MAGAZYN PORTU LOTNICZEGO SZCZECIN-GOLENIÓW IM. NSZZ SOLIDARNOŚĆ ■ "SOLIDARITY" SZCZECIN-GOLENIÓW AIRPORT MAGAZINE

SKY SURFER

09 ■ 2015(31)

PARTNER WYDANIA
goforworld.com
by Kuźniar

Port lotniczy
Szczecin Goleniów
im. NSZZ Solidarność

Douglas

TYMON *Tymański*

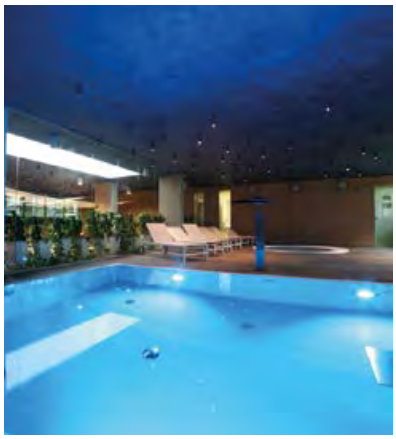
anywhere.pl
POBIERZ
NA LOTNISKU
AIRPORT-FREE-WIFI

GOLDEN TULIP
GDAŃSK - RESIDENCE

Piastowska 160 Street
80-358 Gdańsk, POLAND
+ 48 58 511 56 00
reception@goldentulipgdanskresidence.com
www.goldentulipgdanskresidence.com
www.facebook.com/goldentulipgdansk

GOLDEN TULIP
MIĘDZYZDROJE - RESIDENCE

Gryfa Pomorskiego 79 Street
72-500 Międzyzdroje, POLAND
+48 91 350 86 00
reception@goldentulipmiedzyzdroje.com
www.goldentulipmiedzyzdroje.com
www.facebook.com/goldentulipmiedzyzdroje



Dwie nadmorskie lokalizacje
w Gdańsku i Międzyzdrojach

- Komfortowe pokoje i apartamenty
- Nowoczesne sale konferencyjne
- Bezpłatny podziemny parking
- Centrum Wellness & SPA

Two seaside locations
in Gdańsk and Międzyzdroje

- *Comfortable hotel rooms and suites*
- *Modern conference rooms*
- *Free underground parking area*
- *Wellness & Spa Centrum*

MARINE DIVER

SELF-WINDING MOVEMENT. WATER-RESISTANT TO 300M.

18 CT ROSE GOLD CASE. ALSO AVAILABLE IN STAINLESS STEEL.

ULYSSE-NARDIN.COM

PRACOWNIA CZASU

Ul. Wiejska 14 - Warsaw - T. +4822 622 1212

50
40
30
20
AUTOMATIQUE 300 M
1/4
1/2
3/4
ULYSSE NARDIN
MARINE DIVER
1846
45
15
28
SWISS MADE
ULYSSE NARDIN

Free your mind

MERA
SPA HOTEL

EXPLODE WITH NEW IDEAS

FEEL THE CREATIVITY AND FRESHNESS
DURING THE CONFERENCE OR BUSINESS MEETINGS
BY THE UNIQUE CLIMATE OF SPA

- CONFERENCE ROOMS UP TO 210 PERSONS
- RELAXING MASSAGES DURING THE CONFERENCES BREAKS*
- FIT MENU FOR TIRED MIND
- UNIQUE PLACE AT THE BEACH IN SOPOT

* for a group of maximum 25 people

OTWÓRZ SIĘ NA NOWE POMYSŁY

POCZUJ W SOBIE DAWKĘ KREATYWNOŚCI I ŚWIEŻOŚCI
PODCZAS KONFERENCJI I SPOTKAŃ BIZNESOWYCH
DZIĘKI NIEPOWTARZALNEMU KLIMATOWI SPA

- SALE KONFERENCYJNE NAWET DO 210 OSÓB
- MASAŻE RELAKSACYJNE W PRZERWACH KONFERENCJI*
- FIT MENU DLA ZMĘCZONYCH PRACĄ UMYSŁÓW
- UNIKALNE POŁOŻENIE HOTELU PRZY PLAŻY W SOPOCIE

* maksymalnie dla grupy 25 osób

www.meraspahotel.pl

NARODZINY DOSKONAŁOŚCI

Współpraca gigantów rynku – firmy ZEISS i marki STEPPER zaowocowała powstaniem niezwykłej i technicznie wyrafinowanej kolekcji opraw.

„Moim celem było zaprojektowanie eleganckich oprawek, które wyrażą precyzję i przejrzystość widzenia soczewek ZEISS”

Viktor Kammerer, Designer, ka-design

Wybitny design, perfekcyjne wykonanie i ponadczasowa elegancja w każdym calu. A do tego dbałość o każdy szczegół projektu, nawet tak „niepozorny”, jak wygoda noszenia opraw. Liczy się, bowiem nie tylko fakt poprawy jakości widzenia, ale przyjemność wielogodzinnego, codziennego obcowania z okularami.

Wspólnie wyznawane wartości sprawiły, że firmy Zeiss i Stepper nawiązały współpracę. Jej efektem jest kolekcja opraw optycznych ZEISS EYEWEAR by STEPPER, które łączą najlepsze cechy i pomysły stworzone zarówno przez Zeissa, jak też markę Stepper. Designerzy (w tym Viktor Kammerer – na zdjęciu powyżej) i inżynierowie obu firm stworzyli imponujące dzieła sztuki użytkowej – oprawy perfekcyjnie dopasowujące się do anatomicznych kształtów twarzy (uszu, nosa, kości skroniowych), niezwykle wytrzymałe, hipoalergiczne i odporne na działanie potu lub temperatury.

Wśród wykorzystywanych przez kolekcję ZEISS EYEWEAR by STEPPER materiałów wyjątkowy jest czysty tytan (99,44 proc.) oraz opracowany przez inżynierów beta-tytan (stop tytanu, wanadu, aluminium oraz żelaza). Zapewniają one maksymalną wytrzymałość opraw, ich pełną hipoalergiczność (brak niklu w stopie) oraz niezwykłą lekkość. To majstersztyk inżynierii!

Mariaż techniki i sztuki

1846

30-letni mechanik Carl Zeiss otwiera warsztat i mały sklep w Jenie pod adresem Neugasse nr 7 (Niemcy)

1872

Rusza produkcja mikroskopów budowanych na podstawie obliczeń naukowych, dzięki czemu wyróżniają się innowacyjnymi właściwościami optycznymi

1935

Wynalezienie powłoki przeciw-odblaskowej i uzyskanie patentu na proces nakładania powłoki minimalizującej odbicia na soczewki okularowe

2015

Powstanie pierwszej kolekcji okularów korekcyjnych we współpracy z marką STEPPER

ZS 10001-F550

ZS 20003-F950

ZS 20004-F190

ZS 30004-F027

ZS 30005-F011

ZS 40001-F029

STEPPER EYEWEAR

ZEISS Exclusive Eyewear Distributor

www.steppereyewear.pl; info@steppereyewear.pl

SKY SURFER

12 ■
BOHATER: Tymon Tymański – Śmiech zza grobu
HERO: Tymon Tymański – Laughing from a grave

24 ■
PODRÓŻE: Buenos Aires. Dlaczego?
TRAVEL: Buenos Aires. Why?

30 ■
WYWIAD: Marcin Galicki – Każda udana akcja to celebracja
INTERVIEW: Marcin Galicki – Celebrating each goal

34 ■
GUST: Czy po 60-tce jeszcze można
TASTE: Potent sixty-year-old

38 ■
GUST: Czas zamknięty w marmurze
TASTE: Time trapped in marble

48 ■
MODA: That fever
FASHION: That fever

68 ■
LOTNISKO: W podróż jesienią? Czemu nie!
AIRPORT: An autumn journey? Why not!

ZDJĘCIE NA OKŁADCE:
Sylwester Ciszek

WYDAWCA:
anywhere.pl
ul. Kościuszki 61
81-703 Sopot
e-mail: biuro@anywhere.pl
tel.: 58 719 23 25 / fax: 58 719 39 20
www.anywhere.pl

LOTNISKOWA PLATFORMA MEDIALNA
www.anywhere.pl
www.facebook.com/anywherepl
www.twitter.com/anywherepl
www.instagram.com/anywhere.pl/
www.linkedin.com/company/anywhere-pl

NA ZLECENIE:
Port Lotniczy Szczecin-Goleniów
im. NSZZ Solidarność, 72-100 Goleniów
www.airport.com.pl

REDAKTOR NACZELNY:
Jakub Milszewski

DYREKTOR ARTYSTYCZNY:
Michał Witucki

GRAFIK:
Katarzyna Gnacińska

TŁUMACZENIE:
Paulina Chojnowska, Stanisław Sipowicz, Piotr Andrzejewski

ZESPÓŁ REDAKCYJNY:
Sylwia Gutowska, Katarzyna Szewczyk, Agnieszka Mróz, Mateusz Kołos, Grzegorz Kapla

WYDAWCA:
Marcin Ranuszkiewicz
biuro@anywhere.pl

DZIAŁ REKLAMY:
Dagmara Zielińska
(dagmarazielinska@anywhere.pl)
Iwona Szczykowska
(iwonaszczykowska@anywhere.pl)
Katarzyna Świacka
(katarzynaswiacka@anywhere.pl)

WSPÓŁPRACA:
goforworld.com by Kuźniar

Redakcja nie ponosi odpowiedzialności za treść nadesłanych ogłoszeń reklamowych oraz nie zwraca niezamówionych tekstów i materiałów. Redakcja zastrzega sobie prawo do redagowania i skracania tekstów.

PARTNERZY ■ Nasz magazyn monitorowany jest przez Instytut Monitorowania Mediów

IMM
PROT Pomorska Regionalna Organizacja Turystyczna
Douglas
anywhere

nowa kolekcja

PAKO LORENTE®

Poznaj markę

PAKO LORENTE®

20% RABATU*

na Twoje zakupy
w sklepie online
na: www.pakolorene.eu

przy użyciu kodu:

PL-AIRPORT-2015

* dotyczy towarów w cenach regularnych

** rabat nie łączy się z innymi promocjami

*** kod ważny do 28.09.15r.

Nasi Autorzy

JACEK
ROZENEK

Jest aktorem i prezenterem telewizyjnym, czyli na wrażeniu się zna. A jak się na czymś zna, to tego uczy – jest ekspertem zarządzania wizerunkiem, prowadzi szkolenia z zakresu relacji biznesowych, technik wpływu i antymanipulacyjnych. Doradza wielu managerom najwyższego szczebla. Czyli nie da się go owinąć wokół palca. Kiedy nie gra na planie to gra w golfa.

■ IN ENGLISH

He is an actor and a TV presenter so he knows how to impress others. And when he knows something, he teaches it: he is an image management expert and instructor in business relations and influence and anti-manipulation techniques. He advises many top managers. So he cannot be twisted around one's finger. When he does not play on set, he plays golf.

FOT. MONIKA SZAŁEK

GRZEGORZ
KAPLA

Żyje z pisania. A żyć z tego, co się lubi, to dar. Bardziej od pisania lubi tylko spotykać ludzi. No i lubi być w drodze, kupować płyty w sklepie z płytami a nie w sieci, pomidorową i kabriolety. Kiedyś, dzięki dwojgu mądrym ludziom pojął, że nie trzeba pisać tylko o polityce. Że można pisać o świecie.

■ IN ENGLISH

He lives by writing. And living by what you love is a gift. The only thing he likes more than writing is meeting other people. He also likes being on the road, buying albums in stores (not online), tomato soup and convertibles. Two wise people once helped him understand that you do not have to write about politics. You can write about the world.

FOT. MAT. PRASOWE

DR ONUR
COBANLI

Niekwestionowany autorytet w dziedzinie designu. Magister ekonomii i doktor wzornictwa przemysłowego, wykładowca Politechniki Mediolańskiej. Prowadzi we włoskim Como studio OMC Design, jest również sekretarzem Międzynarodowego Stowarzyszenia Projektantów (IAD) a także koordynatorem prestiżowej A'Design Award&-Competition.

■ IN ENGLISH

Undisputed authority in the world of design. Holding MA in Economics and PhD in Design, he teaches Industrial Design at Politecnico di Milano University. He runs OMC design studio in Como, Italy, is a Secretary of International Association of Designers and holds coordinator position at A'Design Award&-Competition.

FOT. MAT. PRASOWE

MATEUSZ
KUSZNIEREWICZ

Człowiek pracy, gdańszczanin z wyboru. Chodź większość zna go jako żeglarza i Mistrza Olimpijskiego, to ma w rękawie jeszcze kilka asów. Jest biznesmenem, społecznikiem, prezesem Fundacji Gdańskiej, prowadzi szkolenia i wykłady motywacyjne. Na dodatek gra w golfa i w dalszym ciągu pływa, pomimo choroby morskiej. Nie narzeka na nudę.

■ IN ENGLISH

A working man and a citizen of Gdansk by choice. Most of us know him as a sailor and an Olympic Champion, but he has several more aces up his sleeve. He is a businessman, a social activist and the CEO of Gdansk Foundation. He offers training courses and gives motivational lectures. Moreover, he plays golf and continues to swim in spite of his seasickness.
He is never bored.

FOT. SYLWESTER CISZEK

KATARZYNA
ZDANOWICZ

Od 2012 roku pracuje w TVN24. W CV ma też „Gazetę Wyborczą" Polskie Radio PiK, Radio Gra, Polsat i Polsat News. Lubi kawę i rozmowy. Nie kończy na jednym pytaniu, ale unika ludzi, którzy mówią bez końca. Jest tteż uzależniona od newsa i książek. Nie lubi marnować czasu i brzydzi się plotami.

■ IN ENGLISH

Has been working in TVN24 since 2012. She has also Gazeta Wyborcza, Polskie Radio PiK, Radio Gra, Polsat and Polsat News in her résumé. She likes coffee and conversations. She does not end on one question but avoids people who never stop talking. She is addicted to news and books. She does not like wasting time and is disgusted by gossip.

FOT. SYLWESTER CISZEK

MAŁGORZATA
MARCZEWSKA

Coach,Trener, Life designer Specjalizuje się w projektowaniu myślenia w biznesie , kulturze i sztuce. Mówi prosto z serca Interesują ją nowe technologie oraz najnowsza wiedza o ludzkim mózgu. Jest pomysłodawczynią i wspólniczką Barberian– barbershopu Nergala oraz LABlife –pierwszego w Polsce lifestylowego miejsca, w którym można nauczyć się projektowania myślenia.

■ IN ENGLISH

A coach, trainer and life designer. She specializes in thinking design in business, art and culture. She speaks from the bottom of her heart. She is interested in new technologies and the recent knowledge of human brain. The originator and co-owner of Barberian, Nergal's barber shop, and LABlife, the first Polish lifestyle place where one can learn thinking design.

FOT. MONIKA SZAŁEK

ANYWHERE.PL

KAMIL SADKOWSKI

Jego konikiem jest kuchnia japońska, którą ubóstwia i wznosi na piedestały. Nie z jednego pieca jadał chleb, podróżując u boku Roberta Makłowicza, zaglądając w zakamarki miejsc zakazanych dla zwykłego śmiertelnika. Kulinarny obieżyświat i poszukiwacz intensywnych smaków. Współzałożyciel Akademii Kulinarnej Fumenti w Gdańsku

■ IN ENGLISH

He adores Japanese cuisine, his hobby horse, and puts it on a pedestal. Travelling together with Robert Makłowicz, a famous Polish culinary critic, he has learned which side the bread is buttered looking into corners of places inaccessible to an ordinary man in the street. He is a culinary globetrotter, a taste hunter and the co-founder of the Fumenti Culinary Academy in Gdansk.

FOT. JOANNA OGÓREK

ANNA NAZAROWICZ

Słabość do samochodów ma zaszytą w głowie, bo serca nie ma – jest turbosprężarka. Tata uparcie karmił ją bezcenną wiedzą, sadzał za kierownicą samochodu jeszcze zanim wsiadła na rower. Dziś pociąga ją wszystko, co ma cztery koła, a każdy z samochodów darzy wielkim uczuciem. Autorka bloga „Panie wiozą Panów": www.paniewiozapanow.pl.

.

■ IN ENGLISH

She has a weakness for cars instilled in her head, because she does not have a heart but a turbocharger instead. Her dad was stubbornly feeding her with priceless knowledge and seating her behind the steering wheel even before she mounted a bike. Today everything with four wheels attracts her, and she feels strong affection for each car. The author of a blog entitled Panie wiozą Panów: www.paniewiozapanow.pl

.

FOT. MAT. PRASOWE

WOJCIECH KUCZOK

Pisarz, scenarzysta, grotołaz, felietonista, fan piłki nożnej. Laureat Nagrody Literackiej Nike. Człowiek o wielu pasjach. Z nami będzie dzielił się tą filmową, co miesiąc polecając jeden obraz wart obejrzenia.

■ IN ENGLISH

A writer, screenwriter, caver, columnist and soccer fan. A winner of the Nike Literary Award. A man of many passions. He will share one of them with us recommending one picture worth seeing every month.

FOT. MONIKA SZAŁEK

JAKUB MILSZEWSKI

Redaktor naczelny. Pisze głównie o muzyce i turystyce, o tym pierwszym również na blogu 140db.pl. Kiedyś zostanie gwiazdą rocka, ale póki co śpiewa w chórze. Poza tym fan komiksów i kolekcjoner płyt. Z wykształcenia kulturoznawca, ale niech to zostanie między nami.

■ IN ENGLISH

The chief editor. He writes mainly about music and tourism, also on the blog 140db.pl in the case of the former. One day he will become a rock star, but for the time being he sings in a choir. A cartoon fan and collector of records. A culture expert by education, but this is between you and me.

FOT. MONIKA SZAŁEK

JAROSŁAW KUŹNIAR

Trudno go zamknąć w jednym słowie. Człowiek emocja. Za własne zdanie nosi w plecaku tony hejterów. Ale tutaj w wiecznej podróży, daleko od nich. Założył goforworld.com żeby nie oszaleć na ekranie. Od Syberii przez Grenlandię, Kanadę po Brazylię. Jedyne skuteczne lekarstwo na pośpiech - szycie wypraw na miarę.

■ IN ENGLISH

It is difficult to describe him in one word. An emotion-man. He carries tonnes of haters in his backpack for having his own opinions. But here he is always on the road, far away from all of them. He created goforworld.com to avoid going crazy on the screen. From Siberia through Greenland and Canada to Brazil. The only effective cure for hurry: tailoring expeditions.

FOT. SYLWESTER CISZEK

MONIKA SZAŁEK

Fotografka, artystka, pasjonat, osoba zafascynowana ludźmi, twarzami, pozami, życiem ale zawsze z człowiekiem na pierwszym planie. Po ukończeniu trzydziestki pokazała, że swoje życie można zmienić w dowolnym momencie, Skończyła Warszawską Szkołę Filmową i od kilku lat oddaje się wyłącznie fotografowaniu.

■ IN ENGLISH

A photographer and artist fascinated with people, faces, poses and life – always with man in the foreground. In her thirties, she proved that one can change their lives at any moment. She finished the Warsaw Film School and for several years has been devoted solely to photography.

FOT. MAT. PRASOWE

LOTNISKOWA PLATFORMA MEDIALNA

Śmiech zza grobu

NAJWIĘKSZY SUKCES TO OBRÓCIĆ DRAMAT W KOMEDIĘ. TYMON TYMAŃSKI OPOWIADA O SWOIM GŁOŚNYM FILMIE „POLSKIE GÓWNO".

TEKST ■ JAKUB MILSZEWSKI ZDJĘCIA ■ SYLWESTER CISZEK

KIEDY SIEDEM CZY OSIEM LAT TEMU ZACZYNAŁEŚ PRACĘ NAD SCENARIUSZEM „POLSKIEGO GÓWNA" SPODZIEWAŁEŚ SIĘ, ŻE FILM OSIĄGNIE SUKCES? BO TO CHYBA JEST SUKCES – DOBRE RECENZJE, SPORO WIDZÓW, PpremiERA NA DVD...

Oczywiście, że jest to sukces artystyczny. Jako jeden z dwóch producentów wykonawczych mógłbym dodać, że finansowo mogło być trochę lepiej, ale tutaj trzeba mierzyć siły na zamiary. Do tej pory odzyskaliśmy mniej więcej trzy czwarte środków włożonych w film, a przecież to debiut, całkiem głośny kinowy debiut, w dodatku z trzema nagrodami. Nikt przecież nie gwarantował, że będziemy na billboardach, będziemy mieli film w dużych kinach – a tak było. Jest więc zdecydowanie lepiej niż gorzej, choć mówiąc językiem producenta, to zwycięstwo nieco pyrrusowe.

ALE NIE PRZEWIDYWAŁEŚ CHYBA NAWET PYRRUSOWEGO ZWYCIĘSTWA, BO FILM POWSTAWAŁ TAK NAPRAWDĘ W BÓLACH.

Nie przewidywałem. Od początku myśleliśmy o tym, żeby zrobić film niezależny, zrobić go po swojemu. Żeby ta fabuła była jakąś innowacją artystyczną, czymś na zasadzie crossoveru, który w Polsce nie jest jeszcze gatunkiem często spotykanym. Kiedyś zadzwoniłem do Wojtka Smarzowskiego. Powiedział mi coś takiego: „słuchaj Tymon. Masz dwa sposoby na to. Albo zrobisz to szybko, niezależnie, za dwadzieścia czy pięćdziesiąt tysięcy, trochę po amatorsku. Możesz też czekać na kasę, dłubać przez pięć lat w czymś w rodzaju mainstreamowego obrazka i przeżywać depresję, że twoja męka nie ma końca". Wybraliśmy drugi wariant. Pierwsze zdjęcia, które powstały we wrześniu 2008 roku, kiedy napisałem

pierwszą wersję scenariusza, nie były zbyt udane. Kulały sprawy aktorskie, bo oparliśmy film głównie na naturszczykach, kulały zdjęcia i montaż. Ludzie filmu, wspomnijmy choćby producenta Jurka Kapuścińskiego, widzieli w tym głównie brudną fuszerkę i pewnie mieli sporo racji. Natomiast Smarzol zobaczył w tym jakość. Powiedział, że to się jakoś trzyma kupy, że nie jest to zła poetyka, tylko trzeba by to przede wszystkim wzmocnić scenariuszowo i montażowo. Przez rok czy dwa bujaliśmy się z tym filmem niedokończonym, brudnopisowym, który powstał podczas pierwszych 12 dni zdjęciowych. Polegliśmy z tym wszystkim w okolicach czerwca 2009 roku.

POLEGLIŚCIE, ALE TYLKO NA CHWILĘ.

Rok czy dwa chodziliśmy po ludziach bez pomysłu skąd wydobyć kasę na resztę filmu. Zdjęcia się nam zestarzały, Brylu stracił resztkę włosów. Ja też ściąłem długie kudły, zgubiłem też sporo brzucha. Grzesiek Jankowski dojrzał jako dokumentalista, tymczasem ja naoglądałem się sporo zawodowców, pracując przez dwa sezony jako aktor w dwóch teatrach. W tym czasie zacząłem pracować ze Smarzolem nad nowym scenariuszem. Była to rzetelna praca korespondencyjna. Wojtek mówił mi uczciwie i bez ogródek co trzeba poprawić. Przede wszystkim kazał napisać drabinkę ze scenami. Wyrzucić słabe sceny, wzmocnić dobre. Mocniej zaakcentować punkty zwrotne. Dodać trochę rysu obyczajowo-polityczno, dopieścić dramaturgię. Tekst potem jeszcze zmieniał się wielokrotnie, ale już było wiadomo, że to nie amatorszczyzna, że coś w tym jest.

WTEDY WIEDZIAŁEŚ, ŻE TRZEBA WRÓCIĆ DO ZDJĘĆ I KUĆ ŻELAZO PÓKI GORĄCE? CZY TO BYŁ KLUCZOWY MOMENT?

Kluczowy był moment, kiedy Grześ Jankowski zgadał się z dwójką przyjaciół, którzy okazali się mega istotni przy pracy nad „Polskim gównem", mianowicie z Agą Glińską, świetną montażystką, i Tomkiem Madejskim, operatorem. Obiecali pomóc i trzeba przyznać, że odegrali bardzo poważne, kierownicze role przy tworzeniu finalnego produktu. Mieliśmy już jesień 2012. Podjęliśmy decyzję o wznowieniu zdjęć, ale z innym teamem. W krakowskim i gdańskim teatrze grałem drugie plany, ale uczyłem się techniki grania, wcielenia się w rolę, uruchomienia w sobie emocji. Po tym doświadczeniu uznałem, że musimy nasz film oprzeć w dużej mierze na ekspertach. Stąd Janek Peszek, Marian Dziędziel, Arek Jakubik, Sonia Bohosiewicz, Bartek Topa. Oczywiście nie można nie docenić wkładu naturszczyków. Grzesiek Halama był właściwie kimś pomiędzy, bo miał jakieś przygotowanie do zawodu, ale w głównej roli debiutował. Ale już rola Roberta Brylewskiego, który nie tylko świetnie zagrał, ale też okrasił film elementami własnej biografii, to same flaki oliwy. To samo można powiedzieć Filipie czy Marcinie Gałązce. Do tego Lechu Możdżer, Czesław Mozil, Krzychu Skiba, Olaf Deriglasoff. Mimo tego wszystkiego istotne części fabuły zostały poszyte przez zawodowców żeby się wszystko kleiło. Tego się nie da przecenić. Dzięki temu my, amatorzy, dużo się nauczyliśmy, mogąc na poczekaniu pogłębiać swoją rolę, bardziej wchodzić w jej buty. Amator dysponuje prawdą o sobie, a profesjonalny aktor dysponuje techniką, dzięki której może opowiedzieć każdą historię. Tak mniej więcej wyglądała moja przygoda z „Polskim Gównem", która trwała od września 2008 roku do lutego 2015 roku — premiery filmu.

SKORO JUŻ MASZ TĘ WIEDZĘ, KTÓRĄ ZDOBYŁEŚ PRZEZ LATA PRACY NAD „POLSKIM GÓWNEM", TO MOŻNA SIĘ SPODZIEWAĆ PO TOBIE KOLEJNYCH INICJATYW FILMOWYCH, CZY DAJESZ SOBIE TERAZ SPOKÓJ Z KINEMATOGRAFIĄ?

Know-how to kolejny atut, jaki zdobyłem. Poskarżyłem się szefowi Soundrive Festival, Arkowi Hronowskiemu, że wtopiłem kasę. On na to: „Nie narzekaj. Ja wtopiłem kasę w trzy filmy niezależne, to normalka. Szczerze mówiąc, nie wierzyłem, że będziecie w kinach i na billboardach". Miał absolutną rację. Skupiłem się na tym, że liczyłem, że wyjdę chociażby na zero. Ale gdyby miał się pojawić Szatan i zapytać: „Stary! Wybierasz jakość, czy kasę?", to zawsze wybrałbym jakość. I tego się dalej trzymam. Mamy teraz bardzo fajny, kumplowski team w składzie Jankowski, Madejski, Glińska, Tymański. Mamy opiekę FilmItu oraz filmową ekipę drugiego producenta wykonawczego Tomka Kronenberga, który również włożył w nasze przedsięwzięcie mnóstwo serca. Mieliśmy dobry start i dzisiaj wiemy dużo więcej. Pomyślałem sobie też w ten sposób: latem jestem w stanie zagrać powiedzmy w 30 miejscach. A na przełomie lutego i marca nasz film obejrzało dziesięć razy więcej ludzi. Byliśmy wszędzie. W Stalowej Woli, Andrychowie, w Policach.

Kulały sprawy aktorskie, bo oparliśmy film głównie na naturszczykach, kulały zdjęcia i montaż. Ludzie filmu, wspomnijmy choćby producenta Jurka Kapuścińskiego, widzieli w tym głównie brudną fuszerkę i pewnie mieli sporo racji. Natomiast Smarzol zobaczył w tym jakość. Powiedział, że to się jakoś trzyma kupy, że nie jest to zła poetyka, tylko trzeba by to przede wszystkim wzmocnić scenariuszowo i montażowo. Przez rok czy dwa bujaliśmy się z tym filmem niedokończonym, brudnopisowym, który powstał podczas pierwszych 12 dni zdjęciowych.

Byliśmy tam, nie grając koncertów. Zatem osiągnęliśmy sukces. Dostaliśmy nagrodę na festiwalu w Gdyni, dość niespodziewanie wygraliśmy też główną nagrodę Polskiego Instytutu Sztuki Filmowej w Koszalinie. Oczywiście to wszystko przeszłość, teraz weszliśmy w fazę urlopu od kina. Ale mamy sporo pomysłów na przyszłość. Jest pomysł na fabularny film o Krzyśku Klenczonie. W głowie mam jeszcze dwa inne. Ale teraz trzeba troszkę odsapnąć, zająć się życiem rodzinnym i muzyką. Nie wydałem jeszcze soundtracku do „Polskiego Gówna", który planuję wydać w grudniu. Film to straszliwy egotyk i energiożerca.

NA SAMYM POCZĄTKU TWOJEJ PRACY NAD „POLSKIM GÓWNEM" CHCIAŁEŚ, ŻEBY TEN FILM BYŁ PRZESTROGĄ DLA MŁODYCH LUDZI, KTÓRZY CHCĄ WEJŚĆ W TEN BIZNES, BO WYDAJE IM SIĘ, ŻE ŻYCIE MUZYKA TO IMPREZY, CZERWONE DYWANY I TABUNY LASEK? Ten film powstał trochę poza nami. Ro-

> Na etapie drugiej ligi utkwiliśmy. Było ciągle to samo. Po sto osób na koncertach, kasa była jaka była, koncerty też. Byliśmy ciągle offowymi gówniarzami. Chłopaki oddawali mi życie, jądra i serca na tacy, ale wciąż działaliśmy w zaklętym kręgu pewnej nieudaczy. Wszystko to polegało na morusaniu się w smole i towocie, pośród koncertowej mizerii i mitręgi.

dził się w bólach, ale schodził jak lawina. Nabierał pędu, tocząc się z gór naszych doświadczeń, refleksji, rachunków sumienia. Posiłkował się biografiami ludzi z jego planu: moich, Brylewskiego, Halamy, Skiby. W latach 90. udało mi się wypracować brzmienie dwóch zespołów, które stały się historią. Na początku nowego stulecia spadłem do drugiej ligi. Założyłem kapelę, która z kolei spadła do czwartej. Wziąłem młodych chłopaków z Olecka, synów Marka Gałązki, oleckiego pieśniarza i tekściarza. Zaczęło się mozolne przedzieranie się a'la Lechia Gdańsk — z czwartej ligi do trzeciej, z trzeciej do drugiej... Na etapie drugiej ligi utkwiliśmy. Było ciągle to samo. Po sto osób na koncertach, kasa była jaka była, koncerty też. Byliśmy ciągle offowymi gówniarzami. Chłopaki oddawali mi życie, jądra i serca na tacy, ale wciąż działaliśmy w zaklętym kręgu pewnej nieudaczy. Wszystko to polegało na morusaniu się w smole i towocie, pośród koncertowej mizerii i mitręgi. Gdzieś z niczego pojawił się w głowach pomysł, żeby opowiedzieć to wszystko inaczej — żartem, filmowo. Żeby przekuć to nasze nieszczęście na względny sukces. Pozostało mi tylko nanizać to wszystko na jeden sznurek i na kolanach uprosić cały tabun ludzi, żeby pomogli. I pomogli, jak umieli. Bo film to dzieło zbiorowe, czego ode mnie nie wie lepiej nikt.

ZAMIEŚCILIŚCIE W FILMIE WIELE PRAWDZIWYCH WYDARZEŃ. KTÓREMU Z WAS CHCIANO ZAPŁACIĆ ZA KONCERT SŁOIKAMI OGÓRKÓW?

To akurat przydarzyło się Markowi Gałązce przy okazji koncertu w Sanoku. Jest to jeszcze zabawniejsze, bo nie chodziło o kilka słoików tylko o wielką ilość typu pół ciężarówki ogórków. Koncert dla trzech osób zagrał natomiast Jacek Kulesza. W jego trakcie dwie osoby opuściły klub, a ta, która została poszła sikać. Trzy czwarte historii z filmu mają odpowiednik w prawdziwym życiu.

A GDYBY PRZYSZEDŁ DO CIEBIE MŁODY MUZYK, CHCĄCY WYRUSZYĆ W SWOJĄ PIERWSZĄ TRASĘ TO POKAZAŁBYŚ MU TEN FILM JAKO PRZESTROGĘ?

Warto zacząć od tego, że ten film postrzegany może być w dwójnasób. Dla jednych będzie to tylko beka, ale myślę, że większość potraktuje ten film jako smutną opowieść. Sam widziałem na seansach ludzi, którzy przez pierwszą godzinę dużo się śmiali, ale potem spuszczali nos na kwintę. Dla nas jako muzyków to jest trochę śmiech zza grobu i pewnego rodzaju sukces, bo udało się nam to wszystko obrócić w komedię. Najgorsza jest ta bieda, która pojawiała się dość często, ale ja tego nie żałuję. Za duży sukces uważam to, że podchodzili do mnie różni muzycy, stawiali piwo i mówili „Stary, to jest wypisz wymaluj historia mojego zespołu".

A NIE PODPADŁEŚ NIKOMU PRZEZ TEN FILM? PARĘ CIOSÓW JEST W NIM ROZDANYCH.

Chyba nie, bo te ciosy nie są skierowane w nikogo konkretnego, raczej w instytucje bardziej abstrakcyjne. Może chłopaki

z Kombii mogliby się lekko obrazić, ale rozmawiałem z nimi i nikt do nikogo nie ma żadnych pretensji.

CHCIAŁBYM PORUSZYĆ JESZCZE JEDEN ISTOTNY WĄTEK DLA ODBIORU TEGO FILMU. DLACZEGO ZREZYGNOWAŁEŚ Z ŻYCIA, Z KTÓREGO WIĘKSZOŚĆ ZREZYGNOWAĆ NIE POTRAFI? ZAMIAST SIEDZIEĆ PO OSIEM GODZIN W KORPO I ODBIJAĆ PIECZĄTKI, WYBRAŁEŚ JAZZ, ROCK I CAŁĄ TĘ MUZYCZNĄ RZECZYWISTOŚĆ.
Myślę, że ludzie mogą mieć zakłamany obraz mojego życia. Wiesz, praca muzyka nie polega na tym, że wstaję o piętnastej i czasami sobie zagram koncert. Nie chciałbym być chwalipiętą, ale uważam, że obecnie ciężko pracuję na to gdzie jestem. Oprócz muzyki działam w radiu, w innych miejscach. Wstaję rano i ciężko tyram aby móc realizować swoje marzenie jakim jest bycie muzykiem. To jest mój świadomy wybór i nie mam do nikogo żalu za to, że jest czasami bardzo trudno. ■

■ IN ENGLISH

Laughing from a grave

Turning drama into comedy is the greatest triumph. Tymon Tymiński discusses his resounding movie "Polskie gówno" (Polish crap).

LOOKING BACK SEVEN OR EIGHT YEARS AGO, TO THE TIME WHEN YOU BEGAN WORKING ON THE SCREENPLAY OF "POLSKIE GÓWNO" (POLISH CRAP) DID YOU ANTICIPATE THE MOVIE'S SUCCESS THEN? I'D CALL A SUCCESS – SYMPATHETIC REVIEWS, SIZEABLE AUDIENCES, DVD RELEASE...
Obviously, it's been an artistic success. As one of the two executive producers I would add that there was some room for improvement, financially speaking. However, we have to remain realistic in this regard. So far, we're about one quarter of the funds we've put into the making of this film away from breaking even. Not bad, given that this has been a debut, quite a resounding one at that: the movie won three awards. Nobody guaranteed our movie would be advertised on billboards and eventually brought to the silver screens at major cinemas – and that proved to be the case. On balance, it's been more of a success than failure, though, speaking as a producer would, it's something of a pyrrhic victory.

YOU PROBABLY DIDN'T ANTICIPATE EVEN THIS KIND OF VICTORY, GIVEN THE ORDEAL-LIKE HISTORY OF MAKING THE MOVIE?
Admittedly, I didn't. From its inception, the idea was to produce a truly independent movie. We wanted the plot to be cinematically groundbreaking, something of a crossover, not a genre that Polish audiences are most familiar with. I once rang up Wojtek Smarzowski (a Polish director). He told me something along these lines: "I'll tell you what Tymon. There are basically two ways of doing it. Either you make this movie quickly, independently, for some twenty to fifty thousand złoties, a bit of an amateur job. Or, alternatively, you may keep waiting for money to trickle down to you and painfully slog along for five years or so, working on a quasi-mainstream movie and depressing over the lack of end in sight." We went for the latter. First shots, taken in September 2008, after I had completed the first version of the screenplay, were pretty disappointing. Acting was poor, which is unsurprising because we relied heavily on non-professional actors, as was cinematography and editing. People from the movie industry, like the producer Jurek Kapuściński, considered our output a rather clumsy job and there was probably much truth to that. Smarzol (Wojciech Smarzowski) however, saw value in our work. He told us it was more or less passable, that the style was right and the improvements needed most were in the fields of screenplay and editing. For a year or two we struggled along with an unfinished, flimsy sketch of a movie that had been shot during the first 12 days on set. We surrendered sometime around June 2009.

YOU DID INDEED, BUT ONLY FOR A BRIEF WHILE.
Having run out of ideas how to obtain money for the production of the film we tried talking to various people for another year or two. Shots we had taken grew old and in the meantime Brylu went bald, I cut my hair short and lost some weight along the way. Grzesiek Jankowski matured as a maker of documentaries whilst I became more familiarised with professionals' work by working two seasons as an actor for two theatres. During that time I began working with Smarzol on a new screenplay. That was a great deal of solid work between the two us. Wojtek delivered his comments and advice straightforwardly, in no uncertain terms. First and foremost, he told me to draw up an outline of the screenplay, get rid of inadequate scenes and work on the good ones. Embolden and articulate turning points. Add some socio-political flavour, fine-tune the dramaturgy. The screenplay itself underwent several changes as this process progressed but now it was for certain that the work we did was no longer amateurish, that there was much more to it.

WAS IT AT THAT POINT THAT YOU REALISED YOU NEEDED TO GET BACK TO SHOOTING, TO GRASP THE OPPORTUNITY AND STRIKE THE IRON WHILE IT WAS HOT? WAS THIS THE KEY MOMENT?
This moment came when Grześ Jankowski coopted two of his friends, Aga Glińska, an outstanding editor, and Tomek Madejski, a cinematographer, both of whom turned out to be key figures in making this movie happen. They promised to help and delivered on this promise by becoming seriously involved and playing leading roles in bringing the final product about. It was already autumn 2012. We decided to get back to shooting, with a different team though. In Cracow and Gdańsk theatres I had been playing supporting roles, but these taught to my to perfect my acting technique, play a role, evoke emotions internally. With this experience in hand I came to the conclusion that we need to rely on expert input and involvement in the making our film. Hence the decision to engage Janek Peszek, Marian Dziędziel, Arek Jakubik, Sonia Bohosiewicz, Bartek Topa. Now this doesn't mean that we ought to play down the input by non-professional actors. Grzesiek Halama was a bit of both. He had already had some acting training before, but this was his debut as a movie's protagonist. The role played by Robert Brylewski, however, was the pure and raw meat of the Polish underground scene. Not only did he excel at performing his role but also brought his own biography into the movie. The same can be said of Filip and Marcin Gałązka. And there's also Lechu Możdżer, Czesław Mozil, Krzychu Skiba, Olaf Deriglasoff. However, for the sake of the plot's coherency, its vital parts were assembled by professionals. I cannot stress enough how great a difference this made. Thanks to their work we, being the amateurs that we were, could focus on deepening the understanding of our roles, learn to perform them better. An amateur's virtue is his authenticity. A professional brings to the set skills that allow him to tell any story. This,

HOW ABOUT RIALTO ?

Like the perfect suit made to measure, cut to your style and taste, the boutique Hotel Rialto will offer each of our guests a very personalized stay and probably more Art Deco fine details than interiors of most hotels in the famous Art Deco District of South Beach... So whether you prefer relaxing to the sounds of Mozart or Ellington, enjoying the thrills of Hitchcock or Scorsese, sampling gourmet cuisine by Warsaw's culinary celebrity, the winner of Polish edition of "TOP CHEF", Martin Gimenez Castro or savoring a fine Pinot Noir or Chardonnay, we will do all to ensure the perfect stay time and again.

HOTEL RIALTO, 73 Wilcza Street, 00-670 Warsaw, Poland, Tel. +48 22 58 48 700

A proud member of

LVX℠

Preferred HOTELS & RESORTS

HOTEL R RIALTO

THE ART OF HOSPITALITY

www.rialto.pl

more or less, is how my story of making "Polskie gówno" played out. Its timespan stretched from September 2008 to February 2013 — the movie's premiere.

NOW THAT YOU HAVE THIS KNOWLEDGE THAT YOU HAVE GAINED THROUGHOUT THE YEARS OF WORKING ON "POLSKIE GÓWNO", CAN WE EXPECT MORE FILMING PROJECTS FROM YOU? OR, ARE YOU DONE, FOR NOW, WITH FILMMAKING?
Know-how is another thing I've gained. When I once went to Arek Hronowski, the director of Soundtrive Festival, to complain about losing money he replied: "Stop making a fuss of it. I burned through money on three independent films. That's normal. To be frank, I didn't believe that you'd actually succeed in bringing the film on billboards and movie screens." He was absolutely right. I focused on caring about breaking even. However, if the devil were to come up to me and offer a deal along the lines of "so what it will be mate, quality or money?" I would always go for the former. And I stick to it. What we have now is a great, friendly team that includes Jankowski, Madejski, Glińska and Tymański. We also have FilmIt's patronage and the film crew of Tomek Kronenberg, the movie's second executive producer. He has truly put his heart into making the movie. We had a really good start and now benefit from the accumulated knowledge.
I also began thinking this way: during a summer say I can realistically hope to perform in, say, 30 different places whereas our film, towards the end of February and beginning of March has been seen by ten times as many people. We were everywhere: in Stalowa Wola, Andrychów, Police. We were there, even though we didn't actually perform any gigs in these places. We succeeded.
We received an award at Gdynia Film Festival and we were also, which came somewhat as a surprise to us, awarded the Grand Prix at the Polish Film Institute's festival in Koszalin. Now obviously, that's the past. Presently, we're on a sabbatical from filmmaking. We do, however, already have some ideas that we may put to life later on. One of these is a feature film about Krzysiek Klenczon. There are two more that are lurking my head. Now, though, it is time to rest and get to back family life and music. I haven't released the soundtrack to "Polskie gówno" yet. I'm planning on releasing it in December. Movie is a great egotist and energy sucker.

RIGHT AT THE BEGINNING OF YOUR WORK ON „POLSKIE GÓWNO", DID YOU WANT THIS MOVIE TO SERVE AS A CAUTIONARY TALE FOR YOUNG PEOPLE WISHING TO ENTER THE MUSIC INDUSTRY BECAUSE THEY PERCEIVE IT TO BE ALL ABOUT WILD PARTYING, FAME AND GROUPIES?
It's fair to say that movie has developed, in a way, on its own. It progressed slowly, suffered from birth pangs, but it wasn't long before it acquired a snowball-like dynamic. It was gaining momentum, accelerated by our growing body of experiences, reflections and self-examinations. Biographies of people working on the film — mine, Brylewski's, Halamas, Skiba's — also helped to push the film forward. During the 90s I developed the trademark vibes of two bands that made history. Beginning of the new century saw me relegated to second division. I set up a band that sank to fourth. I invited youngsters from Olecko, sons of Marek Gałążka, a Olecko native singer and songwriter. We began our painful journey upwards, very much like the football club Lechia Gdańsk. From fourth division to third, advancing to second.... Where we got stuck. It was the same story over and over again. Concert attendances of about a hundred people, mediocre money, and gigs that you could expect for such money. We were still just some underground kiddos. Guys from the

band were putting their lives, hearts and balls into it and we still couldn't break the vicious circle of loserdom. Getting smudged in the tar and grease of the gigs' protracted misery was the essence of this lifestyle. Then, out of nowhere, the idea grew in our minds to tell this story differently – comedically, as a movie. To turn our despair into relative success. I just had to put all this together and beg dozens of people for help. And help they did. Making a film is a team effort as I came to know better than anyone else.

YOU'VE PORTRAYED MANY REAL-LIFE STORIES IN THE MOVIE. WHO WAS ACTUALLY OFFERED TO BE PAID FOR A CONCERT WITH JARRED CUCUMBERS?
That was Marek Gałązka whilst giving a concert in Sanok. It actually gets more better than that. It wasn't simply about a few jars but an industrial amount, like half a truckload, of cucumbers. Jacek Kulesza was the person to perform a concert for three people, two of whom left with the third heading for the loo. Three quarters of the stories portrayed in the movie happened in real life.

IF A YOUNG MUSICIAN DREAMING OF HIS FIRST EVER TOUR CAME UP TO YOU, WOULD YOU SHOW HIM THIS MOVIE AS A SORT OF CAUTIONARY TALE?
It's worth stressing that there are essentially two ways of viewing this movie. For some it's gonna be a collection a collection of funny scenes and punch lines, no more no less. However, I do believe that most will come to view this as a sobering tale. I've seen it myself: cinemas that were filled with laughter throughout the first hour of the movie only for the jolly mood to subside dramatically as the movie progressed. For us musicians, it's something akin to laughing from a grave and also a triumph, for we succeeded in turning this story into a comedy. Poverty, a prevalent feature throughout, was the worst bit but I don't regret it. As a measure of personal success I consider the fact of being approached on many occasions by various performers grabbing a beer for me and telling "that's the exact story of my band mate".

HAVEN'T YOU MADE SOME NEW ENEMIES THANKS TO THIS MOVIE? IT THROWS SOME PUNCHES.
I wouldn't say so. These punches haven't been directed at anyone in specific, they were intended to land on rather intangible phenomena. Perhaps the folks at Kombii (a polish band) could feel slightly offended, but I've spoken to them and we're good.

FINALLY, I'D LIKE TO TOUCH UPON ANOTHER CRUCIAL ASPECT OF THIS FILM. WHY DID YOU ESCHEW A WAY OF LIFE MOST OF US COULDN'T? INSTEAD OF A PAPERWORK-FILLED FIXED 8 HOUR HUMDRUM OF A WORKDAY YOU'VE GONE FOR ROCK, STAGE AND ALL THAT JAZZ?
Well, some people may have a distorted view of my life. You know, being a musician isn't actually getting up at three p.m. and performing a gig every now and then. I don't want to sound as if I were bragging, but I think I've real worked hard to reach the place in life I am in right now. Besides music, I do a lot of other work, e.g. for the radio. I get up early and toil away to live my dream life of a musician. This was a fully informed decision taken by me, one that I don't regret and won't blame anyone for, even though things get pretty difficult at times. ■

REKLAMA

Buenos Aires
Dlaczego?

FOT.: PIXABAY.COM

BOSKIE BUENOS, BUENOS AIRES. W POLSCE KOJARZONE GŁÓWNIE Z WIELKIEGO PRZEBOJU - MIASTO, KTÓRE NIE ŚPI, PACHNIE TANGIEM, JEST GORĄCE, NIEBIAŃSKIE. TRUDNO ZAPRZECZYĆ. BUENOS AIRES TO WIZYTÓWKA, POCZTÓWKA, TO METROPOLIA. RAJ DLA TYCH, KTÓRY KOCHAJĄ ARCHITEKTURĘ. SIELANKA DLA TURYSTÓW. UCIECHA DLA TYCH, KTÓRZY SZUKAJĄ WRAŻEŃ. BUENOS W SWEJ BOSKOŚCI DLA KAŻDEGO MA COŚ MIŁEGO.

TEKST ■ DANUTA AWOLUSI ZDJĘCIA ■ FREEIMAGES.COM CONTENT LICENSE, FOTOLIA

JAROSŁAW KUŹNIAR:

MATERIAŁ ZOSTAŁ ZREALIZOWANY PRZY WSPÓŁPRACY Z GOFORWORLD.COM

FOT.: CRISTINA ANDRADA

FOT.: PIXABAY.COM

Stolica Argentyny, wspaniałe miasto, jedno z największych w Ameryce Południowej. Dziki tłum na ulicach. Muzyka, taniec, bogata kultura, totalny brak wytchnienia. A jednak cudownych, olśniewających miast na świecie przecież nie brakuje. Nowy Jork, Barcelona, Rio de Janeiro – każda metropolia aż kipi od atrakcji, kolorów i wszelakich dóbr.

Pytanie-klucz: dlaczego zatem odwiedzić właśnie Buenos Aires?

DLA PULSU METROPOLII

200 km kwadratowych. Taka jest powierzchnia Buenos Aires, choć może trudno w to uwierzyć. Tego nie da się przejść spacerkiem, tego nie da się zwiedzić w jeden dzień. To miasto żyje tak, jak żyje Nowy Jork, tyle że o wiele bardziej świadomie i kolorowo. Aby poczuć klimat tak niesamowitego, gorącego miasta, warto przebyć kawał świata.

> Jeżeli wydaje się wam, że to całe gadanie o tangu to tylko mrzonki, musicie pojechać do Buenos. Tam taniec to ośrodek życia. Puls miasta, które wydaje się tańczyć po prostu cały czas! Tango-bary, tango-kluby, szkoły tanga – na każdym kroku! W dzielnicy Abasto mistrzowie dają pokazy. Zapiera dech z wrażenia. I chce się tańczyć tango razem z nimi. Lepiej lub gorzej, ale z równie wielką pasją. I namiętnością.

To miasto oczywiście żyje o każdej porze dnia i nocy, ale nie jest to pęd bezmyślny. Tu rządzą piękno zabytków, urok tanga, zapierające dech w piersiach widoki i zabawa. Spragnieni spokoju znajdą zaciszne uliczki, kawiarenki, słowem: tysiąc sposobów na spędzenie najpiękniejszych chwil w życiu.

FOT.: DANIEL BATTISTON

FOT.: HERNAN HERRERO

> W Buenos Aires aż kipi od zabytków i pereł architektury. Pałac Casa Rosada, plac Plaza de Mayo, Recoleta... Zróżnicowana uroda ulic i budynków, mieszczących się aż w czterdziestu ośmiu dzielnicach.

DLA ARCHITEKTURY

W Buenos Aires aż kipi od zabytków i pereł architektury. Pałac Casa Rosada, plac Plaza de Mayo, Recoleta... Zróżnicowana uroda ulic i budynków, mieszczących się aż w czterdziestu ośmiu dzielnicach. Można podziwiać, dotykać, uwieczniać i wzdychać nad ludzkim geniuszem.

DLA TANGA

Jeżeli wydaje się wam, że to całe gadanie o tangu to tylko mrzonki, musicie pojechać do Buenos. Tam taniec to ośrodek życia. Puls miasta, które wydaje się tańczyć po prostu cały czas! Tango-bary, tango-kluby, szkoły tanga – na każdym kroku! W dzielnicy Abasto mistrzowie dają pokazy. Zapiera dech z wrażenia. I chce się tańczyć tango razem z nimi. Lepiej lub gorzej, ale z równie wielką pasją. I namiętnością. Właśnie dlatego tak magnetyczna jest milonga. Spotkanie z tangiem i drugim człowiekiem. Milonga nigdzie nie jest równie magiczna, jak w Buenos Aires.

DLA LUDZI

Zdecydowanie, Argentyńczycy warci są poznania. W końcu tańczą zmysłowe tango, a więc nie mogą być nudni! Najlepiej zatrzymać się w pędzie turysty i przyjrzeć się społeczeństwu. Rzadko się to zdarza w mieście, które kusi tak wielką ilością zabytków i atrakcji.

DLA JEDZENIA

Podróże poprzez gotowanie to fantastyczna metoda. W jaki sposób lepiej poznać ludzi

FOT. CRISTINA ANDRADA

FOT. PIXABAY.COM

DANUTA AWOLUSI
Związana z portalem podróżniczym goforworld.com, autorka i blogerka.

Associated with the goforworld.com travellers' portal, writer and blogger.

FOT. PIXABAY.COM

i kulturę, jak nie poprzez kuchnię? Ta argentyńska kipi od smaków i aromatów. Jest bardzo mięsna, bo Argentyńczycy kochają wołowinę. Bife de chorizo, bife de costilla... Do wyboru, do koloru. Grillowane, z sałatami i dressingami – jest co smakować i zbierać siły na przemierzanie piechotą długich tras. Zwłaszcza po parilli – popisowym daniu. Oczywiście z wołowiny, serwowanej z gigantycznego rusztu. Wegetarianie – i dla was Argentyna znajdzie dużo smaków, niemniej jednak mięsożercy odnajdą w Buenos Aires swój raj.

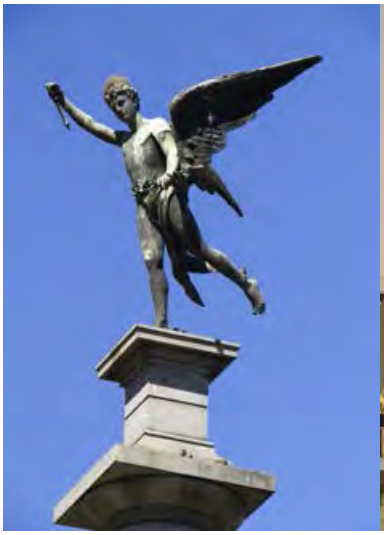
DLA... CMENTARZA

Taka gra słowna, prawda, że udana? Nikogo na tamten świat wyprawić nie chcemy. W Buenos Aires wielką popularnością wśród turystów, podróżników oraz mieszkańców cieszą się cmentarze. Recoleta, cmentarz historyczny oraz Chacarita, cmentarz miejski. Każdy zaskakuje swoim urokiem i tajemnicą.

DLA PRZEŻYCIA CHOCIAŻBY CHWILI W PIĘKNYM BUENOS...

Połączenie metropolii, klimatu turystycznego miasta i równocześnie siedliska wielkiej pasji, kultury, sztuki... W Buenos najpewniej się nie śpi. Nie ma na to czasu, skoro tyle jest do zobaczenia. I tak wiele do przeżycia. Buenos się wyróżnia. Nie tylko lśni, ale ma też

FOT. PIXABAY.COM



FOT.: PIXABAY.COM

swoje mroczne tajemnice. Wystarczy zejść poza szlak, by się o tym przekonać. Potrzeba czasu, aby to wszystko ogarnąć. ■

■ IN ENGLISH

Buenos Aires. Why?

Divine Buenos, Buenos Aires. In Poland, it's mainly associated with the lyrics of a music hit. A city that doesn't sleep, smells of tango and is hot and divine. It's hard to deny it. Buenos Aires is a trademark, showpiece - a metropolis. Paradise for architecture lovers, an idyllic haven for tourists, and adventure seekers' delight. In its divinity, Buenos has something in store for everybody.

The capital city of Argentina. A great city, one of the largest cities in South America. Wild crowds in the streets, music, dance, rich culture, absolutely no time to catch your breath. And yet, there is no short of awe-inspiring, dazzling cities around the world. New York, Barcelona, Rio de Janeiro – each of these metropolises bursts with attractions, colours and other goods. The key question is: why Buenos Aires?

FOR THE CITY'S VIBE

200 square kilometers. It's the area of Buenos Aires, unbelievable as it may sound. You can't just simply talk a walk and see everything in one day. The city lives in the same way New York lives, only more consciously and way more colourfully. To experience all this you need to traverse the world.

This city, of course, lives 24/7, but it's not some kind of absent-minded rush. Beauty of monuments, charm of tango, breathtaking views and fun all rule here. If you're looking for peace and quiet, you'll find in one of many small, quiet streets and cafes. In other words: thousand ways to spend the most beautiful time of your life.

FOR THE ARCHITECTURE

Buenos Aires is overloaded with monuments and architectural gems. Casa Rosada palace, Plaza de Mayo square, Recoleta... It's a true diversity of streets and buildings located in as much as 48 districts. You can admire, touch, save for posterity and contemplate human genius.

FOR THE TANGO

If you're thinking that all this tangotalk is just pipe dreams, then you have to go to Buenos. Dance is the central point of life there, the vibe of the city, which seems to dance all the time! Tango bars, tango clubs, tango schools – on every corner! In Abasto district you'll find dance champions giving performances that will take your breath away and make you wish you danced with them. Better or worse, but with equal passion. That's why milonga is so alluring. And it's nowhere as magical, as it is in Buenos.

FOR THE PEOPLE

Without doubt, Argentinians are people you have to meet. After all, they dance the sensual tango, so they can't be boring! It's good to control your tourist urges, stop and take a look at the society. It's not an easy thing to do in a city that is so enchanting with all its monuments and attractions.

FOR THE FOOD

Planning your travels by exploring cuisine is a fantastic method. There is no better way of getting to know the people and culture than cuisine. The Argentinian is full of flavours and aromas. It's extremely meaty since Argentinians love beef. Bife de chorizo, bife de costilla... Anything you like: grilled, with salads and dressings – there's plenty to taste and help gain strength for traversing long distances on foot. Especially after devouring parilla, the flagship of local cuisine, made from – of course – beef, served from an enormous gridiron. Vegetarians, don't you mourn! For you, too, Argentina will find plethora of flavours. However, it's carnivores who will find their paradise here.

FOR... THE CEMETERY

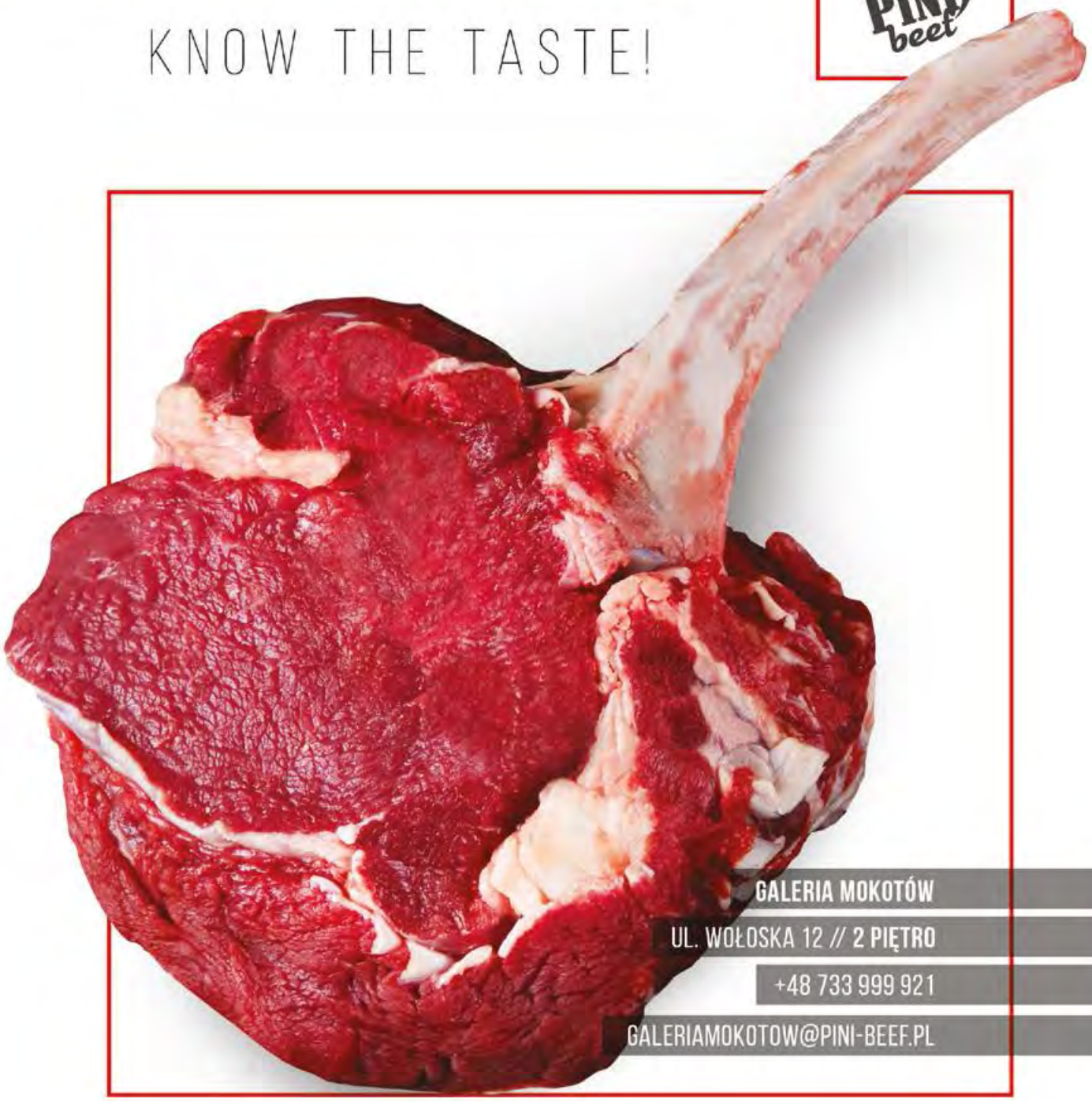
Don't worry, we don't want to dispatch anyone. It's just that cemeteries of Buenos are extremely popular among tourists, travellers and locals alike. Recoleta, the historical cemetery and Chacarita, the municipal cemetery are both surprisingly charming and mysterious.

IF ONLY FOR A WHILE...

The mixture of metropolis, vibe of a tourist city and cradle of great passion, culture and arts... They probably don't go to sleep in Buenos. There's no time for that, since there's so much to see and experience. Buenos stands out. Not only does it shine, but also has its dark secrets. You only have to get off the beaten track to find about, and have the time to grasp the city entirely. ■

ONLY POLISH **BEEF**

KNOW THE TASTE!



GALERIA MOKOTÓW

UL. WOŁOSKA 12 // 2 PIĘTRO

+48 733 999 921

GALERIAMOKOTOW@PINI-BEEF.PL

PINI GRILL & DELIKATESY

PINI

GRILL & DELIKATESY

YOUR PLACE FOR BUSINESS OR PRIVATE MEETING

Każda udana akcja ***to celebracja***

MARCIN GALICKI NAJPIERW ZAŁOŻYŁ POLSKĄ PLATFORMĘ CROWDFUNDINGOWĄ WSPIERAM.TO, A POTEM PRZY JEJ POMOCY UDOWODNIŁ, ŻE POLAKOM TAKA FORMA FINANSOWANIA INICJATYW WCALE NIE JEST STRASZNA.

TEKST ■ KAJETAN KUSINA ZDJĘCIA ■ WSPIERAM.TO.PROWLY.COM

SKĄD W OGÓLE POMYSŁ NA PORTAL WSPIERAM.TO?
Od wielu lat zajmowałem się budowaniem społeczności wokół zespołów, marek czy wydarzeń kulturalnych. Fascynację tym, że zorganizowana grupa społeczna może realnie kształtować rzeczywistość, miałem zatem w sobie od dawna. Jednak był potrzebny jakiś element zapalny. Gdy odkryłem crowdfunding, który doskonale to wykorzystywał, moja fascynacja zmieniła się w potrzebę realizacji tego modelu w Polsce.

JAK WYGLĄDAŁO PRZENOSZENIE TEGO MODELU NA POLSKI RYNEK? CZY NIE BYŁO PROBLEMÓW Z BRAKIEM ZAUFANIA DO TAKIEJ FORMY WSPOMAGANIA?
Od początku wiedziałem, że nie wystarczy przeniesienie tego modelu jeden do jednego. Lokalizacja jest niezbędna, trzeba rozumieć miejscową specyfikę. Polski rynek jest ze względów ekonomicznych i kulturowych całkiem innym miejscem. Z biegiem czasu, jesteśmy coraz bardziej odmienni od pierwowzoru i naszej inspiracji, czyli m.in Kickstartera. Wspieram.to powstało, aby wreszcie zrobić dobre rzeczy w Polsce i zrobić je po prostu jak najlepiej.

PRZY KTÓREJ ZBIÓRCE TAK NAPRAWDĘ POCZUŁEŚ, ŻE CROWDFUNDING SIĘ U NAS PRZYJĄŁ NA DOBRE?
Już wiele razy myślałem, że wszystko na temat budowania kampanii i wyczucia rynku wiem, jednak mam jednocześnie tak duże wymagania co do jakości realizowanych przez siebie projektów (vide wspieram.to), że chyba mogę stwierdzić, że zarówno ja, jak i cały mój zespół cały czas się uczymy. Projekty, które do nas trafiają bezustannie bardzo pozytywnie nas zadziwiają, podobnie jak reakcje społeczności, jej zaangażowanie i entuzjazm przy realizacji. Polacy także dopiero oswajają się z takim modelem, więc jeszcze dużo przed nami.

A JAKĄ AKCJĘ MOŻNA UZNAĆ ZA NAJWIĘKSZY SUKCES, TAKI KTÓRY PRZERÓSŁ WASZE OCZEKIWANIA?
Tak naprawdę każda udana akcja przerasta nasze oczekiwania i bardzo cieszy. Nie oznacza to jednak że nie mamy wiary i bardzo dużych wymagań wobec rynku i siebie samych – wręcz przeciwnie, ciągle podnosimy poprzeczkę. Każda, nawet najmniejsza, udana akcja jest celebracją jej koordynatora i całego Wspieram.to. Pierwszym projektem, który zrobił na nas naprawdę ogromne wrażenie, była gra planszowa „Piwne Imperium". Uzbierała sto procent w ciągu dwóch godzin, więc tempo było po prostu zawrotne. Nie spodziewaliśmy się nawet, że w ten sposób rozpocznie się cykl akcji pędzących tempem rozpędzonego mustanga. Entuzjazm społeczności potrafiącej ufundować projekt w dwie godziny był czymś niesamowitym. Od tamtej pory było wiele projektów, których postępy nie tylko my obserwowaliśmy z wypiekami na twarzy – kampania Adriana Paska, gra „Pan Lodowego Ogrodu" czy Hejtoholik – obecnie największa kampania crowdfundingowa w kraju. Niemal 1400 osób uwierzyło w walkę z nieuzasadnioną, najczęściej internetową nienawiścią, wpłacając na projekt ponad 600 tysięcy złotych!

KTÓRE CECHY ZBIÓREK SPOŁECZNOŚCIOWYCH SĄ NAJBARDZIEJ POCIĄGAJĄCE DLA AUTORÓW PROJEKTÓW? CZY JEST TO FAKT, ŻE SAMI MOGĄ STAĆ SIĘ KOWALAMI SWOJEGO LOSU?
Według mojej oceny zainteresowani uzyskaniem wsparcia w ten sposób dzielą się na kilka grup: na tych zainteresowanych samym wsparciem idei pozostania niezależnym od dużych wytwórni i wydawnictw, tych, którzy stawiają przede wszystkim na interakcję ze swoją społecznością, jak i takich, którzy traktują crowdfunding głównie biznesowo, jako narzędzie do pozyskania środków i doskonały sposób na nagłośnienie w mediach swojego produktu. Większość autorów pomysłów chce oczywiście po trosze wszystkiego.

JAKIE SEGMENTY CIESZĄ SIĘ TERAZ NAJWIĘKSZĄ POPULARNOŚCIĄ? CZY LEPIEJ WYPADAJĄ KONKRETNE PRODUKTY, JAK NA PRZYKŁAD KSIĄŻKI I PŁYTY, CZY MOŻE INICJATYWY I WYDARZENIA?
Myślę że projekty, których finalnym efektem jest materialny produkt – gra, płyta, komiks czy gadżet, zawsze będą się cieszyć nieco większym powodzeniem. Wynika to z całkowicie zrozumiałej chęci posiadania, która u wspierających jest jednym z głównych bodźców do wspierania. Oczywiście zdarzają się projekty inicjatyw społecznych czy sportowe,

które angażują niesamowite ilości wspierających, gromadzą ogromne środki, a w zamian oferują niemal symboliczne wsparcie. Lubimy pomagać, lubimy czuć się częścią czegoś dużego. Doskonałym przykładem z podwórka Wspieram.to są choćby nasze cykliczne edycje zbiórek na Wirtualne Serce Wielkiej Orkiestry Świątecznej Pomocy czy niedawny sukces młodego, zdolnego mistrza motocyklowego – Adriana Paska.

CZY MOŻESZ ZDRADZIĆ PLANY ZWIĄZANE Z DALSZYM ROZWOJEM WSPIERAM.TO?
Sukcesywnie pragniemy robić najlepszą jakościową platformę crowdfundingową w kraju, nadal szerzyć świadomość za pomocą prelekcji, szkoleń i naszej platformy edukacyjnej. Szykujemy jeszcze w tym roku kilka niespodzianek, które pokażą inne oblicze crowdfundingu. ■

■ IN ENGLISH

Celebrating each goal

First, Marcin Galicki launched a Polish crowdfunding platform, Wspieram.to, and then, using it, he proved that such form of funding different initiatives is something that Poles aren't afraid of.

WHERE THE IDEA FOR WSPIERAM.TO COME FROM?
I was dealing with community building around teams, brands or cultural events for quite some time. My fascination with the fact that an organised group can actually shape reality was, therefore, already rooted in me. I just needed a spark to ignite. When I discovered the idea of crowdfunding, which perfectly implemented this, my fascination turned into the need of bringing this model to life in Poland.

HOW DID IT LOOK LIKE ON POLISH GROUNDS? DIDN'T YOU HAVE PROBLEMS WITH LACK OF TRUST TO SUCH FORM OF HELPING OTHERS?
I knew from the very beginning that converting the model one-to-one wouldn't be enough. Location is essential, you have to understand the specifics of a particular area. Polish market is, because of economic and cultural reasons, an entirely different place. In time, we've drifted further and further from the original, like Kickstarter for instance. Wspieram.to was founded to finally make good things in Poland happen, and make sure they're done to the best of abilities.

WHEN DID YOU REALISE THAT CROWDFUNDING IS HERE TO STAY?
I've many times thought that I knew everything about campaign building and that I have business sense, but at the same time I have such high expectations of my projects (vide Wspieram.to) that I think I can say that both me and my team learn all the time. Projects that we receive never cease to amaze us, just as community's reactions, involvement and enthusiasm in realisation do. Polish people are only getting used to this model, so there's still much ahead of us.

AND WHICH CAMPAIGN WOULD YOU NAME AS THE GREATEST SUCCESS? ONE THAT EXCEEDED YOUR EXPECTATIONS?
To tell you the truth, each successful campaign exceeds our expectations and is extremely satisfying. It doesn't mean, though, that we aren't believers or that we aren't demanding towards the market and ourselves. On the contrary, we keep on trying to take things up a notch. Every single goal, even the smallest one, is a celebration of a campaign's co-ordinator and the entire Wpieram.to initiative. The first project that really impressed us was a board game, "Piwne Imperium" ("Beer Empire"). It got 100% in two hours, an unimaginable result. We didn't even begin to think that this would start a series of campaigns that would have the pace of stampeding mustangs. Enthusiasm of the community that was able to fund something in two hours was incredible. Since then, there have been many projects that not only we observed keeping our fingers crossed. Adrian Pasek's campaign, "Pan Lodowego Ogrodu" game (Master of the Ice Garden) or Hejtoholik – currently the largest crowdfunding campaign in Poland. Almost 1,400 people believed in fighting unexcused, usually Internet, hatred by donating more than 600,000 PLN to the project!

WHICH FEATURES OF CROWDFUNDING ARE MOST APPEALING TO PROJECT AUTHORS? IS IT THE FACT THAT THEY CAN SHAPE THEIR LIVES THE WAY THEY WANT IT TO?
I believe that people interested in receiving support can be divided into several groups: those interested in the sheer support of the idea of remaining independent from big labels and publishing houses, those who prioritise interaction with their community, as well as those who treat crowdfunding in a strictly business manner – as a tool to gather resources and, at the same time, bring their product to media's attention. Of course, most authors would like a bit of everything.

WHICH SEGMENTS ARE CURRENTLY THE MOST POPULAR? WHICH ARE BETTER OFF: PARTICULAR PRODUCTS, SUCH AS BOOKS AND CDS, OR MAYBE INITIATIVES AND EVENTS?
I think that projects whose final effect is a tangible product – a game, CD, comic book or any other gadget – will always be more popular. It comes from a quite understandable will to have, which is one of the main incentives for support. Of course, there are projects of social or sports initiatives that involve incredible numbers of supporters, raise huge amounts of money, offering in return almost symbolic support. We like to help, we like to feel part of something greater. Some great examples from our own backyard: regular fundraising for the Virtual Heart of the Great Orchestra of Christmas Charity, or the recent success of the young and talented motorcycle champion, Adrian Pasek.

CAN YOU REVEAL THE PLANS FOR THE FUTURE OF WSPIERAM.TO?
We strive to gradually become the best quality crowdfunding platform in Poland, and continue to broaden people's horizons with lectures, workshops and our educational platform. We're also preparing a few surprises this year that will show a different face of crowdfunding. ■

wspieram.to

Książki w chmurach
Books in the clouds

TEKST ■ SYLWIA GUTOWSKA

Filip Springer „13 pięter"

CZARNE, WOŁOWIEC 2015

Filip Springer to dziś jeden z czołowych polskich reportażystów. Znają go czytelnicy „Gazety Wyborczej", „Polityki" i „Newsweeka". Jak dotąd zajmował się na pozór mało kontrowersyjnym tematem architektury, który w jego opisach zyskiwał nowy, żywy wymiar. I tak wbijał kij w mrowisko, ukazując ciemne strony dwudziestopięciolecia wolności poprzez opowieści o polskim budownictwie. Tak było przy poprzedniej książce, „Wanna z kolumnadą", w której opisywał plagę „pastelozy" i innych metod „upiększania" przestrzeni miejskiej przez rozmaite organy gospodarki wolnorynkowej. W swojej nowej książce Springer nadal krąży wokół architektury i urbanizacji, ale temat estetyczny zastąpił mocno społecznym. Książka traktuje o problemie mieszkaniowym, który budzi emocje w każdym, a już na pewno każdym młodym Polaku. Czy zaciąganie kredytów hipotecznych jest jedynym sposobem na stworzenie sobie domu? I co to jest dom? Poprzez trzynaście historii swoich bohaterów autor pokazuje, jak różne – czasem dramatyczne, czasem groteskowe, a czasem smutnie banalne – są próby zaspokojenia fundamentalnej potrzeby posiadania własnego miejsca do życia. Jak sam powiedział, przedstawione tu przykłady i tak celowo uśrednił, by uniknąć emocjonalnego tonu – a to w mówieniu o tak ważkiej kwestii nie jest łatwe. Rozmawia z mieszkańcami kontenerów, studentami wynajmującymi stancje, młodymi małżeństwami, które kupiły mieszkanie na przedmieściach i – co najciekawsze – z ludźmi stojącymi po drugiej stronie: deweloperami i ekspertami. Analizę popiera dokładnie zbadaną, analogiczną sytuacją Polaków w dwudziestoleciu międzywojennym, kiedy to powstawały pierwsze próby rozwiązania problemu mieszkaniowego w odradzającym się państwie. Nadzieję upatruje w ruchu TBS-owskim, dziś dość wykluczającym, jednak świetnie rozwijającym się na przykład w Stargardzie Szczecińskim. Springer nie stara się za wszelką cenę przekonywać do swoich poglądów, jednak daje do myślenia nad alternatywą wobec tego, co dziś większość z nas utożsamia z dorosłością – kredytem. Świetnie opracowany reportaż i bardzo dobra lektura. ■

Filip Springer „13 pięter"

CZARNE PUBLISHING HOUSE, WOŁOWIEC 2015

Filip Springer has become one of the leading Polish reporters. He is well-known among the readers of "Gazeta Wyborcza" , "Polityka" , and "Newsweek". Until recently, he only dealt with the seemingly non-controversial topic of architecture, which in his descriptions gained new, more vivid, dimension. And so he would put a cat among the pigeons by telling stories about Polish architecture. Such was the case of the book "Wanna z kolumnadą" , in which he described the plague of pastel colours, and other methods of "garnishing" public space by various free market entities. In his new book, Springer still evolves around architecture and urbanisation, but the issue of aesthetics has been replaced by strongly social one. The book describes housing problems that spark emotions in everyone, and especially in young Polish people. Is mortgage really the only way to create a home? And what is home? Through thirteen stories he shows how different – sometimes dramatic, at other times grotesque, or sadly trivial – can the attempts of satisfying the fundamental need of having one's own place to live be. As he says, the examples have been deliberately averaged out anyway in order to avoid an excessively emotional tone. Which isn't easy, considering the weight of the discussed issue. He speaks to the inhabitants of containers, students who rent flats, young couples that have bought suburban apartments and – what's the most interesting – people on the other side of the fence: developers and experts. The analysis is backed by a thoroughly researched, parallel situation of Poles in the Interwar period, when first attempts were made at solving the housing problem in the reborn country. He sees hope in the Social Housing Association (TBS), currently quite excluding but developing quite well in, for instance, Stargard Szczeciński. Springer doesn't attempt to use his book as a mouthpiece but, rather, gives us something to think about in context of the alternative to what most of us consider as being adult – a mortgage. Extremely well-drawn reportage, and a good read. ■

Stay with us and check the quality.

Confirmed by:

Forbes 2015 Recommendation

Recommended by the MICHELIN Guide 2015

2015 TRAVELLERS' CHOICE tripadvisor

A MEMBER OF DESIGN HOTELS™

SPLENDIA Luxury & Character Hotels

Tablet. TRAVEL BETTER.

VISA Visa Luxury Hotel Collection

KIWI COLLECTION

H15 BOUTIQUE • ul. Poznańska 15 • 00-680 Warsaw, Poland

tel.: +48 22 55 38 700 • fax: +48 22 55 38 701• email: info@h15ab.com • www.h15ab.com

Czy po 60-tce ***jeszcze można?***

BYŁ ROK 1955. CITROEN DS UJRZAŁ ŚWIATŁO DZIENNE, A ŚWIAT OGARNĘŁA PRAWDZIWA HISTERIA. FIZYCZNIE TO BYŁ SAMOCHÓD, ALE TECHNICZNIE I STYLISTYCZNIE – WROTA DO INNEJ CZASOPRZESTRZENI. MINĘŁY DŁUGIE LATA. FRANCUSKI PRODUCENT ZDECYDOWAŁ SIĘ WSKRZESIĆ MARKĘ DS, KTÓRA W TYM ROKU OBCHODZI 60-TE URODZINY. ZAPRASZAM WSZYSTKICH NA URODZINOWĄ UCZTĘ!

TEKST I ZDJĘCIA ■ ANNA NAZAROWICZ

W latach 50-tych przednie reflektory doświetlające zakręty czy hydropneumatyczne zawieszenie dostępne w Citroenie DS były jak lot człowieka na księżyc – nikt nawet nie śmiał o tym pomyśleć. To, co w XXI wieku producenci zaczynają wcielać w życie, 60 lat temu wykraczało poza wszelką wyobraźnię. Jednym słowem Citroen

dokonał niemożliwego. Ze względu na wzornictwo oraz liczbę innowacyjnych rozwiązań Francuzi zwykli nazywać go deesse, czyli bogini. Wystarczy zobaczyć zdjęcia tego samochodu, aby nie mieć co do tego żadnych wątpliwości. W dniu swojej premiery wszyscy zgromadzeni na salonie samochodowym w Paryżu wstrzymali oddech. Ale tylko po to, by po chwili zdecydować się na jego zakup. Takich zamówień pierwszego dnia Citroen otrzymał 12 tysięcy. Od tamtej pory notowania Citroena DS rosły niczym na sterydach. Optymizm jednak szybko prysł – liczne usterki wymusiły na modelu zejście ze światowej sceny. Zdaje się jednak, że francuski producent nie powiedział jeszcze ostatniego słowa. Mamy 2015 rok, a ja trzymam w dłoni kluczyk do jubilata, którym jest Citroen DS4 z Edycji Limitowanej 1955.

TRZECH MUSZKIETERÓW

Na początku warto zaznaczyć, że DS4 to nie tylko kolejny model ze stajni francuskiego producenta. To marka sama w sobie, która walczy o sympatię zamożniejszych klientów, chcących wyróżnić się z tłumu. Oferta składa się z trzech muszkieterów: DS3, DS4, DS5. Nasz bohater gabarytowo stoi pośrodku, ale już na pierwszy rzut oka jest znacznie wyższy, niż jego większy brat DS5. Można powiedzieć, że wspiął się na palce, co z pewnością nie pozostanie bez znaczenia w pojedynku z niejednym „leżącym policjantem". Ale przede wszystkim to jubileuszowa wersja. To właśnie dla niej został zarezerwowany granatowy kolor lakieru (garnitury w tym kolorze uchodzą za najbardziej eleganckie), a znaczek na masce oraz felgach mieni się kolorem złota. Zła wiadomość jest taka, że biżuteria w postaci tych złotych dodatków jest zarezerwowana wyłącznie dla urodzinowej wersji.

NIE MÓW DO MNIE „STARY"

W mniemaniu wielu kierowców od wyglądu zewnętrznego bardziej istotne jest to, co znajduje się w środku. Przecież właśnie w kabinie pasażerskiej (a nie na masce) spędzamy najwięcej czasu. Ważnym jest zatem, aby wnętrze robiło dobre wrażenie. I zdaje się, że autorzy projektu Citroena DS4 nie zapomnieli o tym ani na chwilę. Kabina pasażerska niemalże w całości została skąpana w klasycznej czerni. Dla przełamania mrocznego efektu do wnętrza wkradły się również elementy w szarym kolorze. Całość układa się w przyjemną dla oka kompozycję. Aby jednak gustownej elegancji stało się zadość, deska rozdzielcza została ozdobiona ornamentem, który widoczny jest również na lusterkach bocznych. Siedzenia są duże, mięsiste i bardzo komfortowe. Ich wypełnienie, niczym skład Coca Coli, powinien być najpilniej strzeżoną recepturą marki. Z tyłu nie mniej komfortowe warunki podróżowania będą mieć pozostali pasażerowie na pokładzie.

Pokuszę się o stwierdzenie, że kierownica jest nieco za duża. Mogłaby również trochę przybrać w obwodzie i leżeć w dłoniach równie przyjemnie, co ta obecna w najnowszych modelach marki Peugeot. Pomijając jednak ten drobiazg całość wykończenia sprawia bardzo dobre wrażenie.

JAZDA – SZCZYTOWA FORMA

Mimo upływu lat rola tego samochodu nie uległa zmianie. Nie osiągi zatem pozostają tu najważniejsze, a komfort, z jakim możemy podróżować. I tego z pewnością nikomu tu nie zabraknie. Samochód prowadzi się z taką lekkością, jakby unosił się na czubkach opon tuż nad powierzchnia asfaltu. Jest również bardzo zwrotny, a na ciasnych parkingach porusza się niczym primabalerina. Ogromnym plusem tego samochodu jest jego zawieszenie. Samochód nie traci kontaktu z asfaltem nawet przy łukach ciasnych niczym kostium płetwonurka. Równie dobrze radzi sobie na wszelkich wybojach i nierównościach. Jest po prostu miastoodporny. Listę zalet zamyka dźwignia 6-biegowej, manualnej skrzyni biegów. Jej skoki są przyjemnie krótkie, a przełożenia wskakują szybo i bardzo precyzyjnie.

> Kabina pasażerska niemalże w całości została skąpana w klasycznej czerni. Dla przełamania mrocznego efektu do wnętrza wkradły się również elementy w szarym kolorze. Całość układa się w przyjemną dla oka kompozycję. Aby jednak gustownej elegancji stało się zadość, deska rozdzielcza została ozdobiona ornamentem, który widoczny jest również na lusterkach bocznych.

Składając życzenia swoim bliskim z okazji urodzin życzymy im zazwyczaj zdrowia, szczęścia oraz wszystkiego, co w życiu najlepsze. Czego można życzyć producentowi samochodów? Ja życzę samych sukcesów oraz kolejnych muszkieterów spod znaku DS w ofercie. ■

■ IN ENGLISH

Potent sixty-year-old

It was 1955. The Citroën DS saw the light of day, and the world went into real hysterics. Physically, it was a car, but technically and stylistically, it was a door to another space-time. Many years passed. The French producer decided to resurrect the DS brand, which celebrates its 60th birthday this year. Feel invited to birthday celebration!

In the 50s, headlights that cast their beam towards curves and bends and hydropneumatic suspension, which were available in the Citroën DS, were like a man's flight to the Moon – nobody dared to even think about them. What producers started to put into practice in the 21th century was beyond everyone's imagination in the 60s. In a word, Citroën achieved the impossible. Frenchmen used to call it deesse, meaning "goddess" because of its design and the number of its innovative solutions. A look at the car's photographs is enough to remove any doubts about that. Everyone gathered at the showroom in Paris on the day of the car's premiere caught their breath. But after just a short moment all of them wanted to buy one for themselves. Citroën received 12,000 of such orders on the first day. Since then on, the DS's popularity was increasing tremendously. But this optimism soon evaporated: numerous defects forced the model to leave the global market. But it now seems that the French producer hasn't said its last word. It is 2015, and I'm holding a key to a Citroën DS4 from the Limited 2015 Edition.

THREE MUSKETEERS

First of all, it's worth mentioning that the DS4 is not just another model from the French producer's stable. It's a brand in itself that fights for recognition among wealthier clients who wish to stand out in the crowd. The offer features three musketeers: the DS3, DS4 and DS5. As far as its size is concerned, our hero is in the middle, but it's much higher than its older brother DS3 at first glance. We could say that it's standing on its toes, which surely won't be without significance when it enters a battle with a sleeping policeman. But it is most of all a jubilee version. The navy blue paint was reserved specially for this model (suits of this colour are considered the most elegant), and the signs on the hood and rims sparkle with gold. The bad news is that such golden jewellery is reserved only for the birthday version.

DON'T CALL ME "OLD BUDDY"

Many drivers claim that what's inside a car is much more important than its outer appearance. After all, we spend most of the time in the passenger cabin (not on the hood). So it's important that the interior make a good impression. And it seems that the designers of the Citroën DS4 didn't forget about that at all. Almost all of the cabin is bathed in classic black. Grey elements were introduced as well to soften the dark and gloomy effect. The interior as a whole is certainly pleasing to the eye. But in order to complement the tasteful elegance, the control panel was decorated with an ornament which is visible also on the wing mirrors. The seats are large, thick and very comfortable. Just like the composition of Coca-Cola, their filling should be the brand's most closely guarded recipe. Other passengers on the board have similarly comfortable conditions in the rear of the car.

I must admit that the steering wheel is a bit too big. It could be a bit larger in circumference and fit one's hands as nicely as wheels found in the latest Peugeot's cars. But except for this trifle, the whole interior makes a really good impression.

DRIVING IN TOP FORM

The role of this car hasn't changed despite all those years. So it is not its performance that is most important here but the comfort one enjoys travelling. And comfort is something no one will be short of with the DS4. The car drives as lightly as if it was floating right above the surface of the road on the tips of its wheels. It is also very manoeuvrable and moves like a prima ballerina on parking lots. The car's suspension is its great advantage. It doesn't lose contact with asphalt even on curves as tight as diving suits. It performs equally well on all kinds of bumps and potholes. It's simply city-resistant. The list of advantages ends with the six-speed manual gearbox. Its throws are pleasantly short, and the shifts are quick and very precise.

When we give someone wishes on their birthday, we usually wish them happiness and all the best. What could we wish a car producer? I wish the French one success and next DS musketeers in its offer. ■

RENAULT
Passion for life

Nowe
Renault ESPACE

Czas należy do Ciebie

Już od 999 zł miesięcznie w Renault Business Plan

Wyrusz w podróż z Kevinem Spacey na **espace.renault.pl**

Miesięczna rata netto dla nowego Renault Espace Life Energy dCi 130 w ofercie Renault Business Plan na 36 miesięcy z całkowitym limitem przebiegu 60 tys. km i opłatą wstępną 20%. Szczegółowe warunki Renault Business Plan oferowanego przez RCI Leasing Polska Sp. z o.o. dostępne u Autoryzowanych Partnerów Renault. Zużycie paliwa w cyklu mieszanym w zależności od wersji wynosi od 4,4 do 6,2 l/100 km, emisja CO_2 od 116 do 140 g/km. Zużycie paliwa i emisja CO_2 określone zgodnie z obowiązującymi wytycznymi. Zużycie paliwa jest uzależnione od umiejętności i zachowania kierowcy, warunków atmosferycznych i innych okoliczności na drodze. Koncern Renault dba o środowisko, a samochody naszej marki składają się z części nadających się do odzysku i recyklingu. Szczegółowe informacje dotyczące spełniania wymogów ochrony środowiska znajdują się na stronie www.renault.pl.

Renault zaleca ELF

WWW.PRACOWNIACZASU.PL

Czas zamknięty **w *marmurze***

JAPOŃSCY TWÓRCY OGRODÓW ZEN CENIĄ DRZEWA O GRUBYCH KORZENIACH. TO ZNAK WIEKU. UFAJĄ, ŻE TAKIE DRZEWO PAMIĘTA KAŻDEGO, KTO GO DOTYKAŁ. ALE W OGRODACH ZEN SĄ NIE TYLKO DRZEWA, ALE I SKAŁY. KAMIEŃ PAMIĘTA BOWIEM DŁUŻEJ NIŻ DRZEWO. KAMIEŃ JEST TRWALSZY NIŻLI CZAS.

TEKST ■ GRZEGORZ KAPLA ZDJĘCIA ■ MAT. PRASOWE

Kamień pamięta. Nauczył się tego w czasach kiedy był lawą w sercu naszej planety. Albo kiedy był prehistorycznym stworzeniem, lewiatanem, potworem praoceanu. Z jego kości, które miliony lat temu opadły na dno morza a potem rozpalone do czerwoności wytrawiały się w ogniu Ziemi, powstał marmur. Najbardziej szlachetna ze wszystkich skał. Biały jak śnieg i zdawałoby się lekki niczym tiul.

Kiedy Michał Anioł Buonarotti, najbardziej utalentowany człowiek swojej epoki dostał pierwsze zamówienie miał niewiele ponad dwadzieścia lat. A kamień, do którego przyłożył dłuto, był bezcenny. Sławny marmur z Carrary. Skała, uważana za świętą. Tylko cesarze Rzymu mieli dość pieniędzy żeby z niego budować. Najwspanialsze budowle starożytności, takie jak Panteon czy Kolumna Trajana zawdzięczają są sławę jego nieskazitelnej, lśniącej bieli poznaczonej szarą lub czarną blizną czasu. Michał Anioł zszedł do jaskini i osobiście wybrał skałę. Zamienił ją potem w rzeźbę młodej dziewczyny, która trzyma na łonie ciało tego, którego pokochała nad wszystko. Nawet życie. Kiedy odsłonili tę rzeźbę w Watykanie nikt, ale to nikt na całym świecie nie był w stanie uwierzyć, że wykonał ją młody chłopak z Florencji. Nikomu wówczas nieznany. Podejrzewano, że wykonał ją Solari, więc Michał Anioł nocą zakradł się do kaplicy Św. Petroneli i wykuł na fałdzie szaty Matki Bożej napis: „To wyrzeźbiłem ja, Michał Anioł Buonarroti z Florencji". Ta rzeźba — Pieta — uznana została za jedno z najdoskonalszych dzieł sztuki w historii

ludzkości. Z tego marmuru, cenniejszego niż złoto, powstały też Peace Monument w Waszyngtonie, posadzki i kolumnada w sławnym meczecie Szejka Zajeda w Abu Dhabi, delhijska Akshardham, największa i najsławniejsza świątynia hinuistów, opera w Oslo i sławna figura Królowej Jadwigi w katedrze wawelskiej, dar narodu polskiego dla najsławniejszej królowej w dziejach Polski. Wykonał ją Antoni Madeyski.

Rzeźbiarze nie znają lepszego materiału. Niektórzy ukochali go tak, że swoje pracownie i domy budowali jak najbliżej się dało. Na przykład Igor Mitoraj, który zamieszkał w Pietrasanta, niedaleko innego słynnego Polaka — Robeta Kubicy. I tak miłość do kamienia i szybkiej jazdy spotkały się na rynku z białego marmuru. I to nie jest przypadek. Nie może być, skoro śladem Michała Anioła i Igora Mitoraja na poszukiwanie swojej skały ruszył wybitny włoski projektant Giuliano Mazzuoli. Właściwie należałoby powiedzieć wynalazca, bo choć pracuje z przedmiotami użytkowymi, znajduje dla nich zupełnie nowe kulturowe konteksty. Wykonał na przykład sto kolekcjonerskich wiecznych piór w kształcie ekspresu do kawy. Każde jest inne, ma na sobie osobną, unikalną odręczną inskrypcję. Widziałem jedno z nich w warszawskiej Pracowni Czasu. Numer 42. Wyjątkowo piękna rzecz. Ostatni egzemplarz dostępny w naszej części Europy.

Ale nie pióra przyniosły mu światowy rozgłos, a zegarki. Wydawałoby się, że w tej dziedzinie Szwajcarzy powiedzieli już wszystko. Że nie da się zegarka wymyślić od nowa. A jednak. Mazzuoli potrafił. Pokochał szybką jazdę jeszcze w dzieciństwie, kiedy i on, i jego brat wsiadali

ukradkiem do samochodu ojca i włączali go, żeby bez wrzucania biegu dodawać gazu i słuchać jak gra silnik. To był zwyczajny samochód. Nie miał obrotomierza.

Ale sąsiad miał sportowe auto. Pozwolił im kiedyś je zapalić.

— To było wielkie przeżycie. Patrzyłem jak wskazówka tachometru (po włosku contagiri) strzela w górę i to był moment, kiedy pokochałem samochody i pokochałem mechanizmy — wspomina. To był też, jak zrozumie po latach, ten unikalny, jedyny w życiu moment, kiedy zapragnął je tworzyć.

A więc to była chwila, bez której nie powstałaby nowa marka w wydawałoby się zakonserwowanym na wieki wieków świecie luksusowych czasomierzy. Jest z jednej strony bardzo kreatywna i nowatorska, z a z drugiej pełna dystyngowanej, konserwatywnej, klasycznej elegancji. Bardzo męska, choć produkuje modele dla kobiet. Ale trzeba mieć do niej wyjątkowy charakter. Nie każdemu pasować będzie na przykład zegarek inspirowany szybką jazdą Contagiri. Jego tarcza nie jest po prostu kołem podzielonym na dwanaście pól, wokół których wędrują wskazówki. Ta tarcza wygląda jak obrotomierz rajdowego samochodu, takiego, którego silnik zniesie aż dwanaście tysięcy obrotów. Wskazówki docierają do końca skali i muszą zaczynać od nowa. Jakbyśmy startowali spod świateł.

> Wydawałoby się, że w tej dziedzinie Szwajcarzy powiedzieli już wszystko. Że nie da się zegarka wymyślić od nowa. A jednak. Mazzuoli potrafił.

Takie ustawienie cyfr na tarczy zmusiło szwajcarskich specjalistów od mechanizmów zegarowych do przeformatowania swoich idei, ale udało się to znakomicie. Contagiri In Steel DLC Matte in Black to klasa sama dla siebie.

Inną serią jest Trasmissione Meccanica, którego obudowa przypomina tarczę sprzęgła.

— To był moment, kiedy zobaczyłem jak mechanik składa sprzęgło. Zrozumiałem jak działa mechanizm, który pozwala mi jechać samochodem. Ale dziś patrzę na to inaczej. To mechanizm, który przenosi mnie w czasie. A więc tarcza sprzęgła powinna stać się elementem zegarka — opowiada Giuliano. — Wbudowałem więc cały mechanizm zegarka w tarczę, która czyni możliwym każdy ruch.

Daleko odeszliśmy od marmuru, a przecież o tym miała być ta opowieść. A więc Giuliano przyjechał do Carrary jak Mitoraj czy wcześniej Michał Anioł. Sięgnął po dłuto i wykuł swój kawał skały, która pamięta praocean. Skały, z której powstały dłonie Matki Boskiej trzymającej Zbawiciela w najsławniejszej rzeźbie renesansu. I wszystkie te wiekopomne budowle. I wielkie rzeźby Mitoraja. Mazzuoli wyrzeźbił z nich koperty dla swoich najbardziej niezwykłych zegarków. Tych z serii Carrara in Marble. Bardzo klasycznych, bardzo pięknych. Mających swoją wagę. Nie może być inaczej, bo trzymasz w ręku czas uwięziony w kamieniu. A kamień zawsze pamięta. ■

■ IN ENGLISH

Time trapped in marble

The authors of Japanese zen gardens value trees with thick roots. It is a sign of age. They believe that such a tree remembers everyone who has touched ever it. But zen gardens consist of not only trees but also stones. Stone remembers longer than trees. Stone is more durable than time.

Stone remembers. It learned that when it was still lava in the heart of our planet. Or when it was a prehistoric creature, a leviathan, a monster living in the first ocean. Its bones, which sank to the bottom of the sea millions of years ago and were etched red hot by the fire of the Earth, gave birth to marble. The noblest of all stones. Snow-white and seemingly as light as tulle.

When Michelangelo Buonarroti, the most talented man of his era, received his first order, he had just turned twenty. And the stone he put his chisel against was priceless. The famous Carrara marble. A rock considered sacred. Only Roman emperors could afford to build with its use. The most magnificent buildings of antiquity, such as the Pantheon or Trajan's Column, owe their fame to its immaculate white colour bearing grey or black scars of time. Michelangelo went down to the cave and personally chose his stone. Then he turned it into a sculpture of a young woman holding to her bosom the body of the One she loved more than anything else in the world. Even life. When they unveiled the sculpture in Vatican, nobody, but nobody in the whole world could believe it was made by a young boy from Florence no one had ever heard of before. People suspected it had been created by Solari so Michelangelo sneaked into the Chapel of St. Petronilla by night and carved the following inscription on a crease of Mary's dress: "Michelangelo Buonarroti, Florentine, made this". The sculpture — the Pietà — is considered one of the most perfect pieces of art in the history of mankind. That marble, which is more precious than gold, was also used to build the Peace Monument in Washington, the floors and collonade of the famous Sheikh Zayed Grand Mosque in Abu Dhabi, Akshardham, that is the biggest and most famous Hindu temple located in Delhi, the Oslo Opera House and the Sarcophagus of Jadwiga, Queen of Poland, made by Antoni Madeyski and located in the Wawel Cathedral, a gift of the Polish people to the most famous queen in the history of Poland.

There is no better material for sculptors. Some are so much in love with it that they built their studios and homes as close as possible. For example Igor Mitoraj, who moved to Pietrasanta and lived close to another famous Pole, Robert Kubica. And this is how the love for stone and the love for speeding met on a white marble square. And it was not a coincidence. It couldn't be since the outstanding Italian designer Giuliano Mazzuoli followed the steps of Michelangelo and Igor Mitoraj in his search for his perfect stone. Actually, we should call him an inventor because, although he works on utilitarian articles, he find completely new cultural contexts for them. For instance, he created a hundred of collector's fountain pens in the shape of a coffee machine. Each of them is different, each is decorated with a unique, hand-made inscription. I saw one of them in Pracownia Czasu in Warsaw. No. 42. An exceptionally beautiful thing. The last copy available in our part of Europe.

And yet it was not fountain pens but watches that let him gain world renown. It would seem that the Swiss have already said everything there was to say in that field. And that one cannot invent the watch again. And yet Mazzuoli could. He fell in love with high-speed driving as a kid when he and his brother sneaked inside their father's car, started it and stepped on the gas without getting into gear in order to listen to the sound of the engine. It was an ordinary car. Without a tachometer.

But their neighbour had a sports car. He let them start it once.

"It was a wonderful experience. I was watching the pointer of the tachometer (contagiri in Italian) shoot up, and that was the moment I fell in love with cars and mechanics," he says. As he notices years later, that was also the unique, one and only moment he set his heart on creating them.

So without that moment and without that experience the seemingly fossilized market of luxury timepieces would not see the rise of a new brand. It is on the one hand very creative and innovative but on the other full of distinguished, conservative and classic elegance. It is also very masculine, even though it produces watches for women too. But all of its watches demand a unique character from their owners. For instance, Contagiri, a watch inspired by high-speed driving, will not suit everyone. Its dial is simply a circle divided into twelve areas with hands circling around them. The dial looks like a tachometer of a racing car whose engine can endure as many as twelve thousand revolutions per minute. The hands reach the end of the scale and start again. As if we started the car at the lights.

Such an arrangement of digits on the dial forced Swiss specialists in clock mechanisms to reformat their ideas, but they handled the task successfully. Contagiri In Steel DLC Matte in Black is class in itself.

The series Trasmissione Meccanica features watches with a casing that resembles a clutch disk.

"That was when I saw a mechanic put a gear box together. I understood how the mechanism that lets me drive a car works. But now I see it differently. It is a mechanism that lets me travel in time. If so, the clutch disk should become a part of a watch," says Giuliano. "So I built the whole mechanism of the watch into the disk that makes any movement possible."

The story was supposed to go around marble, but we strayed from the subject a bit. So Giuliano, just like Mitoraj and Michelangelo before him, came to Carrara. He took a chisel and cut his own piece of stone that remembers the first ocean. A piece of stone used to create the hands of Mary holding the Saviour in the most famous sculpture of the Renaissance. Used to create all those immortal buildings and great sculptures by Mitoraj. Mazzuoli used it to create cases for his most amazing watches. Those from the series Carrara in Marble. Very classic and very beautiful watches that have their weight. But it cannot be otherwise since you hold time trapped in marble. And stone remembers forever. ■

GIULIANO MAZZUOLI

PRACOWNIA CZASU

Tel: 22-622-12-12,
sklep@pracowniaczasu.pl
ul. Wiejska 14, 00-490 Warszawa

www.giulianomazzuoli.com

▲ SALON OPTYCZNY PERFECT VISION

Patrząc (nie tylko) ***przez różowe okulary***

NIE WIADOMO KTO I KIEDY WYNALAZŁ OKULARY. LEGENDA GŁOSI, ŻE COŚ NA ICH KSZTAŁT BYŁO ZNANE JUŻ W STAROŻYTNOŚCI. CESARZ NERON MIAŁ OGLĄDAĆ WALKI GLADIATORÓW PRZEZ SPECJALNIE WYSZLIFOWANY SZMARAGD. DZIŚ JUŻ NIKT NIE OGLĄDA ŚWIATA PRZEZ SZLACHETNE KAMIENIE. JAKICH WYBORÓW DOKONUJĄ ZATEM POLACY W SALONACH OPTYCZNYCH?

TEKST ■ ANNA NAZAROWICZ ZDJĘCIA ■ EDYTA BARTKIEWICZ

Problemy z widzeniem nękały ludzkość od zawsze. Mijały lata i do gry wkraczały nowe technologie. Miały być wsparciem dla optyków w krucjacie przeciwko wadom wzroku. Na chwilę obecną rynek swoim bogactwem przypomina jaskinię Ali Baby. Niekończąca się ilość kształtów oraz kolorów, w jakich dostępne są okulary, przyprawia o zawrót niejedną tęgą głowę. Parafrazując stare powiedzenie można powiedzieć, że „każda potwora znajdzie swoje oprawki". Od wielu lat ta branża w Polsce rozwija się bardzo intensywnie, a liczba salonów nieustannie rośnie. Gdzie warto szukać pomocy? Na mapie Warszawy znajdują się trzy miejsca, które swoją pozycję na rynku budowały w oparciu o coś więcej, niż tylko bogactwo oferty.

JESTEM LEGENDĄ

Pan Zdzisław Robak jest związany z branżą od ponad sześćdziesięciu lat. Swój pierwszy salon optyczny otworzył w 1977 roku przy ulicy Wołoskiej. To, co było dostępne wówczas na rodzimym rynku, ciężko było nazwać wyborem. Sprowadzenie do kraju marek rodem z Paryża, Mediolanu czy Monachium okazało się strategicznym ruchem. Ówczesna szara polska rzeczywistość była wręcz spragniona powiewu z zachodu. Poza renowacją mebli oraz kilkoma ulepszeniami punkt funkcjonuje w niezmienionej formie do dnia dzisiejszego. Zapach tradycji wręcz unosi się w powietrzu. Na ekspozycji? Prawdziwe skarby: okulary korekcyjne i przeciwsłoneczne Valentino, Gucci, MaxMara, Carrera. Sąsiedztwo ulicy Woronicza sprawiło, że klientami zostały znane osobistości ze świata TVP. — Oglądając telewizję rozpierała mnie duma, bo większość okularów pochodziła z mojego salonu na Wołoskiej — przyznaje pan Zdzisław. Dziś nadal wielu aktorów i celebrytów odwiedza to miejsce. Ale od dumy silniejsza jest tylko tajemnica zawodowa. Wiemy jednak, że wśród klientów był m.in. świętej pamięci Władysław Bartoszewski. Salon na Mokotowie jest pierwszym, ale nie jedynym należącym do państwa Robaków. Na terenie Warszawy posiadają oni 5 punktów sygnowanych własnym nazwiskiem, m.in. w Hotelu Hilton. A każdy z nich oferuje ten sam produkt — z najwyższej półki. Cechy szczególne? Obok długiej historii oraz starannie dobranego asortymentu nacisk kładzie się na poziom obsługi klienta. Niektórzy pracownicy są związani z firmą od 20 lat, a trzeba przyznać, że w dzisiejszych czasach mało kto wiąże się tak mocno ze swoim miejscem pracy.

ŚWIATOWA EKSTRAWAGANCJA

Niewiele krótszą obecnością na rynku może się poszczycić również pan Grzegorz Trzaska — prawdziwy arystokrata w świecie optyki. Swoją działalność rozpoczął w 1979 roku. Na jej miejsce wybrał warszawski Żoliborz. Salon zlokalizowany tuż przy placu Wilsona przez wszystkie lata gościł intelektualną elitę, dyplomatów oraz premierów niejednego, polskiego rządu. Zapytany czym jest ety-

> Gdzie warto szukać pomocy? Na mapie Warszawy znajdują się trzy miejsca, które swoją pozycję na rynku budowały w oparciu o coś więcej, niż tylko bogactwo oferty.

ka pracy w tym zawodzie odpowiedział, że jest to utożsamianie się z przysięgą Hipokratesa. – Zawsze trzeba słuchać tego, co mówi pacjent – powiedział nam pan Grzegorz, który zdaje sobie sprawę, że ci, którzy odwiedzają jego salon, wszystkie problemy mają zapisane w oczach. Długa obecność na rynku oraz bardzo wysokie standardy zaowocowały współpracą z takimi luksusowymi markami jak np. Dior Homme. Najbardziej nietypowe zamówienie? Oprawki ze szmaragdów i kamieni szlachetnych godnych rodziny królewskiej. Wycena tego zamówienia jednak tak mocno oderwała się od Ziemi, że klient dopuścił do głosu rozsądek zamiast serca. To jednak nie zmienia faktu, że rośnie liczba odbiorców, którzy za pomocą oprawek pragną wyrazić swoje ja. A wtedy koszty zostają zepchnięte na dalszy plan. To efekt gra główną rolę. Klient patrząc w lustro ma odczuwać przyjemną falę radości rozlewającą się na jego twarzy. Odpowiedzią na tak wyszukane potrzeby ma być nie mniej wyszukany produkt. Bogaty wybór okularów korekcyjnych i przeciwsłonecznych takich marek jak Celine, Fendi, Marc Jacobs czy Saint Laurent spełni nawet te najbardziej wygórowane oczekiwania. W niektórych przypadkach ceny pozostają do zaakceptowania jedynie dla tych najbardziej nieustraszonych. Na pytanie o to, czym powinien się wyróżniać salon godny zaufania, pan Grzegorz odpowiedział, że z pewnością umiejętnością weryfikowania recepty, która jest początkiem naszej przygody z optyką. To ten moment zaważy później na jakości widzenia przez okulary, na które wydamy jednak górkę naszej gotówki.

PODRÓŻ DO PRZYSZŁOŚCI

Spośród naszych wybrańców Perfect Vision jest najmłodszym graczem na rynku. Został on powołany do życia w 2010 roku. Niech jednak nikogo ten staż nie zwiedzie: na chwilę obecną to już siedem punktów na terenie Warszawy. Właściciel firmy, pani Lucyna Przyborek zastrzega, że mimo sporej liczby salonów jej firmy nic nie łączy z klasyczną sieciówką. Każdy lokal pod kątem zaawansowania i wykorzystywanej technologii jest niczym film „Matrix" pośród innych produkcji kinowych. Wszystkie zostały urządzone w odważnym i nowoczesnym stylu. Do tego oferują jedynie najnowsze kolekcje z całego świata. Pani Lucyna twierdzi, że firma stoi na trzech nogach: nowoczesnym wyglądzie, komforcie widzenia i najwyższym poziomie obsługi. Ten ostatni odgrywa szczególną rolę. „Wszyscy tak mówią" – powiedzą złośliwi. Dowód? Firma przystąpiła do projektu „Ambasadorzy Luksusu". Jednym z jego elementów są szkolenia, na których uczestnicy szlifują wiedzę z dziedziny stylizacji. Zgłębiają również wiedzę na temat sposobów, w jakie dobrać okulary do konkretnej twarzy i sylwetki. W końcu klient po wizycie w salonie ma odczuwać najczystszą radość. Pani Lucyna zdaje sobie sprawę, że ma do czynienia z bardzo świadomym klientem: – Ludzie podróżują po świecie, odwiedzają butiki, posiadają wiedzę o nowościach na rynku. Dlatego tak duży nacisk kładziemy na znajomość kolekcji – twierdzi. Przynależność do elitarnego grona wcale nie jest łatwym zadaniem. Zespół musi być czujny niczym ważka, gdyż tajemniczy klient nie śpi, tylko odwiedza salony. Profesjonalizm to jednak coś, co każdy z członków personelu zjada na każde śniadanie. Najlepszym tego świadectwem jest wygrana w konkursie, Perfect Vision pod kątem obsługi klienta zajął drugie miejsce w – uwaga – całej Polsce.

▲ ZAKŁAD OPTYCZNO-OKULISTYCZNY ZDZISŁAW ROBAK

O tym, że firma spełnia najwyższe wymogi może świadczyć autoryzowana obecność tak luksusowych marek jak Dior. Jest ona dostępna jedynie w kilkunastu salonach w Polsce, z czego jeden należy do pani Przyborek. Oczywiście do tego elitarnego grona zaliczają się również salony wyżej wymienionych: Pana Robaka oraz Pana Trzaski. To prawdziwe wspięcie się na szczyt, ponieważ aby ktoś mógł oferować oprawki tej marki, ktoś musi stracić do tego prawo. Liczba takich miejsc zatem się nie powiększa. Ale to jedynie przedsmak tego, co nas czeka w salonach Perfect Vision, które kuszą okularami korekcyjnymi i przeciwsłonecznymi marek Jimmy Choo, Tommy Hilfiger, Boss czy Max&Co. Mało? Do wyboru pozostaje również wiele innych marek Safilo.

▲ OPTYK TRZASKA

„W czerwonym pani do twarzy" – kto sądzi, że jedynie do tego całość się sprowadza, ten jest w grubym błędzie. Pracownicy, niczym oddział Marines, są dobrze wyszkoleni w umiejętności doboru szkieł. Nowinki techniczne mają szerokie zastosowanie w optyce. A jak wiadomo, postęp pędzi nieubłaganie. Perfect Vision nie pozostaje za nim w tyle. Firma jest w posiadaniu nowoczesnych urządzeń, które, dzięki precyzji ogromnej niczym Księżyc, pozwalają wręcz uszyć na miarę szkła okularowe. To niezwykle istotne w przypadku trudniejszych korekt wzroku. Ręczne pomiary mogą być niedokładne, a co za tym idzie – szkła mogą być źle wykonane. Realizacja, która najbardziej utkwiła w pamięci? Pani Lucyna odpowiada bez namysłu: były to okulary przeciwsłoneczne, w których do jednego ze szkieł przytwierdzali ważkę. W końcu, jak to śpiewał amerykański raper Notorious B.I.G. (miłośnik okularów przeciwsłonecznych): sky is the limit. ■

Firma jest w posiadaniu nowoczesnych urządzeń, które, dzięki precyzji ogromnej niczym Księżyc, pozwalają wręcz uszyć na miarę szkła okularowe. To niezwykle istotne w przypadku trudniejszych korekt wzroku. Ręczne pomiary mogą być niedokładne, a co za tym idzie – szkła mogą być źle wykonane.

■ IN ENGLISH

Seeing through (not only) rose-coloured spectacles

Nobody knows who invented glasses and when they did it. Legend has it that similar equipment was used already in antiquity. Nero is said to have been watching gladiators fight trough a specially cut emerald. Nowadays nobody looks at the world through precious stones. So what choices do Poles make at the opticians?

People have always been confronted with sight problems. Years passed and new technologies were introduced. They were supposed to help opticians in their crusade against sight defects. In its richness, the market currently resembles the Ali Baba's cave. The countless number of shapes and colours glasses are available in makes our heads spin. To paraphrase an old proverb, we could say that there is no goose so gray in the lake that cannot find glasses of her make. The industry has been rapidly developing and the number of stores has been constantly growing in Poland for many years now. Where should one seek help? The map of Warsaw features three places that have based their position on the market on something more than just a wide offer.

▲ ZAKŁAD OPTYCZNO-OKULISTYCZNY ZDZISŁAW ROBAK

I AM LEGEND

Mr Zdzisław Robak has been involved in the industry for more than sixty years. He opened his first store in 1977 on Wołoska street. What was then available on the Polish market can hardly be called a choice. Importing brands from Paris, Milan or Munich to Poland turned out to be a strategic move. The then bitter Polish reality was in fact craving for a breath of western air. Apart from customizing the furniture and several improvements, the store has been kept unchanged to this day. The place is filled with a delicate scent of tradition. What about the display? It features real treasures: spectacles and sunglasses by Valentino, Gucci, MaxMara, Carrera. Because the store is located close to Woronicza street, famous personalities from the world of Polish television became its regular customers. "Watching television, I was filled with pride because most of the glasses I could see came from my store on Wołoska street," said Mr Zdzisław Robak. Many actors and celebrities visit the place even today. But professional secrecy is more important than pride. And yet we do know that the late Władysław Bartoszewski was among its customers. The store in the district of Mokotów is the first but not the last one belonging to the Robak family. They own 3 stores functioning in Warsaw under their name, for example in the Hilton Hotel. And all of them offer the same, high-end products. Any identifying features? Apart from their long history and carefully selected assortment, particular attention is paid to the quality of customer service. Some employees have been working for the company for 20 years, and one has to admit that today few are so bound to their workplace.

WORLD ECCENTRICITY

Mr Grzegorz Trzaska can boast only slightly shorter presence on the market. A true aristocrat in the world of optics, he began his activities in 1979, and, to do so, chose Żoliborz in Warsaw. The store located right by Wilson Square was visited by intellectual elites, diplomats and prime ministers of more than one Polish government. Asked what ethics in his profession are, Mr Trzaska said that they mean identification with the Hippocratic Oath. "You always have to listen to what the patient says," said Mr Trzaska, who realizes that people who visit his store have all their problems written in their eyes. Thanks to his long presence on the market and very high standards,

▲ SALON OPTYCZNY PERFECT VISION

he has established cooperation with such luxury brands as Dior Homme. The most extraordinary order? Frames made of emeralds and precious stones worthy of royal families. But the valuation of the order turned out to be so out of touch with reality that the customer eventually decided to listen to the voice of his reason instead of his heart. But it does not change the fact that the number of clients who want to express themselves through their glasses is growing. And in such cases, costs are pushed into the background. It is the effect that matters. Looking in the mirror, the customer is to feel a pleasant wave of joy sweeping over his or her face. Such sophisticated needs demand sophisticated products. A wide array of spectacles and sunglasses produced for example by Celine, Fendi, Dior Homme, Marc Jacobs and Saint Laurent will meet even the most exorbitant expectations. In some cases, their prices can be accepted only by the most fearless ones. When asked about features that a trustworthy store should have, Mr Trzaska said that they definitely include the ability to verify prescriptions, which is the beginning of one's adventure with optics. It is this moment that will later decide on the way one sees through the glasses they after all spend a pile of cash on.

BACK TO THE FUTURE

Perfect Vision is the youngest store among the ones we have chosen. It was opened in 2010. But you should not be deceived by its seemingly short experience: it currently consists of seven stores in Warsaw. Ms Lucyna Przyborek, the owner of the company, explains that despite the number of stores, her company has nothing in common with classic chain brands. As regards their innovativeness and technologies applied, each of the stores is like Matrix among other cinema productions. They were all furnished in a bold and modern style. Moreover, they offer only the latest collections from the whole world. Ms Przyborek claims that the company stands on three feet: modern look, visual comfort and top-quality service. The latter pays particular role. "Everyone says that," the malicious ones would say. A proof? The company entered the project Ambassadors of Luxury, which includes training courses during which their participants improve their knowledge on stylization. They also learn about ways to select glasses that suit a particular face and figure. After all, when customers leave the store, they should be filled with sheer joy. Ms Przyborek realizes that she deals with very conscious customers. "People travel around the world, visit boutiques and are aware of novelties on the market. This is why we place emphasis on familiarity with collections," she says. Being a member of an elite circle is not an easy task. The team has to remain fully alert because the mystery shopper is not asleep but regularly visits the stores. But professionalism is something each staff member eats for breakfast. Winning a competition is the best way to prove that. Perfect Vision took the second place as regards customer service in – note – the whole Poland.

The fact that the company complies with the most demanding requirements is proven by the authorized presence of such luxury brands as Dior. It is available in several stores in Poland, one of which is run by Ms Przyborek. That elite group obviously includes stores belonging to the already mentioned Mr Robak and Mr Trzaska too. It is a real ultimate because in order to offer frames produced by this brand, someone else must lose the right to do so. So the number of such places remains the same. But all of that is only a foretaste of what you can expect in Perfect Vision stores, which attract customers with spectacles and glasses by Jimmy Choo, Tommy Hilfiger, Boss and Max&Co. Not enough? You can also choose from many other Safilo brands.

If you think that the whole process is reduced to "red suits you", you are very mistaken. The staff is like marine corps: thoroughly trained in selecting glasses. Technological innovations are widely applied in optics. And as we all know, progress marches inexorably on. Perfect Vision is not left behind. The company owns innovative equipment which – thanks to its absolute precision – helps to tailor perfect glasses. It is extremely important in the case of more difficult sight problems. Measurements made by hand may be inaccurate, and consequently the glasses may be imperfect. An order that was particularly engraved in their memory? Ms Przyborek says without a moment of hesitation that it included sunglasses with a dragonfly attached to one glass. After all, as the American rapper Notorious B.I.G. (a sunglasses fan) sang: sky is the limit. ■

▲ OPTYK TRZASKA

Cieszanów Rock Festiwal 2015

JEDYNE CO NAM ZOSTAŁO TO POPATRZEĆ NA ZDJĘCIA Z TEGOROCZNEGO CIESZANÓW ROCK FESTIWALU I POWSPOMINAĆ. KTO BYŁ NIECH OTRZE ŁEZKĘ I TĘSKNI. KTO NIE BYŁ NIECH PODZIWIA I NIECIERPLIWI SIĘ NA MYŚL O KOLEJNEJ EDYCJI.

TEKST ■ JAKUB MILSZEWSKI ZDJĘCIA ■ MFK.COM.PL

Co tu dużo mówić: tegoroczny Cieszanów Rock Festiwal był najlepszą edycją ze wszystkich dotychczasowych. Mogli-byśmy zrobić jakiś plebiscyt, głosowa-

nie, ale wiemy, że i tak zwyciężyłaby edycja 2015. I to dobrze – festiwal od samego początku zachowuje tendencję wznoszącą i ptaszki śpiewają, że nie ma zamiaru na obecnym poziomie osiąść. Ciągnie go w górę, do gwiazd. Nas też ciągnie na Cieszanów Rock Festiwal.

Na 2016 rok jeszcze kalendarza nie mamy, ale jak będziemy mieć to zaznaczymy datę kolejnego CRF zaraz po tym, jak pooznaczamy daty naszych rocznic ślubu i urodzin naszych bliskich. ■

■ IN ENGLISH

Cieszanów Rock Festival 2015

The only thing left we can do is take a look at photographs from this year's Cieszanów Rock Festival and lose ourselves in reminiscences. Those who attended the festival can wipe away their tears and miss the event, and those who didn't can admire the images and consider taking part in the next edition...

What can I say, this year's Cieszanów Rock Festival was the best edition in its history. We could organize some kind of survey or poll, but we know that the 2015 edition would win anyway. And it would be a good thing because from its very beginning the festival has been following its upward trend, and rumour has it that it doesn't plan on stopping at the current level. It's drawn upwards, to the stars. And we're drawn to Cieszanów Rock Festival.

We don't have calendars for 2016 yet, but as soon as we do, we will mark the date of the next CRF right after the dates of our wedding anniversaries and birthdays of our friends and relatives. ■

that Fever

FOTOGRAF / PHOTOGRAPHER:
Weronika Kosińska
STYLIZACJE & MAKE-UP
/ STYLIZATION & MAKE-UP:
Marcin Kulak
MODEL: Dustin Nowak

◄ KOSZULA / SHIRT: David J PŁASZCZ / COAT: David J ▲ KOSZULA, GARNITUR / SHIRT, SUIT: Wojtek Haratyk
ESPADRYLE / ESPADRILLES: Mango answear.com

◄ GARNITUR / SUIT: Wojtek Haratyk KOSZULA / SHIRT: KUPLO MUSZKA / BOW-TIE: Idea Fix KAPELUSZ / HAT: Idea Fix
SKARPETY / SOCKS: Top Man BUTY / SHOES: Selected via Answear.com

▲ KOSZULA / SHIRT: David J KAMIZELKA / VEST: Kajus Biegun
OKULARY / GLASSES: VINTAGE

▶ PŁASZCZ: David J DASZEK: KUPLO

BALDOWSKI

www.baldowski.pl
sklep@baldowski.pl

Dlaczego dobroczynność się opłaca? cz. II

JEŚLI JUŻ NA WSTĘPIE MENAGER DOSTAJE KOMUNIKAT, ŻE MA PRACOWNIKÓW ZŁAPAĆ ZA MORDĘ I WYDUSIĆ Z NICH WYNIK, TO ROBI TO, CZEGO OD NIEGO OCZEKUJĄ.

A potem przychodzi frustracja, bo im bardziej dociska śrubę, tym trudniej wynik osiągnąć. Zdolniejsi pracownicy uciekają do konkurencji, a ci co zostają nie są w stanie efektywnie pracować i w tym samym czasie unikać gniewu menagera. Albo jedno albo drugie. Słychać więc wówczas narzekanie menagerów, że rynek nie taki, ludzi nie ma...

Dopóki w Polsce była taka sytuacja, że rynek wszystko wchłaniał, a firmy się jedynie rozwijały, problem nie był widoczny. Kryzys to zweryfikował. Firmy nieefektywne i źle zarządzane zaczęły padać. I będą dalej padać. Pozostaną najlepsi. Nie da się krzykiem i groźbą zmusić pracowników, by osiągnęli założoną sprzedaż w sytuacji, gdy towaru jest w bród, a na rynku spora konkurencja. Można się przebić świetną jakością, niską ceną albo pomysłowym marketingiem. Ale żadnego z tych sposobów nie da się osiągnąć zastraszaniem i poniżaniem ludzi.

Wysoka efektywność menagera ma się nijak do osławionej twardości. Zachowania szefa muszą być zrównoważone. Powinien być twardy tam, gdzie dla swoich ludzi stanowi opokę, punkt wsparcia. A w większości sytuacji powinien być empatyczny.

Badania wykazały, że u mężczyzn empatia rozwija się od 23. roku życia. Nieprzypadkowo do wojska przyjmuje się najchętniej ludzi młodszych. Oni mają wykonywać rozkazy, a nie dyskutować i zastanawiać się co jest dla nich lepsze. Dla zbyt wielu menagerów wojsko niesłusznie jest ideałem korporacji. Szefowie marzą o karnych, zwartych szeregach, które będą szły w bój i jeśli trzeba oddają życie za firmę. Ale jeśli rekruci staną przeciwko dobrze wyszkolonym komandosom, świetnie opłacanym, zdolnym do samodzielnego myślenia i działania, to wynik tej konfrontacji jest łatwy do przewidzenia.

My w Polsce wciąż maksymalizujemy zyski — jeśli ktoś robi za darmo coś, za co inny wziąłby pieniądze, to jest frajerem. To katastrofa mentalna. Pozbawia zdolnych ludzi wiary, chęci i godności. Za dużo jest gloryfikacji agresji w biznesie. O twardych i bezwzględnych szefach mówi się z szacunkiem, że wiedzą czego chcą. Ale mnie, jako potencjalnego pracownika nie obchodzi to, że agresor wie czego chce. Niech sobie siedzi w swoim gabinecie i sam na sobie wyładowuje swoją agresję. Ja nie chcę mieć z nim nic wspólnego. On się nie nadaje to pracy z ludźmi.

Dlatego empatię trzeba kształcić i rozwijać. To jest kluczowa kompetencja do pracy z ludźmi. ■

JACEK ROZENEK

Jest aktorem i prezenterem telewizyjnym, czyli na wrażeniu się zna. A jak się na czymś zna, to tego uczy — jest ekspertem zarządzania wizerunkiem, prowadzi szkolenia z zakresu relacji biznesowych, technik wpływu i antymanipulacyjnych. Doradza wielu managerom najwyższego szczebla. Czyli nie da się go owinąć wokół palca. Kiedy nie gra na planie to gra w golfa.

■ IN ENGLISH

Why does charity pay off? Part 2

When at the very beginning a manager is given a message that he's supposed to have employees by the short and curlies and get results out of them, he does what he's expected to do.

And then comes frustration because the more he tightens the screw, the more difficult it becomes to achieve the results. Smarter employees run away to competitors, and those left aren't able to work effectively and at the same time avoid their manager's anger. Either one or the other. And then we can hear managers complaining that the market isn't what they expected, that there are no people...

As long as Poland was experiencing a state when the market was absorbing everything and companies were developing all the time, the problem wasn't visible. But the recent crisis has verified that. Inefficient and badly managed companies started going under. And they will keep going under. Only the best will remain. It's impossible to force employees to achieve the intended sales with shouts and threats when there's plenty of goods and increased competition on the market. One can fight their way through with top quality, low prices or clever marketing. But none of those solutions can be reached through intimidation and humiliation.

A manager's high effectiveness bears no relation to the infamous toughness. He should be even-tempered and tough only when he needs to become a pillar of strength and support for his subordinates. In most cases, he should be emphatic.

Research has shown that men develop empathy from the age of 23. It is no accident that they most often enlist younger people in the army. They're supposed to follow orders, not enter into discussions or lose time thinking what's better for them. Army is wrongly considered perfect for corporate environments by too many managers. Bosses dream of well-disciplined, dense rows of employees ready to fight and lay down their lives for the company if need be. And when recruits face perfectly trained and well-paid commandoes who can think and act for themselves... the result of such a confrontation is easily predictable.

In Poland, we keep maximizing profits all the time. If someone does for free something someone else would take money for, the former is a sucker. It's a mental catastrophe. It deprives talented people of faith, will to work and dignity. There is too much glorification of aggression in business. They talk about tough and ruthless bosses with due respect, claiming that they know what they want. But as a potential employee I'm not interested in the fact that the aggressor knows what he wants. Let him sit in his office and vent his anger on himself. I don't want to have anything to do with him. He's not fit for working with people.

This is why empathy should be improved and developed. It is a key competence if one wants to work with people. ■

Douglas

YOUR PARTNER IN BEAUTY

Trendy make-up jesień 2015!

Klasyczne czerwone usta dostrzegliśmy także za kulisami pokazu Yves Saint Laurent. Modne, zmysłowe i piękne. Można się wzorować!

Show TIME

Czerwone usta, oczy w delikatnych barwach jesieni, starannie wystylizowane paznokcie – oto *kosmetyczne trendy* obecnego sezonu

SZMINKA
Yves Saint Laurent, Rouge Volupté Shine 36, 3,8 g – 145 zł*, nr 878758

WIĘCEJ
Obejrzyj tutorial makijażu marki Yves Saint Laurent w magazynie Douglas w wersji na tablet i smartfon.
douglas magazyn pl

CIENIE DO POWIEK
Yves Saint Laurent, Couture Palette Collector Fall 15, 5 g – 250 zł*, nr 875707

KREDKA DO OCZU
Od góry: Couture Kajal 1, nr 875703, Couture Kajal 4, nr 875706; Yves Saint Laurent, po 1 g – 109 zł* każda

ŻEL DO BRWI
Yves Saint Laurent, Couture Brow 1, 4 ml – 119 zł*, nr 875701

SZMINKA
Yves Saint Laurent, Rouge Volupté Shine 35, 3,8 g – 145 zł*, nr 878757

PUDER TRANSPARENTNY
Yves Saint Laurent, Poudre Compacte Radiance Perfectrice Universelle, 9 g – 215 zł*, nr 875709

ZŁOTA JESIEŃ

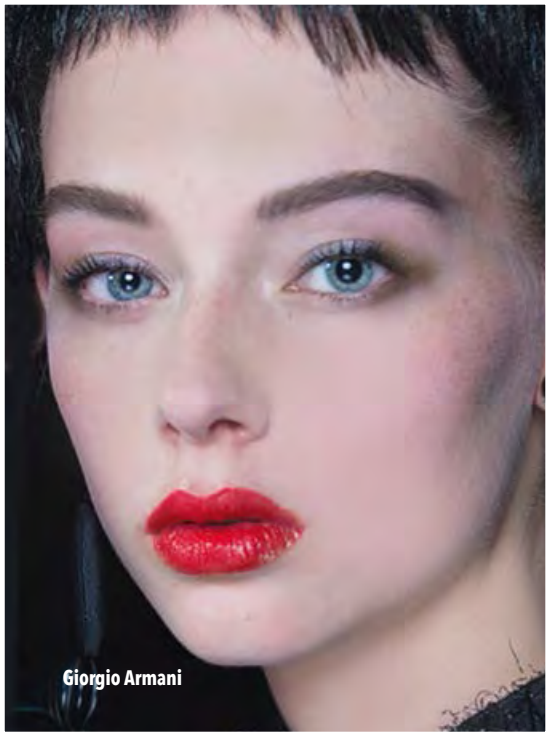
Yves Saint Laurent: metalicznie

Teatralnie wywinięta kreska na powiece jak u Cary Delevingne (po lewej), lśniąca czerwień na ustach i metalicznie pobłyskujące odcienie brązu i złota na powiekach: Yves Saint Laurent składa hołd jesieni. Makijaż piękny jak spacer po lesie

▶ 24/7 – Kupuj także online na www.douglas.pl
Szczegółowe informacje i regulamin serwisu dostępne na www.douglas.pl
* Produkt dostępny w wybranych perfumeriach

Zdjęcia: Davide Gallizio/Imaxtree.com/Agencja Free; Indigitalimages.com; Yves Saint Laurent (7); Davide Gallizio/Imaxtree.com

Douglas



Giorgio Armani, prezentując swoją kolekcję „Armani Privé Couture", akcentował przede wszystkim brwi i usta. I to z jakim efektem!

NASZYM ZDANIEM

Giorgio Armani: emocje nabierają barw

Giorgio Armani stawia na ciepłe, ale jednocześnie mocne kolory: oczy podkreślają odcienie brązu, łączone z jaśniejącym złotem, usta połyskują czerwienią jesiennych liści. Nam się taka stylizacja bardzo podoba!

WIĘCEJ

Obejrzyj tutorial makijażu marki Giorgio Armani w magazynie Douglas w wersji na tablet i smartfon.

douglas magazyn pl

TUSZ DO RZĘS
Armani, Eyes To Kill 01, 165 zł*, nr 830476

WYŁĄCZNIE W DOUGLAS

PODKŁAD
Giorgio Armani, Luminous Silk: kompaktowa puderniczka (pusta), 92 zł*, nr 877227; kompaktowy wkład, nr 03, 9 g – 219 zł* nr 877221

WYŁĄCZNIE W DOUGLAS

CIENIE DO POWIEK
Giorgio Armani, Eyes To Kill Eye Tint 11, 6,5 ml – 163 zł*, nr 843980

WYŁĄCZNIE W DOUGLAS

CIEŃ DO OCZU I BRWI
Giorgio Armani, Eye & Brow Maestro 2, 145 zł*, nr 818742

WYŁĄCZNIE W DOUGLAS

CIEŃ DO POWIEK
Giorgio Armani, Eyes To Kill Eye Tint 10, 6,5 ml – 163 zł*, nr 843978

WYŁĄCZNIE W DOUGLAS

BŁYSZCZYK DO UST
Giorgio Armani, Ecstasy Lacquer 502, 6, 5 ml, 169 zł*, nr 877426

WYŁĄCZNIE W DOUGLAS

KOREKTOR
Giorgio Armani, Maestro Eraser 2.5, 15 ml – 199 zł, nr 704592

24/7 – Kupuj także online na www.douglas.pl
Szczegółowe informacje i regulamin serwisu dostępne na www.douglas.pl
* Produkt dostępny w wybranych perfumeriach

Zdjęcia: Armani; Armani (7)

IDEALNY REKLAKS:
SPIRIT OF ASIA
Douglas
HOME SPA
SPIRIT OF ASIA
Goji Berry
& Bamboo Milk
Calming Hand Cream
Beruhigende Handcreme
Douglas
HOME SPA
SPIRIT OF ASIA
Bamboo Milk
& Rice Oil
Harmonising Shower Foam
Harmonisierender Duschschaum
Douglas
HOME SPA
SPIRIT OF ASIA
Goji Berry
& Bamboo Milk
Balancing Body Lotion
Ausgleichende Körperlotion
WYŁĄCZNIE
W DOUGLAS
Douglas
YOUR PARTNER IN BEAUTY

MODNIE

Dior: kosmopolitycznie

Cień do powiek w kolorze metalicznego granatu, do tego srebrzyste paznokcie i usta w odcieniu brązu – w tym sezonie Dior zaskakuje nowoczesnymi połączeniami. To dobry trop, oby więcej takich stylizacji!

CIENIE DO POWIEK
Dior, 5 Couleurs Palette Exubérante, 6 g – 255 zł, nr 878689

BŁYSZCZYK DO UST
Dior, Dior Addict Fluid Stick 499, 6 ml – 159 zł, nr 878681

BŁYSZCZYK DO UST
Dior, Dior Addict Fluid Stick 289, 6 ml – 159 zł, nr 878679

LAKIER DO PAZNOKCI
Dior Vernis, Miroir 001, 10 ml – 115 zł, nr 878696

LAKIER DO PAZNOKCI
Dior Vernis, Black Out 982, 10 ml – 115 zł, nr 878699

CIENIE DO POWIEK
Dior, 5 Couleurs Palette Eclectic, 6 g – 255 zł, nr 878690

RÓŻ
Dior, Diorblush Cheek Stick 675, 6,7 g – 149 zł, nr 878692

PŁYNNY CIEŃ DO POWIEK
Dior, Addict Fluid Shadow 025, 6,5 ml – 147 zł, nr 878672

PŁYNNY CIEŃ DO POWIEK
Dior, Addict Fluid Shadow 275, 6,5 ml – 147 zł, nr 878674

Christian Dior

Główny wizażysta Diora, Raf Simons, zwraca uwagę, by makijaż podkreślał efekt lekko nonszalanckiej, wielkomiejskiej stylizacji

▶ 24/7 – Kupuj także online na www.douglas.pl Szczegółowe informacje i regulamin serwisu dostępne na www.douglas.pl

Zdjęcia: Indigitalimages.com, Elisa C. Berger, Dior (9)

nowy magazyn

Douglas Magazyn PL

Get it on Google play

Download on the App Store

Douglas

MOŻESZ MIEĆ GO ZAWSZE PRZY SOBIE.

Sisley

Francuska marka o polskich korzeniach, jedna z najbardziej prestiżowych i cenionych firm kosmetycznych. Niekwestionowany lider na rynku produktów luksusowych

Zapachy sygnowane marką Sisley mają swój niepowtarzalny, oryginalny charakter. Najnowsze perfumy – Soir d'Orient – to szyprowo-kwiatowo-orientalny powiew bogactwa i enigmatycznej głębi

Zdjęcia: Sisley (3)

Sisley zawdzięcza swój sukces przede wszystkim jakości i skuteczności swoich produktów oraz innowacyjnej pracy laboratoriów badawczych, które wyspecjalizowały się w fitokosmetologii, stosując naturalne ekstrakty roślinne i olejki eteryczne we wszystkich produktach marki. Hubert d'Ornano stworzył markę Sisley w 1976 roku, w czasach gdy przemysł kosmetyczny nie doceniał jeszcze ogromnego potencjału roślin. Był prawdziwym pionierem – odważnym, zdeterminowanym, przekonanym o trafności swojego pomysłu na firmę. Wcześniej niż inni twórcy kosmetyków zrozumiał, że świat natury stanowi fascynujący obszar badań. Laboratoria Sisley rygorystycznie przestrzegają naukowych procedur. Prace badawcze, których celem jest dobór właściwych czynników aktywnych oraz ich współdziałanie z innymi składnikami formuły, zazwyczaj trwają wiele lat.

Pasja, kreatywność i polskie korzenie

Sisley oferuje kosmetyki w trzech kategoriach: pielęgnacja, makijaż i perfumy. Kosmetyki pielęgnacyjne zapewniają precyzyjnie zaprogramowane działanie w skórze i widoczną poprawę jej jakości. Produkty do makijażu nie tylko upiększają, ale także pielęgnują skórę. Z kolei zapachy to osobiste kreacje artystyczne, wynikające z zamiłowania rodziny d'Ornano do sztuki, w tym także sztuki polskiej, ze względu na pochodzenie twórców marki. Obojewywodzą się z polskiej arystokracji – hrabia Hubert d'Ornano jest potomkiem Marii Walewskiej, a jego żona Isabelle d'Ornano urodziła się w Warszawie jako hrabianka Potocka, w należącym do rodziny pałacu przy Krakowskim Przedmieściu, który dziś jest siedzibą Ministerstwa Kultury i Dziedzictwa Narodowego. Choć Isabelle wyjechała z kraju jako dwuletnie dziecko, biegle mówi po polsku, podobnie zresztą jak jej mąż. Marka Sisley od początku oferuje produkty najwyższej klasy, gwarantujące znakomitą jakość. Ten wybór odpowiada osobowościom twórców marki, którzy w swoich kreacjach łączą wysoką jakość składników, nowoczesność i elegancję.

Intensywna pielęgnacja odmładzająca

Najnowszym produktem marki Sisley jest Supremÿa Baume, wyjątkowa pielęgnacja odmładzająca, która w widoczny sposób opóźnia skutki genetycznego starzenia się skóry. W sercu tej unikalnej formuły znajduje się Phyto-Complex LC12 (koncentrat długowieczności o 12-godzinnym działaniu), dzięki któremu skóra jest wyraźnie odmłodzona i zrewitalizowana, natomiast dogłębne nawilżanie i odżywianie zapewnia suchej i bardzo suchej skórze bogata formuła zawierająca regenerujące olejki pochodzenia roślinnego.

Krem Supremÿa Baume jest przeznaczony do stosowania na noc. Dzięki niemu skóra staje się jędrniejsza, bardziej spoista, gładka, promienna i wyraźnie zregenerowana. Nad formułą tego kremu laboratoria Sisley pracowały siedem lat

SZTUKA MODELOWANIA

Odpowiedni makijaż może nie tylko wydobyć nasze prawdziwe piękno, ale także skrzętnie ukryć niedoskonałości urody. Wystarczy umiejętne użycie beżu i brązu, zgodnie z zasadą – jasny kolor wysuwa, ciemny chowa. Poznajcie *nasze triki!*

GŁÓWNA MAKIJAŻYSTKA W SIECI PERFUMERII DOUGLAS

Magdalena Bystrzycka

KROK PIERWSZY

Oczy

Żeby oko wydawało się większe, na całą ruchomą powiekę nakładamy cień w kolorze jasnego beżu. Kreska w makijażu modelującym powinna być prosta i nieprzekraczająca linii rzęs! Wolną przestrzeń, która powstanie pod kreską, rozcieramy i aplikujemy na nią ciemny cień.

KROK DRUGI

Twarz

Zaczynamy od nałożenia bazy Beauty Balm na twarz, a następnie aplikujemy podkład w musie Mousse Make Up (używamy pędzla do pudru lub różu). Za pomocą korektora Light Concealer rysujemy tzw. trójkąt światła: pierwszą linię od kącika oka wzdłuż nosa, kolejną od skrzydełka nosa do środka policzka pod kątem prostym, a następnie łączymy obie linie i wypełniamy korektorem. Wgniatamy go tak długo, aż zostanie jasna plama. Całość matujemy Mattifying Powder, następnie aplikujemy puder brązujący i róż. Brązer nakładamy pod kości policzkowe, a róż na nie i blisko nosa. Makijaż kończymy nałożeniem rozświetlacza.

KROK TRZECI

Usta

Obrysowujemy usta białą konturówką, następnie rysujemy kontur kredką w kolorze zbliżonym do koloru ust i delikatnie wypełniamy kredką usta! Na całe wargi kładziemy pomadkę, a na środek aplikujemy błyszczyk, który nada ustom krystaliczny efekt.

1. Douglas Make Up, Eye Brow Styler, kredka do brwi, 39 zł, nr 853084
2. Douglas Make Up, Kajal Eye Pencil, kredka do oczu, 29 zł, nr 853088
3. Douglas Make Up, Lip Shine, błyszczyk Flirt Nude nr 3, 5 g – 45 zł, nr 852874
4. Douglas Make Up, Lipstick Shine, pomadka Nudy Pink nr 1, 3,5 g – 45 zł, nr 852892
5. Douglas Make Up, Beauty Balm, baza pod podkład, 30 ml – 55 zł, nr 852371
6. Douglas Make Up, Light Concealer, korektor, 1,5 g – 64 zł, nr 852398
7. Douglas Make Up, Aquarelle Powder, puder wielofunkcyjny, 18 g – 72 zł, nr 852421

WIĘCEJ

Obejrzyj tutorial makijażu sygnowanego marką Douglas Make Up w magazynie Douglas w wersji na tablet i smartfon.

douglas magazyn pl

WYŁĄCZNIE W DOUGLAS

▶ 24/7 – Kupuj także online na www.douglas.pl
Szczegółowe informacje i regulamin serwisu dostępne na www.douglas.pl

Zdjęcia: Douglas; Rysunek: Joanna Seferyńska

Douglas

TRANSPORT

SPEDYCJA

LOGISTYKA

DZIAŁ MORSKI

VOLVO

AUTORYZOWANY SERWIS VOLVO

MAN

AUTORYZOWANY SERWIS MAN

INTERNATIONAL TRANSPORT & LOGISTICS ®

OMEGA Pilzno

GODAWSKI & GODAWSKI

WEJDŹ NA SWOJĄ DROGĘ ROZWOJU ZAWODOWEGO I OSOBISTEGO

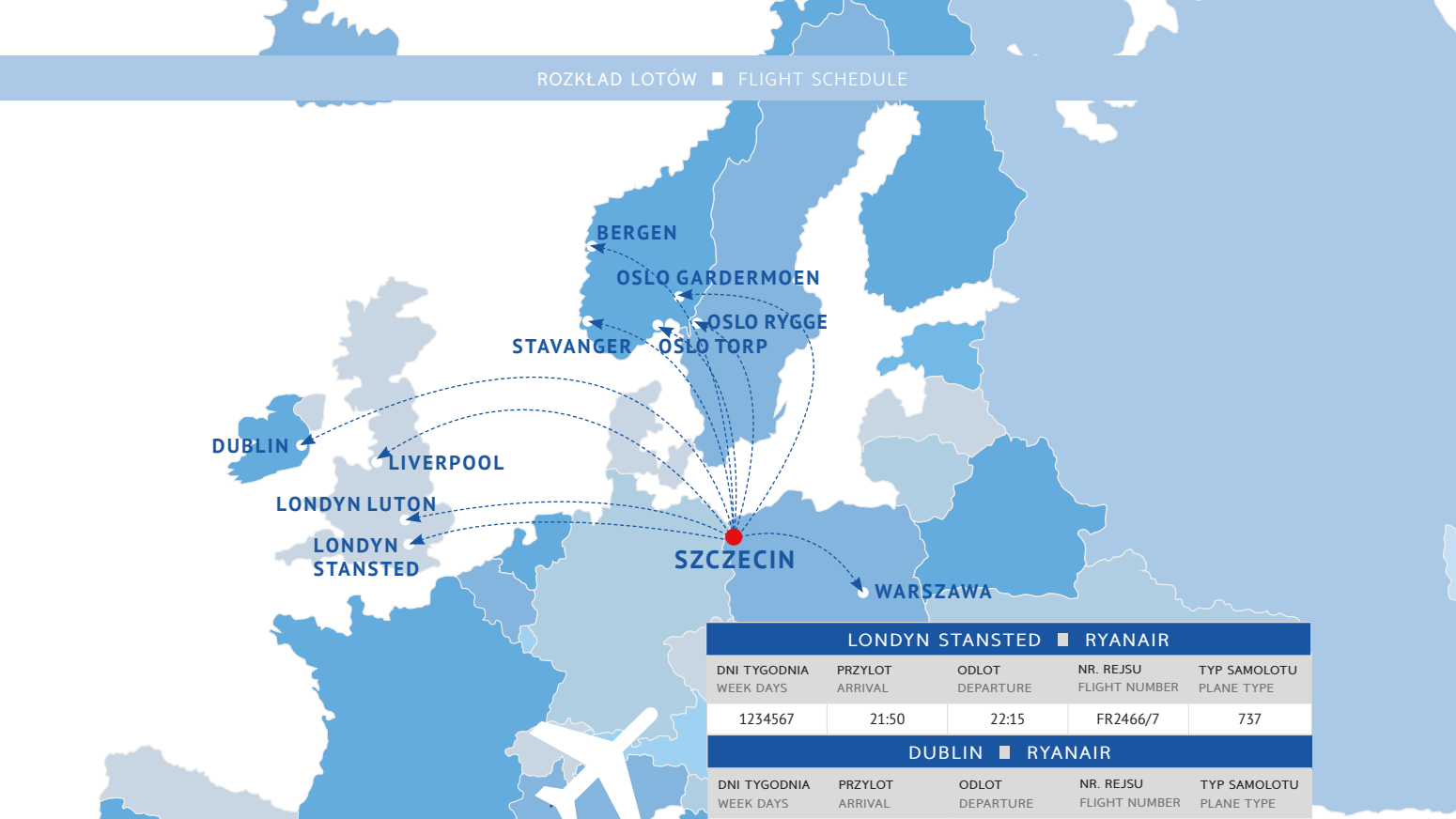
- FOKUS NA CEL
- KONSEKWENCJA
- STAWIANIE SOBIE WYSOKICH CELÓW
- WZMACNIANIE PEWNOŚCI SIEBIE KIM JESTEM ?
- POZNANIE SWOICH WARTOŚCI
- PRACA NAD WŁASNYMI PRZEKONANIAMI - PRZEKONANIE WSPIERAJĄCE CEL
- ROZWIJANIE SWOICH PASJI
- OTWARTOŚĆ NA ŚWIAT
- UDZIAŁ W SZKOLENIACH, KONFERENCJACH, WARSZTATACH
- UDZIAŁ W WYDARZENIACH KULTURALNYCH
- CZYTANIE KSIĄŻEK
- NAUKA JĘZYKÓW OBCYCH
- MOTYWACJA
- CHĘĆ ROZWOJU

OMEGA Pilzno ITiL Godawski & Godawski Sp. z o. o.
ul. Kraszewskiego 44, 39-220 Pilzno, tel. +48 14 670 71 24,
www.omega-pilzno.com.pl, rekrutacja@omega-pilzno.com.pl
www.facebook.com/OMEGAPilznoPL

Port lotniczy
Szczecin Goleniów
im. NSZZ Solidarność

REGULAR SECTION OF
SZCZECIN GOLENIÓW
IM. NSZZ SOLIDARNOSC
AIRPORT MAGAZINE

STAŁY DODATEK PORTU LOTNICZEGO SZCZECIN GOLENIÓW IM. NSZZ SOLIDARNOŚĆ



LONDYN STANSTED ■ RYANAIR

DNI TYGODNIA WEEK DAYS	PRZYLOT ARRIVAL	ODLOT DEPARTURE	NR. REJSU FLIGHT NUMBER	TYP SAMOLOTU PLANE TYPE
1234567	21:50	22:15	FR2466/7	737

DUBLIN ■ RYANAIR

DNI TYGODNIA WEEK DAYS	PRZYLOT ARRIVAL	ODLOT DEPARTURE	NR. REJSU FLIGHT NUMBER	TYP SAMOLOTU PLANE TYPE
1.....	18:15	18:40	FR5322/3	737
....5..	9:20	09:45	FR5322/3	737

OSLO GARDERMOEN ■ NORWEGIAN

DNI TYGODNIA WEEK DAYS	PRZYLOT ARRIVAL	ODLOT DEPARTURE	NR. REJSU FLIGHT NUMBER	TYP SAMOLOTU PLANE TYPE
.2.....	12:45	13:15	DY1014/5	737
.....6.	15:40	16:10	DY1014/5	737

OSLO TORP ■ WIZZAIR

DNI TYGODNIA WEEK DAYS	PRZYLOT ARRIVAL	ODLOT DEPARTURE	NR. REJSU FLIGHT NUMBER	TYP SAMOLOTU PLANE TYPE
..3...7	19:35	20:05	W62159/60	A320

STAVANGER ■ WIZZAIR

DNI TYGODNIA WEEK DAYS	PRZYLOT ARRIVAL	ODLOT DEPARTURE	NR. REJSU FLIGHT NUMBER	TYP SAMOLOTU PLANE TYPE
.2...6.	19:30	20:00	W62155/6	A320

LONDYN LUTON ■ WIZZAIR

DNI TYGODNIA WEEK DAYS	PRZYLOT ARRIVAL	ODLOT DEPARTURE	NR. REJSU FLIGHT NUMBER	TYP SAMOLOTU PLANE TYPE
.2.4.6	11:00	11:30	2162/3	A320

WARSZAWA ■ PLL LOT

DNI TYGODNIA WEEK DAYS	PRZYLOT ARRIVAL	ODLOT DEPARTURE	NR. REJSU FLIGHT NUMBER	TYP SAMOLOTU PLANE TYPE
123456.	08:30	09:00	LO3931/2	Q400
12345.7	20:30	21:00	LO3935/6	Q400

OSLO RYGGE OD 03.04.2015 ■ RYANAIR

DNI TYGODNIA WEEK DAYS	PRZYLOT ARRIVAL	ODLOT DEPARTURE	NR. REJSU FLIGHT NUMBER	TYP SAMOLOTU PLANE TYPE
1...5..	08:25	08:50	FR8711/2	737

BERGEN OD 20.06.2015 ■ WIZZAIR

DNI TYGODNIA WEEK DAYS	PRZYLOT ARRIVAL	ODLOT DEPARTURE	NR. REJSU FLIGHT NUMBER	TYP SAMOLOTU PLANE TYPE
.2.4.6.	10:35	11:05	W62152/1	A320

LIVERPOOL ■ RYANAIR

DNI TYGODNIA WEEK DAYS	PRZYLOT ARRIVAL	ODLOT DEPARTURE	NR. REJSU FLIGHT NUMBER	TYP SAMOLOTU PLANE TYPE
...4..7	12:10	12:35	FR7111/2	737

ILUSTR: NIKY 002 - FOTOLIA.COM

Jak kupić *tani bilet*

O POPULARNOŚCI SAMOLOTÓW JAKO ŚRODKA TRANSPORTU NIE TRZEBA JUŻ CHYBA NIKOGO PRZEKONYWAĆ. DZIĘKI NIM SZYBKO MOŻEMY DOTRZEĆ DO CELU I, CO WAŻNE, BILETY LOTNICZE MOŻNA KUPIĆ W NAPRAWDĘ DOBRYCH CENACH.

ŹRÓDŁO ■ CENTERFLY.PL

Wiele osób nadal uważa, że latanie to wysokie koszty, a to nieprawda. Mamy kilka praktycznych podpowiedzi dla tych, którzy zastanawiają się, kiedy można kupić bilet lotniczy w korzystnych cenach.

DUŻO WCZEŚNIEJ

Im wcześniej, tym lepiej – prosta zasada. Wiadomo, że nie zawsze mamy sporo czasu na planowanie podróży, ale jeśli tylko jest taka możliwość, powinniśmy w miarę wcześnie zarezerwować bilet, najlepiej od jednego do trzech miesięcy przed wylotem. To, ile kosztuje bilet, często zależy od klasy rezerwacyjnej. Linie dodają do systemu rezerwacyjnego określoną ilość biletów i ustalają ceny w danych klasach. Kiedy zapełniają się zarezerwowane miejsca w samolocie, ubywa tanich biletów.

DNI TYGODNIA

W niektóre dni tygodnia koszty przelotów można obniżyć o 40–100 zł. Trzeba wiedzieć, że loty do typowo wypoczynkowych miejscowości zwykle najkorzystniejsze są we wtorki i środy. Loty w soboty i niedziele są znacznie droższe. Polityka cenowa linii lotniczych często polega też na obniżkach cen lotów do miast, które związane są raczej z biznesem – wtedy loty weekendowe są tańsze.

ŚWIĘTA

Najdroższe loty odbywają się w okresie świątecznym. Trzeba liczyć się z tym, że Boże Narodzenie w Rzymie czy bajeczna noc sylwestrowa w Paryżu mogą słono kosztować.

LOT W OBIE STRONY

Jeśli zdecydujemy się na skorzystanie z oferty regularnych linii może okazać się, że taniej będzie, jeśli kupimy bilet w dwie strony. Jednak wciąż cena zależy od dnia tygodnia, w którym przypada wylot. Korzystnie też jest spędzić za granicą weekend i wrócić w niedzielę, gdy bilety są trochę tańsze.

PROMOCJE

Obecnie pojawiają się liczne promocje różnych przewoźników. Nawet regularne linie oferują obniżki cen, choć oczywiście największe promocje proponują tani przewoźnicy. W ich przypadku najlepiej śledzić oferty, systematycznie zaglądać na stronę internetową, ponieważ okazje pojawiają się i szybko znikają. Zaskakują, dlatego trzeba być na bieżąco.

Podróże samolotem wciągają. Jeśli raz uda nam się kupić tani bilet, to więcej niż pewne, że będziemy znów „polowali" na tanie oferty. ■

■ IN ENGLISH

How to buy a cheap ticket?

That airplanes are a popular means of transport, is a fact that no-one needs to be convinced about. They allow us to reach our destinations quickly, and what's more important, plane tickets can be purchased at really good prices.

Many people still believe that flying means high costs, which is untrue. We've prepared some tips for those who are wondering when is the best time to buy a ticket at a good price.

MUCH EARLIER

The earlier, the better – plain and simple. Of course, we don't always have a lot of time to plan our trips, but if a possibility arises we should book tickets as early as possible, most preferably from one to three months before the trip. The price of the ticket very often depends on booking class. Airlines add a particular number of tickets to their booking systems and set prices for particular classes. The more the plane fills up, the less cheap tickets there are.

DAYS OF THE WEEK

Some days of the week will allow us to lower the ticket costs as much as 40–100 PLN. You have to know that the best days to fly to typically resort spots are Tuesdays and Wednesdays. Saturday and Sunday flights are much more expensive. Airlines' pricing policies often mean reducing prices of flights to cities that are connected rather with business – then, weekend flights will be cheaper.

HOLIDAYS

Holidays are the most expensive season when it comes to flying. Keep in mind that Christmas in Rome or a romantic New Year's Eve in Paris may cost you dearly.

BOTH WAYS

If we decide on flying with regular airlines, it may turn out that a cheaper option would be to buy a return ticket. Still, the price depends on the day of the week. It's also a good idea to spend a weekend abroad and return on Sunday, when the tickets are a bit cheaper.

PROMOTIONS

Currently, many carriers offer a wide range of promotions. Even regular airlines offer lower prices, but of course greatest discounts come from budget carriers. In case of the latter, it's best to keep track of their offers and visit their websites regularly, as bargains come and go very quickly. They take you by surprise, so you have to be in the loop.

Air travel is addictive. If you manage to buy a cheap ticket even once, it's more than certain that you'll hunt for bargains again. ■

W podróż jesienią? *Czemu nie!*

JESIENNA PODRÓŻ ZAPLANOWANA W PAŹDZIERNIKU LUB LISTOPADZIE JEST ŚWIENYM POMYSŁEM Z DWÓCH POWODÓW.

ZDJĘCIA ■ WWW.PIXABAY.COM

Po pierwsze, cena czyni cuda – koszt biletów oraz zakwaterowania jest bardziej przystępny. Po drugie, niewielka ilość turystów pozwala na bardziej kameralne i uważniejsze zwiedzanie. Nie walczymy w wielu miejscach o wolną przestrzeń, nie musimy stać w gigantycznych kolejkach, a dostęp do wielu atrakcji nie wiąże się z uprzednią rezerwacją. Nie bez wpływu są też warunki pogodowe – w upale wolimy spędzić czas leniwie, np. na plaży. Okres jesieni jest zatem świetnym momentem, aby odwiedzić stolice państw i zobaczyć wiele zabytków kulturowych.

Z naszego lotniska szybką podróż na urlop umożliwiają bezpośrednie wyloty do Londynu, Dublina, Oslo, Stavanger, Liverpoolu czy Bergen. Ze względu na okres oraz uprzednio wcześniejszy zakup bilety można nabyć w naprawdę niskich cenach!

OSLO

- (Z RYANAIR DO OSLO RYGGE W PONIEDZIAŁKI I PIATKI)
- (Z WIZZAIR DO OSLO TORP W ŚRODY I NIEDZIELE)
- (Z NORWEGIAN DO OSLO GARDEMOEN WE WTORKI I SOBOTY)

Najstarsza ze stolic państw skandynawskich leży w południowo-wschodniej części kraju, nad Oslofjorden i zanurzona jest w krystalicznej poświacie. Jest to miasto ekologiczne, choć nowoczesne, rozległe, choć sprawiające wrażenie, że wszędzie jest blisko. Stolicę Norwegii z powodzeniem można zwiedzać pieszo bądź rowerem. Oczywiście w Oslo istnieje gęsta sieć autobusów miejskich, tramwajów i kolej podziemna (T-bane), natomiast przeciwległe brzegi fiordu łączą liczne promy. Ogromnym ułatwieniem dla turystów jest Karta Oslo (Oslo Kortet), która upoważnia do darmowych przejazdów komunikacją miejską w granicach miasta oraz bezpłatnego wstępu do wszystkich muzeów. Ponadto, posiadacze karty mają zapewnione bezpłatne parkowanie i wstęp na baseny oraz szereg zniżek w restauracjach i hotelach. Kartę taką można zakupić w hotelach, biurach turystycznych i campingach.

Spacer do Pałacu Królewskiego, rejs po fiordzie, ryby i kawior na śniadanie. I na każdym kroku muzeum, jak chociażby to z łodziami wikingów, niepowtarzalny gmach opery, rzekomo najbrzydszy ratusz, w którym Danuta Wałęsa odbierała za męża Pokojową Nagrodę Nobla, malownicze drewniane domki porozrzucane nad zatokami. Współczesne Olso jest nowoczesną stolicą, w której co rusz można znaleźć knajpę z dużą różnorodnością dań etnicznych, fastfoody, restauracje, i klasyczne kawiarenki.

WYLOTY DO OSLO RYGGE Z LINIAMI RYANAIR – PONIEDZIAŁKI I PIĄTKI; OSLO TORP Z LINIAMI WIZZAIR – ŚRODY I NIEDZIELE; OSLO GARDEMOEN Z LINIAMI NORWEGIAN – WTORKI I SOBOTY.

STAVANGER

Stavanger to urokliwa miejscowość portowa założona w 1425 roku. Gdyby nie umiejętność współistnienia przemysłu z naturą mielibyśmy nowoczesne miasto bez duszy, a tak zwiedzanie Stavanger, gdzie tuż obok siebie funkcjonują drewniane domy, nowoczesne instalacje portowe i przemysł naftowy, jest ciekawym przeżyciem.

Stare miasto, czyli Gamle Stavanger to doskonale zachowana, urokliwa dzielnica. Większość ze znajdujących się tutaj małych domków jest naprawdę doskonale utrzymana i odnowiona, a wąskie uliczki tworzą niepowtarzalny, doceniany przez turystów klimat.

W samym Stavanger do najcenniejszych zabytków należy katedra romańska z przełomu XII i XIII wieku, dwór Ledal z XVIII wieku oraz Pałac Biskupi, w którym zgromadzono bogate zbiory archeologiczne, zwłaszcza z epoki brązu. Warto zobaczyć też Muzeum Konserw, Muzeum Ropy naftowej czy Muzemu Archeologiczne.

Norweskie fiordy uważane są za jedne z najpiękniejszych miejsc i celów podróży na świecie. Okazały się zwycięzcą w ankiecie na najbardziej popularne miejsce światowego dziedzictwa cza-

sopisma National Geographic Traveler i ośrodka National Geographic Center for Sustainable Destinations. W regionie Stavanger jest wiele pięknych fiordów, jednym z najsłynniejszych jest Lysefjord o długości 42 km, ze ścianami skalnymi opadającymi prawie pionowo do wody z wysokości 1 tys. metrów. Fiord jest nie tylko długi i wąski, ale w niektórych miejscach również tak głęboki, jak wysokie są góry. Najlepszym sposobem podziwiania tego cudu natury jest wycieczkowy rejs ze Stavanger, który dostępny jest przez cały rok.

Wyloty do Stravanger z liniami Wizzair — wtorki i soboty.

BERGEN

Drugie największe miasto Norwegii, nazywane często bramą do krainy fiordów. Właśnie stąd możemy udać się nad największy norweski, a zarazem drugi największy na świecie Sognefjord. Samo miasto jest naprawdę urocze i warto poświęcić dwa, trzy dni na jego bliższe poznanie. Bergen słynie jako jedno z najbardziej deszczowych miejsc w Europie. Jest to główne miasto i port morski zachodniej Norwegii, a przez ponad 500 lat w całym w kraju.

Z perspektywy młodych ludzi Bergen jest uroczym starym miastem. Kiedy się tam przyleci, zobaczy się ogłuszające skały wyrastające z morza i fiord otoczony przez majestatyczne góry. Dramatyczne skały, żywa scena muzyczna i przyjemna, swobodna atmosfera czyni Bergen bardzo popularnym miejscem. Miasto otoczone jest przez siedem gór i oparte na swoim porcie. W powiacie Bergenhus istnieją dobrze zachowane średniowieczne budynki. Po drugiej stronie portu jest natomiast obszar Klosteret, posiadający piękne XVIII-wieczne drewniane domy i urocze alejki, gdzie można wybrać na spacer na półwyspie Nordnes. W centrum miasta rozciąga się główny plac (Torget) aż do obszaru Nygard, gdzie można znaleźć większość sklepów i restauracji.

WYLOTY DO BERGEN Z LINIAMI WIZZAIR – WTORKI I SOBOTY.

LONDYN

Londyn jest stolicą i największym miastem Wielkiej Brytanii, położonym w południowo-wschodniej części Anglii, nad rzeką Tamizą. Jest on najbardziej dynamicznym i najgęściej zaludnionym miastem Zachodniej Europy. Londyn to tygiel narodowości

i kultur, jak również to jedno z najpiękniejszych i najciekawszych miast świata, miejsce, gdzie wprost roi się od rozmaitych atrakcji. Jako że na zwiedzenie najważniejszych miejsc w Londynie nie starczy tydzień, a nawet miesiąc, nie ma się co na ten temat rozpisywać — trzeba poszukać wydawcy i napisać przewodnik. Niemniej jednak warto jeździć tam nawet „na raty", bo w Londynie jest mnóstwo miejsc, które trzeba zobaczyć.

WYLOTY DO LONDYNU STANSTED Z LINIAMI RYANAIR – CODZIENNIE, OPRÓCZ PIĄTKÓW; DO LONDYNU LUTON Z LINIAMI WIZZAIR – WTORKI, CZWARTKI I PIĄTKI.

LIVERPOOL

Ośrodek portowy, przemysłowy, naukowy i kulturalny, drugi co do wielkości w Wielkiej Brytanii (po Londynie). Jest to dość niepozorne miasto, które kojarzone jest głównie ze słynnym zespołem The Beatles oraz drużyną piłkarską. Już przy pierwszym kontakcie potrafi zrobić ogromne wrażenie. Nie jest to wcale robotnicza, angielska mieścina, ale, zwłaszcza od strony rzeki, przepiękne, monumentalne miasto z klasycznymi zabytkami, które nocą, podświetlone reflektorami zapierają dech swoim urokiem.

Zbudowany z czerwonej cegły Liverpool jest pełen kontrastów. Na tle zabytkowych kościołów i kamienic zobaczyć można szklane budynki biurowców. Historia żyje tu z nowoczesnością w prawdziwej symbiozie. Prawdziwym dowodem są dwa kościoły przy ulicy Hope Street, architektoniczne arcydzieła Liverpoolu: największa w Europie anglikańska świątynia — bazylika Liverpool Cathedral oraz nowoczesna Metropolitan Cathedral, która szczyci się największymi na świecie witrażami. W Liverpoolu mieściła się główna kwatera podczas bitwy o Atlantyk. W Historycznym Muzeum Okrętów Wojennych na półwyspie Wirral do dziś można podziwiać największy zbiór okrętów wojennych XX wieku w Wielkiej Brytanii. Wśród eksponatów znajduje się wyciągnięty po 48 latach niemiecki U-Boot. Chcąc poznać historię tego portowego miasta należy odwiedzić znajdujące się w historycznych budynkach Albert Dock Merseyside Maritime Museum.

WYLOTY DO LIVERPOOLU Z LINIAMI RYANAIR – CZWARTKI I NIEDZIELE, DO KOŃCA PAŹDZIERNIKA.

DUBLIN

Dublin (po irlandzku Baile Átha Cliath) sięga swoją historią IX wieku, kiedy to wikingowie założyli osadę na brzegu

rzeki Liffey. Jest to największe miasto Zielonej Wyspy, które charakteryzuje się dużym zagęszczeniem zabytków oraz atrakcji turystycznych.

Tętniąca życiem stolica Republiki Irlandii nie pozwoli się nudzić nikomu. Odwiedzając Irlandię należy koniecznie spędzić kilka dni w Dublinie – tutejsze muzea, galerie i puby nie mają sobie równych, a na każdym kroku spotkać można pozostałości bogatej irlandzkiej historii. Wieczorem znajdą tu coś dla siebie zarówno miłośnicy teatru, tradycyjnej irlandzkiej muzyki, jak i klubowicze.

Mając mało czasu warto skorzystać z oferty lokalnych touroperatorów i wybrać się na zwiedzanie miasta dwupoziomowym autobusem, autobusem duchów lub na zwiedzanie miasta śladami jego muzycznych sław. Wciąż jednak Dublin najlepiej zwiedza się pieszo, pozwala to nie tylko na uniknięcie korków, ale też na podpatrzenie życia kosmopolitycznego miasta. Dublin założyli wikingowie, pozostałości tego walecznego ludu znaleźć można w wielu miejscach miasta. Duży wpływ na jego rozwój mieli Anglo-Normanie, ale najwięksi Anglicy, którzy pozostawali tu mnóstwo eleganckich budowli użyteczności publicznej oraz eleganckie georgiańskie place i ulice. Celtycki Tygrys, jak nazywana jest Irlandia, przyniósł nowoczesne budynki rozbudowywanych od kilku lat Docklandów i The Spire, czyli błyszczącą, metalową Szpilę w samym środku głównej ulicy Dublina – O'Connell Street.

WYLOTY DO DUBLINA Z LINIAMI RYANAIR – WTORKI I SOBOTY. ■

■ IN ENGLISH

An autumn journey? Why not!

An autumn trip in October or November is a great idea for two reasons.

First, the price works wonders – ticket and accommodation prices are more affordable. Second, a small number of tourists allows for a more intimate and careful sightseeing. We don't have to fight for space in many places, we don't have to wait on our turn in long queues, and access to may attraction no longer means booking. Weather conditions are also not without importance – when it's hot, we prefer to spend our time lazily, on a beach for instance. Autumn is therefore a great time to visit capital cities of different countries and see some historical monuments.

Our airport allows for a quick holiday directly to London, Dublin, Oslo, Stavanger, Liverpool or Bergen. Due to the season and earlier booking the tickets are available at fantastically low prices!

OSLO

- (OSLO RYGGE WITH RYANAIR ON MONDAYS AND FRIDAYS)
- (OSLO TORP WITH WIZZAIR ON WEDNESDAYS AND SUNDAYS)
- (OSLO GARDEMOEN WITH NORWEGIAN ON TUESDAYS AND SATURDAYS)

The oldest of Scadinavian capital cities is located in the south-eastern part of the country next to Oslofjorden, and is immersed in a crystal glow. The city's ecological, although modern, and vast, although it creates the impression that everything is nearby. You can just as well traverse the Norwegian capital on foot or by bicycle. Of course, Oslo provides a well-developed public transport network (buses, trams and underground railway, the T-bane), and the opposite fjord shores have numerous ferry connections between them. A convenient Oslo Card (Oslo Kortet) is a great thing for tourists that allows free rides on public transport within the city limits and free entrance to all museums. What's more, cardholders are entitled to free parking and entrance to swimming pools, as well as numerous discounts in hotels and restaurants. The card can be purchased at hotels, travel agencies, and camp sites.

A walk to the Royal Palace, cruise on a fjord, fish and caviar for breakfast. And museum at each corner, such as the one with Viking boats, the unique building of the opera, the allegedly ugliest city hall in the world, in which Danuta Wałęsa claimed the Nobel Peace Prize in the name of his husband, picturesque wooden houses scattered along bay coasts. Present-day Oslo is a modern capital city, where restaurants that serve ethnic food can be found alongside fast-foods and classic cafes.

FLIGHTS TO OSLO RYGGE WITH RYANAIR - MONDAYS AND FRIDAYS, OSLO TORP WITH WIZZAIR ON WEDNESDAYS AND SUNDAYS, OSLO GARDEMOEN WITH NORWEGIAN ON TUESDAYS AND SATURDAYS.

STAVANGER

Stavanger is a picturesque port town founded in 1425. If it weren't for the ability of industry to co-exist with nature we would've had a modern, but soulless city. And visiting Stavanger, where alongside wooden houses you will find harbor installations and oil industry, is an interesting experience.

The Old Town, Gamle Stavanger, is a perfectly preserved, charming district. Most of the small houses that are here are really well kept and renovated, and narrow streets create unique vibe, appreciated by tourists.

One of the most precious historical buildings in Stavanger are the Roman cathedral from the turn of the 12th century, 18th century Ledal manor and the Bishop's Palace that houses rich archaeological exhibits, especially from the Bronze Era. Other attractions that are worth seeing include the Norwegian Canning Museum, the Oil Museum and the Archaeological Museum.

Norwegian fjords are considered one of the most picturesque destinations in the world. The won in the National Geographic Traveler Magazine and National Geographic Center for Sustainable Destinations' survey for the most popular place of world heritage. There are plenty of beautiful fjords in the Stavanger region, and one of the most famous is Lysefjord, which is 42km in length with almost vertical, rocky slopes that soar from the water at a distance of 1,000 meters. Not only is it long and narrow, but in some places its depth is equal to the height of the mountains. The best way to admire this nature's mircale is a cruise from Stavanger that is available all year round.
FLIGHTS TO STAVANGER WITH WIZZAIR - TUESDAYS AND SATURDAYS.

BERGEN

The second largest city in Norway is very often called the gate to the land of fjords. This is where we can depart to the largest Norwegian, and world's second-largest fjord, the Sognefjord. The city in itself is really charming and it's good to take two or three days to get to know it better. Bergen is famous for being one of the most rainy places in Europe. It's the main city and sea port of Western Norway, and for 300 years it used to be the main maritime centre of the entire country.

From the perspective of young people, Bergen is a lovely, old city. When you arrive there, you'll see thunderous rock formations sticking out of the sea and a fjord surrounded by majestic mountains. Dramatic rocks, live music scene and comfortable atmosphere makes Bergen an extermely popular place. The city's surrounded by seven mountains and based on its harbor. In Bergenhus county, there are extremely well-preserved Medieval buildings. On the other side of the port is the area of Klosteret, with beautiful 18th-century wooden houses and picturesque alleys, which will take you on a stroll along the Nordnes peninsula. In the centre of the city, stretches the main square (Torget) that reaches the Nygard area, where most of the shops and restaurants can be found.
FLIGHTS TO BERGEN WITH WIZZAIR - TUESDAYS AND SATURDAYS.

LONDON

London is the capital city and the oldest city of Great Britain, located in the south-eastern part of England, at the river Thames. It's the most dynamic and densely populated city of Western Europe. It's a real melting pot, as well as one of the most beautiful and interesting cities in the world. A place which is crawling with different kinds of attractions. Neither a week, nor a month would suffice to see the most important places in London, so there's no use of writing about it – you might as well find a publisher and write a guide. However, it's worth to go there even "in installments", as there are lots of places that have to be seen.
LONDON STANSTED FLIGHTS WITH RYANAIR - EVERYDAY EXCEPT FRIDAYS; LONDON LUTON FLIGHTS WITH WIZZAIR - TUSEDAYS, THURSDAYS AND FRIDAYS.

LIVERPOOL

Marine, industrial, scientific and cultural centre, second-largest in Great Britain (aside from London). The city is quite inconspicuous, and it's connected mainly with the famous band The Beatles, as well as the football team. It can make a great impression on first contact. It not an industrial, English town but, especially from the side of the river, a beautiful, monumental city with classical monuments that, lit up at night, take your breath away with their beauty.

Built from red brick, Liverpool is full of contrasts. Tall, glass skyscrapers can be found alongside historical churches and tenement houses. History lives alongside modernity in a true symbiosis. The real proof is the architectural masterpiece of Liverpool, two churches at Hope Street: the largest Anglican temple in Europe – the Liverpool Cathedral, and the modern Metropolitan Cathedral which boasts tallest stained glass windows in the world. Liverpool was the headquarters during the Battle for the Atlantic. The historical museum of warships on Wirral peninsula still houses the largest collection of 20th-century war vessels in Great Britain. The exhibits include a German U-boat, recovered from under water after 48 years. In order to learn the history of this port city, you have to visit the Merseyside Maritime Museum located in the historical buildings of Albert Dock.
FLIGHTS TO LIVERPOOL WITH RYANAIR - THURSDAYS AND SUNDAYS UNTIL THE END OF OCTOBER.

DUBLIN

Dublin (Irish: Baile Átha Cliath) dates back as far as the 9th century, when the Vikings founded a settlement on the bank of the river Liffey. It's the largest city of the Green Island that is characterised with large density of monuments and tourist attractions.

Pulsating with life, the capital city of the Republic of Ireland won't leave anyone bored. When visiting Ireland, you have to spend at least a few days in Dublin – local museums, galleries and pubs have no match, and there are remainders of rich Irish history to be found on every corner. In the evenings, everyone will find something to suit their needs: be it theatre amateurs, fans of traditional Irish music or party goers.

Being short on time, you can take advantage of the offer of local tour operators and go on a city tour with a double-decker or a ghost bus, or follow the footsteps of its music stars. Still, Dublin is best seen on foot, not only does it allow to avoid traffic jams, but also to take a peek at life in this cosmopolitan city. Dublin was founded by the Vikings, and the remains of this ferocious people can be found in many places of the city. Anglo-Normans also had great influence on the development of the city, but the biggest mark was left by the English who constructed many elegant public buildings and equally amazing, Georgian squares and streets. The Celtic Tiger, as Ireland is referred to, brought modern buildings of constantly-developed Docklands, and the Spire – a soaring, metal needle right in the centre of Dublin – O'Connell Street.
FLIGHTS TO DUBLIN WITH RYANAIR - TUESDAYS AND SATURDAYS. ■

Jest bagaż, nie ma właściciela?

PODCZAS PODRÓŻOWANIA ZWYKLE STARAMY SIĘ MIEĆ BAGAŻ NA OKU. MOŻE SIĘ JEDNAK ZDARZYĆ, ŻE W WYNIKU ROZTARGNIENIA ZOSTAWIMY WALIZKĘ BEZ OPIEKI NA KILKA MINUT. NALEŻY MIEĆ ŚWIADOMOŚĆ, ŻE TA CHWILA NIEUWAGI MOŻE NAS KOSZTOWAĆ NAWET KILKASET ZŁOTYCH!

ZDJĘCIA ■ PIXABAY.COM

Na lotniskach od lat panują procedury – bezpieczeństwo ponad wszystko. Dlatego porzucony bagaż jest zawsze traktowany z najwyższą atencją przez Służbę Ochrony Lotniska. Bagaże pozostawiane na lotnisku bez opieki są częstym przypadkiem wśród podróżnych, sprawiają one jednak zwykle sporo kłopotów. Najważniejsze jest bezpieczeństwo osób przebywających na terenie lotnisk, dlatego ważne jest mieć na uwadze to, gdzie pozostawiamy swoje walizki.

W sytuacjach niejasnych pozostawionymi bagażami zajmują się pirotechnicy i zwłaszcza wtedy grożą wysokie kary za pozostawienie walizki czy torby. Reguluje to art. 210 ust. 1 pkt. 7 ustawy „Prawo lotnicze", który upoważnia zarządcę lotniska do karania grzywną za złamanie regulaminu portu lotniczego odnośnie pozostawiania bagażu bez opieki.

W przypadku zauważenia opuszczonego bagażu służby bezpieczeństwa muszą rozpocząć długą procedurę, która wymaga wprowadzenia stanu alarmo-

wego i wyznaczenia strefy bezpieczeństwa. Rozpoczyna się ewakuacja części terminala. Wzywana jest ekipa pirotechniczna i do bagażu podjeżdża robot, który wywozi go w bezpieczne miejsce. Gdy walizka jest już w bezpiecznym miejscu do akcji przystępują wyszkolone psy, a następnie pirotechnicy. W ostateczności podejrzana walizka jest detonowana.

Dobrze, jeśli rozpoznanie pirotechniczne da wynik negatywny – wówczas możemy liczyć się jedynie z mandatem. Niestety, również linie lotnicze, które przez to mają opóźnienia w lotach, mogą pozwać turystę o odszkodowanie.

Nie wszyscy zdają sobie sprawę, że pozostawiony bagaż może być okazją dla tych, którzy bez osobistego udziału chcą przetransportować coś, na co przepisy prawa nie zezwalają. I tak, przez chwilę nieuwagi, można stać się właścicielem broni, amunicji czy też na przykład narkotyków. Stąd apel do wszystkich Podróżnych – uważajcie! ■

■ IN ENGLISH

Luggage, but no owner?

We usually tend to keep our eyes on our luggage when travelling. However, it might happen that we become distracted and take our eyes off our suitcase, just for a few minutes. We have to remember that this moment of carelessness can cost us up to several hundred zlotys!

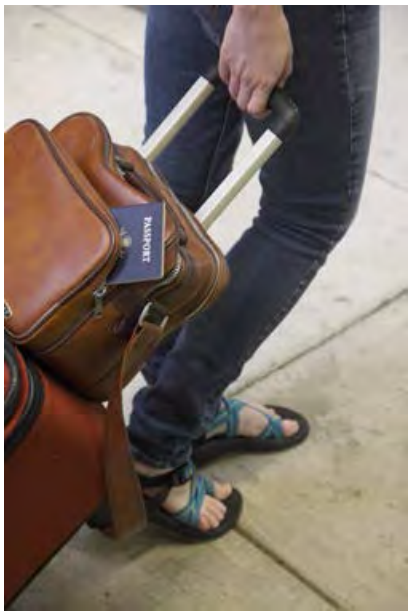
There are airport procedures that haven't changed for years – security above anything. For this reason, unattended luggage is always treated by the Airport Security Service with utmost attention. Unattended suitcase is a common case among passengers, but they are usually troublesome. Security of those within the premises of the airport is vital, therefore it's important to remember where we leave our luggage.

In uncertain cases, the unattended luggage is taken care of by pyrotechnicians, and in such cases the consequences of leaving a suitcase or bag can be harsh. This is regulated by Art. 210.1.7 of the "Aviation Law" Act that enables the airport administrator to fine for breaking the airport's regulations on leaving the luggage unattended.

In case of noticing unattended luggage, security service need to begin a long procedure that requires raising an alarm and designating a security zone. Evacuation of part of the terminal begins. Pyrotechicians are called in, and the luggage is approached by a robot that takes it away to a safe place. When the suitcase has been dropped off at a safe location, specially trained dogs get to work and, afterwards, the pyrotechnicians. As a last resort, the suitcase is detonated.

It's good if the explosive ordnance reconnaissance gives negative results – then, we only face a fine. Unfortunately, airlines that have been delayed because of such situation can also sue the tourist for damages.

Not all people realise that unattended luggage is a perfect opportunity for those who would like to transport illegal goods without personal involvement. In this way, because of a moment of carelessness, we can come into possession of a gun, ammo or drugs. Therefore, call to all Travellers – be careful! ■



Nie wszyscy zdają sobie sprawę, że pozostawiony bagaż może być okazją dla tych, którzy bez osobistego udziału chcą przetransportować coś, na co przepisy prawa nie zezwalają. I tak, przez chwilę nieuwagi, można stać się właścicielem broni, amunicji czy też na przykład narkotyków. Stąd apel do wszystkich Podróżnych – uważajcie!

INTERNET

www.airport.com.pl
www.facebook.com/SzczecinAirport
www.twitter.com/SzczecinAirport
www.szczecinairport.blog.pl
www.youtube.com/user/SzczecinAirport
www.pl.pinterest.com/airport0237/

ADRES ADDRESS

Port Lotniczy Szczecin Goleniów
Sp. z o.o. / Szczecin Goleniow Airport Ltd.
ul. Glewice 1a, 72-100 Goleniów
Tel.: +48 914 817 400
www.airport.com.pl

PUNKT INFORMACJI LOTNISKOWEJ
AIRPORT INFORMATION POINT

Tel.: +48 481 74 00
Email: info@airport.com.pl
GG: 23336639

CENTRUM OBSŁUGI PODRÓŻY
TRAVEL SERVICE CENTRE

Sprzedaż biletów lotniczych i ofert turystycznych / Ticket selling point
Tel.: +48 481 73 05
Tel.: +48 481 76 25
E-mail: biuropodrozy@airport.com.pl
GG: 6364857

ZAGINIONY BAGAŻ LOST & FOUND

Welcome Airport Service
Tel.: +48 481 73 03

TAXI

Airport Taxi Group
Tel.: +48 914 817 690

DOJAZD SAMOCHODEM BY CAR

Z kierunku Szczecin – Trasa S6 i droga krajowa E28 / From Szczecin – S6 Expressway and E 28 road
Z kierunku Koszalin – Trasa 6/E28 / From Koszalin – 6/E28 road
Z kierunku Gorzów Wielkopolski – Trasa S3 i E28/S3 / From Gorzów Wielkopolski – S3 Expressway and E28/S3 road

MINIBUSY DO / Z PORTU LOTNICZEGO / MINIBUS

• KOSZALIN / KOŁOBRZEG

■ AIR-TRANSFER.PL

Rezerwacja biletów telefonicznie pod numerami / Tickets can be booked by Telephone:
Tel.: +48 512 370 778
Tel.: +48 502 323 396
Tel.: +48 947 110 510
www.air-transfer.pl

■ AN-JAN

Rezerwacja biletów telefonicznie pod numerami / Tickets can be booked by Telephone:
Tel.: +48 943 531 052
Tel.: +48 501 525 081
www.anjan.pl

• SZCZECIN/ KOSZALIN

■ INTERGLOBUS TOUR

Rezerwacja biletów telefonicznie pod numerami: / Tickets can be booked by Telephone:
Tel.: +48 914 850 422
Fax.: +48 914 340 283
biuro@interglobus.pl

BUS LOT

Bus odjeżdża 15 minut po lądowaniu samolotu. Bilety do nabycia u kierowcy przed odjazdem autobusu. Koszt przejazdu na trasie do/z Szczecina – 25 zł. / Departure from the Airport to Szczecin 15 minutes after landing. Bus tickets available from driver before departure. Ticket price to/from Szczecin – 25 PLN.

Ze Szczecina mikrobus odjeżdża spod biura LOT (al. Wyzwolenia 17) 90 minut przed wylotem. Bilety do nabycia u kierowcy oraz pod numerem telefonu:
+48 504 188 737. / Minibus departs from the LOT office in Szczecin (al. Wyzwolenia 17) 90 minutes before plane departure. Bus tickets available from bus driver and can be booked by Telephone: +48 504 188 737.

PKP

Stacja Port Lotniczy Szczecin-Goleniów w kierunku Szczecina lub Kołobrzegu. Rozkład odjazdów oraz przyjazdów pociągów na stronie www.pkp.pl
Station Airport Goleniów towards Szczecin and Kołobrzeg.
Schedule available at www.pkp.pl.

PARKING ZIELONY ■ CAR PARK GREEN CENNIK CAR PARK FEES	
PIERWSZE 10 MINUT FIRST TEN MINUTES	FREE
DO GODZINY UP TO 1 HR	5 PLN
DO 2 GODZIN UP TO 2 HR	8 PLN
DO 3 GODZIN UP TO 3 HR	9 PLN
DO 4 GODZIN UP TO 4 HR	10 PLN
DO 5 GODZIN UP TO 5 HR	11 PLN
PIERWSZY DZIEŃ FIRST DAY	25 PLN
DRUGI DZIEŃ SECOND DAY	15 PLN
TRZECI DZIEŃ THIRD DAY	15 PLN
PIERWSZY TYDZIEŃ FIRST WEEK	89 PLN
DWA TYGODNIE SECOND WEEK	124 PLN
TRZY TYGODNIE THIRD WEEK	150 PLN
KAŻDY NASTĘPNY TYDZIEŃ EVERY FOLLOWING WEEK	20 PLN

PARKING ■ CAR PARK RED / 24 H CENNIK CAR PARK FEES	
PIERWSZE 10 MINUT FIRST TEN MINUTES	FREE
DO GODZINY UP TO 1 HR	7 PLN
DO 2 GODZIN UP TO 2 HR	9 PLN
KAŻDA NASTĘPNA GODZINA EVERY FOLLOWING OUR	2 PLN
PIERWSZA DOBA FIRST DAY	53 PLN
KAŻDA NASTĘPNA DOBA EVERY FOLLOWING DAY	30 PLN / DAY
AFTER PAYING IN AN AUTOMATIC CASH MACHINE YOU WILL BE GIVEN 15 MINUTES TO EXIT THE PARKING.	

Po opłaceniu w kasie automatycznej pasażer ma 15 minut na wyjazd. / After paying in an automating cash machine you will be given 15 minutes to exit the parking.
Dla pasażerów wylatujących czarterem turystycznym rabat 20%. / 20% discount for passengers of tourist charter flight.
Przykładowe ceny po rabacie: / Example fees with discount:
postój 7 dni / 7 days parking – 72 PLN
postój 14 dni / 14 days parking – 100 PLN

sound garden
HOTEL AIRPORT

Ladies Floor

Sound Garden Hotel

- first **women's floor** in Poland
- massage chairs
- mirrors and lighting for makeup
- **Voda Collagen Beauty** for every lady in the room
- slippers and extra cosmetics
- magazines for women
- **discounts** and invitations from our partners

- pierwsze **piętro dla kobiet** w Polsce
- fotele masujące
- lusterko i oświetlenie do makijażu
- **Voda Collagen Beauty** dla każdej Pani w pokoju
- kapcie i dodatkowe kosmetyki
- magazyny dla Pań
- **zniżki** i zaproszenia od naszych partnerów

www.soundgardenhotel.pl
ul. Żwirki i Wigury 18, 02-092 Warszawa

sounds good!

Nowy GLC.

W najlepszej formie, w każdym terenie.

www.mercedes-benz.pl/suv

od 1999 PLN*

*Rata miesięczna netto dla GLC 220d 4MATIC w ofercie leasingu dla przedsiębiorców z 10-procentową wpłatą własną, okres umowy: 48 miesięcy, przebieg całkowity: 80 000 km. Oferta Lease&Drive Basic Mercedes-Benz Leasing Polska Sp. z o.o.

Mercedes-Benz
The best or nothing.

Mojsiuk Sp. z o.o. Sp.K., ul. Pomorska 88, 70-812 Szczecin Dąbie, tel.: +48 91 48 08 712; Stare Bielice 128, Koszalin, tel.: + 48 94 34 77 372