomnieć o innych benefitach, takich jak osiągnięcie 100 proc. jakości, a także wzrost satysfakcji klientów oraz pracowników – wylicza Agnieszka Belowska-Gosławska.

Wynika to z faktu, że w zautomatyzowanym procesie nigdy nie pojawiają się błędy typowo ludzkie, które wynikają z roztargnienia, przeoczenia czy



**Łódzki oddział RCoE zatrudnia 100 osób, głównie deweloperów zajmujących się Zrobotyzowaną Automatyzacją Procesów (RPA)**

zmęczenia. Poza tym procesy mogą być wykonywane dużo szybciej.

### **ROBOT: „W CZYM MOGĘ POMÓC?”**

Obecnie dzięki automatyzacji można np. bardzo szybko otrzymać wstępną decyzję o przyznaniu kredytu. Jeśli algorytm ma wgląd w historię transakcji na rachunku klienta, a także informacje o jego przychodach i zobowiązaniach dzięki dostępowi do różnych baz danych, decyzja o przyznaniu pieniędzy zapada o wiele szybciej niż w sytuacji, gdy dane te musi analizować człowiek. Bardzo ważne jest również to, że robot nie musi odpoczywać, a zadany proces może trwać 24 godziny na dobę, 7 dni w tygodniu, 365 dni w roku. Na koniec nie należy zapominać o dość zaskakującym wykorzystaniu sztucznej inteligencji, czyli o bezpośredniej obsłudze klienta. Już dziś można korzystać z usług chatbotów, które za pośrednictwem serwisu internetowego banku odpowiedzą na podstawowe pytania, a także pomogą rozwiązać wiele problemów. Wszystko dlatego, że najczęściej dotyczą one kwestii proceduralnych, a z takimi automatyzacja radzi sobie najlepiej. Zakres ich pomocy będzie się jednak tylko rozszerzał.

### **PRZYSZŁOŚĆ ROBOTYZACJI**

Trudno dziś przewidywać, jak daleko zabrnie robotyzacja w bankowości. Jak twierdzi Michał Kubiak, starszy analityk biznesowy, dużo zależy od tego, w jaki sposób organizacje bankowe poradzą sobie z wyzwaniem stojącym przed automatyzacją. Konieczna jest zmiana mentalności pracowników, reorganizacja i cyfryzacja części istniejących procesów. Już dziś można jednak z pełnym przekonaniem stwierdzić, że banki widzą kierunek zmian i starają się na to reagować.

Nordea chce być liderem tej modernizacji, a Łódź i jedni z najzdolniejszych deweloperów RPA w Polsce będą mieli w tym swój duży udział. ●



# Przyszłość branży automotive

Rosnąca popularność aut elektrycznych i autonomicznych to ogromne wyzwanie designerskie dla projektantów brył samochodów. – Elektryfikacja pojazdów jest dla nas niezwykłą szansą. Bez wątplenia to kompletnie nowa era w designie, w której nie zabraknie miejsca dla utalentowanych projektantów – podkreśla JACEK CHRZANOWSKI, założyciel łódzkiego biura projektowego One One Lab Design Studio o międzynarodowym zasięgu, w rozmowie z Katarzyną Józwik.

**Rynek automotive rozwija się w zastraszającym tempie. Czy auta elektryczne i autonomiczne są wciąż przyszłością czy może już teraźniejszością?**

Pojazdy autonomiczne to cały czas nie dość odkryty temat, ponieważ pełna autonomiczność nie jest do końca prawdziwa. Pojazdy poruszające się po zaprogramowanej trasie są tak naprawdę przeszłością. Duże fabryki korzystają z robotów, które są pojazdami autonomicznymi, np. przewożą paczki z miejsca na miejsce. Wydaje mi się, że to właśnie w tym kierunku będzie szedł ich rozwój. Wprowadzie Tesla ma bardzo dobrą autonomiczność, ale tam pojawia się ciągle ten sam problem – nieprzewidywalność czynnika ludzkiego. Zatem pełna autonomiczność potrzebuje dopracowania.

**A co z autami elektrycznymi? Zastąpią samochody spalinowe?**

Na pewno. Można to zauważyć chociażby w działaniach koncernów motoryzacyjnych sprzedających pojazdy

elektryczne na rynku chińskim. Współpracując z tamtejszymi firmami, tworzą zupełnie nowe brandy. W Europie prawdziwy boom na pojazdy elektryczne będzie wtedy, kiedy zostaną wyprzedane obecne marki aut spalinowych.

**Czyli to nieunikniona przyszłość branży automotive?**

Wydaje mi się, że jesteśmy w przełomowym momencie. Teraz jest właśnie ten czas, kiedy to najtańsze auta stają się pojazdami elektrycznymi. Toyota ma już w swojej ofercie pojazdy wodorowo-elektryczne. Jediną zagadką pozostaje to, które rozwiązanie sprawdzi się lepiej. Nie podlega natomiast dyskusji fakt, że w przeciągu 15 lat pojazdy elektryczne zawładną rynkiem motoryzacyjnym.

**Jednak takie auta muszą być przede wszystkim funkcjonalne. Gdzie zatem miejsce na unikalny design?**

Wbrew pozorom mamy tu sporo miejsca na innowacyjne rozwiązania. Każda nowa technologia



wymaga nowego wyglądu. Silniki elektryczne to tak naprawdę układy o wiele mniejsze i prostsze niż silniki spalinowe, które stwarzają dodatkowe możliwości wykorzystania przestrzeni. W autach autonomicznych uwaga kierowcy skierowana jest do wnętrza pojazdu, a to z kolei prowadzi do kompletnego przebudowania architektury wnętrza. Zakładając, że technologia pozwoli nam się skupić na innej czynności niż prowadzenie, wnętrze auta zacznie przypominać pomieszczenie, w którym możemy odpoczywać lub pracować.

### Taką stylistykę opracowują Państwo od ogółu do szczegółu?

Na samym początku powstaje kilkadziesiąt ogólnych szkiców, ale tylko kilka prezentujemy klientowi. Na podstawie wybranej bryły dopracowujemy detale. Na samym końcu tworzymy model wirtualny, do którego obserwacji wystarczą specjalne gogle.

### Jednym z ostatnich Państwa projektów jest bryła autonomicznej ciężarówki elektryczno-wodorowej NIKOLA TRE. Na jakich zasadach działa?

Przyznaję, że jest to bardzo rozsądne rozwiązanie. Ciężarówka ma zbiorniki wodorowe oraz silniki elektryczne. I choć napędzana jest tymi drugimi, to jednak jej paliwem jest wodór. Takie rozwiązanie jest lepsze od elektrycznego, ponieważ zniknął problem dotyczący ładowania baterii pojazdu elektrycznego. Kiedy mamy możliwość skorzystania z paliw wodorowych, tankowanie trwa kwadrans! Uzyskiwana w wyniku reakcji wodoru i tlenu energia napędza silniki elektryczne pojazdu.

**Wspomniał Pan o autonomiczności pojazdów przemysłowych. Takim autem jest wspomniana ciężarówka?** Producent przewidział implementację systemów, które zapewnią autonomiczność poziomu 5, czyli

## ● AUTA ELEKTRYCZNE NA RYNKU EUROPEJSKIM I POLSKIM

Jak podaje ACEA (Stowarzyszenie Europejskich Producentów Pojazdów) w I półroczu 2019 r. w państwach Unii Europejskiej oraz Europejskiego Stowarzyszenia Wolnego Handlu zarejestrowano 250 314 aut elektrycznych. W porównaniu z półroczem 2018 r. liczba tego rodzaju pojazdów wzrosła o 35,2 proc.

Samochody elektryczne są coraz bardziej popularne również w Polsce. Do czerwca 2019 r. zarejestrowano w kraju 1357 takich aut, w czym 737 w II kwartale. W porównaniu z I półroczem 2018 r. liczba aut elektrycznych wzrosła niemal dwukrotnie!



NIKOLA TRE

niewymagającego żadnej interwencji kierowcy. Auto samo podejmuje decyzję, jak dojechać do wskazanego punktu i wybiera odpowiednią trasę. Produkcja tej ciężarówki ma ruszyć w 2022 r. Nie wiem jednak, czy do tego czasu będą już dostępne rozwiązania technologiczne, które pozwolą na osiągnięcie tak wysokiej autonomiczności pojazdu.

### Czy europejska infrastruktura jest na to gotowa? W Polsce jest zaledwie 646 stacji ładowania takich pojazdów.

I tak, i nie. Większość stacji paliw, wiedząc, że koniec aut spalinowych jest bliski, otwiera restauracje. Skoro już teraz spędzamy w nich ok. 30 min, to w przyszłości oczekiwanie na naładowanie baterii auta elektrycznego nie będzie dla nas problemem. Natomiast fakt, że w Polsce jest wciąż niewiele stacji ładujących, wynika z wysokich cen pojazdów elektrycznych. Inną barierą jest pojemność ich baterii, które pozwalają na pokonanie dystansu ok. 300–400 km. Uważam, że gdyby poprawiono jej wydajność do min 500 km, przy jednoczesnym wykorzystaniu pełnych funkcji samochodu (np. klimatyzacji, radia), to nastawienie kierowców do tego typu aut zdecydowanie by się zmieniło. Biorąc pod uwagę fakt, że na rynku pojawił się już samochód elektryczny za przystępną cenę, jestem pewien, że rynek tych aut rozwinie się w Europie.

### Dużą rolę odgrywa zatem nasza mentalność?

Tak. Ważna jest też świadomość tego, jaki komfort użytkownika gwarantuje samochód elektryczny. Auta spalinowe wymagają przeglądów, wymiany filtrów, olejów. Konstrukcja pojazdów elektrycznych eliminuje wiele problemów, jakie pojawiają się w tradycyjnych samochodach.

Dziękuję za rozmowę. ●



PRZEMYSŁAW GRZYB

# Polski samochód elektryczny na miarę XXI wieku

Wielkie wyzwania ludzkości, czyli walka ze smogiem oraz ociepleniem klimatu, sprawiają, że opracowanie wytwarzanego masowo, bezemisyjnego samochodu elektrycznego stało się czymś więcej niż tylko kolejną demonstracją możliwości współczesnej inżynierii. Nad produkcją takiego auta pracują wielkie koncerny motoryzacyjne, a także wizjonerzy i miliarderzy, tacy jak Elon Musk. Niewiele osób zdaje sobie jednak sprawę, że w najbliższym sąsiedztwie powstaje prototyp takiego pojazdu – rezultaty są więcej niż obiecujące, a bryła samochodu jest zaskakująco znajoma!

Fabryka Samochodów Osobowych Syrena w Kutnie zaprezentowała już pierwszy prototyp samochodu osobowego o nazwie Vosco S106EV. Czy w połączeniu z najnowszą technologią ma szansę wziąć szturmem polskie i zagraniczne drogi?

## SAMOCHÓD Z PASJI

Syrena, Polonez, Nysa czy Warszawa to nazwy, które dla miłośników polskiej motoryzacji z całą pewnością nie są obojętne. Dla wielu to wręcz obiekt kultu i tęsknoty za polską motoryzacją. Dziś skupia się ona praktycznie tylko na produkcji podzespołów oraz montażu pojazdów dla wielkich koncernów. Mieczysław Wośko, prezes Polfarmex oraz wielki pasjonat motoryzacji, chciał odwrócić ten trend i udowodnić, że w Polsce również można produkować samochody. I właśnie dzięki tej wielkiej pasji w 2014 r. powstała Fabryka Samochodów Osobowych Syrena w Kutnie.

– Całą działalność FSO Syrena opieramy o entuzjazm i zaangażowanie naszych pracowników.

Kompletujemy taką załogę, która czuje motoryzację i emocjonalnie podchodzi do idei stojącej za powstaniem firmy – tłumaczy prezes spółki.

## SPALINOWY CEL I ELEKTRYCZNE MARZENIE

Pierwszym celem firmy było opracowanie samochodu spalinowego, który swoją bryłą nawiązywałby do kultowych marek znanych z historii polskiej motoryzacji, ale jakością i wyposażeniem nie odbiegał od standardów, do których przyzwyczyli kierowców auta wielkich koncernów. Tak powstał model Vosco S106. Jego pierwsze prototypy były gotowe już w 2014 r., a cztery lata później samochód otrzymał homologację – został oficjalnie dopuszczony do ruchu po drogach publicznych, można było go zarejestrować, ubezpieczyć i wyruszyć w dowolną podróż. Ostatnim polskim autem, które otrzymało taki certyfikat, był Polonez. Równolegle jednak zaczęto prace nad innym, o wiele trudniejszym i ambitniejszym przedsięwzięciem, czyli stworzeniem samochodu całkowicie elektrycznego.

## WYZWANIA PRZYSZŁOŚCI

Na rynku są już samochody w pełni elektryczne – do masowej sprzedaży wprowadziły je takie marki jak Peugeot, Renault czy Toyota. Nie oznacza to jednak, że technologia jest już dobrze rozwinięta, a klienci w pełni świadomi możliwości. Wręcz przeciwnie! Każdy, kto bierze się za barki z napędem elektrycznym, musi spodziewać się, że czekają go liczne wyzwania. Niektóre z nich są jak najbardziej obiektywne – problemem samochodów elektrycznych od zawsze jest zasięg, który uzależniony jest nie tylko od wielkości ogniw energetycznych, ale od temperatury. W czasie silnego mrozu może spaść on nawet o 50 proc. Problemem jest też czas ładowania. Bak silnika spalinowego można napełnić w kilka minut. Baterie samochodu elektrycznego w kilka godzin. Dodatkową kwestią jest brak odpowiedniej infrastruktury. Zwłaszcza w Polsce brakuje stacji ładowania, choć ostatnio pojawia się ich coraz więcej. Na razie wyższa jest też cena. Wśród nieobiektywnych wyzwań z całą pewnością jest odbiór pojazdów przez klientów, którzy przez dekady przyzwyczaili się do standardu i możliwości silników spalinowych. Nie bez znaczenia w tym kontekście jest również silne lobby państw i przedsiębiorstw, które lwia część zysków czerpią z wydobywania ropy naftowej.

## ELEKTRYZUJĄCE MOŻLIWOŚCI

Wszystkie kwestie wymienione wyżej błędą jednak w obliczu możliwości, które niesie ze sobą napęd elektryczny. Wprowadzony na masową skalę będzie rewolucją nie mniejszą niż wyparcie konia przez silnik spalinowy ponad 100 lat wcześniej.

Samochody elektryczne są przede wszystkim niezwykle ekologiczne – nie emitują gazów cieplarnianych ani smogu. Jeśli dodatkowo energię do ich ładowania będzie się pozyskiwać z zielonych źródeł, będzie to najczystszy i najmniej inwazyjny sposób podróżowania ze wszystkich znanych człowiekowi. Pojazdy te nie generują też hałasu – jedyny dźwięk, jaki wydają, to toczące się po asfalcie opony. Dzięki temu centra miast i okolice ruchliwych ulic całkowicie zmienią swój charakter. Nie można też zapominać o aspekcie ważnym dla wielu konsumentów, czyli kosztach. Na razie samochody elektryczne są droższe o ok. 20–40 proc. od swoich spalinowych odpowiedników, ale sam koszt podróżowania jest nieporównywalnie niższy. Litr benzyny kosztuje obecnie ok. 5–6 zł. Za taką kwotę elektrykiem będzie można przejechać nawet do 100 km.



Fabryka Samochodów Osobowych Syrena

## WSPARCIE UNII EUROPEJSKIEJ I POLITECHNIKI ŁÓDZKIEJ

Prace nad elektrycznym pojazdem w Kutnie zaczęły się w 2017 r. Natomiast dwa lata później przedstawiono już pierwszy prototyp. Powstał on w ramach projektu o wartości 11,5 mln zł, realizowanego ze wsparciem unijnym w kwocie 4,6 mln zł. Przy opracowaniu prototypu współpracowała też Politechnika Łódzka, która optymalizowała elementy konstrukcyjne pojazdu tak, aby jak najbardziej zredukować jego masę. Za podstawę do stworzenia elektrycznego samochodu posłużył wspomniany już model Vosco S106.

– Celem współpracy z Politechniką Łódzką było dobranie takich materiałów kompozytowych, które mogłyby zostać użyte do produkcji auta przy zachowaniu gabarytów nadwozia wykorzystanego w wersji spalinowej. Współpraca z uczelnią miała charakter stricte komercyjny – wyjaśnia Andrzej Stasiak, główny konstruktor FSO Syrena.

## VOSCO S106 EV

### – SAMOCHÓD ELEKTRYCZNY Z KUTNA

Zaprezentowany w marcu 2019 r. prototyp został zaprojektowany przez Damiana Wolińskiego, 26-letniego polskiego projektanta, absolwenta wrocławskiej Akademii Sztuk Pięknych. Samochód ma silnik o mocy 88 KM i 220 Nm momentu obrotowego. Na jednym ładowaniu pozwala przejechać 210 km, więc idealnie się sprawdzi w miejskich warunkach. Trwają jednak przymiarki do stworzenia modelu o większej mocy oraz zasięgu. Na razie do produkcji masowej lub chociażby większych serii droga jeszcze daleka – auto musi przejść testy, zdobyć niezbędne certyfikaty i homologację. Z całą pewnością jednak prototyp udowadnia, że w Polsce, przy zaangażowaniu biznesu, państwowych uczelni i wsparciu unijnym, może powstać produkt na miarę potrzeb naszych czasów.

– FSO Syrena ma olbrzymi potencjał. Chciałbym, aby polska motoryzacja powróciła i znowu zachwycała designem, a nam pozwoliła rywalizować z największymi koncernami motoryzacyjnymi – podsumowuje Damian Woliński. ●

MARZENA ZBIERSKA

# Inwestycje i innowacje gwarancją sukcesu? To oczywiste!



Fabryka zmywarek BSH w Łodzi

Firma BSH Sprzęt Gospodarstwa Domowego zakończyła niedawno reorganizację fabryki suszarek do ubrań. I w realizacji są kolejne kluczowe dla spółki inwestycje, m.in. nowa fabryka zmywarek oraz nowoczesne centrum badawczo-rozwojowe, ponieważ dziś urządzenia AGD mają tworzyć połączony system i dostarczać użytkownikom nowych, zaskakujących możliwości.

Wzrost mocy produkcyjnych o ponad 40 proc. i zwiększenie zatrudnienia o 10 proc. to efekt niedawnych zmian w fabryce suszarek do ubrań spółki BSH. Modernizacja objęła ponad 70 proc. powierzchni fabryki, a w projekcie uczestniczyli niemal wszyscy pracownicy, firmy zewnętrzne oraz specjaliści z centralnej dywizji pralnictwa w Berlinie. Koszty tej inwestycji sięgnęły 100 mln zł. Co ważne, produkcja była prowadzona niemalże bez przerwy, aby najwyższej jakości suszarki mogły dotrzeć do odbiorców zgodnie z planem. Łódzka fabryka suszarek do ubrań jest jedyną taką placówką w grupie BSH. Wyprodukowane w niej urządzenia trafiają do klientów nie tylko w Europie, ale także w Azji, Ameryce Północnej, Australii i Nowej Zelandii.

## PRZEMYSŁ 4.0 TO JUŻ CODZIENNOŚĆ

– Kluczowe zmiany zaszły przede wszystkim w obszarze produkcji – mówi Paweł Adamowicz, dyrektor fabryki suszarek do ubrań BSH w Łodzi.  
– Dzięki nim cykl produkcyjny został znacząco skrócony, a system dostarczania materiałów odpowiednio dostosowany i zoptymalizowany. Zmieniła się również koncepcja testów jakościowych. Urządzenia są teraz testowane bezpośrednio na linii montażowej. Dzięki tej

zmianie możemy szybciej reagować na ewentualne błędy. To tylko niektóre rozwiązania z zakresu Przemysłu 4.0, które wprowadziliśmy. Nasze przyszłe inwestycje będą również podążały w tym kierunku.

Polska odgrywa ważną rolę w całej globalnej strukturze BSH, m.in. z uwagi na lokalizację fabryk. W Polsce jest ich sześć: w Łodzi działają fabryki pralek, suszarek do ubrań i zmywarek, we Wrocławiu piekarników i chłodnictwa, a w Rogoźnicy drobnego AGD. W Polsce istnieją również Centra Usług Wspólnych, rozbudowany pion IT oraz ośrodki badawczo-rozwojowe. Pracują one zarówno na rzecz BSH w kraju, jak i ośrodków w innych lokalizacjach na całym świecie – w Stanach Zjednoczonych, Azji czy na Bliskim Wschodzie.

Ponadto w 2018 r. w Łodzi zostało uruchomione centrum logistyczne o powierzchni ponad 80 tys. m<sup>2</sup>, będące jednym z największych tego typu obiektów w Polsce.

## WKRÓTCE NOWA FABRYKA ZMYWAREK

W 2019 r. zakończy się budowa nowej fabryki zmywarek w Łodzi, która w BSH będzie największą fabryką AGD w Europie, oraz centrum badawczo-rozwojowe, jednego

z najnowocześniejszych ośrodków R&D w całej Grupie BSH.

Nowa fabryka zmywarek w Łodzi ma produkować docelowo 3 mln sztuk urządzeń rocznie. Plany są ambitne i mają przełożyć się na sukces spółki zarówno w Polsce, jak i na świecie.

– Warto podkreślić, że fabryka jest jednym z najbardziej nowoczesnych ośrodków w całej Grupie BSH, wyposażonym w rozwiązania proekologiczne oraz gotowym na wdrożenie założeń Przemysłu 4.0. W fabryce produkowane będą m.in. zmywarki wyposażone w system Home Connect, platformę cyfrową pozwalającą na zdalne zarządzanie AGD oraz oferującą poszerzoną funkcjonalność urządzeń, a także zmywarki o szerokości 45 cm, produkowane w Polsce po raz pierwszy – wymienia Marta Kujawa, specjalistka ds. Public Relations BSH. – Poza tym sąsiedztwo centrum logistycznego umożliwi nam sprawne zarządzanie transportem wyprodukowanych urządzeń i dostawami komponentów.

#### **STABILNE ZATRUDNIENIE I BENEFITY**

Nowa inwestycja BSH oznacza zapotrzebowanie na pracowników. Prowadzona jest już rekrutacja, która dotyczy przede wszystkim stanowisk związanych z obsługą linii produkcyjnych. Poszukiwani są pracownicy produkcji, operatorzy wózków jezdniowych i widłowych.

– Zatrudnieni w BSH w Łodzi otrzymują szereg benefitów – zachęca Marta Kujawa. – Wśród najważniejszych warto wymienić prywatną opiekę medyczną oraz bogaty pakiet socjalny obejmujący ofertę sportowo-kulturalną i dofinansowanie do posiłków. Pracownicy mogą również korzystać z kantyn pracowniczych, w których serwowane są świeże posiłki w bardzo korzystnych cenach. Oprócz tego są oni objęci ubezpieczeniem grupowym NNW, a opcjonalnie mają możliwość przystąpienia do ubezpieczenia dodatkowego. Warto wspomnieć też o zakupach pracowniczych, dzięki którym można nabyć urządzenia BSH w preferencyjnych cenach, a także o świadczeniach socjalnych w postaci dofinansowania do remontu, wakacji lub wyprawki szkolnej dla dziecka. Ponadto prowadzimy szereg działań zachęcających do rekomendacji zatrudnienia w BSH wśród znajomych – w ramach tych programów można otrzymać gratyfikację finansową.

Spółka zatrudnia w Polsce ponad 6 tys. osób i liczba ta wciąż rośnie. Pod koniec 2018 r. zatrudnienie we wszystkich ośrodkach BSH na świecie wynosiło 61 tys. pracowników.



**Paweł Adamowicz, dyrektor fabryki suszarek do ubrań BSH w Łodzi**

#### **NOWOCZESNY DOM, CZYLI HOME CONNECT**

W 2014 r. firma BSH wdrożyła system Home Connect – największą cyfrową platformę dla AGD działających w sieci. Jest ona obecnie dostępna w 34 krajach. W Polsce konsumenci mogą skorzystać z tego rozwiązania w pralkach, suszarkach do ubrań, zmywarkach, piekarnikach, okapach, płytach grzewczych, ekspresach do kawy i chłodziarkach. Na przyszły rok zaplanowane jest dołączenie nowych krajów i partnerów. Konsumenci będą mogli wybrać, z jakiego kanału chcą skorzystać, aby połączyć się z Home Connect – może to być aplikacja, obsługa głosowa, program Facebook Messenger lub akcesoria, np. smartwatch Fitbit. Home Connect umożliwia sprawne wejście w świat dodatkowych usług. Możliwości „połączonego domu” są zaskakujące – za pomocą aplikacji można wysłać przepis prosto do piekarnika, sprawdzić, czy pranie jest już zakończone albo sprawić, aby zmywarka zamówiła tabletki do mycia naczyń przed wyczerpaniem zapasu.

Nowe technologie wyznaczają kierunek dalszego rozwoju BSH. W ubiegłym roku firma utworzyła specjalny dział odpowiedzialny za technologie cyfrowe, a na badania i rozwój przeznacza znaczne kwoty. W 2018 r. wydatki spółki na działalność badawczo-rozwojową wzrosły o 8,2 proc. w porównaniu z 2017 r. Ostatecznie osiągnęły rekordowe 673 mln euro! Ponadto firma rozwija program akceleracyjny Future Home, uruchomiony wspólnie z firmą Techstars, oraz inicjatywę BSH Start-up Kitchen. Głównym celem programu akceleracyjnego jest identyfikacja i rozwój innowacyjnych usług cyfrowych dla konsumentów wspólnie z wybranymi start-upami. ●

ANNA KRAWCZYK, MALWINA WADAS

# Młodzi na start

Aż 1,3 tys. projektów, prawie 320 profesjonalnych modeli biznesowych i ponad 250 funkcjonujących firm – to statystyki dotychczasowych edycji konkursu „Młodzi w Łodzi – Mam Pomysł na Start-up”. Finał 11 edycji, w której wybrano najlepsze łódzkie start-upy, miał miejsce 11 października 2019 r.

W rywalizacji wzięło udział 35 innowacyjnych pomysłów z branży medycznej, biotechnologicznej, informatycznej, artystycznej oraz kreatywnej. Oprócz nagród finansowych uczestnicy rywalizowali o liczne nagrody rzeczowe i usługowe, w tym inkubację, przestrzeń biurową, doradztwo, obsługę księgową czy specjalistyczne szkolenia z zakresu przeprowadzania efektywnych kampanii promocyjnych start-upów. Partnerzy strategiczni konkursu to Politechnika Łódzka, Uniwersytet Łódzki oraz Akademia Sztuk Pięknych w Łodzi, a celem przedsięwzięcia jest łączenie młodych przedsiębiorców z potencjalnymi kontrahentami oraz inwestorami.

## MILIARD DOLARÓW W ZASIĘGU RĘKI

W tym roku po raz drugi w historii wydarzenia można było zaprezentować projekt przedstawicielom funduszy Venture Capital.

– W porównaniu z rokiem ubiegłym widać większe zaangażowanie zespołów. Projekty są bardziej dopracowane i mają większy potencjał rozwojowy. Kilka zespołów, które prezentowało się w zeszłym roku, kontynuowało inkubację. Widać postęp, a to bardzo istotne – mówi Jan Bocian, RDS Fund Ltd, New Promised Land Seed Fund. – Ponadto Łódź to wyjątkowe miasto w Europie, które może przyciągać aktywnych i przedsiębiorczych ludzi podobnie jak w okresie swego największego rozkwitu.

Podczas VC Speed Dating odbywały się indywidualne rozmowy z inwestorami. Większość funduszy ukierunkowuje swoją działalność na określone branże gospodarki. Największym powodzeniem cieszą się projekty z sektora life science, healthcare, biotechnologii, gospodarki niskoemisyjnej oraz nowych technologii, bo te można szybko kalibrować w skali globalnej. W Łodzi zaprezentowano 15 projektów z różnych branż.



– Jesteśmy funduszem typu General List, więc przyglądamy się wszystkim projektom, bez względu na sektor działalności i typ rozwiązań, np. soft lub hardware. Interesują nas projekty oparte na unikatowej technologii, dającej przewagę na rynku – mówi Paweł Maj z funduszu bValue VC.

Dotychczas fundusz inwestował w spółki softwarowe dla sektora B2B na wstępnym etapie rozwoju: budowania prototypu lub produktu, komercjalizacji czy pozyskiwania pierwszych klientów.

– Udział w każdym takim wydarzeniu to dla nas szansa na nawiązanie kontaktów i zbudowanie relacji z właścicielami start-upów. Zaprezentowano bardzo różne projekty, a tym, co je łączyło, był wstępny etap rozwoju – dodaje Paweł Maj.

Sukces przedsięwzięcia określa nie genialność pomysłu, ale determinacja zespołu. Nawet najlepszy pomysł bez zaangażowania twórców nie ma szansy powodzenia.

– Inwestując w projekty z branży life science, gdzie bardzo ważna jest faza badawczo-rozwojowa, bierzemy pod uwagę poziom innowacyjności, skalowalności produktu, potencjał rynkowy i model biznesowy. Oceniamy jednak nie tylko technologie, ale i zespół projektowy, który musi mieć niezbędne kompetencje do prowadzenia firmy, umieć uzasadnić koszty, przedstawić harmonogram realizacji i założenia czasowe – mówi Ernest Wawryniuk z Infini.

Amerykańska National Science Foundations (NSF) dla zwiększenia komercjalizacji projektów badawczo-rozwojowych opracowała i wdrożyła model I-Corbs, który zakłada bardzo intensywny 9-12 tygodniowy system inkubacji zespołów projektowych. Wdrażana z sukcesami od 2012 r. metodyka, dotycząca projektów na wczesnym etapie rozwoju, znacznie przyspieszyła weryfikację



### Michał Śmiechowicz, dyrektor Biura Rozwoju Gospodarczego i Współpracy Międzynarodowej Urzędu Miasta Łodzi

Konkurs „Młodzi w Łodzi – Mam Pomysł na Start-up” ma ogromne znaczenie dla strategii rozwoju miasta i wpisuje się w jej założenia. Pracujemy nad tym, aby Łódź była miastem nowoczesnym, dynamicznym, kreatywnym i coraz bardziej świadomym swojej wysokiej wartości. Miejscem, w którym mieszkańcy czują się dobrze, a firmy działają w otoczeniu wspomagających ich rozwój. Co więcej, zależy nam również na tym, aby do Łodzi przybywali nowi mieszkańcy, dlatego stawiamy na rozwój gospodarczy i chcemy zaoferować jak najlepsze warunki dla rozwoju firm z całego kraju, zarówno start-upów, jak i międzynarodowych koncernów.

Dzięki takim inicjatywom młodzi przedsiębiorcy otrzymują wsparcie w rozwoju biznesu nie tylko w Polsce, ale mają szansę na zaistnienie na światowych rynkach. Oprócz konkursu organizujemy wyjazdy zagraniczne dla przedsiębiorców, m.in. do Izraela i Finlandii, które obfitują w nowe kontakty biznesowe. Ponadto Łódź jest gospodarzem międzynarodowych konferencji, dzięki czemu miasto odwiedzają inwestorzy, którzy poszukują innowacyjnych pomysłów, i nawiązują współpracę ze start-upami. Aktywizujemy się więc w tych dziedzinach, w których rozwijają się start-upy, m.in. biotechnologii, IT, robotyce, automatyce, aby stworzyć im nowe możliwości rozwoju.

Konkurs „Młodzi w Łodzi – Mam Pomysł na Start-up” ma już swoje stałe miejsce w kalendarzu łódzkich imprez, a z roku na rok widać ogromny postęp w jakości zgłaszanych pomysłów. Z pewnością wydarzenie to nie istniałoby bez partnerów. W tegorocznej edycji uczestniczyło ich ponad 70. Wśród nich ważne miejsce zajmują partnerzy strategiczni – Uniwersytet Łódzki i Politechnika Łódzka, a także fundatorzy nagród finansowych, którzy, oprócz środków na rozwój, oferują laureatom wsparcie mentoringowe, pomoc księgową czy akceleracyjną. To właśnie niebawem zaangażowanie partnerów sprawia, że ten konkurs ma sens i renomę. Co roku wzbogacamy też program o nowości, aby nie popaść w rutynę. Przyszłoroczna edycja z pewnością więc zaskoczy uczestników.

możliwości rozwoju biznesu przez co najmniej dwuosobowe zespoły.

– Chcemy przenieść amerykańskie doświadczenia na polski rynek, wdrożyć i rozwijać system. Przedsiębiorczość to stan umysłu, wymaga pracy i determinacji w krótkim czasie. To weryfikuje, czy współpracownicy – przyszli partnerzy w rozwijanym przedsięwzięciu – chcą ze sobą pracować oraz traktują je nie tylko i wyłącznie jako kolejne zadanie do wykonania. Służy to wychyceniu najbardziej zdeterminowanych zespołów, które mają później szansę na pozyskanie kolejnych inwestorów. Bo przecież oprócz determinacji do ciężkiej pracy, pomysłu na innowacyjny biznes, potrzeba kapitału – dodaje Jan Bocian.

W Polsce jest zarejestrowanych ponad 2,5 mln firm, ale niewiele z nich to start-upy. Tym mianem możemy nazwać projekt, który tworzy innowację produktową, technologiczną czy procesową, adaptuje i wdraża rozwiązania do nowych sektorów w innowacyjny sposób, o którym nikt wcześniej nie pomyślał, a jednocześnie buduje firmę, która jest skalowalna i będzie szybko tworzyć udział w rynku.

– Patrząc na amerykańską definicję, powiedziałbym, że start-up to firma, która w ciągu kilku lat jest w stanie zbudować przychód rzędu miliarda dolarów albo do uzyskania kapitalizacji – wyceny na takim samym poziomie. Biorąc to pod uwagę, ważny jest więc nie tylko sam pomysł, ale jego wykonanie; czy mamy do czynienia z zespołem, który jest w stanie zbudować relacje z dostawcami i klientami z branży, ekosystemu, w którym działa – podsumowuje Paweł Maj.

Czy rozmowy przeprowadzone w Łodzi przyniosą dalsze rezultaty, czas pokaże. Na pewno będą potrzebne dodatkowe spotkania ze wszystkimi członkami zespołów.

– Czekamy na reakcje poszczególnych start-upów na nasze pierwsze spotkanie, a następnie będziemy weryfikować, jak szybko uzyskamy odpowiedzi na pytania. Musimy mieć pewność, że mamy do czynienia z przedsiębiorczym zespołem i przemyślanym autorskim projektem z potencjałem na globalnym rynku – podsumowuje Jan Bocian.

Prezentujemy wybranych laureatów konkursu „Młodzi w Łodzi – Mam Pomysł na Start-up”.

### MOCNI W DŹWIĘKU

Soundsitive Studio to dziewięć osób, które same o sobie mówią, że dźwięk jest ich pasją i sposobem na życie. Tworzą go: Klaudia Stokowska, Filip Koszłaga,



### Hani Asfour, dziekan w Instytucie Designu i Innowacji w Dubaju (Dubai Institute of Design and Innovation – DIDI)

W Dubaju koncentrujemy się na poszukiwaniu innowacyjności w każdej dziedzinie życia, dlatego z myślą o rozwoju talentów powstał nasz instytut. Innowacje potrzebują współpracy sektora rządowego, uczelni i biznesu. Wychodzimy też poza nasze granice, stąd przyjąłem bardzo interesujące zaproszenie do Łodzi. Chcemy znaleźć platformę do współpracy pomiędzy uczelniami i rozpocząć wymianę studentów.

Konkurs „Młodzi w Łodzi”, organizowany przez Urząd Miasta Łodzi przy wsparciu instytucji naukowych i biznesu, ma na celu wzmocnienie innowacyjności wśród młodych ludzi. Jest tym, na czym skupiamy uwagę w Dubaju. To cieszy, bo widzę możliwości współpracy – zbudowania pomostu łączącego nasze działalności.

Z tego co zaobserwowałem, wynika, że w Polsce liderem i promotorem innowacji stają się uczelnie. To dobry znak! Potrzeba jednak jeszcze większej współpracy nauki z przemysłem, a nawet kooperacji wydziałów w obrębie tej samej uczelni, ponieważ innowacją staje się łączenie. Zauważyłem to, gdy zasiadałem w jury konkursu na innowacje, zorganizowanego przez jedną z wiodących marek samochodowych. To pewnego rodzaju nowa filozofia życia i tworzenia. Na czym polega? Od czasów oświecenia nauczyliśmy się myśleć w sposób linearny. Nauka i myślenie racjonalne zwykle odrzucają wszystko, co nie pasuje do pewnego logicznego zrozumienia. Projektanci poprzez *design thinking* mogą się wznieść poza te arbitralne granice. Działamy w sposób lateralny – łączymy rzeczy, które na pierwszy rzut oka nie mają ze sobą nic wspólnego. Na przykład w oświeceniu opracowaliśmy drzewa wiedzy, które reprezentują różne dziedziny nauki. Poszczególne gałęzie są połączone z pniem, ale nie ze sobą nawzajem. Mimo wszystko to połączenie, jak wiemy dzisiaj, choć nie wprost, jednak istnieje. O tym właśnie traktuje myślenie lateralne. Musimy umieć łączyć rzeczy, które wydają się nie być połączone w logiczne ramy. Gdy tworzymy, powinniśmy wyjść poza logikę i strefę komfortu. Na tym właśnie polega innowacyjność!

Przy tworzeniu start-upów należy wierzyć w swój pomysł, ale także mieć w sobie pokorę, by zaakceptować krytykę. Czasami obawiamy się jej, ponieważ chcemy chronić projekt. Zupełnie niepotrzebnie, ponieważ im więcej dzielisz się z innymi, tym szybciej uzyskasz efekt. Dzięki zaufaniu i empatii, szczególnie jeśli pochodzą od odbiorców twojego produktu, wynik końcowy będzie lepszy.

Maciej Sztąberek, Michał Grzelak, Hubert Tymiński, Małgorzata Kozak, Kornel Nocoń, Marek Pietrasik i Henryk Sirecki.

– Uzupełniamy się, ponieważ każdy z nas ma umiejętności pozwalające na wykonywanie zadań związanych z danym projektem. Od tworzenia scenariuszy i konceptów słuchowiskowych, przez aktorstwo głosowe, reżyserię dźwięku i umiejętności techniczne, takie jak realizacja dźwięku i montaż, aż po kwestie związane z promocją i marketingiem – przedstawia zespół Klaudia Stokowska.

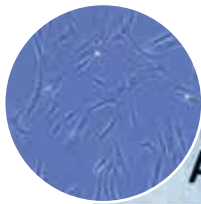
Start-up zajmuje się kompleksową produkcją słuchowisk tradycyjnych, nagrywanych w studiu, jak i tych wystawianych na żywo przed publicznością. Drugim aspektem jego działalności jest komercyjna realizacja dźwięku.

Pracę nad Soundsitive Studio rozpoczęto w 2016 r. jako zadanie na zaliczenie przedmiotu na studiach, a 1 stycznia 2017 r. powstał kanał na YouTube, na którym opublikowano pierwsze słuchowiska. Rok później twórcy projektu dostali propozycję od Mariusza Lewego, dyrygenta Chóru dla (nie)opornych, wystawienia wraz z jego zespołem dwóch słuchowisk na żywo na podstawie prozy Lovcrafta w Filharmonii Łódzkiej. Ta realizacja spotkała się z dużym zainteresowaniem mediów i publiczności. Rozpoczęto także nagrania felietonów dla magazynu kulturalnego „Kalejdoskop”, czytanych przez takich artystów jak Grażyna Błęcka-Kolska, Andrzej Poniedziałki, Zbigniew Zamachowski, Bronisław Wrocławski czy Kamil Maćkowiak. Na początku 2019 r. start-up podjął współpracę ze Stowarzyszeniem Łódzkie Hospicjum dla Dzieci Łupkowa, tworząc podkład lektorski do kampanii związanej z przekazaniem 1 proc. podatku. A we wrześniu wystawił w filharmonii „Straszny Dwór” Stanisława Moniuszki jako kolejne słuchowisko na żywo.



Słuchowisko i opera na jednej scenie Filharmonii Łódzkiej. Soundsitive Studio odpowiadało za opracowanie warstwy literackiej i przygotowanie aktorów





Soundsitive Studio nagrodę w konkursie „Młodzi w Łodzi” traktują jak szansę na rozwój.

– Obecnie jesteśmy na etapie wprowadzania w życie tego wszystkiego, czego nauczyliśmy się podczas przebiegu konkursu, co z pewnością pomoże nam rozwinąć skrzydła. Wygrane pieniądze chcemy przeznaczyć na zakup potrzebnego sprzętu. Z kolei prawo do rezydencji w Fabryce Sztuki pozwoli nam bardziej zaistnieć w świecie łódzkiej kultury oraz nawiązać współpracę z wieloma wartościowymi projektami związanymi z Art\_Inkubatorem – mówi Maciej Sztąberek.

### ZAAWANSOWANY BIOREAKTOR

Zespół Akrimtech tworzy siedem osób: Aleksandra Ziemińska-Stolarska, Robert Adamski, Kamil Kamiński, Ireneusz Zbiciński, Ireneusz Majsterek, Michał Tylman i Maciej Jaskulski. To nie tylko naukowcy, ale także specjaliści konstruktorzy i osoby odpowiedzialne za proces modelowania matematycznego, których celem jest usprawnienie procesu namnażania komórek macierzystych poprzez przeprowadzenie badań przemysłowych oraz prac rozwojowych, a efektem tych prac będzie bioreaktor Steemore – innowacja produktowa w skali światowej.

– Bioreaktor to sterowany automatycznie obieg zamknięty, w którym odbywać się będzie namnażanie komórek macierzystych w jednorazowych wkładach, a dzięki stałości warunków (m.in. temperatury, pH, stężenia CO<sub>2</sub>, stężenia glukozy, kwasu mlekowego) skróci się czas namnażania do pożądanej jakości preparatu. Bioreaktor wyposażony będzie w powierzchnie hodowlane jednorazowego użytku wytworzone w technologii druku 3D – mówi Aleksandra Ziemińska-Stolarska.

Spółka została założona w lutym 2019 r., natomiast badania prowadzone są od ponad roku. W tym czasie przetestowano materiały, z których wykonany będzie wkład bioreaktora, przeprowadzono modelowanie matematyczne, umożliwiające zaprojektowanie jego optymalnego kształtu. Akrimtech uzyskała także finansowanie z PARP, dzięki któremu w przyszłym roku powstaną trzy prototypy urządzeń Steemore – będą

one testowane przez trzy niezależne instytuty naukowo-badawcze w Polsce.

– W ramach konkursu „Młodzi w Łodzi” otrzymaliśmy wsparcie od Bruno Maineulta, z firmy Proteon Pharmaceuticals, który pomógł nam stworzyć model biznesowy i pokazał, jak powinny wyglądać kolejne kroki do osiągnięcia upragnionego celu, jakim jest powszechny dostęp do nowoczesnych i w pełni bezpiecznych metod leczenia chorób z wykorzystaniem komórek macierzystych. Nagrodę chcielibyśmy przeznaczyć na szerszą promocję nie tylko w Polsce, ale także poza jej granicami. Dzięki uczestnictwu w konkursie wzięliśmy udział w wartościowych szkoleniach i spotkaniach z osobami mającymi duże doświadczenie w rozwoju start-upów. Była to świetna lekcja praktyczna, dzięki której zdobyliśmy wiedzę potrzebną do budowania marki – mówi Aleksandra Ziemińska-Stolarska.

Podczas tegorocznej XI edycji konkursu „Młodzi w Łodzi” Akrimtech został laureatem nagrody głównej Prezydenta Miasta Łodzi.

### INNOWACJĄ W CZAD I SMOG

Zespół aleCZAD noSMOK tworzą dr inż. Jagoda Lazarek i dr inż. Mateusz Lazarek. Prywatnie rodzeństwo, a zawodowo współpracownicy, którzy stworzyli mobilne urządzenia wykrywające czad, smog (pyły PM1.0, PM2.5, PM10) oraz inne substancje (propan, butan, izobutan, metan, wodór, etanol). Korzystają one z łączności bezprzewodowej, w tym 5G, w celu integracji z centralnym systemem monitorowania i alarmowania (aplikacja), stosując algorytmy sztucznej inteligencji do prognozowania zagrożenia. Start-up w ciągu roku planuje komercjalizację dwóch urządzeń, różniących się rozmiarem oraz spektrum wykrywanych substancji. LifeBand to mniejsza wersja urządzenia, w formie opaski, do noszenia np. na rękę. LifeBox to niewielkie pudełko, które można przymocować do odzieży,



aleCZAD noSMOK – dr inż. Jagoda Lazarek

plecaka, kasku, roweru, samochodu lub postawić na półce w pomieszczeniu. Urządzenia te znajdują zastosowanie w domach, fabrykach, w trakcie podróży, na łódkach czy w samochodach, a także w miejscach publicznych czy podczas imprez masowych.

– Pomysł na projekt zrodził się na przełomie stycznia i lutego. Liczne informacje o tragediach spowodowanych zatruciem czadem skłoniły nas do przemyśleń i pracy... Zaczęliśmy od rozwoju koncepcji i projektowania, później dobrać odpowiednie komponenty i czujniki, zaprojektowaliśmy i wydrukowaliśmy obudowy. Następnie rozpoczęliśmy budowę pierwszych wersji prototypów. Dziś mamy działający prototyp, który reaguje sygnałami świetlnymi i dźwiękowymi na zagrożenia – mówi Jagoda Lazarek.

Kolejne etapy prac to udoskonalenie i testowanie prototypów, budowa urządzeń gotowych do sprzedaży i ich certyfikacja. Równolegle do rozwoju samych urządzeń, firma będzie pracować nad aplikacją monitorującą i alarmującą.

– Udział w programie „Młodzi w Łodzi – Mam Pomysł na Start-up” to dużo pracy i nauki. Niesamowicie wartościowy był dla nas kontakt z mentorem Adamem Trojańczykiem i szereg ciekawych warsztatów o tematyce biznesowej. Nawiązaliśmy wiele interesujących kontaktów i niewykluczone, że z kilkorgiem z poznanych osób podejmiemy współpracę. Nagroda finansowa pokryje koszt budowy prototypów zainwestowanych ze środków własnych, pakiet konsultacji od Moratex pomoże w promocji i komercjalizacji projektu, a udostępniona przestrzeń do pracy przez CO\WALK ułatwi spotkania zespołu – mówi Jagoda Lazarek.

### OPAKOWANIA W DUCHU ZERO WASTE

Zespół Corkoration tworzą Ela Kosiorek, założycielka i główna pomysłodawczyni projektu, oraz Paulina Kubicz, wspierająca ją swoją kreatywnością i zaangażowaniem bez przerwy, od fazy koncepcyjnej aż do teraz. Start-up dąży do opracowania biokompozytu, który będzie realnie biodegradowalny i kompostowalny nie tylko w warunkach przemysłowych. Z uzyskanego materiału firma planuje wytwarzać innowacyjne, ekologiczne opakowania dla branży kosmetycznej. Projekt powstał z połączenia fascynacji zrównoważonym rozwojem w branży kosmetycznej w duchu zero waste i podróży Eli Kosiorek szlakami Portugalii – niekwestionowanej stolicy korka. Choć plan był na bardzo wczesnym etapie, już wtedy wzbudził zainteresowanie, a Corkoration znalazło



Corkoration, od lewej: Ela Kosiorek, Paulina Kubicz

się wśród dziesięciu start-upów w europejskim finale konkursu Sephora Stands. Dziś za twórczyniami projektu są takie etapy, jak: rozpoznanie kluczowych problemów dotyczących opakowań w branży kosmetycznej, definicja celu biznesowego, stworzenie profilu klienta, modelu sprzedaży i określenie kanału dystrybucji produktów, przegląd i analiza obecnie dostępnych oraz stosowanych na rynku kosmetycznym rozwiązań dotyczących opakowań i materiałów, z których są wykonane. Powstały też pierwsze prototypy form opakowań stworzone w technologii druku 3D, prace nad ich ergonomią i funkcjonalnością.

– Zgłoszenie do konkursu było doskonałą decyzją. Spotkania z nieocenionym mentorem Witem Buraczyńskim oraz liczne szkolenia otworzyły przed nami nowe horyzonty i znacząco przyspieszyły prace. Konkurs generował także mnóstwo okazji do spotkań z inspirującymi ludźmi, w tym z samymi uczestnikami, a także pomógł uzupełnić wiedzę biznesową i rozszerzyć sieć kontaktów. Nawiązały się nowe przyjaźnie i pojawiły pomysły na współpracę między start-upami. Szczególnie pozytywnie oceniam cykl szkoleń PitchLab, prowadzonych przez Ewę Strzyżewską, która profesjonalnie przygotowała nas do wystąpień publicznych, w tym finałowej prezentacji. Wyróżnienie, a tym samym znalezienie się w gronie laureatów konkursu dało nam wiele satysfakcji. Nasz wkład pracy oraz sama idea zostały zauważone i docenione przez doświadczonych specjalistów z różnych środowisk. Nagrodę traktujemy przede wszystkim jako zobowiązanie wobec tych, którzy nam zaufali i wierzą w nasz projekt – mówi Ela Kosiorek.

Do końca 2019 r. prace Corkoration będą koncentrować się na dokładnym opracowaniu technologii, wyprodukowaniu serii próbnej produktu, testach z udziałem potencjalnych użytkowników oraz badaniach laboratoryjnych. ●



# Gazela przemysłu włókienniczego

Około 44 tys. m<sup>2</sup> powierzchni produkcyjnej, ponad 280 pracowników oraz zaplecze laboratoryjne opracowujące innowacyjne rozwiązania. Tak w skrócie można scharakteryzować działalność Zakładu Włókienniczego BILIŃSKI, który jest jedną z największych firm usługowych w przemyśle włókienniczym w Europie. O ofercie, najnowocześniejszych technologiach, dbałości o środowisko i sztuce z KAMILEM BILIŃSKIM, współwłaścicielem firmy, rozmawia Katarzyna Jóźwik.

## **Jak długo działa Państwa zakład?**

Początki firmy sięgają 1991 r., kiedy została otworzona jej pierwsza siedziba w Łodzi. Założycielem jest mój ojciec, Waldemar Biliński. Z biegiem czasu, rozwojem przedsiębiorstwa i po zakupie dodatkowej farbiarni z zagranicznym kapitałem w 2009 r. produkcja została przeniesiona do Konstantinowa Łódzkiego, gdzie teraz mieści się nasza główna siedziba.

## **Skąd pomysł na taką działalność? Czy Pana ojciec miał doświadczenie w branży włókienniczej?**

Moi rodzice, tak jak większość Łódzian, pracowali w dużych zakładach włókienniczych i byli związani z tym przemysłem przez całe swoje życie. W wyniku zmian ustroju politycznego w Polsce większość zakładów z tej branży upadła. Każdy, kto miał choć mały kapitał i chęci, próbował otworzyć własną działalność, aby zapełnić lukę, jaka pojawiła się wówczas na rynku pracy.

## **Jaki wachlarz usług Państwo oferują? Czy druk cyfrowy na tkaninach jest jedną z podstawowych usług?**

Nasza główna działalność związana jest z wykańczaniem, barwieniem, bieleniem oraz praniem wszelkiego rodzaju materiałów włókienniczych. Druk cyfrowy jest usługą uzupełniającą. Mimo to jest dość istotny dla naszej działalności. Wprowadzając go sześć lat temu, byliśmy pierwszą firmą w Polsce i jedną z pierwszych w Europie Wschodniej świadczącą tego rodzaju usługę. Obecnie jesteśmy w stanie wyprodukować 90 ton asortymentu miesięcznie, natomiast jeśli chodzi o moce przerobowe całego zakładu, są one w tej chwili szacowane na ok. 880 ton.

## **Pracują Państwo wyłącznie na materiałach dostarczonych przez klientów?**

Tak, zgadza się. Nie wytwarzamy dzianin i tkanin, natomiast świadczymy usługi produkcyjne związane z ich obróbką, czyli barwieniem, bieleniem, drukowaniem czy uszlachetnianiem.

## Do jakiej grupy klientów kierują Państwo swoją ofertę?

Usługę dedykujemy podmiotom z szeroko rozumianej branży tekstylnej, ale nie tylko. Obsługujemy zarówno małe szwalnie, jak i duże światowe koncerny (np. Ikea, Boeing). Naszym klientem może zostać firma projektująca odzież dla dzieci, ale także potentat meblarski, który produkuje tapicerowane fotele. Jako przedsiębiorstwo usługowe stawiamy na jakość i szybkość realizacji zlecenia. Przywiązujemy też dużą wagę do tego, aby oferta, którą kierujemy do konkretnego klienta, była skrojona na miarę, odpowiednio do jego potrzeb.

## Obsługują Państwo zarówno klientów krajowych, jak i zagranicznych?

Oczywiście, ok. 60 proc. naszych klientów pochodzi z różnych krajów Europy. Obsługujemy firmy z takich krajów, jak np. Niemcy, Łotwa, Estonia, Rosja, Norwegia, Szwecja czy Dania. Spora część klientów trafia do nas, ponieważ ktoś polecił nasz zakład jako sprawdzoną, zaufaną firmę.

## W 2018 r. znaleźli się Państwo w rankingu Gazele Pulsu Biznesu, czyli w gronie najdynamiczniej rozwijających się firm. Jakiej dziedziny dotyczy ten rozwój?

Historia naszego zakładu to historia ludzi i idei. Nasze podejście do ochrony środowiska, jakości technologii, szybkości realizacji usługi cały czas sprawiają, że odnotowujemy duży wzrost naszej produktywności. Oczywiście ten rozwój w dużej mierze jest możliwy za sprawą funduszy unijnych, z których korzystamy od lat. Dzięki nim bardzo szybko wdrożyliśmy nowe technologie i usługi, rozszerzyliśmy ofertę oraz dostosowaliśmy ją do potrzeb światowego rynku.

## Jedną z inwestycji zrealizowaną dzięki funduszom jest usługa ekobarwienia w oparciu o zautomatyzowany obieg solanki. Na czym ona polega?

Zasolenie ścieków stanowi ogromny problem globalny. Branża włókiennicza również się z tym boryka. Dlatego należy opracowywać możliwie najskuteczniejsze rozwiązania technologiczne, aby temu problemowi zaradzić. Jako pierwsza firma na świecie stworzyliśmy zamknięty obieg ścieków włókienniczych. Dzięki temu 50 proc. ścieków po oczyszczeniu wykorzystujemy jako świeżą wodę procesową. Solankę z procesów barwienia oczyszczamy za pomocą wysokowydajnej instalacji opartej na zastosowaniu elektroprocesów. W dalszej kolejności następuje oczyszczanie na systemach membranowych i ponowne wykorzystanie wody. Pozwala to na zredukowanie ok. 30-40 proc.



Obsługujemy zarówno małe szwalnie, jak i duże światowe koncerny (np. Ikea, Boeing)

konsumpcji soli w produkcji, co przekłada się na 30-40 ton tego produktu miesięcznie. Jeśli chodzi o sam proces barwienia ekologicznego, polega on na doborze środków chemicznych maksymalnie biodegradowalnych. W procesie barwienia ekologicznego jesteśmy w stanie zużyć do 50 proc. mniej wody i soli, a tym samym zmniejszamy negatywne oddziaływanie na środowisko.

## Skąd pomysł na własną oczyszczalnię ścieków produkcyjnych?

Idea ta narodziła się w 2009 r. po przeniesieniu zakładu do Konstaktynowa Łódzkiego. Postanowiliśmy, że będziemy próbować zmniejszać konsumpcję wody w procesach farbiarskich. Żadnemu światowemu ośrodkowi naukowemu, który w latach 90. tworzył pilotażowe systemy oczyszczania ścieków, nie udało się zbudować układu zamkniętego na skalę przemysłową. Co więcej, żadna zewnętrzna firma nie chciała przyjąć od nas zlecenia na opracowanie koncepcji takiego systemu. Dlatego też od 2008 r. zacząłem kształcić się w zakresie inżynierii środowiska. Po dwóch latach prac naszych laboratoriów opracowaliśmy całkowicie koncepcyjnie innowacyjną oczyszczalnię. Myślę, że błędem popełnianym przez jednostki naukowe mogła być próba oczyszczenia ścieków ze wszystkich zanieczyszczających składników na raz i ponowne wykorzystanie wody oczyszczonej.



50 proc. ścieków po oczyszczeniu wykorzystujemy jako świeżą wodę procesową

Jej parametry były wprawdzie dobre, jednak nadal zawierała część środków inhibitujących. Mnie udało się laboratoryjnie odseparować odpowiednie strumienie ścieków, które nie zawierały tych związków i tym samym nie zakłócały procesów ich biologicznego oczyszczania. Wykorzystując naszą istniejącą infrastrukturę, stworzyliśmy innowacyjną linię odnowy wody opartą na połączeniu metod biologicznego oczyszczania, filtracji membranowej i ozonowania. Dzięki zastosowaniu systemów oczyszczania i recyklingu o wydajności ok. 40 m<sup>3</sup>/h aż 50 proc. wody procesowej może być utrzymywane w obiegu zamkniętym.

**Wspomniał Pan o laboratoriach. Czy to oznacza, że Państwa zakład to prawdziwe centrum badawcze?**

Tak, posiadamy dwa laboratoria: jednostkę badawczo-rozwojową oraz laboratorium metrologiczne. W obu zatrudniamy ok. 16 wysoko wykwalifikowanych specjalistów, w tym dwóch pracowników ze stopniem doktora nauk technicznych. Jesteśmy w stanie przeprowadzić ponad 50 różnych analiz wykonywanych na materiałach tekstylnych.

**Jaki jest cel tak szerokiej działalności Państwa zakładu?**

Przede wszystkim poszukiwanie innowacyjnych rozwiązań związanych z ochroną środowiska. Nie tylko zmniejszamy przy tym negatywne

oddziaływanie na przyrodę. Osiągamy także znaczne oszczędności dla firmy. Pomimo rosnących cen wody, ścieków, prądu czy gazu jesteśmy w stanie utrzymywać ich konsumpcję na stałym poziomie przy zwiększającej się produkcji. Przekłada się to na stabilność cen usług, co stanowi naszą przewagę konkurencyjną w branży. Korzyści płyną dla wszystkich stron – środowiska, naszych klientów i dla nas.

**Autorami niektórych oferowanych przez Państwa wzorów nadruku są artyści plastycy. Czy to oznacza, że otwierają się Państwo na sztukę?**

Jako firma włókiennicza przez 27 lat nie byliśmy bezpośrednio zauważalni w branży konfekcyjnej, ponieważ rozpoznanie naszego barwienia na wykorzystanych masowo materiałach jest niemożliwe. Natomiast wzór jest już swojego rodzaju dziełem z autorskim podpisem. Dzięki indywidualnym i rozpoznawalnym znakom szczególnym czy stylowi odbiorca jest w stanie skojarzyć projekt z naszą drukarnią czy projektantami, z którymi współpracujemy. W związku z tym, że prywatnie również interesuję się sztuką, powstała idea przeniesienia jej części na ubrania. Jeszcze do niedawna w modzie ulicznej królowały stonowane barwy. Najwyższa pora, aby sztuka zagościła na naszych ulicach. Dzięki współpracy z artystami w zakresie projektowania wzorów jest to możliwe. Oczywiście jest to produkcja niszowa. Natomiast mamy grono klientów, którzy chcą wyjść z czymś nietypowym na rynek. Właśnie dla nich powstała ta oferta, która nie tylko propaguje sztukę, ale również wspiera artystów, ponieważ 100 proc. opłaty manipulacyjnej od wykorzystanego wzoru trafia do jego autora.

**Państwa działalność łączy w sobie nowe technologie, dbałość o środowisko i sztukę. W jakim kierunku chcą Państwo podążać dalej? Jakie są Państwa plany na przyszłość?**

Zatrudniając już przeszło 280 osób, nie chcemy być więksi. Chcemy pozostać firmą rodzinną, ale jednocześnie innowacyjną, podążającą za aktualnymi trendami. Dlatego też skupiamy się na inwestycjach w park maszynowy i nowe technologie. Wszystko po to, aby być na bieżąco na rynku. Oczywiście cały czas pracujemy również nad rozwojem aspektu ekologicznego, ergonomią i poprawieniem wydajności całej firmy. Ponadto w dalszej przyszłości planujemy rozwój działu marketingowego.

**Dziękuję za rozmowę. ●**



Tatiana Czekalska, By Tati



Aleksandra Ozimek, Odio Tees

MALWINA WADAS, PRZEMYSŁAW GRZYB

# Showroom pełen mody

Nowe oblicze branży modowej, które promuje Forum Mody Polskiej Modopolis, stoi w kontrze do niskich finansowo, ale wysokich moralnie kosztów produkcji ubrań, mody sieciówkowej, której szybko zmieniające się trendy powodują nadprodukcję... Tu dyskutuje się i prezentuje modę świadomą, zaangażowaną, a jednocześnie czerpiącą z najlepszych tradycji projektowania i rzemieślniczych metod wykonania.

Ważnym punktem programu drugiej edycji Forum Mody Polskiej Modopolis była prezentacja wybranych przez Radę Programową marek w showroomie. Przedstawiamy kilku projektantów, właścicieli marek odzieżowych i producentów, którzy zaprezentowali swoje kolekcje podczas wydarzenia. To marki warte poznania!

## BY TATI

By Tati to autorska firma jednoosobowa, w której sama sobie sterem, żeglarzem i okrętem jest Tatiana Czekalska. Od czasów ukończenia studiów na Wydziale Projektowania Ubioru Akademii Sztuk Pięknych w Łodzi zajmuje się zawodowo projektowaniem ubioru. Wszystkie rzeczy sygnowane nazwą marki projektantka wykonuje osobiście w rytmie *slow*, z wegańskich i w większości roślinnych surowców. Wykorzystuje dzianiny unikatowe, dziane, barwione i malowane ręcznie. Większość strojów i dodatków szyje osobiście, ale część kolekcji, w myśl idei *upcycling*, stanowią rzeczy z drugiego obiegu, którym nadaje drugie życie.

– Pod marką By Tati eksperymentuję z formą, fakturą i kolorem, tworząc unikalne produkty dla miłośników rzeczy designerskich. Uważam, że wzory i kolory wyrażają same siebie, jak zanurzenie pędzla w farbie i zrobienie znaku na białym arkuszu. Szybka akcja, jasny, a jednocześnie nowy, instynktowny znak... – mówi o swoim stylu tworzenia Tatiana Czekalska.

Zrównoważone, etyczne i wegańskie ubrania to najlepszy opis kolekcji, którą projektantka zaprezentowała w showroomie wydarzenia.

– Moją filozofią jest moda zrównoważona, tworzenie marki, która ma sens i cel wykraczający poza zarabianie pieniędzy. Zamiast tego staram się zwiększyć dobrobyt ludzkości i całego życia na naszej planecie. W Modopolis biorę udział po raz drugi. Idee promowane przez to wydarzenie są moimi ideami, więc tym bardziej się cieszę, że ma ono coraz większy oddźwięk. To także fantastyczna okazja, by spotkać ludzi myślących podobnie, nawiązać kontakty i być częścią świata mądrzej, odpowiedzialnej mody z miasta o olbrzymiej tradycji włókienniczej – dodaje właścicielka firmy By Tati.

## ODIO TEES

Marka Odio Tees działa w branży odzieżowej od 2011 r. Od tego czasu jej kolekcje zachwyciły publiczność zarówno na krajowych, jak i zagranicznych pokazach, m.in. podczas Fashion Philosophy Fashion Week Polska, Mercedes Fashion Weekend Warsaw, Fashionclash w Maastricht czy Fashion Week Salone Della Moda Rotterdam.

– Odio Tees stawia na produkty nieulegające zmianom w trendach. Opiaramy się o filozofię *no waste*, wykorzystujemy niepotrzebne materiały, takie jak ścińki z krojowni czy tkaniny z wadami produkcyjnymi – tłumaczy Aleksandra Ozimek, projektantka i założycielka marki. – Długość życia naszych projektów



**Agnieszka Sierpowska-Bartosik, Remediumbag**

i wzorów jest nieskończona, ponieważ balansują one na granicy sztuki i mody.

Kolekcje marki to krótkie serie, do których produkcji wykorzystuje się naturalne i lokalne materiały – przede wszystkim bawełnę z łódzkich dziewiarni, przyozdabianą ręcznym, autorskim sitodrukiem. Dzięki temu każdy produkt zyskuje indywidualny i niepowtarzalny charakter. Takie podejście sprawiło, że marką oraz jej produktami zainteresowali się najwięksi twórcy i znane nazwiska świata mody, show-biznesu, a także szeroko rozumianych mediów – zarówno tych tradycyjnych, jak i nowych. Odio Tees współpracuje m.in. z choreografem i reżyserem Waldkiem Szymkowiakiem, z którym wspólnie realizuje pokazy mody, a także z Ramoną Rey, Komendrakiem, Sorry Boys oraz z osobowościami, takimi jak Jaga Hupało czy Michał Witkowski.

W showroomie Modopolis w kooperacji Odio x Cincio x Szumski z instalacją odzieżowo-wizualną pt. Out to lunch. Dodatki skrywane do kolekcji wykonała Ila Mak.

## REMEDIUMBAG

Pod marką, którą stworzyła Agnieszka Sierpowska-Bartosik, powstają głównie torby i torebki o charakterze miejskim. Ważnym elementem kolekcji są także akcesoria służące do wprowadzania ładunku w torbie – saszetki o różnych wielkościach, smycze na klucze, małe saszetki na dokumenty i telefon. Akcesoria są proste, przez co uniwersalne i mogą służyć samodzielnie, np. jako pokrowiec na tablet, telefon czy nawet jako biodrowka. Pojawiają się również krótkie serie innych akcesoriów – lniane chusty i szale, popularne worki, woreczki i torby na zakupy z lnianych lub materiałów odnalezionych, portmonetki czy okładki na notesy. Wszystkie materiały, z których powstają dodatki sygnowane przez Remediumbag, są wegańskie, a Agnieszka Sierpowska-Bartosik podkreśla, że na każdym etapie stara się trzymać standardów szeroko pojętej mody odpowiedzialnej i zrównoważonej. Od początku istnienia marki bierze

udział w akcji Fashion Revolution oraz w organizowanych cyklicznie przez stowarzyszenie Otwarte Klatki wydarzeniach Weganmania, promujących wegański styl życia.

– Torby i akcesoria Remediumbag są skierowane do wegan, wegetarian i osób zainteresowanych zmianami w modzie oraz branży odzieżowej. Marka jest z założenia miejska. Sama jestem miejską rowerzystką i tworzę produkty, które dobrze sprawdzają się w miejskim, ekologicznym życiu – mówi Agnieszka Sierpowska-Bartosik.

Ponadto tworząc markę lokalną, projektantka stara się również korzystać z usług firm lokalnych.

– Jeśli jakiegoś produktu nie znajduję w Łodzi, zaczynam szukać w innych miastach, ale z zasady nie sprowadzam materiałów z zagranicy. Świadomie korzystam z usług polskich dystrybutorów i dotyczy to rzeczy wyprodukowanych na naszym kontynencie, tak aby mieć wpływ na ślad węglowy produktów – dodaje.

W showroomie Modopolis marka Remediumbag zaprezentowała kolekcję Origami City, inspirowaną japońską sztuką składania papieru. Są w niej torby o prostych, ale niebanalnych, geometrycznych kształtach, uszyte ze specjalnego papieru do szycia, który można prać i prasować, brezentu lnianego oraz innych materiałów alternatywnych do skóry i konwencjonalnej bawełny.

## THE WRAP

Elementy odzieży wierzchniej, które wyróżniają się prostotą, użytkowością, naturalnością i klasycznym, ponadczasowym charakterem sygnowane przez markę The Wrap projektuje Marynia Konieczna. Od początku istnienia firmy, czyli od 2015 r., oferuje staranne konstrukcje podane w lekko nonszalanckim, minimalistycznym stylu. Wszystkie projekty wykonywane są z wysokiej jakości tkanin wełnianych, zawsze wykańczane ręcznie i dostępne tylko w krótkich, limitowanych seriach.



**Marynia Konieczna, The Wrap**



Agnieszka Dębecka-Murzyniak, CH-UNITY



Aleksandra Jendryka

– Filozofią marki jest rozwój stonowany, nie sztucznie stymulowany, aby wszystko, co jest oferowane, było pozbawione tymczasowego charakteru, szczerze, uczciwie i zgodne z tożsamością The Wrap – mówi Marynia Konieczna.

Poszczególne kolekcje, wykonywane przez lokalnych rzemieślników, uosabiają wielkomiejski styl uliczny zmieszany z kobiecym cool look. Współczesne, uniwersalne i pozasezonowe kroje są integralną częścią estetyki firmy. Całość kierowana jest do kobiet ceniących dobre krawiectwo interpretowane w nieco ekstrawagancki sposób. Uwagę przykuwa uniwersalność płaszczy – propozycje marki świetnie się prezentują zarówno z eleganckimi uniformami biurowymi, jak i z niezobowiązującymi stylizacjami na wieczór i specjalne okazje. Dzięki temu trwale wzbogacają szafę entuzjastek marki i ograniczają ślepe pogoń za trendami – można było się o tym przekonać, przymierzając je w showroomie Modopolis.

## CH-UNITY

CH-UNITY to marka dość młoda, która powstała w 2017 r., ale już zdążyła wyróżnić się na polskim rynku odzieżowym. Konceptualne stroje w stylu pomiędzy street a urban wear przygotowane są z myślą o osobach świadomych, ceniących wysoką jakość, nieszablonowy design i ponadczasowy styl, a nie chwilowe trendy. CH-UNITY to firma rodzinna, a jej pomysłodawczynią i główną projektantką jest Agnieszka Dębecka-Murzyniak. Absolwentka Łódzkiej Akademii Sztuk Pięknych była finalistką konkursu Złota Nitka w 2006 r. i współtwórczynią marki Cock'nbullstory.

– Szyjemy lokalnie, działamy globalnie. Mamy aspiracje zaistnieć na rynku międzynarodowym – mówi szefowa firmy.

Stąd też regularny udział w targach we Francji, Stanach Zjednoczonych oraz aktywne poszukiwanie zagranicznych klientów, głównie na rynku

amerykańskim, francuskim, włoskim oraz brytyjskim. Pod marką CH-UNITY powstały jak dotąd cztery kolekcje. Pierwszą i najważniejszą z nich jest bez wątpienia THE REASON, którą można uznać za manifest brandu. W swojej estetyce odwołuje się do symboliki poszukiwania zarówno własnej, jak i społecznej tożsamości. Kolejne kolekcje, opisywane jako następne rozdziały, są rozwinięciem bądź dopełnieniem kierunku, który marka obrała na początku drogi. Najnowsza kolekcja na sezon jesień/zima 2020/2021, która będzie wkrótce prezentowana, swoją nazwą Bakhita (z arab. szczęściara) nawiązuje do postaci oraz życiorysu świętej Józefiny Bakhity. Sudańskiej niewolnicy, która dzięki wielkiej wierze i determinacji nie utraciła swojego człowieczeństwa, tylko pielegnowała je wbrew wszelkim przeciwnościom.

## ALEKSANDRA JENDRYKA

Aleksandra Jendryka to zarówno nazwa marki odzieżowej, jak i imię i nazwisko projektantki, która ją stworzyła. Absolwentka Wyższej Szkoły Sztuki i Projektowania w Łodzi oraz Beijing Institute of Fashion Technology w Chinach chce, aby jej ubrania łączyły w sobie awangardowy design z pełną wartością użytkową. Stawia w projektowaniu na unikalność i podkreślenie indywidualności – na przekór otaczającej masowości wszystkiego. Projekty, które składają się na kolekcję, wykonane zostały w pojedynczych, własnoręcznie stworzonych egzemplarzach, co sprawia, że każda realizacja jest niepowtarzalna i unikatowa.

– W projektowaniu skupiam się na fakturalnych działaniach na tkaninie. Często swoje tkaniny przygotowuję ręcznie poprzez farbowanie, malowanie, wyszywanie czy drukowanie własnych zaprojektowanych wzorów – tłumaczy Aleksandra Jendryka. – Ważne jest dla mnie stosowanie różnych technik, łączenie ich i modyfikowanie, które pozwala na uzyskiwanie nowych form i struktur.





Mirka Dworak, Dvorus

Projektantka zafascynowana jest azjatyckim podejściem do designu. Jej kolekcja REBUBBLE inspirowana była chińską kulturą i stylem życia azjatyckich metropolii. Cała kolekcja wpisuje się w unikalny charakter pracy Jendryki – wszystkie projekty wykonane są ręcznie z zastosowaniem wielu technik, które wpływają nie tylko na fakturę, kolory czy zdobienia, ale też niezwykle istotną w azjatyckim designie przestrzenność. Całość została stworzona zgodnie z filozofią *design for low waste* – do produkcji kolekcji wykorzystano odpady materiałowe, resztki tkanin, a nawet odzież używaną. Ten projekt to ekologiczna inicjatywa, do której dołączyli znajomi, rodzina i przyjaciele, a także wielkie szwalnie.

## DVORUS

Dvorus to marka powstała dzięki inicjatywie dwóch przyjaciółek, Mirki Dworak i Magdaleny Trzaskowskiej. Obie pracowały wcześniej w modowej korporacji. Postanowiły się jednak odciąć od sztafpowego projektowania, presji rynku oraz komercji, czyli zjawisk, które, w ocenie projektantek, ograniczają kreatywność i ideę designu. Dla Dvorus moda to styl życia, dlatego marka podchodzi w ten sposób do projektowania. Z jednej strony, chce oferować kolekcje zgodne z najnowszymi trendami, a z drugiej, nie zapomina o klasycie, własnych fascynacjach i korzeniach.

– To, co proponujemy, to często klasyka wywrócona do góry nogami z nietypowymi projektami i nieoczywistymi konstrukcjami – mówi Mirka Dworak. – Dla nas krawiectwo to zabawa, miksowanie, budowanie całkiem nowych form odzieżowych, to swoistego rodzaju puzzle.

W zgodzie z tą filozofią powstały takie projekty jak spódnica wykonana z męskich koszul czy koszula z czterema rękawami, którą można nosić na wiele sposobów – dzięki temu staje się bardziej uniwersalna i wyjątkowa zarazem. Zabawa modą nie stoi jednak w sprzeczności z wartościami, takimi jak funkcjonalność



ID/FOR/FUN  
Ręcznie rzeźbione unikatowe posrebrzane pierścienie z pełnej bryły mosiądzu, kolekcja Moden Bricks

czy wysoka jakość, którymi charakteryzują się realizacje marki Dvorus. Od początku działalności, czyli od 2012 r., spółka współpracuje z lokalnymi artystami oraz rzemieślnikami. Tworzy z nimi wspólny front przeciw wszechobecnej unifikacji w designie i wielu innych dziedzinach życia. Obecnie przekłada się to np. na działalność związaną z aranżacją wnętrz, projektowaniem mebli i innych elementów wystroju pomieszczeń.

## ID/FOR/FUN

Partnerzy w życiu prywatnym i zawodowym, Magdalena Szadkowska i Jarosław Borek, tworzą markę ID/FOR/FUN. Ona jest projektantką biżuterii i ubioru, analitykiem trendów oraz projektantką obiektów artystycznych do wnętrz. On – rzeźbiarzem, grafikiem i wykładowcą na Akademii Sztuk Pięknych w Łodzi. Podpierając się trzema filarami dobrego projektowania – ideą, formą oraz funkcją, założyli w 2013 r. markę ID/FOR/FUN. Początkowo ich działania skupiały się wokół biżuterii, jednak już wtedy w tworzonych obiektach dało się zauważyć znamiona biżuterii i rzeźby. To, co dziś reprezentuje ten duet, to biżuteria, rzeźba oraz obiekty z przeznaczeniem do wnętrz.

– Ideą marki jest ponadczasowy minimalizm formy oraz wprowadzenie sztuki do życia codziennego. Projekty adresowane są do poszukiwaczy piękna w świecie współczesnym. Projekty ID/FOR/FUN odpowiadają na potrzebę estetyzacji otoczenia, zbudowania klimatu i harmonii zarówno we wnętrzu, jak i na ciele – mówi Magdalena Szadkowska.

Twórcy marki podkreślają, że jest ona silnie zakorzeniona w Łodzi.

– Oprócz tego, że Modopolis stanowi wspaniałą okazję do przypomnienia o swojej obecności na rynku projektowo-artystycznym, to również możliwość poznania inspirujących ludzi i dotarcia do kolejnych ciekawych projektów na arenie artystycznej oraz modowej mapie Polski – dodaje Jarosław Borek. ●

MALWINA WADAS

# Republika Wzorów

„Na początku roku 2018 przez Europę przeszła fala niepokoju. Obywatele zdecydowanie wyrazili sprzeciw wobec nijakości i przeciętności, która zawładnęła szafami Europejczyków. Początkowe, nieliczne protesty szybko przerodziły się w burzę niezadowolenia. To był początek wielkich zmian – początek Rewolucji Wzorów” – tak komunikuje się ze swoimi klientami i fanami w mediach społecznościowych Pani Prezydent Republiki Wzorów.

Karolina Krajda, czyli właścicielka i pomysłodawczyni marki Republic of Patterns, niedawno, bo zaledwie półtora roku temu, stworzyła firmę odzieżową, której znakiem rozpoznawczym są kolory i wzory. Wyróżnia ją też ton komunikacji – niepodobny do jakiegokolwiek w branży odzieżowej. To wszystko sprawiło, że powstające w Łodzi ubrania i dodatki z metką Republic of Patterns podbijają serca polskich i zagranicznych klientów. Można je kupić online na stronie internetowej firmy, ale także w butikach prezentujących modę autorską i concept store’ów z kolekcjami od projektantów w kilku miastach Europy.

## NO MORE BASIC!

W ofercie Republic of Patterns nie ma miejsca na szarą dresówkę czy kolekcje basic. Nazwa marki zobowiązuje, dlatego rządzą w niej kolorowe wzory. W ofercie dostępne są koszule, T-shirty, spódnice, torebki, bluzy oraz czapki dla dzieci i dorosłych.

– Pierwszymi projektami, które stworzyłam, były wzorzyste męskie i damskie koszule. Dlaczego akurat koszule? Powód był dość prosty! Po prostu takich koszul, które miałam w głowie, nigdzie nie było. Dostępne kroje, jak i wzory pozostawiały wiele do życzenia. Pierwszym wzorem na męskiej koszuli były rowery. Miałam dobrą intuicję, ponieważ do



Pani Prezydent Republiki Wzorów z kartkami pocztowymi nadesłanymi przez klientów z kraju i ze świata, także z odległej Afryki

dziś jest to bestseller. W kolekcji damskiej jest nim koszula w truskawki – mówi Karolina Krajda.

Poza tymi wzorami na ubraniach Republic of Patterns można znaleźć niemal wszystko, od przedmiotów codziennego użytku, przez zwierzęta i rośliny, aż po kosmos. Są wiewiórki, lisy, pszczoły, pingwiny, aparaty fotograficzne, narciarze szusujący po stokach, kieliszki wypełnione winem, filiżanki z kawą, wielobarwna mapa Polski i wiele więcej. Jest także kilka abstrakcyjnych wzorów, a projektantka zapewnia, że to nie koniec.

– Cieszę się z otwartości klientów na próbowanie czegoś nowego, że wolą zabawę modą niż chodzenie w ciemnych ubraniach bez wyrazu. Chcą oni wyrazić siebie, a ja im w tym pomagam! – dodaje właścicielka marki.

## W KONTRZE DO SIECIÓWEK

Karolina Krajda często podkreśla, że Republic of Patterns powstała w Łodzi – to tu projektowane są oryginalne modele i wzory, to tu także powstają ubrania i dodatki. Projektantka świadomie wybiera na partnerów w biznesie małe łódzkie szwalnie, farbiarnie czy krojownie z tradycjami, gdzie dba się o każdy szczegół wykonania, korzystając z wiedzy i doświadczenia w branży odzieżowej. Na swojej stronie internetowej Republic of Patterns komunikuje



**Koszula zaprojektowana dla jednego z ministrów Republiki**

wprost, że nie oferuje ubrań w sieciówkowych cenach. Uzasadnia to tym, że korzysta z najwyższej jakości materiałów i pracy ludzkich rąk, a jakość wymaga godnej zapłaty i warunków. Dla właścicielki marki niezwykle ważny jest szacunek do pracy drugiego człowieka. Chce być fair wobec ludzi, z którymi współpracuje, i swoich klientów. Sprzedaż tanich i złej jakości produktów byłoby nieuczciwe. A co na to jej klienci?

– Na szczęście rośnie świadomość wartości pracy. Mam nadzieję, że wraz z Republic of Patterns przyczyniam się do tego. Wszystkie nasze produkty są wykonane z bardzo dobrej jakości tkanin, co przekłada się na ich trwałość, a nasi klienci szukają właśnie takich ubrań i dodatków – dodaje Pani Prezydent Republiki Wzorów.

### **OBYWATELE, PANI PREZYDENT MÓWI!**

Tym, co wyróżnia Republic od Patterns z pewnością są nie tylko kolekcje, ale także styl i sposób komunikacji.

– Zależało mi na oryginalnym, lekko żartobliwym stylu. Wiedziałam jednak, że muszę wymyślić coś takiego, żebym mogła mieć kontakt z klientami. Któregoś dnia mój mąż powiedział do mnie: „Karolina, może byś została Panią Prezydent?”. Pomyślałam, że to jest to! Zbudujemy państwo, które nie ma sprecyzowanego terytorium, bo jest wszędzie tam, gdzie są jego obywatele, czyli może być na całym świecie. Republic of Patterns ma swojego prezydenta, czyli mnie, wiceprezydenta, ministrów, departamenty, konsulaty i biura. Każdy, kto zrobi zakupy w naszym sklepie, staje się naszym obywatelem... – opowiada Karolina Krajda.

Ten świat marki podoba się jej klientom, którzy chętnie wchodzi w konwencję języka urzędowego, wysyłając zapytania o kolekcje czy komentując treści w social mediach. W ślad za stylem komunikacji



**Zgodnie z zarządzeniem Pani Prezydent w tym sezonie na czapkach muszą pojawić się hafty**

w mailingach, tekstach na stronie internetowej marki czy na Facebooku i Instagramie idzie dopracowana w najdrobniejszych szczegółach kolorowa identyfikacja wizualna. Logo marki to flaga Republiki Wzorów, a do każdego zamówienia dodawane są podziękowania za zakupy wyglądające jak pismo urzędowe.

### **POCZTÓWKA OD PANI PREZYDENT**

Do każdej paczki, którą Republic of Patterns wysyła do klientów kupujących online, dodawana jest pocztówka ręcznie wypisana przez samą Panią Prezydent Republiki Wzorów.

– Zawsze piszę kilka słów od siebie i proszę o przesłanie mi pocztówki zwrotnej. Co ciekawe, moi obywatele odsyłają mi te pocztówki z różnych części świata, nie tylko z Polski! Każda kartka sprawia mi ogromną radość, a klienci piszą mi na nich różne rzeczy. Czasami jest to zwykłe podziękowanie, a czasami bardzo dużo miłych i budujących słów. Nie zapomnę, jak w zeszłym roku na Boże Narodzenie dostałam paczkę. Otwieram, a tam ręcznie namalowana dla mnie pocztówka i czekolada! To było coś niesamowitego! Takie małe, a zarazem duże gesty dodają mi energii do działania. Od razu chcę pracować jeszcze więcej i lepiej – mówi projektantka.

W kolekcji Karoliny Krajdy są pocztówki z Warszawy, Krakowa, Wrocławia, Gdańska, Poznania, Leszna, Katowic, Gryfic, ale również z Berlina czy Londynu. Jedna kartka przyleciała nawet z Etiopii. Dziewczyna, która kupiła czapkę dla swojej przyjaciółki, mieszka w Warszawie, uznała jednak, że Pani Prezydent może mieć wiele pocztówek ze stolicy kraju, więc wysłała pocztówkę z wakacji w Afryce. Czy istnieje inna marka odzieżowa, do której klienci wysyłają kartki pocztowe? Trudno powiedzieć, ale ta z pewnością jest wyjątkowa! ●



PRZEMYSŁAW GRZYB, MALWINA WADAS

# Rokoko z łódzkim twistem

Judyta Badowska

Rokoko to jeden z najznakomitszych nurtów w dziejach sztuki europejskiej. Czerpie pełnymi garściami z baroku. Z jednej strony jest zdobny i wyrafinowany, a z drugiej – kameralny, zmysłowy i na swój sposób delikatny. Wielu kolekcjonerów poszukuje mebli, ozdób i bibelotów z tamtej epoki. To jednak bardzo drogie hobby, a na zakup oryginalnych wytworów z XVIII w. mogą sobie pozwolić nieliczni. Jest też wielu amatorów stylowych mebli z fantazją, którym marzy się niepowtarzalny produkt wnętrzarski stworzony na indywidualne zamówienie.

Te marzenia i fascynacje zainspirowały Judytę Badowską, by założyć pracownię Art and Craft Italian and French Antiques Design, która mieści się obecnie w prywatnej kamienicy przy ul. Tuwima 31. Tu znajduje się jednoosobowa pracownia i showroom z meblami żywcem wziętymi z dawnych epok historycznych. Meble z pracowni zdobią zarówno pałace, jak i stylowe hotele oraz butiki czy nowoczesne lofty na całym świecie.

## HISTORIA MEBLARSTWA

Judyta Badowska z wykształcenia jest historykiem sztuki. Tytuł doktorski zdobyła na Uniwersytecie Łódzkim. W swojej rozprawie poruszała kwestię architektury „Ziemi obiecanej”, ale drugim tematem, który niezmiernie ją pochłaniał podczas pracy naukowej, była historia meblarstwa. Postanowiła więc rozpocząć na ten temat wykłady, które cieszyły się ogromnym zainteresowaniem.

– W trakcie studiów w zakresie historii sztuki niewiele jest miejsca na historię rzemiosła artystycznego, w tym meblarstwa, a na pewno nie jest go wystarczająco – wspomina Judyta Badowska. – Skoro historycy sztuki mają w tej kwestii niedosyt, cóż powiedzieć o przeciętnym

„zjadaczu chleba”, dla którego taka wiedza jest zupełnie obca.

## INACZEJ NIŻ WIĘKSZOŚĆ

Otwarcie własnej galerii to marzenie i cel wielu historyków sztuki, ale Judyta Badowska od samego początku zamierzała podejść do tego tematu zupełnie inaczej niż większość osób.

– Każdy, kto otwiera własną galerię, planuje w niej przede wszystkim sprzedawać antyki lub sztukę nowoczesną. Ja założyłam, że będę czerpać pełnymi garściami z historii sztuki, bo jest ona wielką skarbnicą, ale postanowiłam podejść do tego kreatywnie – stwierdza właścicielka pracowni. – Od dzieciństwa lubiłam tworzyć i pracować manualnie. Wszystko to sprawiło, że galeria Art and Craft to również pracownia rzemiosła artystycznego, w której powstają wyjątkowe meble.

## BAROK Z NOWOCZESNYM SZNYTEM

Meble, które wytwarza i oferuje Judyta Badowska, są nowe, choć tworzone na podstawie modeli z epoki – bazują na nich, ale z całą pewnością nie można ich nazwać wiernymi kopiami.

– Pracuję tak, aby nie można było mi zarzucić, że za daleko odeszłam od stylu czy pierwowzoru, ale jednocześnie zawsze staram się dodać meblom trochę współczesnego designu i nowoczesnego sznytu – tłumaczy projektantka. – Lubię, gdy klasyczny mebel ma designerski „pazur”.

Taki zabieg to nie tylko indywidualny styl pracy artystki, ale także sposób, aby przykuć uwagę większego grona odbiorców, pokazać możliwości łączenia dawnego i współczesnego wzornictwa. Jak przyznaje sama właścicielka galerii, choć jej działalność to bardzo wąska nisza, przyciąga ona coraz większą liczbę klientów.

## MEBEL TO NIE JAJKO!

Kto zatem może być zainteresowany meblami w stylu Ludwika XV czy Ludwika XVI, ale w nieco unowocześnionym wydaniu? Judyta Badowska uważa, że jej produkty przeznaczone są dla osób, które chcą na co dzień obcować z kunsztownymi przedmiotami, wysokim poziomem artyzmu i stylem nawiązującym do epoki historycznej, ale ze względu na cenę i dostępność osoby te nie mogą pozwolić sobie na zakup oryginalnych antyków. Natomiast nawet jeśli są w stanie zapłacić, nie mogą w pełni cieszyć się użytkowym aspektem mebla, bo obawiają się o zniszczenie i kosztowną renowację.

– Z moich mebli można korzystać bez obaw na co dzień, są przedmiotami użytkowymi, nie eksponatami w kolekcji – tłumaczy właścicielka pracowni.

Art and Craft nie oferuje produktów masowych, każdy z mebli jest pojedynczy i niepowtarzalny, ale jednocześnie wygodny, praktyczny i funkcjonalny.

## W ZGODZIE ZE STYLEM

Indywidualne podejście do każdego mebla i utrzymanie go w zgodzie ze stylem nie jest jednak prostym zadaniem, a pierwsze trudności zaczynają się już na etapie pozyskiwania surowców.

– Poszukiwania tradycyjnych manufaktur we Włoszech, które dostarczają do mojej pracowni drewniane stelaże do mebli, zajęło mi ok. 2–3 lata. Muszą być one wykonane ręcznie, często są też misternie rzeźbione – wyjaśnia Judyta Badowska.

Podobnie sprawa ma się z tkaninami, które powinny być wykonane z odpowiedniego surowca i nawiązywać do starej, dobrej klasyki. Szczególnie dobrze w tej roli sprawdzają się jedwabne żakardy, tapiserie, szantungi. Metody pracy stosowane w pracowni Art and Craft odwołują się bezpośrednio do prac ebenistów z dawnych epok, w szczególności do warsztatów weneckich z XVII i XVIII w.

– W tworzeniu mebli wykorzystuję metody dawnych rzemieślników weneckich. Pracuję sama i wszystko wykonuję własnoręcznie – wyjaśnia artystka.



Showroom Art and Craft Italian and French Antiques Design

Wszystko to sprawia, że na zamówiony mebel trzeba czekać nawet 3–4 tygodnie. Cierpliwych jednak nie brakuje.

## NARODZINY MEBLA

Do pracowni Art and Craft przychodzą klienci z różnymi potrzebami. Niektórzy zaglądną z ciekawości lub bez żadnej wizji mebla, który chcieliby postawić w swoim domu. Wtedy mogą się zapoznać z produktami dostępnymi w showroomie lub katalogu. Z kolei inni wręcz przeciwnie – doskonale wiedzą czego chcą i poszukują tylko takiej pracowni, która będzie w stanie spełnić ich oczekiwania.

– Przez pół roku pracowałam nad łóżkiem w stylu Ludwika XVI, wykonanym na wzór mebli, które powstały dla hotelu Ritz w Paryżu. Inna klientka rozpoczęła współpracę z naszym atelier od zestawu stołu i krzeseł, teraz robimy dla niej czerwono-złotą, bardzo misternie rzeźbioną konsolę w stylu weneckim. Wiele osób zaczyna od jednego mebla, ale później wraca, aby uzupełnić całe pomieszczenie wytworami w jednym stylu lub stworzyć własną kolekcję.

## DOCENIAJĄC DOBRE RZEMIOSŁO

Obecnie asortyment galerii i pracowni Art and Craft to przede wszystkim meble. Dostępne są jednak także tapety, które zdecydowanie różnią się od typowych tapet masowych, ponieważ wzór naniesiony jest na płótno, a całość ma tworzyć wrażenie dużego obrazu na ścianie. Wzory to konkretne dzieła sztuki z dawnych epok. W przygotowaniu atelier jest kolekcja lnianej pościeli zdobionej monogramami, a także trwają prace nad nowym katalogiem.

Właścicielka galerii Art and Craft wychodzi z założenia, że dla dobrego rzemiosła, szczególnie tego artystycznego, jest duża przyszłość. Coraz więcej osób zwraca uwagę na niepowtarzalne wzornictwo, ręczną pracę i oryginalność. Polscy rzemieślnicy na tym polu są coraz bardziej doceniani w kraju i przede wszystkim za granicą. Jakość ich pracy nie ustępuje zachodnim manufakturom, z tym że polskie wyroby są nadal konkurencyjne cenowo. ●

MARZENA ZBIERSKA

# Dysonanse ŁDZ, czyli twórczy miszmasz

Różne kompetencje, poglądy i opinie. Konfrontacje twarzą w twarz, warsztaty, dyskusje, a na koniec... eksplozja kreatywnych pomysłów i nowych, twórczych idei. Dysonanse ŁDZ to konferencja inna niż wszystkie. Kiedy? 13 listopada. Gdzie? Art\_Inkubator. Dla kogo? Dla każdego.

Konferencja Dysonanse ŁDZ jest nowym pomysłem w kalendarzu łódzkich wydarzeń kreatywnych i już od pierwszej edycji zaskakuje nietypowym formatem – nieograniczona tematyka, prelegenci niczym miks osobowości z reality show i szerokie grono odbiorców. To event dla każdego, a uczestnicy muszą przygotować się na dużą dawkę twórczej kontrowersji.

## UWOLNIĆ KREATYWNOŚĆ...

– Dysonanse polegają na zderzaniu różnych podejść do życia, pracy i wszystkiego, co nas otacza – wyjaśnia Szymon Sikorski, CEO Publicon, organizator wydarzenia. – Są czymś, co w dużej mierze leży u podstaw rozwoju przedsiębiorstw i organizacji. Aby mogła powstać kreatywność, trzeba zderzyć różne punkty widzenia i doświadczenia. Najlepsze pomysły pojawiają się wtedy, kiedy w jakimś obszarze, np. w firmie, mieście, organizacji, zgromadzimy różnych ludzi, różne preferencje i pozwolimy im na konfrontację. Właśnie tak powstają innowacyjne projekty.

Szymon Sikorski, jako przykład profesji, które mogą współpracować mimo różnic, podaje dwa przeciwieństwa: inżyniera i projektanta wizualnego. Nowe technologie i design to specyficzna mieszanka wybuchowa, która może być początkiem czegoś ciekawego i przełomowego.

– Dysonans leży zawsze u podstaw procesu kreatywnego, ale też jest początkiem mechanizmu, w którym kształtuje się miasto. Nasz event to propozycja dla wszystkich młodych zdolnych, którzy lubią się poruszać w twórczym środowisku, są otwarci na różnorodność i nowości. Konferencja pokazuje Łódź jako miejsce, które jest różnorodne, otwarte na nowe spojrzenia, postawy i przekonania. Te cechy są istotne również dla pracodawców, bo mocno koncentrują się w poszukiwaniu talentów. A z drugiej strony, ludzie zdolni też szukają czegoś, co ich wzbogaca, kontaktu z czymś nowym, alternatywnym, ale poznawanym poprzez własne doświadczenia. Jeśli więc kreatywność

to marker rozwoju miasta i biznesu, to najlepszym akceleratorem zmian w tym kierunku są dysonanse – dodaje organizator wydarzenia.



Paweł Tkaczyk

## ...W GŁOWACH UCZESTNIKÓW

Konferencja udowadnia, że sprzeczności tworzą nową wartość. Jak zapewnia Szymon Sikorski, jest to propozycja skierowana do licealistów, studentów, pracowników, pracodawców i wszystkich tych, którzy myślą o Łodzi jako mieście do studiowania lub życia.

– Wspólnymi cechami uczestników są ciekawość i otwartość na świat. Chcemy pokazać, że w Łodzi można realizować bardzo ciekawe projekty – kontynuuje Szymon Sikorski. – Celem imprezy jest wypracowanie nowych pomysłów, ale ten proces ma się dokonać w głowach uczestników. Zderzenie różnych osobowości, poglądów i podejść z pewnością zaowocuje jakimś kreatywnym pomysłem, np. na biznes, miasto, rozwój osobisty... Chodzi o to, aby budować społeczność, sieć znajomości i powiązań między ludźmi. Aby otwierać głowy na nowe – ludzi i kultury, biznes i miasto.

Dysonanse ŁDZ to całodniowa konferencja. Prelekcje, warsztaty i spotkania odbywają się jednocześnie

w siedmiu salach, na różnych scenach, które zostały nazwane tematycznie.

### **IDÉE FIXE I MEDIA PRZYSZŁOŚCI**

Przestrzeń Art\_Inkubatora podzielona jest na kilka stref i sale, w których równocześnie odbywają się panele, konfrontacje i warsztaty.

Scena główna to miejsce o nazwie Idée Fixe, gdzie znajdują się eksperci od marketingu, mediów, copywritingu oraz przedstawiciele fundacji. Jest to połączenie wystąpień ciekawych ludzi z Łodzi i innych regionów Polski, których wspiera prowadząca Paulina Mikuła z kanału Mówiąc Inaczej.

Sala YouTube jako medium przyszłości stała się miejscem rozważań o nowych formach komunikacji. Występują na niej znani wszystkim youtuberzy i influencerzy, osoby z branży, którzy opowiadają jaką potęgą stał się YouTube, podcasty, które nie tylko

Rafał Masny



dostarczają rozrywki, wiedzy, ale także są drogą rozwoju i sposobem na życie.

Na scenie Dysonanse 7on7 odbywają się konfrontacje z udziałem osób, które wywodzą się z bardzo różnych światów, np. programisty i designera, start-upowca i pracownika korporacji lub przedstawiciele przeciwnych klubów sportowych.

- Totalne przeciwieństwa się przyciągają i konfrontują swoje pomysły, rozmawiają z dwóch różnych perspektyw o tym, co można zmienić w mieście, designie, technologii, człowieku czy pracy - wymienia Szymon Sikorski.

Zgodnie z założeniami organizatorów sala Łódź EXPO to miejsce rozwoju zawodowego. Uczestnicy dowiadują się, jak budować ścieżkę zawodową, dokonywać wyborów, na czym powinien polegać samorozwój zawodowy, ale także jak zainwestować we własną firmę i jakie wsparcie w tym obszarze oferuje młodym Łódź.

Kolejnymi salami są Design, znajdujący się pod opieką partnera Łódź Design (*design thinking*,

projektowanie użytkowe), oraz Komunikacja (warsztaty z autoprezentacji, branding, PR dla młodych ludzi, firm i organizacji pozarządowych).

Dodatkową atrakcją są warsztaty, m.in. z kreatywnego pisania pod okiem Loesje Polska. Każdy uczestnik podczas rejestracji online, a także w dniu konferencji, mógł zapisać się do konkretnej sali z możliwością przemieszczania się między wszystkimi przestrzeniami.

### **MARKETING DO GÓRY NOGAMI**

Jednym z prelegentów eventu jest Paweł Tkaczyk, który zapytany o marketingowe dysonanse, snuje opowieść:

- Kiedy zaczynałem moją przygodę z marketingiem, trwały w najlepsze lata 90. Steve Jobs wrócił do upadającego Apple, a branża zastanawiała się, czy ten cały internet się przyjmie, czy to jakaś przemijająca moda. Pojedynczy ludzie przebąkiwali o Web 2.0, stronach

Karol Paciorek



internetowych, które nie są tylko statycznymi tablicami ogłoszeniowymi. Modele ekonomiczne drugiej połowy XX w., oparte o ideę *homo economicus* (człowieka, który racjonalnie podejmuje decyzje, próbując maksymalizować swoją korzyść), rozsypywały się w obliczu choćby mody na Tamagotchi. Dlaczego tak nas kręci wychowywanie wirtualnego stwora w breloczku? Co z tego mamy?

Paweł Tkaczyk, jak przystało na stratega, który żyje z opowiadania historii, przytacza jeszcze kilka dat:

- W 2002 r. Daniel Kahneman dostał nagrodę Nobla z ekonomii. Jego teoria prospektu wywróciła do góry nogami wiele ustalonych modeli. Psychologia behawioralna z podniesionym czołem weszła do ekonomii i na razie się nie zanosi, żeby stamtąd wyszła. W 2007 r. Steve Jobs pokazał pierwszego iPhone'a i na zawsze zmienił się sposób korzystania z internetu. Globalna sieć nie jest już przywiązana do konkretnego miejsca, klawiatury, ekranu... Pamiętam, kiedy te wszystkie rzeczy były nowe. Kiedy burzyły ustalone porządki. Ale czy na pewno? Od zawsze

zachowywaliśmy się nieracjonalnie, trzeba było jedynie obserwować ludzi wystarczająco długo, by wysnuć wnioski. Od zawsze też dyskutowaliśmy i wymienialiśmy się wiedzą – internet przywiązany do stacjonarnego komputera był jedynie czkawką, a potem rzeczy wróciły do starego porządku. W mojej branży mówi się, że marketing jest jeden, zmieniają się tylko narzędzia. One bywają nowe, ale oddziałują na bardzo stary mózg z jego dość mocno utrwalonym procesem decyzyjnym. Cieszę się, że w Łodzi mamy okazję skonfrontować nowe ze starym. Wierzę, że dyskutując, przekonamy się o tym, że mają one ze sobą więcej cech wspólnych niż różnic.

## KONTRASTY PRZYCIĄGAJĄ DO ŁODZI

– Przyznaję, że czuję jakąś specyficzną więź z Łodzią. Może jest to kwestia pięknych kamienic, które zawsze chętnie oglądam przy okazji wizyty, może rapera O.S.T.R., którego słuchałem, gdy byłem nastolatkiem. Zawsze jednak warto dodać jeszcze jeden powód, by to miasto odwiedzić. Dysonanse ŁDZ mają szansę się nim stać, chociażby z uwagi na nazwę, która budzi zainteresowanie, jednocześnie zostawiając nas w pewnej niepewności. Niepewności, którą właśnie rozwiązujemy – mówi Rafał Masny, współzałożyciel Abstrachuje.TV, który gości na konferencji.

Podobne spostrzeżenia ma Karol Paciorek, twórca internetowy, youtuber, współprowadzący kanał Lekko Stronniczy oraz twórca podcastu Imponderabilia:

– Zdecydowałem się wziąć udział w Dysonansach, ponieważ jest to świetna przestrzeń do wymiany doświadczeń i idei nie tylko z ludźmi z branży, w której na co dzień działam. Nie jest to „pokazówka”, gdzie można strzelić sobie selfie na Instagram i pójść do domu, ale przestrzeń, w której czegoś się od siebie uczymy i dzielimy z nowymi pokoleniami swoją wiedzą. Sama formuła,

która zakłada zmieszanie i zamieszanie tematów, idei, różnych branż i osobowości, jest wyjątkowo interesująca. Prowadzę kanał Imponderabilia. Nazwa ta oznacza rzeczy nieuchwytnie i niedające się dokładnie zmierzyć lub obliczyć, mogące jednak wywierać wpływ na jakieżś sprawy, dlatego Dysonanse są dobrym miejscem dla mnie.

Karol Paciorek przyznaje, że Łódź kojarzy mu się z miszmaszem, w którym łączy się industrialna przeszłość miasta z wytyczaniem nowych szlaków dla kultury, sztuki, przemysłu i technologii:

– Podczas konferencji opowiadałem kilka słów o tym, co robię, czyli długich rozmowach, pracy dziennikarza w ciągle jeszcze nowym, ale prężnie się rozwijającym kanale komunikacji. O tym, dlaczego postcasty się przyjmują i mają trend rosnący. Odpowiadam na pytania młodym, którzy szukają pomysłu na siebie i swoją przyszłość.

Na Dysonansach potwierdzili swoją obecność m.in. Michał Sadowski, właściciel Brand24, Paweł Svinarski, twórca Dla Pieniądzy, jedynego w Polsce kanału na YouTube łączącego w przystępny sposób wiedzę związaną z finansami i gospodarką z treściami rozrywkowymi, a także Siostry ADiHD, mieszkanki Łodzi, bizneswoman i blogerki.

– Dysonanse ŁDZ to wyjątkowe wyzwanie organizacyjne dla nas, ale i szansa dla uczestników na spotkanie ze znanymi postaciami z wielu branż, działających zarówno w regionie łódzkim, jak i całym kraju. Nasze grono prelegentów wciąż się powiększa, co może oznaczać tylko jedno: Dysonanse są na tyle interesujące, że przyciągają znane postacie ze świata mediów, YouTube i biznesu. Mamy nadzieję, że program festiwalu zaspokoili oczekiwania zarówno uczniów szkół średnich, studentów, jak i przedsiębiorców – dodaje Katarzyna Bagińska, koordynator wydarzenia. •



**ŁDZ**

Dysonanse  
Conference  
2019

★ 13.11.2019 ★

[dysonanse.pl](http://dysonanse.pl)





MALWINA WADAS

## Dotknąć detalu

Maria Nowakowska pięć lat temu, idąc przez Stare Polesie, zakochała się w detalu architektonicznym. Od tamtej pory przeprowadziła przez zakamarki miasta 77 wycieczek, wygłosiła ponad 60 wykładów, poprowadziła kilkadziesiąt warsztatów, napisała dwie książki i zorganizowała dwie edycje jedyne w Europie festiwalu poświęconego temu zagadnieniu.

**Jak to się stało, że zainteresował Cię detal architektoniczny?**  
 Był 2014 r., szłam ulicą Legionów – jeszcze wtedy jako studentka polonistyki z zaczęłym kulturoznawstwem – gdy podniosłam wzrok i na budynku numer 20 zobaczyłam Atenę z sową na głowie. Zastanawiałam się, dlaczego nikt nie pokazuje detalu architektonicznego. A następnie pomyślałam, że może właśnie ja to zrobić. Wzięłam się do pracy metodą bardzo żmudną. Chwyciłam aparat fotograficzny i ruszyłam fotografować detale, by przekonać się o tym, ile ich jest, jakie są, co można z nimi zrobić i jak je uporządkować. Zaczęłam od motywów związanych ze zwierzętami i pierwsza trasa wycieczki śladami detalu, którą zresztą do dziś zaczynam każdy sezon, to właśnie Zwierzęta Starego Polesia. Nie jest jednak tak, że wszystko wymyśliłam i zrealizowałam sama – dużą rolę w zorganizowaniu pierwszych dwóch wycieczek miało wsparcie, które uzyskałam od Stowarzyszenia Społecznie Zaangażowani i ludzi działających we Współdzielni Staropoleskiej.

**Wtedy też pojawił się pierwszy fanpage na Facebooku. Jednak nie nazywał się tak jak ten, którego dziś obserwuje kilka tysięcy osób...**

Na początku pojawił się fanpage pod nazwą Detale Architektoniczne Starego Polesia, tam wrzucałam zdjęcia i opisy detali. Jak społeczność się rozrastała, przybywało zdjęć, a ludzie zaczęli go współtworzyć. W pierwszej wycieczce wzięło udział 20–30 osób. Gdy „skończyło mi się” Stare Polesie, ruszyłam na Śródmieście. Doszłam do zbiegu ulic Jaracza i Wschodniej, gdzie znalazłam niezwykle ceramiczne głowy Egipcjanek – do dziś zresztą nie spotkałam niczego podobnego do tego detalu, dlatego uważam go za wyjątkowy. Wróciłam do domu i założyłam kolejny fanpage – Detale Architektoniczne Śródmieścia. W międzyczasie poszłam na Bałuty i okazało się, że należałoby założyć kolejny... Tu się zatrzymałam i zdecydowałam, że wszystko zbiorę w jeden. I tak powstał Łódzki Detal.



Ozdobna metaloplastyka na bramie budynku przy ul. Piotrkowskiej 289

## ● WYDARZENIA ŁÓDZKIEGO DETALU

### LISTOPAD

**2.11 (so), 13.00** – Rzeźby Starego Miasta i Bałut – tereny Parku Staromiejskiego, Helenowskiego i Manufaktury – start: płyta Starego Rynku

**7.11 (czw), 17.00** – Łódzki detal i czemu to ciekawe – spotkanie – Biblioteka Miejska, ul. Brzeźna 10

**8.11 (pt), 17.30** – Łódzka secesja – oblicza i konteksty – spotkanie – Strefa Kultury Otwartej na Olechowie

**9.11 (so), 13.00** – Rzeźby okolic ul. Piotrkowskiej – ul. Piotrkowska od Placu Wolności do Centralu – start: Plac Wolności 1

**21.11 (czw), 17.00** – Rzeźbiarskie oblicza Łodzi – spotkanie – Biblioteka Miejska, ul. Narutowicza 8/10

**23.11 (so), 13.00** – Wycieczka niespodzianka – start: Plac Dąbrowskiego, obok fontanny

**30.11 (so), 13.00** – Szlak detali użytkowych – wycieczka – start: Archiwum Miejskie na Placu Wolności

### GRUDZIEŃ

**7.12 (so), 13.00** – Rzeźby architektoniczne istniejące i nie – od pałacu Poznańskiego przy ul. Ogrodowej, przez ul. Gdańską, po ul. Tuwima – start: skwer przed Pałacem Izraela Poznańskiego

**11.12 (śr), 11.00** – Łódzka secesja – oblicza i konteksty – spotkanie – Poleski Ośrodek Sztuki, filia na Karolewie, ul. Bratysławska 6a

**12.12 (czw), 17.00** – Łódzki detal i czemu to ciekawe – spotkanie – Biblioteka Miejska, ul. Sienkiewicza 67

**14.12 (so), 13.00** – Wycieczka szlakiem rzeźb okolic Piotrkowskiej – start: Archiwum Miejskie na Placu Wolności

[www.facebook.com/lodzkidetal](http://www.facebook.com/lodzkidetal)

[www.lodzkidetal.pl](http://www.lodzkidetal.pl)

Przestrzeń online traktowałam z jednej strony jako miejsce, w którym zbierana jest dokumentacja, ale wciąż najważniejsze było to, co działo się offline. A tu przede wszystkim odbywały się wycieczki.

Tak, ogromnie ważne są dla mnie wycieczki z cyklu „Spacerzy szlakiem łódzkich detali architektonicznych”, podczas których opowiadam o detalu – mają one coś ze spektaklu teatralnego, ale są także bardzo cennymi spotkaniami z ludźmi.

Jesteś także autorką dwóch książek.

W 2016 r. wystąpiłam o stypendium artystyczne Prezydenta Miasta Łodzi. Przyznanie go pozwoliło mi przenieść działanie na nowy poziom. Powstał też pierwszy w Polsce przewodnik po mieście szlakami detali architektonicznych. Ta 260-stronicowa książka, wydana przy wsparciu Centrum Inicjatyw na Rzecznictwo Rozwoju Regio i kampanii crowdfundingowej, zawiera dokumentację fotograficzną oraz osiem tras prowadzących po Łodzi szlakiem detali. Natomiast dwa lata później, dzięki Centrum Regio, ukazała się kolejna książka mojego autorstwa – „Przewodnik po secesji Łodzi i województwa łódzkiego”. Pomysł na jej promocję zakładał zmianę spotkania z autorką na opowieść o detalu oraz architekturze... I tak pojawiły się moje wykłady. Bardzo lubię mówić – wygłosiłam do tej pory ponad 60 prelekcji!

W 2016 r. wzięłam także udział w konkursie „Młodzi w Łodzi”. To była dobra okazja do uporządkowania swoich planów i pomysłów, przemyślenia, w którą stronę chcę rozwijać markę, a także silny impuls, by zawalczyć o to, by „żyć z detalu”. Udział w takich projektach pozwala też przyjrzeć się temu, co robimy ze świeżej perspektywy – do dzisiaj korzystam z wiedzy i obserwacji, które wtedy zdobyłam.

Detale przedstawiające narzędzia pracy architektów i budowniczych na willi braci Nestlerów, właścicieli firmy budowlano-architektonicznej, ul. Łąkowa 13



## W Łodzi już dwa razy odbył się Festiwal Detalu Architektonicznego #detailfest.

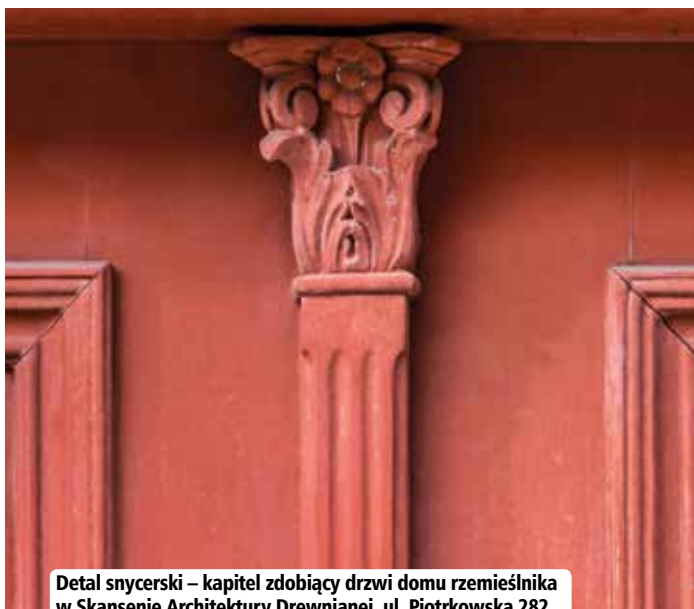
Dość szybko odkryłam, że w Polsce jest więcej takich wariatów jak ja... Dwa lata temu odbył się pierwszy Festiwal Detalu Architektonicznego #detailfest. Do Łodzi przyjechało czternaście osób z dziewięciu miast. W programie były wykłady, warsztaty i aż pięć wystaw, w tym jedna zbiorowa. Goście opowiadali – od Gdyni, Szczecina, przez Poznań, Warszawę, Włocławek, Radom – o tym, co „detalowego” się u nich dzieje, czym się interesują i zajmują. Dzięki Piwotece Narodowej mieliśmy też okolicznościowe piwo. Drugi festiwal zgromadził jeszcze więcej prelegentów, ale też więcej słuchaczy. Na obu edycjach były także warsztaty rzemieślnicze, bo bardzo mi zależy na tym, aby ludzie mieli taki namacalny kontakt z detalem, żeby mogli sobie coś odlać, zrobić z gliny, odczyścić... To bardzo ważne, by dotknąć detalu.

### Co ciekawe, jest to jedyny tego typu festiwal w kraju!

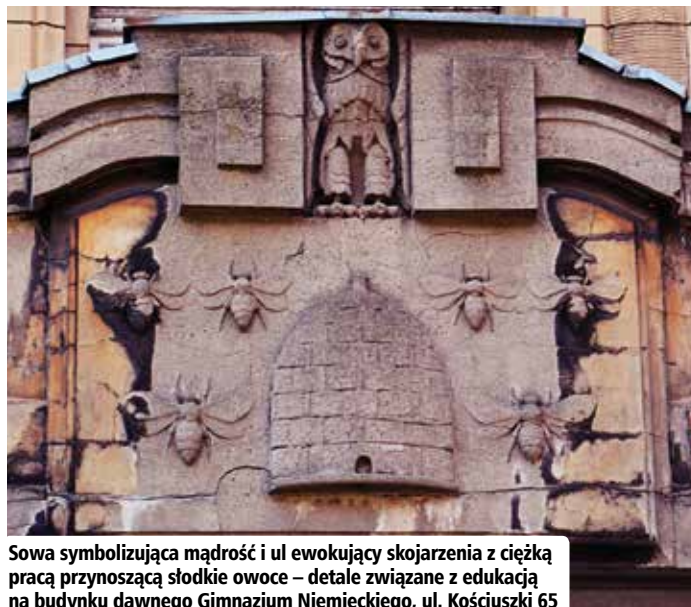
Tak! Nie ma takiej drugiej imprezy ani w Polsce, ani w Europie! Chciałabym, żeby festiwal rozrósł się do dużej marki, a Łódź stała się taką detalową stolicą Polski. Mamy ogromny potencjał, którym jest bardzo wdzięczny grunt architektoniczny. Z jednej strony, jego celem jest popularyzacja dziedzictwa architektonicznego różnych regionów i epok, zaś z drugiej – budowanie kompetencji odbiorców architektury i ich zaangażowania w ochronę oraz opiekę nad lokalnymi zabytkami.

### A kto przychodzi słuchać o detalu?

Widziałam wielu ludzi z wycieczek – to taka moja sprawdzona publiczność. Przychodzą architekci, inżynierzy budownictwa, studenci, służby konserwatorskie, emeryci. Różni ludzie, którzy



Detal snycerski – kapitel zdobiący drzwi domu rzemieślnika w Skansenie Architektury Drewnianej, ul. Piotrkowska 282



Sowa symbolizująca mądrość i ul ewokujący skojarzenia z ciężką pracą przynoszącą słodkie owoce – detale związane z edukacją na budynku dawnego Gimnazjum Niemieckiego, ul. Kościuszki 65

– zwykle przez kontakt z detalem, wycieczkami, książkami czy moją grą planszowo-karcianą wydaną w zeszłym roku – zauważyli, że temat jest ciekawy. Bardzo ważne jest dla mnie to, iż między pierwszym a drugim festiwalem pojawili się nowi detaliści zafascynowani tematem i zaangażowani w jego ocalenie.

### O czym myśli detalistka, mijając kolejne rewitalizowane albo po prostu remontowane kamienice w Łodzi?

Jest bardzo dużo kamienic, które są w remoncie, i nie brakuje też świetnie wykonanych remontów konserwatorskich. Z drugiej strony, dochodzi do sytuacji, w których remont oznacza zniszczenie tkanki zabytku, np. skuwane są w bramach sztukaterie, zrywana okładzina drewniana po to, by wyłożyć bramę tym, co jest aktualnie na przecenie w markecie budowlanym. Rozumiem ludzi, że chcą mieć ładnie, czysto i estetycznie oraz że dla właściciela zniszczenie jest dziesięć razy tańsze niż remont konserwatorski, ale burzy się we mnie serce detalistki. Chcę dociekać, co budowlańcy skuli, czy ktoś zrobił zdjęcia zanim zostało to skute, żeby chociaż była dokumentacja. To jest na pewno takie moje marzenie, żeby ludzie mieli taki pakiet minimum: jeżeli coś mam i uważam, że to jest stare, to zrobię temu zdjęcie, zanim to wyrzucę czy skuje, zapytam specjalistę, czy jest to coś warte, bo może to unikat. Niestety często tak się nie dzieje i detal przepada bezpowrotnie. Mam takie poczucie, że wciąż za mało od siebie wymagamy – to, co zostało po przeszłości, również jako detal architektoniczny, to rodzaj dziedzictwa, które tworzy nas i miejsce naszego życia, dlatego mamy obowiązek o to zadbać i ocalić od zapomnienia.

Dziękuję za rozmowę. ●

**16. MIĘDZYNARODOWE TRIENNALE TKANINY**  
**5 PAŹDZIERNIKA – 15 MARCA**  
 CENTRALNE MUZEUM WŁÓKIENICTWA  
 WWW.CMWL.PL

**KONFERENCJA DYSONANSE ŁDZ**  
**13 LISTOPADA**  
 ART\_INKUBATOR, UL. TYMIENIECKIEGO 3  
 WWW.DYSONANSE.PL

**CHINA SYMPHONY ORCHESTRA**  
**14 LISTOPADA, GODZ. 9.00, 19.00**  
 FILHARMONIA ŁÓDZKA  
 WWW.FILHARMONIA.LODZ.PL

**THE DUMPLINGS – TRASA PRZYKRO MI**  
**15 LISTOPADA, GODZ. 20.00**  
 KLUB WYTWÓRNA, UL. ŁĄKOWA 29  
 WWW.WYTWORNIA.PL

**7. AŻ FESTIWAL**  
**16 LISTOPADA – 8 GRUDNIA**  
 AKADEMIA MUZYCZNA W ŁODZI  
 WWW.AMUZ.LODZ.PL

**29. FESTIWAL MEDIÓW CZŁOWIEK  
 W ZAGROŻENIU**  
**19–23 LISTOPADA**  
 MUZEUM KINEMATOGRAFII, PL. ZWYCIĘSTWA 1  
 WWW.FESTIWALMEDIOW.PL

**TARGI GIER PLANSZOWYCH I KREATYWNEJ  
 ZABAWY PLAY-ARENA**  
**22–24 LISTOPADA**  
 HALA EXPO-ŁÓDŹ, AL. POLITECHNIKI 4  
 WWW.TARGI.LODZ.PL

**IX TARGI CIEKAWEJ KSIĄŻKI**  
**22–24 LISTOPADA**  
 HALA EXPO-ŁÓDŹ, AL. POLITECHNIKI 4  
 WWW.TARGI.LODZ.PL

**24. FORUM KINA EUROPEJSKIEGO CINERGIA**  
**22–30 LISTOPADA**  
 WWW.CINERGIAFESTIVAL.PL

**NATALIA PRZYBYSZ – JAK MALOWAĆ OGIEŃ**  
**23 LISTOPADA, GODZ. 20.00**  
 KLUB WYTWÓRNA, UL. ŁĄKOWA 29  
 WWW.WYTWORNIA.PL

**VIVA LA MAMMA!**  
**23, 24 LISTOPADA, GODZ. 19.00**  
 TEATR WIELKI, PL. DĄBROWSKIEGO 1  
 WWW.OPERALODZ.COM

**HARLEM GOSPEL CHOIR – TRIBUTE TO PRINCE!**  
**27 LISTOPADA, GODZ. 19.00**  
 FILHARMONIA ŁÓDZKA  
 WWW.FILHARMONIA.LODZ.PL

**II OGÓLNOPOLSKIE TARGI ZATOWAROWANIA  
 CENTRÓW I SKLEPÓW OGRODNICZYCH  
 GARDENCONTRACTING ORAZ TARGI MURAWA**  
**28–29 LISTOPADA, GODZ. 10.00**  
 ATLAS ARENA, AL. BANDURSKIEGO 7  
 WWW.ATLASARENA.PL

**RUSSIAN NATIONAL BALLET – KOSTROMA**  
**1 GRUDNIA, GODZ. 17.00**  
 TEATR WIELKI, PL. DĄBROWSKIEGO 1  
 WWW.OPERALODZ.COM

**10 TENORÓW**  
**5 GRUDNIA, GODZ. 19.00**  
 FILHARMONIA ŁÓDZKA  
 WWW.FILHARMONIA.LODZ.PL

**MOSCOW CITY BALLET – ŚPIĄCA KRÓLEWNA**  
**10 GRUDNIA, GODZ. 19.00**  
 TEATR WIELKI, PL. DĄBROWSKIEGO 1  
 WWW.OPERALODZ.COM

**MOSCOW CITY BALLET – JEZIORO ŁABĘDZIE**  
**11 GRUDNIA, GODZ. 16.00, 20.00**  
 TEATR WIELKI, PL. DĄBROWSKIEGO 1  
 WWW.OPERALODZ.COM

**KONCERT „ZNAKI CZASU 2019”**  
**15 GRUDNIA, GODZ. 17.00**  
 FILHARMONIA ŁÓDZKA  
 WWW.FILHARMONIA.LODZ.PL

**GLENN MILLER ORCHESTRA**  
**16 GRUDNIA, GODZ. 19.00**  
 TEATR WIELKI, PL. DĄBROWSKIEGO 1  
 WWW.OPERALODZ.COM

**STANISŁAW SOYKA – MUZYKA I SŁOWA**  
**17 GRUDNIA, GODZ. 20.00**  
 FILHARMONIA ŁÓDZKA  
 WWW.FILHARMONIA.LODZ.PL

**KONCERT ZIMOWY**  
**20 GRUDNIA, GODZ. 19.00**  
 FILHARMONIA ŁÓDZKA  
 WWW.FILHARMONIA.LODZ.PL