

Trendbook

2025 / 2026

Trendy to opowieść o tym, jacy jesteśmy.
O naszej przeszłości, tym, z czego wyrosliśmy,
o naszych marzeniach, planach, pasjach
i wrażliwości. Coś się nam podoba i nas uwodzi,
co innego pozostawia nas obojętnymi
– *to właśnie są trendy.*

Trends are a story about who we are. About our
past, what we have grown from, our dreams,
plans, passions, and sensitivity. Some things
attract and captivate us, while others leave us
indifferent – *that is what trends are.*

TRENDBOOK

2025/2026



Spis treści

TABLE OF CONTENTS

5	DAVIS to społeczność ludzi z pasją – Ewa Podhajska DAVIS IS A COMMUNITY OF PASSIONATE PEOPLE – EWA PODHAJSKA	44	Soft brutalizm SOFT BRUTALISM
6	Praca z tkaniną uczy otwartości – Martyna Golik WORKING WITH FABRIC TEACHES OPENNESS – MARTYNA GOLIK	48	Soft brutalizm – siła delikatności SOFT BRUTALISM – THE POWER OF SUBTLETY
10	Styl dla tych, którzy nie lubią schematów – Brokat STYLE FOR NO FANS OF SCHEMES – BROKAT	50	Marcin Laskowski x Tamo SOFA ANDO / ANDO SOFA
14	Trendy 2025/2026 TRENDS 2025/2026	52	Kolekcja Adventure ADVENTURE COLLECTION
16	Mid-century MID-CENTURY	54	Soft minimalizm SOFT MINIMALISM
20	Mid-century – klasyka nowoczesności MID-CENTURY – CLASSIC MODERNITY	58	Soft minimalizm – natura form SOFT MINIMALISM – THE NATURE OF FORMS
22	Grynasz Studio x Bizzarto FOTEL BOFII / BOFII ARMCHAIR	62	Soft minimalizm – szyk prostoty SOFT MINIMALISM – THE CHIC OF SIMPLICITY
24	Kolekcja Silencio SILENCIO COLLECTION	64	Tomek Rygalik x Paged Meble PUF K2 / K2 POUFFE
26	Eklektyzm ECLECTICISM	67	Grzegorz Gancarczyk x Paged Meble KRZESŁO SUDOKU FILO / SUDOKU FILO CHAIR
30	Eklektyzm – formy z ironią ECLECTICISM – FORMS WITH IRONY	68	Kolekcja Sand SAND COLLECTION
32	Izabela Broła-Cieśluk x Motiv Home FOTEL DUMBO / DUMBO ARMCHAIR	70	Mózg lubi kolory natury – Uważne Głowy THE BRAIN LIKES COLOURS OF NATURE – UWĄŻNE GŁOWY
34	Kolekcja Misterio MISTERIO COLLECTION	72	Reorganizacja przestrzeni – Grynasz Studio o kolekcji pufów Halo REORGANIZATION OF SPACE – GRYNASZ STUDIO ON HALO POUFFE COLLECTION
38	Eklektyzm – akrobacje i spiętrzenia ECLECTICISM – ACROBATICS AND PILE-UPS	76	W teatrze wnętrz – Ania Łoskiewicz IN THE THEATRE OF INTERIORS – ANIA ŁOSKIEWICZ
41	Gala Collezione SOFA IVA / IVA SOFA	80	Tkaniny przyjazne środowisku – Kinga Śledź ECO-FRIENDLY FABRICS – KINGA ŚLEDŹ
42	Kolekcja Landscape LANDSCAPE COLLECTION	82	Rośniemy w siłę – Dariusz Hereda GOING FROM STRENGTH TO STRENGTH – DARIUSZ HEREDA
		84	Redakcja CREDITS



DAVIS
FABRICS

**30 years behind us.
Can you imagine
the future?**

We surely can
thanks to your commitment,
trust and dedication.

Join us to celebrate
DAVIS anniversary mood
throughout the whole 2025.

Thank you for being part
of our community.

DAVIS PEOPLE

DAVIS to społeczność ludzi z pasją – Ewa Podhajska

DAVIS IS A COMMUNITY OF PASSIONATE PEOPLE – EWA PODHAJSKA



PL /

O roli designu w budowaniu marki mówi **EWA PODHAJSKA**, dyrektorka marketingu **DAVIS FABRICS**.

Miniona dekada to podróż w stronę dojrzałej, świadomej marki. W tym roku, patrząc na nawiązane współprace, czuję radość, satysfakcję i wdzięczność – za ludzi, idee i nowe projekty, wspólnie tworzące dialog o designie.

Podczas styczniowych targów Heimtextil zaprezentowaliśmy nowe kolekcje osadzone w aktualnych trendach. W towarzystwie polskiego design'u – wyrazistego, pełnego treści – nasze tkaniny zyskują nowy wymiar. Akcentujemy rolę materiału w przestrzeni, doceniamy jakość rodzimej myśli projektowej.

Oddajemy w Państwa ręce wyjątkowe, bo jubileuszowe wydanie trendbook'a – publikację, która celebruje 30-lecie naszej marki. To podsumowanie, ale i zaproszenie do dalszej podróży. Rok 2025 otwiera przed nami nowe perspektywy: premierowe kolekcje indoor-outdoor, tkaniny rekomendowane dla rynku kontraktowego, usługi dla profesjonalistów oraz wisienkę w postaci własnej marki DAVIS HOME – konceptu, który redefiniuje nasze podejście do tekstyliów we wnętrzach.

Z tą samą wrażliwością angażujemy się w działania wspierające kulturę i lokalne inicjatywy pomocowe – to naturalny krok w kierunku odpowiedzialnego biznesu, czego kontynuacją jest powołana fundacja DAVIS.

DAVIS to społeczność. Tworzą ją ludzie z pasją: założyciele firm, fabryk, producenci mebli, technolodzy, rzemieślnicy, projektanci, tapicerzy – wszyscy, dla których materiał jest ważny. Wszyscy, którzy doceniają rolę pięknych wnętrz. Dziękujemy za wspólną drogę i zapraszamy do kolejnego rozdziału naszej historii.

Za nami 30 lat, wyobrażacie sobie kolejne?

EN /

On the role of design in building a brand, **EWA PODHAJSKA**, Marketing Director at **DAVIS FABRICS**.

The past decade has been a journey towards a mature, conscious brand. As I look at the new collaborations and realisations, satisfaction and gratefulness overwhelm me – for the people, for the ideas, and for the new projects that make up the dialogue on design.

At the January Heimtextil trade fair, we presented new collections immersed in current trends. Bolstered by Polish design – rich and suggestive – our fabrics gain a new dimension. We emphasise the role of material in space, and appreciate the quality of the domestic design concept. Every detail cocreates a narrative in which aesthetics and functionality are inextricably linked.

You are holding an exceptional edition of the trendbook – a publication that celebrates the 30th anniversary of our brand. It is a summary, but also an invitation to the onward journey. The year 2025 opens up new perspectives for us: premiere indoor-outdoor collections, fabrics recommended for the contract market, services for davis.pro oriented toward professionals, and the cherry on top – our own brand, DAVIS HOME, a concept that redefines our approach to textiles in interiors.

With the same sensitivity, through our DAVIS foundation, we are committed to supporting local aid initiatives and culture as the natural step towards responsible business.

DAVIS is a community. It is composed of passionate individuals: founders of companies and factories, furniture manufacturers, technologists, craftsmen, designers, upholsterers – everyone for whom fabric truly matters. They all work with fabrics and understand the role of beautiful interiors. We would like to express our thanks for the journey we have taken together, and welcome them all to join the next chapter of our history.

With 30 years on the metre, can you imagine the future?

Praca z tkaniną uczy otwartości – Martyna Golik

WORKING WITH FABRIC TEACHES OPENNESS – MARTYNA GOLIK



MARTYNAGOLIK.COM / FOT. DARIA SZCZYGIEL

PL /

MARTYNA GOLIK, Textile Advisor w firmie DAVIS, projektantka tekstyliów z międzynarodowym doświadczeniem. Absolwentka Akademii Sztuk Pięknych w Łodzi i Duńskiej Szkoły Designu.

Od domowych tradycji i babci koronczarki do pracy w największych światowych markach tekstylnych. Od racjonalnego procesu projektowego do wzruszenia nieprzewidywalnością pracy krosna. Martyna Golik opowiada, czego nauczyła się od przędz i splotów.

TRENDBOOK: Twoją pasją, a zarazem pracą, jest projektowanie tkanin. Jak do tego doszło?

MARTYNA GOLIK: Tkanina towarzyszy mi od dziecka. Moja mama zajmowała się sprowadzaniem materiałów i strojów z Indii, babcia heklowała koniakowskie koronki. To dzięki nim rozwinęłam wrażliwość na piękno tkanin i poznałam różnice pomiędzy poszczególnymi surowcami i technikami. Kiedy trzeba było wybrać kierunek studiów, było dla mnie jasne, że będzie to wydział tkaniny na Łódzkiej Akademii Sztuk Pięknych. W tamtym czasie fascynowało mnie wykorzystanie tkaniny we wnętrzach i na meblach, więc zdecydowałam się na wyjazd na studia do Danii, do Kopenhagi, żeby kontynuować naukę w kraju o długiej tradycji meblarskiej. I to w Danii, już po tamtejszych studiach, zaczęłam swoją zawodową pracę jako projektantka tkaniny (textile designer).

TRENDBOOK: Profesjonalne doświadczenie zdobywałaś przez lata pracy w skandynawskich markach tkanin obiciowych. Jak wykorzystałaś ten czas?

MARTYNA GOLIK: Przez ostatnie 10 lat pracowałam z różnymi markami projektując miękkie akcesoria do wnętrz jako niezależny projektant, a także później jako wewnętrzny projektant tkanin obiciowych w duńskich markach Kvadrat i Sahco. Te doświadczenia nauczyły mnie, jak ważne jest metodyczne podejście do procesu projektowego i świadome podejmowanie decyzji na każdym etapie.

EN /

MARTYNA GOLIK, Textile Advisor at DAVIS, textile designer with international experience. Graduate of the Academy of Fine Arts in Łódź and Danish Design School.

From home traditions and a lacemaker grandmother to working for the world's biggest textile brands. From a rational design process to the excitement of a loom's unpredictability. Martyna Golik tells us what she has learned from yarns and weaves.

TRENDBOOK: Your passion and your job is textile design. How did it come about?

MARTYNA GOLIK: I've been around textiles since forever – my mum used to import fabrics and garments from India while my grandmother crocheted the Koniaków lace. Thanks to them, I grew up sensitive to the beauty of fabrics, I also learned about various raw materials and techniques. When it was time to go to uni, the Institute of Textile at the Academy of Fine Arts in Łódź felt like a wise choice. At that time, I was fascinated with fabrics in interiors and on furniture, so it was only natural to carry on studying in Denmark – the country with long furniture-making tradition. And it was in Copenhagen, after my graduation, where my career as a textile designer began.

TRENDBOOK: You gained professional experience through years of working for Scandinavian upholstery fabric brands. How have you used that time?

MARTYNA GOLIK: Over the past ten years, I have designed soft interior accessories working as an independent designer and later as an in-house upholstery fabric designer with Danish brands Kvadrat and Sahco. I learned the significance of a methodical approach to the design process and conscious decision-making, at every stage. Especially at the beginning, when deciding what we really want to create, who the target audience are, and how we want to impact



Multikolorowe poduszki wykonane w technice
tuftingu dla marki własnej Posé Posé.
fot. / Cornelia Gramkow

Multicolour cushions made with the tufting
technique for Posé Posé's own brand.
photo / Cornelia Gramkow



2

W tkaninie zakodowane są mikro historie wszystkich osób zaangażowanych w proces jej tworzenia.

The fabric *encodes* the micro-histories of all the people involved in the process of its creation.



1

1–3 Praca nad kolekcją dywanów
fot. / Marek Swoboda
Working on a rug collection
photo / Marek Swoboda

4 Przędze użyte do kolekcji Adventure
fot. / DAVIS FABRICS
Yarns used for Adventure collection
photo / DAVIS FABRICS



3

6



4

Szczególnie na początku, kiedy postanawiamy, co tak naprawdę chcemy stworzyć, kto ma być odbiorcą i w jaki sposób chcemy wpłynąć na jego życie poprzez nasz produkt. Na każdym z tych etapów bardzo istotne jest poświęcenie odpowiedniej ilości czasu na podejmowanie decyzji. Wykonanie dobrych rzeczy wymaga spokoju i namysłu.

Bardzo ważna stała się dla mnie także duńska idea wspólnotowości, która w pracy objawia się naciskiem na multidyscyplinarną współpracę, pozytywną komunikację oraz respektowanie każdego zaangażowanego w proces, bo każdy jest tutaj istotnym ogniwem. Tymi wartościami staram się kierować w mojej obecnej pracy.

TRENDBOOK: Projektowanie tkanin to wieloetapowy proces. Który etap fascynuje Cię najbardziej?

MARTYNA GOLIK: Dla mnie praca z tkaniną ma w sobie magię. Projektowanie tkanin w sposób przemysłowy opiera się na komunikacji z producentem, często znajdującym się innym kraju, i wytłumaczeniu mu, jaki efekt chcemy uzyskać. Uwielbiam moment, kiedy przyjeżdżają próbki i trzeba ocenić, w jaki sposób nasze pomysły zostały zinterpretowane zarówno przez tkacza, jak i przez krosno. Lubię aspekt osobisty, bo w tkaninie zakodowane są mikrohistorie wszystkich osób zaangażowanych w proces tworzenia. Kolejnym ukochanym momentem jest otrzymanie próbek barw na etapie tworzenia wersji kolorystycznych. Każda tkanina, przędza, splot odbiera kolor w sposób unikatowy i nieprzewidywalny. To chyba jest właśnie ta magia, o której mówiłam na początku.

TRENDBOOK: A co w projektowaniu, przygotowaniu kolekcji jest najtrudniejsze?

MARTYNA GOLIK: Myślę, że to, co zarazem jest najwspanialsze, jest i najtrudniejsze, a więc wspomniana przeze mnie nieprzewidywalność. Łączy się ona zawsze z tym, że możemy otrzymać coś, czego się nie spodziewaliśmy. Jest jednak w tej nieprzewidywalności coś wziętego z życia, bo – jak w życiu – trzeba zaufać procesowi, dać czas, a czasem może nawet zrezygnować z projektu, który bardzo nam się podoba, ale po prostu nie daje się go wykonać w sposób satysfakcjonujący. Praca z tkaniną uczy pokory, dystansu, otwartości i bycia elastycznym.

their lives through our product. At each of these stages, it's very important to take time for making decisions. Doing the right thing requires calm and reflection.

The Danish idea of a community has captured me, at work it manifests as the emphasis on multidisciplinary collaboration, positive communication, and respect for everyone involved in the process, because everyone is a vital link. These are the values I try to follow in my current work.

TRENDBOOK: Designing fabrics is a multi-step process. Which stage fascinates you most?

MARTYNA GOLIK: For me, there's a bit of magic in working with fabrics. Designing them for an industry is based on communicating with the manufacturer, who is oftentimes located in another country, and explaining to them what effect we want to achieve. I love the moment when the samples arrive and we have to evaluate how our ideas have been interpreted by both the weaver and the looms. I like the personal aspect of the process because the microstories of everyone involved in the creation are encoded in the fabric. Another favourite moment is receiving colour samples at the stage of creating colour versions. Each fabric, yarn, and weave receives colour in a unique, unpredictable way. I guess this is what I'd meant by the magic.

TRENDBOOK: And what is the most difficult thing about designing, preparing a collection?

MARTYNA GOLIK: The unpredictability. It's the most wonderful, but also a most difficult thing. It comes with the risk of ending up with something we didn't expect. Like in life, we have to trust the process, give it time, sometimes even give up on a project that we really like, but which just can't be done to our satisfaction. Working with fabric teaches humility, distance, openness and flexibility.

Styl dla tych, którzy nie lubią schematów – Brokat

STYLE FOR NO FANS OF SCHEMES – BROKAT



PRACOWNIABROKAT.PL / FOT. MARTA RÓŻYCKA

PL /

BROKAT, czyli Bogna Polańska i Roma Skuza to katowicka pracownia projektowa znana z szybkiego reagowania na trendy. Projektowana przez nich architektura, wnętrza, scenografie, wystawy, instalacje są zawsze na czasie.

TRENDBOOK: Jak to jest z trendami? Co roku są nowe? Wracają te starsze? Mamy trendy ponadczasowe?

BROKAT: Trendy się zmieniają, ale wiele z nich to powroty do wcześniejszych epok lub reakcja na współczesne potrzeby. Część z nich to odświeżone wersje wcześniejszych stylów. Coś, co kiedyś wydawało się przestarzałe, po latach wraca w nowej odsłonie, np. meble z lat 50., 60. czy 70. cieszą się dużą popularnością, ale w nowych wersjach kolorystycznych czy wykonane ze współczesnych materiałów.

Niektóre rozwiązania nigdy nie wychodzą z mody: neutralne kolory, klasyczne drewno, dobrej jakości materiały czy minimalistyczne formy zawsze będą wyglądać dobrze. Klasyka się obroni.

Można ją uzupełniać o trendy sezonowe, np. modne w danym roku moodboard, kolory czy tekstury. Wystarczy jeden odważny element, aby zmienić wygląd całego wnętrza.

TRENDBOOK: Jakie trendy są w tym roku najpopularniejsze?

BROKAT: Coraz częściej powstają wnętrza, w których łączy się różne style i wzory, co pozwala na tworzenie unikatowych, spersonalizowanych przestrzeni. Elementy retro z lat 50. i 60., takie jak meble czy moodboard, wracają w nowoczesnych interpretacjach, nadając wnętrzom charakter. Ponadczasowe są naturalne materiały, takie jak drewno, kamień, szlachetne tkaniny. Od pandemii utrzymuje się też trend hodowania roślin w przestrzeni mieszkalnej. Ten trend podkreśla potrzebę kontaktu z naturą w codziennym życiu. Od dłuższego czasu stosowane są kolory inspirowane naturą, wszystkie kolory ziemi od beżu przez zieleni aż po elegancki odcień

EN /

BROKAT, or Bogna Polańska and Roma Skuza, is a Katowice-based design studio known for its responsiveness to trends. Their architecture, interiors, scenography, exhibitions and installations are always up-to-date.

TRENDBOOK: How is it with trends? Do new ones pop up every year? Do the older ones come back? Are there any timeless trends?

BROKAT: Trends change every year, but many of them are revisits to earlier eras or a reaction to modern needs. Some are revamped versions of earlier styles – something that once seemed outdated comes back years later in a new guise, i.e. furniture from the 1950s, 1960s or 1970s is very popular, but in new colour versions or with modern materials.

Some solutions never go out of fashion – neutral colours, classic wood, high quality materials or minimalist forms will always look good. Classics will maintain a strong position.

They can be supplemented with seasonal trends, such as the year's trendy moodboard, colours or textures. One bold element can change the look of the whole interior.

TRENDBOOK: What are the most popular trends this year?

BROKAT: Increasingly, interiors combine different styles and designs to create unique, personalized spaces. Retro elements from the 1950s and 1960s, furniture and moodboards, are making a comeback in modern interpretations adding character to interiors. Natural materials such as wood, stone and fine fabrics are timeless. Since the pandemic, the trend of growing plants in living spaces has also strengthened. It emphasizes the need to live in touch with nature – nature-inspired colours have been used for a long time, all earthy colours from beige to green to an elegant shade of bronze, which brings warmth and harmony to interiors.





brzę, który wprowadza do wnętrza ciepło i harmonię. Organiczne formy i zaokrąglone kształty to kolejny trend. Meble o miękkich liniach i zaokrąglonych kształtach zyskują na popularności, wprowadzając do wnętrza przytulność. Sofy, fotele czy stoły o obłych formach stają się centralnymi elementami aranżacji. Rosnąca świadomość ekologiczna skłania też do wyboru materiałów przyjaznych środowisku, takich jak drewno z certyfikowanych źródeł, organicznych tkanin, mebli z rynku wtórnego czy materiałów z recyklingu.

TRENDBOOK: A który trend lubicie najbardziej?

BROKAT: Eklektyzm to jeden z najciekawszych stylów do projektowania – pełen kontrastów, historii i zaskakujących połączeń. Dlatego lubimy tworzyć wnętrza w tym duchu. Największym wyzwaniem jest odnalezienie harmonii w różnorodności. Eklektyzm nie oznacza chaosu – to przemyślana gra kolorów, faktur, epok i form, które łączą się w spójną całość. Trzeba tu wyczuć odpowiednie proporcje, by wnętrza nie było przytłaczające, a jednocześnie miało swój niepowtarzalny charakter. To styl dla tych, którzy nie lubią schematów i chcą, by ich przestrzeń się wyróżniała.

Przed nami projekt wnętrza lokalu, który jest dość surowy w zastanym, starszym budynku, w którym bardzo chcielibyśmy przemycić elementy soft brutalizmu. Tutaj na szczęście realizujemy już z klientami trzeci projekt. Mają oni do nas zaufanie i mamy nadzieję na interesujący i nietypowy efekt końcowy.

TRENDBOOK: Co w projektowaniu wnętrz was zachwyca?

BROKAT: Najbardziej nas zachwyca – a właściwie cieszy – efekt końcowy projektu. Projektowanie wnętrza to złożony proces, w którym musimy uwzględnić przede wszystkim założenia i oczekiwania klienta, obowiązujące przepisy i normy, a także określony budżet. Trzeba dopilnować, by każdy element pasował do całości, a jednocześnie nadrzędnie traktować spójność i idee, koncepcję, która spełni wszystkie wymagania. Co ciekawe, w naszym biurze podczas „burzy mózgów” nad koncepcją, zazwyczaj zwracamy uwagę na inne aspekty, a każdy problem analizujemy z innej perspektywy. Niejednokrotnie mamy odmienne zdania, ale konstruktywnie się spieramy, konfrontujemy pomysły i dopiero po wielu rozmowach wypracowujemy najlepszą wersję projektu. Właśnie dlatego największą satysfakcję daje nam moment, gdy cały ten trudny proces kończy się sukcesem, a stworzona przez nas przestrzeń spełnia oczekiwania klientów i nasze własne. To właśnie wtedy wiemy, że było warto!

Organic forms and rounded shapes are another trend. Furniture with soft lines is gaining popularity, bringing cosiness to interiors. Sofas, armchairs or tables in rounded forms are becoming central elements of arrangements. On top of that, growing awareness is also prompting people to choose environmentally-friendly materials: wood from certified sources, organic fabrics, pre-loved furniture or recycled materials.

TRENDBOOK: And which trend do you like best?

BROKAT: Eclecticism is one of the most interesting styles for design. Full of contrasts, history and surprising combinations. That's why we like to create interiors in this spirit. The biggest challenge is to find harmony in diversity. Eclecticism does not mean chaos, it's a thoughtful play of colours, textures, eras and forms combining into a coherent whole. You need to feel the right proportions here, so that the interior is not overwhelming, but retains its own and unique character at the same time. This is a style for those who don't like schemes and want their space to stand out. Currently, we're designing quite austere interiors in a stagnant, older building and we would very much like to smuggle in a few elements of soft brutalism. Here, fortunately, we're already doing the third project with the clients so they have confidence in us and we hope for an interesting and unusual end result.

TRENDBOOK: What delights you in interior design?

BROKAT: That would be the end result of a project, it's actually most pleasing too. Interior design is a complex process where we need to focus on the client's assumptions and expectations, all applicable regulations and standards, and the specified budget. It's necessary to ensure that each element fits into the whole, while at the same time maintaining the overriding consistency and ideas – that conceptual vision which eventually meets all requirements. Interestingly, when brainstorming a concept, the two of us pay attention to different aspects and we analyse each problem from dissimilar perspectives. Many times we have contrary opinions, but we constructively argue, confront ideas and work out the best version of the project only after many conversations. That's why we get the greatest satisfaction when this whole difficult process ends successfully and the space we created meets the expectations of the clients and our own. That's when we know it was all worth it!

Ekлекtyzm to przemyślana gra kolorów, faktur i form, łączących się w *całość*.

Eclecticism is a thoughtful play of colours, textures and forms that combine to create *a whole*.



5



4

1–5 Stoisko DAVIS na targach Heimtextil 2025
we Frankfurcie nad Menem
/ proj. Brokat, fot. DAVIS FABRICS

DAVIS stand at the Heimtextil 2025 trade fair
Frankfurt am Main
/ design: Brokat, photo: DAVIS FABRICS

Trendy

2025/2026

Trends

PL / Trendy to opowieść o tym, jacy jesteśmy. O naszej przeszłości, o tym, z czego wyrosliśmy, o naszych marzeniach, planach, pasjach i wrażliwości. Coś się nam podoba i nas uwodzi, co innego pozostawia nas obojętnymi – to właśnie są trendy.

Najbliższy rok i kolejny po nim, pokażą nam, że jednak jesteśmy sentymentalni. Lubimy styl z połowy XX wieku: trend MID-CENTURY trzyma się mocno, nawiązania do designu organicznego wciąż nas zachwycają. Ale jest w nas też pragnienie zabawy, eksperymentu, łączenia skrajności – tak jak w trendzie EKLEKTYZM, wypełnionym duchem lat 90. Przede wszystkim jednak szukamy harmonii, ucieczki od natłoku „wszystko, wszędzie, naraz”. Pragniemy łagodności i ukojenia. Dlatego z przyjemnością odnajdziemy się w trendzie SOFT BRUTALISM, z jego odpowiedzialnością i konkretem, albo odpłyniemy w SOFT MINIMALISM i jego hipnotyzujące obłoki.

EN / Trends are a story about who we are. About our past, about what we have grown up with, about our dreams, plans, passions and sensibility. Something pleases and seduces us, something else leaves us indifferent – that's what trends are.

The coming year, and the year after that, will show that we are sentimental, however. We like the style of the mid-20th century: the MID-CENTURY trend is holding strong, references to organic design still delight us. But there is also that deep-seated desire to have fun, experiment, combine extremes – as in the ECLECTICISM trend full of the 90s spirit. Above all, however, we are looking for harmony, an escape from the glut of „everything, everywhere, at once”. We desire gentleness and serenity. That's why we're happy to find ourselves in the SOFT BRUTALISM trend, with its responsibility and concreteness, or drift away into SOFT MINIMALISM and its mesmerising roundness.



Mid-century



DAVIS FABRICS



MID-CENTURY

Mid-century

MID-CENTURY

PL / Obłości, naturalne drewno, marmur. I zmysłowe, tkaniny. Trend MID-CENTURY nie jest dosłownym przeniesieniem stylu wnętrz z połowy ubiegłego wieku, to raczej nastrój optymizmu i wiary w nowoczesność, fascynacja modernistycznymi formami mebli, lamp, dodatków. MID-CENTURY to także funkcjonalizm, zasada „forma podąża za funkcją”. Brak dekoracji: przedmioty same w sobie mają atrakcyjną formę, nie trzeba jej niczym ozdabiać. A jeśli dekoracja jest potrzebna, to stają się nią tkaniny, powierzchnie drewnianych fornirow czy kamiennych okładzin. Wyraźne są inspiracje mistrzami designu i ich ikonicznymi projektami: Ray i Charlsa Eamsów, Vernera Pantona, czy polskiej projektantki mebli Marii Chomentowskiej.

EN / Roundness, natural wood, marble. And sensuous, textural fabrics. The mid-century trend is not a literal transfer of the style of interiors from the middle of the last century, it is rather a mood of optimism and faith in modernity, a fascination with modernist forms of furniture, lamps, accessories. MID-CENTURY is also functionalism, the demonstration of the 'form follows function' principle. No decorations – the objects themselves have an attractive form, no need to decorate with anything. And if decoration is needed, it becomes materials – surfaces of wooden veneers or stone facings. There is clear inspiration from the masters of design and their iconic designs: Ray and Charles Eames, Verner Panton, or the Polish furniture designer Maria Chomentowska.

Mid-century – klasyka nowoczesności

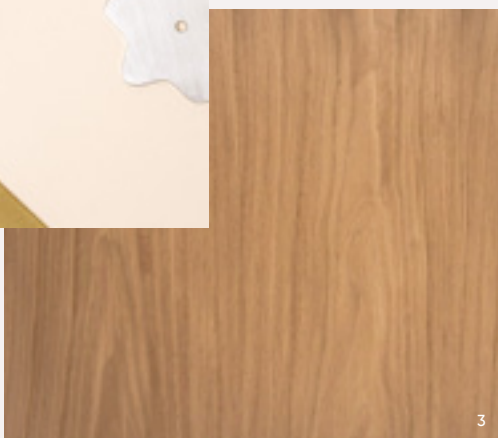
MID-CENTURY – CLASSIC MODERNITY



2



1



3



4

1 Lampa Piu / Piu Lamp
TAMO / fot. TAMO

2 Uchwyt z kolekcji Konstelacje/ Handle from
the Constellations collection
HVYT / fot. HVYT

3 Fornir ALPI – Orzech włoski / ALPI – Italian walnut veneer
Atpol / fot. Atpol

4 Sofa Bofii / Bofii sofa
Bizzarto / viz. Bismuth.Visuals



6

A jeśli dekoracja jest potrzebna, to stają się nią *materialy* – tkaniny, powierzchnie drewnianych fornirów czy kamiennych okładzin.

And if decoration is needed, it comes through *materials* – fabrics, wood veneer surfaces or stone cladding.



5 Płyta Jardin Emerald / Jardin Emerald slab
Silestone® / Cosentino / fot. Cosentino

6 Tkanina Silencio / Silencio fabric
DAVIS FABRICS



5



7

7 Lampa Aurora / Aurora lamp
Hasik Design / fot. Robert Božek

Grynasz Studio x Bizzarto

FOTEL BOFII / BOFII ARMCHAIR

PL /

Rodzina mebli Bofii dla Bizzarto to projekt dopasowujący się do potrzeb. Różne wielkości i funkcje mebli uzupełniają obicia z tkanin szenilowych czy bouclé. O pracy nad kolekcją mówi **GRYNASZ STUDIO**.

TRENDBOOK: Skąd pomysł linii stylistycznej kolekcji Bofii?

MARTA NIEMYWSKA-GRYNASZ: Oboje z Dawidem ukończyliśmy licea plastyczne i uczelnie artystyczne. Ta edukacja sprawia, że swobodnie korzystamy z inspiracji płynących z historii sztuki, designu i architektury. Analizujemy też obecne trendy, zasilamy się tym, co „tu i teraz”. Podróże, opera, literatura, teatr, konta modowych blogerów i artystów na Instagramie. W tym przypadku zachwyliła nas architektura hiszpańskiego postmodernisty Ricardo Bofilla. Wciąż jesteśmy pod wrażeniem wizyty w Calpe, w słynnym kompleksie budynków Muralla Roja.

TRENDBOOK: W architekturze cenicie wyobraźnię i emocje, a co jest dla Was ważne w designie?

DAWID GRYNASZ: Klarowność interpretacji potrzeb użytkowników wyrażająca się w funkcji przedmiotu, ergonomia i estetyka – połączenie tych trzech składowych decyduje, jak będziemy odbierać dany produkt.

TRENDBOOK: Czy to prawda, że oboje pochodzicie z rodzin z tradycjami rzemieślniczymi?

MARTA NIEMYWSKA-GRYNASZ: Tak. Dla mnie kimś wyjątkowym i inspiującym jest moja prababcia Antonina. Znam ją z opowieści mamy i babci. Kobieta o wielkim talencie, wyczuciu koloru i formy, mająca swój warsztat tkacki. Dywan, który utkała z moją babcią Heleną przechowuję, jak najcenniejszy skarb.

TRENDBOOK: A u Ciebie Dawidzie?

DAWID GRYNASZ: Olbrzymi wpływ na moją zawodową ścieżkę miał mój ojciec, który prowadził firmę stolarską, a w latach 70. i 80. współpracował z Cepelią. Najwcześniejsze wspomnienia z nim związane to drewno i jego rysunki na papierze milimetrowym, zestaw mebli dziecięcych do mojego pokoju. Był perfekcjonistą i świetnym konstruktorem.



GRYNASZSTUDIO.COM / FOT. PAULINA ANGIELCZYK

EN /

The Bofii furniture for Bizzarto is a customisable design. Various sizes and functions of the furniture are complemented by upholstery in chenille or bouclé fabrics. **GRYNASZ STUDIO** talks about the work on the collection.

TRENDBOOK: How did you come up with the style line for the Bofii collection?

MARTA NIEMYWSKA-GRYNASZ: Dawid and I both graduated from art high schools and art colleges. This long-standing and multidirectional education helps us draw much of our inspiration from the history of art, design and architecture. We also analyse current trends and feed on what's „here and now” – travel, opera, literature, theatre, Instagram accounts of fashion bloggers and artists. With this collection, we found ourselves captivated by the architecture of a Spanish postmodernist, Riccardo Bofill. We're still very much impressed by our visit to Calpe, the famous Muralla Roja building complex.

TRENDBOOK: You value imagination and emotion in architecture. What is important to you in design?

DAWID GRYNASZ: It's about the clarity of interpretation when it comes to users' needs expressed in the function of an object, but also ergonomics and aesthetics – combination of these three determines how we perceive a product.

TRENDBOOK: Is it true that you both come from families with craftsmanship traditions?

MARTA NIEMYWSKA-GRYNASZ: Yes. In my case, it's my great-grandmother, Antonina, whom I find very special and truly inspiring. I know her from all the stories my mum and grandmother told. She was a woman of great talent with a keen sense of colour and form. She had her own weaving workshop and I treasure the carpet she'd woven with my grandmother, Helena.

TRENDBOOK: How about you, Dawid?

DAWID GRYNASZ: My father, who ran a carpentry company and worked with Cepelia in the 1970s and 1980s, had a huge influence on my professional path. My earliest memories of him are of wood and his drawings on graph paper, a set of children's furniture for my room. He was a perfectionist and a great designer.



Kolekcja Silencio

SILENCIO COLLECTION

Tekstura splotów *tkaniny szenilowej* użytej jako obicie, wydobywa i podkreśla charakter mebli.

The texture of the *chenille fabric* weaves used as upholstery brings out and emphasizes the character of the furniture.



PL /

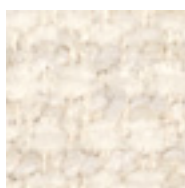
Silencio to kolekcja tkanin strukturalnych, zawierająca w składzie włókna naturalne. Te z kolekcji Silencio składają się z kilku rodzajów przędz: miękkiej szenilowej, wielokolorowej bouclé oraz połyskującej w osnowie. Silencio jest odpowiedzią na trend odwołujący się do naturalności rzemiosła i ręcznych technik tkackich – znajdziemy tu tkaniny teksturalne i grube plecionki. Starannie opracowana paleta 15 kolorów składa się z beży, delikatnych zieleni oraz lekko skontrastowanego koloru wina i brzoskwini.

* Tkaniny strukturalne są jednymi z najstarszych form materiałów – pierwotnie powstawały z przędzy o nierównej grubości i przy użyciu prostych splotów, co nadawało im widoczną fakturę. Z czasem, zwłaszcza w XVIII wieku, zaczęto świadomie eksponować fakturę i wypukłość tkanin, co wpisywało się w estetykę bogatych, dekoracyjnych ubiorów epoki rokoka.

EN /

Silencio, a collection of structured fabrics, is made with natural fibres. Fabrics of this kind are exceptionally pleasant to the touch and highly durable. Those used in Silencio are comprised of different types of yarn: a soft, multicoloured bouclé and a lustrous one in the warp. Silencio is a response to the trend referring to the naturalness of craftsmanship and hand weaving techniques, hence the textural fabrics and thick braids. The carefully developed palette of 15 colours includes beiges, soft greens, and slightly contrasting wine and peach.

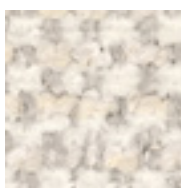
* Structured fabrics are some of the oldest types of fabric. Originally made of yarn with varied, uneven thickness, they were woven into uncomplicated weaves which gave them a distinct texture. Over time, especially in the 18th century, the texture became fashionable and its nuances were accentuated to satisfy the aesthetics of the rich and decorative clothing of the rococo era.



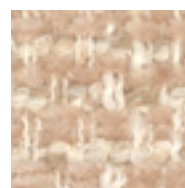
03



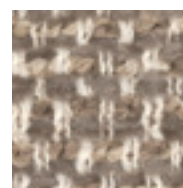
06



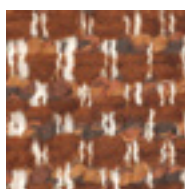
08



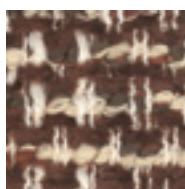
10



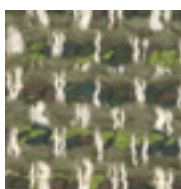
19



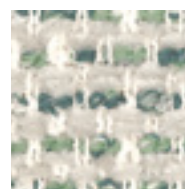
23



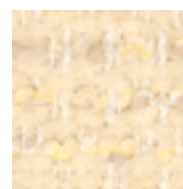
27



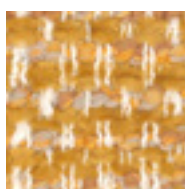
34



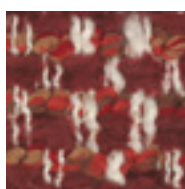
37



40



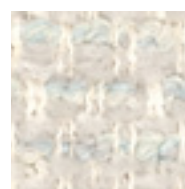
53



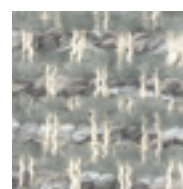
59



60



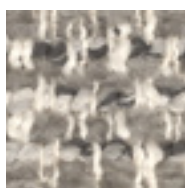
70



72



97



86



Więcej informacji / more info: www.davis.pl/kolekcja/silencio



Eklektyzm



Eklektyzm

ECLECTICISM

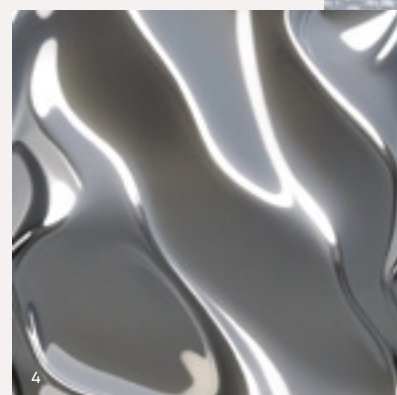
PL / Łamiemy konwencje! EKLEKTYZM to mieszanka stylów, ale z przymrużeniem oka, z elementami zabawy i żartu. Ten trend czerpie z lat 80. XX wieku, ze stylu grupy Memphis, która odrzuciła funkcjonalizm i jego rygory. Dlatego mamy tu przedmioty-zabawki, budzące skojarzenia, odnoszące się do motywów z dzieciństwa czy kultowych animacji Walta Disneya. Inspiracje pop-kulturą są jawne, a ironia zastępuje powagę. W EKLEKTYZMIE chodzi o emocje, wzruszenia – funkcja przedmiotów nie jest tak ważna, jak radość z obcowania z ich formą. A jeśli zabawa i dzieciństwo to także intensywne kolory i zdecydowane, wyraźne wzory i printy. Tu tkaniny pokazują, co potrafią!

EN / We break conventions! ECLECTICISM is a mix of styles, but with a twist – elements of fun and humour. This trend draws from the 1980s, from the style of the Memphis group which rejected functionalism and its rigors. You'll find evocative toy-like objects referring to childhood motifs or the iconic Walt Disney animations. Pop-culture inspirations are overt, irony replaces seriousness. Eclecticism is about emotions and thrills – the function of objects is not as important as the joy of interacting with their form. And if fun and childhood are on board, then intense colours and strong, clear patterns and prints are present too. Here, the fabrics show what they are capable of!



Eklektyzm – formy z ironią

ECLECTICISM – FORMS WITH IRONY

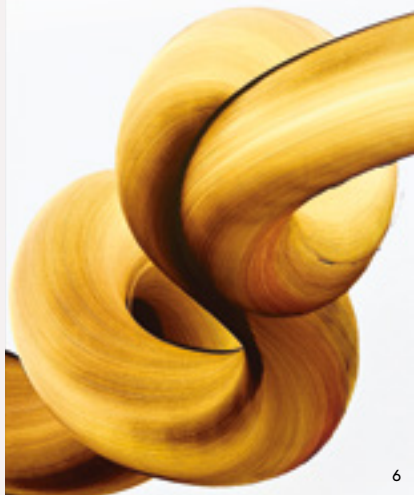


1 Wazon Nana / Nana vase
Malwina Konopacka / fot. Malwina Konopacka

2 Lustro Elo / Elo mirror
Pani Jurek / fot. Pani Jurek

3 Fotel Dumbo / Dumbo armchair
Motiv Home / viz. Bismuth.Visuals

4 Elementy chromowane
Chrome elements



6

Krągłości i zabawna przesadność kształtów sprawiają, że takie projekty się *lubi*.

Roundedness and a playful exaggeration of the shapes make such designs highly *likeable*.



5



8



7

5 Tkanina Misterio / Misterio fabric
DAVIS FABRICS

6 Obraz bez tytułu, 2023 / Untitled painting, 2023
Nikodem Szpunar / fot. Nikodem Szpunar

7 Wazon The Man Vase / The Man Vase
Maria Jeglińska-Adamczewska / fot. PION fotografia

8 Stolik OKA / OKA table
Nurt / fot. Nurt

Izabela Broła-Cieśluk x Motiv Home

FOTEL DUMBO / DUMBO ARMCHAIR



BROLABUKOWSKA.COM / FOT. FLARRA KATARZYNA KITAJGRODZKA

PL /

Funkcjonalny, wielozadaniowy i nieporadny zarazem – czy jeden fotel może połączyć te cechy? **IZABELA BROŁA-CIEŚLUK** umie godzić przeciwieństwa – co widać w jej ostatnim projekcie.

TRENDBOOK: Twój fotel nawiązuje do słoniątka Dumbo – bohatera kultowej animacji Walta Disneya. Jaki jest Twój Dumbo?

IZABELA BROŁA-CIEŚLUK: Rzeczywiście, masywna bryła Dumbo jest pełna, okrągła, ma tak samo zachwycać jak rozczulać. Swoją formą zaprasza i obiecuje otulającą miękkość. Dumbo jest projektem szczególnie mi bliskim. Zachęca do dłuższego spędzania czasu przy stole z najbliższymi lub do znalezienia chwili wytchnienia. To odpowiedź na to, czego sama nie znalazłam na rynku.

TRENDBOOK: To typowy fotel, czy coś pomiędzy krzesłem a fotelem?

IZABELA BROŁA-CIEŚLUK: Dumbo jest krzesłem, które staje się fotelem. Dzięki swojej wyrazistej formie sprawdza się jako pojedynczy mebel lub kilka sztuk przy domowym stole, czy w sali konferencyjnej, gdzie odnajdzie się wersja obrotowa.

TRENDBOOK: Jak „Dumbo” jest odbierany przez użytkowników?

IZABELA BROŁA-CIEŚLUK: Głosy, które do mnie dotarły od architektów wnętrz, mówiły o rzeźbiarstwie formy i oryginalności oraz o balansie pomiędzy krzesłem a fotelem. Krągłość i celowa nieporadność powodują, że projekt ten się lubi.

TRENDBOOK: W jakim kierunku idzie rozwój kolekcji Dumbo?

IZABELA BROŁA-CIEŚLUK: Oprócz wspomnianego już „brata” na nodze obrotowej, który jest wyjściem w stronę przestrzeni biurowych, powstał również okrągły stół, którego tapicerowaną nogę możemy wykonać w tej samej tkaninie, co krzesło. Dodatkowy tapicerowany element poprawia akustykę. W planach jest też fotel niski, klubowy. Pracujemy również nad rozwinięciem kolekcji o fotel pełny, obrotowy oraz sofy. Liczę, że „bracia” i „siostry” Dumbo, znajdą swoich fanów.

EN /

Functional, multipurpose and clumsy at the same time – can one chair combine all these qualities? Designer **IZABELA BROŁA-CIEŚLUK** knows how to reconcile opposites – as can be seen in her latest project.

TRENDBOOK: Your chair refers to the elephant named Dumbo – the hero of Walt Disney's cult animation. What is your Dumbo like?

IZABELA BROŁA-CIEŚLUK: Indeed, Dumbo's massive body is full, round, meant to delight as much as to melt your heart. With its inviting form, it promises an enveloping softness. Dumbo is a design particularly dear to me. It encourages you to spend more time at the table with your loved ones or to find a moment of respite. It's the answer to what I haven't been able to find on the market myself.

TRENDBOOK: Is it a typical armchair, or something between a chair and an armchair?

IZABELA BROŁA-CIEŚLUK: Dumbo is a chair that becomes an armchair. Thanks to its sculptural form, it works well as a single piece of furniture, or as several armchairs put in an office or a conference room. At the home table, a swivel version will also find its place.

TRENDBOOK: How is Dumbo received by users?

IZABELA BROŁA-CIEŚLUK: The feedback from interior designers is about originality, the sculptural nature of the form, the balance between a chair and an armchair. The roundedness and deliberate awkwardness make the project so likeable.

TRENDBOOK: What direction is the development of the Dumbo collection taking?

IZABELA BROŁA-CIEŚLUK: In addition to the already mentioned 'brother' on a swivel leg, which is a departure towards office spaces, a round table was also created. Its upholstered leg can be made in the same fabric as the chair. This additional element improves acoustics. A low, club chair is also planned. We are also working on developing a collection with a full armchair, a swivel chair and sofas. I hope that Dumbo's 'brothers' and 'sisters' will find their fans.

Kolekcja Misterio

MISTERIO COLLECTION

Przędza szenilowa *nadaje połysk* nasyconym i intensywnym barwom oraz wzmacnia neutralne tony odcieni inspirowanych naturą.

The chenille yarn *gives shine* to saturated and intense colors and enhances the neutral tones of nature-inspired shades.



PL /

Misterio to kolekcja tkanin o żywym, organicznym charakterze, w której zastosowano nieregularny splot oraz użyto przędzy szenilowej. Dzięki wykorzystaniu dwóch rodzajów przędzy, kationowej oraz zwykłej, przyjmujących kolor podczas barwienia w różny sposób, tworzą się głębia oraz efekt melanżu, a nawet migotania. Przędza szenilowa nadaje delikatny połysk nasyconym i intensywnym barwom oraz wzmacnia neutralne tony odcieni inspirowanych naturą. W kolekcji Misterio znajdziemy 19 kolorów od jasnych szarości, przez ugię po granat

* Historia melanżu sięga XIX wieku, kiedy w przemyśle tekstylnym zaczęto eksperymentować z różnymi technikami barwienia i przędzenia. Początkowo tkaniny melanżowe były produkowane ręcznie, dopiero rewolucja przemysłowa przyspieszyła proces ich produkcji masowej.

EN /

Misterio is a collection of fabrics with a lively, organic character for the creation of which an irregular weave and chenille yarn were used. The two types of yarn, cationic and plain, create depth and give off a *mélange* effect close to shimmering, as each yarn takes on colour quite differently when dyed. The chenille yarn adds a soft sheen to saturated and intense colours and enhances the neutral tones of the nature-inspired shades. The Misterio collection features 19 colours ranging from light greys, ochre to navy blue.

* The history of *mélange* dates back to the 19th century when the textile industry began experimenting with different dyeing and spinning techniques. Initially, *mélange* fabrics were produced by hand; it was not until the industrial revolution that the process of mass production sped up.



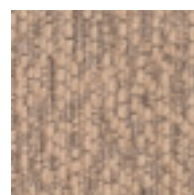
03



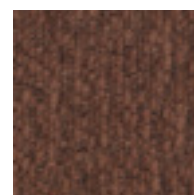
04



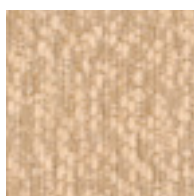
07



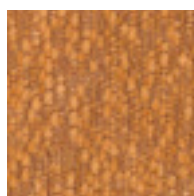
14



28



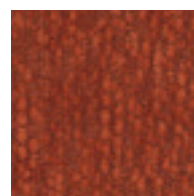
40



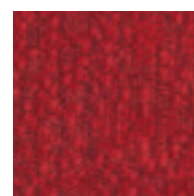
51



52



56



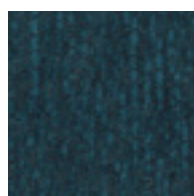
59



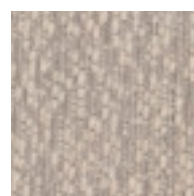
70



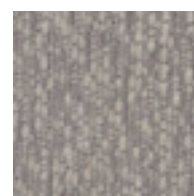
72



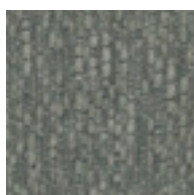
78



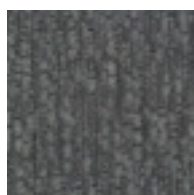
80



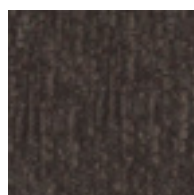
82



85



90



99



Więcej informacji / more info: www.davis.pl/kolekcja/misterio



Eklektyzm



Eklektyzm – akrobacje i spiętrzenia

ECLECTICISM – ACROBATICS AND PILE-UPS



1 Lampa TRN / TRN lamp
Pani Jurek / fot. Pani Jurek

2 Obraz P1.2024 / P1.2024 painting
Nikodem Szpunar / fot. Nikodem Szpunar

3 Sofa Iva / Iva sofa
Gala Collezione / viz. Bismuth.Visuals

4 Fornir ALPI Sottsass Grey / ALPI Sottsass Grey Veneer
Atpol / fot. Atpol

Tu chodzi o emocje, wzruszenia – funkcja przedmiotów nie jest tak ważna, jak *radość z obcowania* z ich formą.

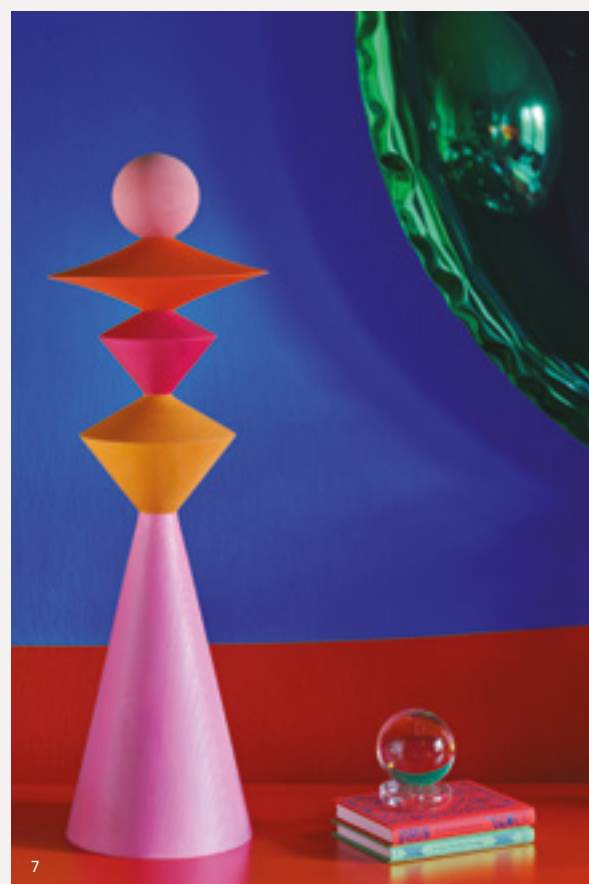
It's all about excitement, emotion – the function of objects is not as important as the *joy of interacting* with their form.



8



6



7

5 Tkanina Landscape / Landscape fabric
DAVIS FABRICS

6 Stolik Object 107 / Object 107 table
NG Design / fot. NG Design

7 Totem Agat
Totem Studio Warsaw
fot. Ernest Wińczyk / Wunderkamera Studio

8 Totem Rhomb
Totem Studio Warsaw
fot. Ernest Wińczyk / Wunderkamera Studio



Gala Collezione

SOFA IVA / IVA SOFA



IVA'S PROJECT TEAM / GALAMEBLE.COM / FOT. GALA COLLEZIONE

PL /

Teraz meble muszą nadążać za potrzebami psychologicznymi klientów – mówi prezes marki **GALA COLLEZIONE** – **WOJCIECH HOFFMANN**.

TRENDBOOK: Zaokrąglone krawędzie mebli, miękkość i przyjemne w dotyku tkaniny to cechy kolekcji Iva. Dlaczego ten miękki styl tak się dziś podoba?

WOJCIECH HOFFMANN: Już od dłuższego czasu chciałem zaproponować klientom tego typu kolekcję. Ten trend jest odpowiedzią na potrzebę tworzenia wnętrz, które angażują zmysły, dając przyjemność nie tylko w momencie użytkowania, ale również poprzez estetykę.

TRENDBOOK: Dlaczego zaczynamy doceniać zmysły w meblarstwie?

WOJCIECH HOFFMANN: Żyjemy w czasach, w których wszyscy chcą się poczuć bezpiecznie, komfortowo. Meble o łagodnych, zaokrąglonych krawędziach i miękkich tkaninach wywołują wrażenie spokoju, ciepła i przytulności, co staje się ważne w kontekście życia codziennego, pełnego stresu i pośpiechu. Ten styl daje poczucie bezpieczeństwa. Podobnie miękkie tkaniny: zapraszają do kontaktu, zachęcają do odpoczynku i relaksu.

TRENDBOOK: Za co klienci lubią markę Gala Collezione?

WOJCIECH HOFFMANN: Jesteśmy na rynku już niemal 25 lat, przez ten czas marka wypracowała solidną pozycję, a nasze produkty są znane z jakości i niezawodności. Jesteśmy dynamiczni: Gala Collezione nieustannie wprowadza nowe modele i rozwija portfolio, odpowiadając na wymagania galopującego rynku. Ktoś, kto kupuje w Gala Collezione wie, że dostanie rozwiązanie nowoczesne, funkcjonalne i w najnowszych trendach.

EN /

Now furniture must keep up with the psychological needs of customers, says **GALA COLLEZIONE** brand president **WOJCIECH HOFFMANN**.

TRENDBOOK: Rounded edges, softness and tactile fabrics are features of the Iva collection. Why is this soft style so appealing today?

WOJCIECH HOFFMANN: I have been wanting to offer this type of collection to customers for a long time. This trend is a response to the need for creating interiors that engage the senses, bring pleasure not only as we are using an interior, but also through aesthetics.

TRENDBOOK: Why are we starting to appreciate the senses in furniture?

WOJCIECH HOFFMANN: We live in times where everyone wants to feel safe, comfortable. Furniture with soft, rounded edges and supple fabrics evoke a feeling of calm, warmth and cosiness, so important in the context of everyday life – stressful and hasty. This style gives a sense of security. Similarly, soft fabrics invite interaction, encourage rest and relaxation.

TRENDBOOK: For what is the Gala Collezione brand liked by the customers?

WOJCIECH HOFFMANN: We have been on the market for almost 25 years, in which time the brand has built a solid position, and our products are known for their quality and reliability. We are dynamic, Gala Collezione is constantly introducing new models and developing its portfolio thus responding to the requirements of the rapidly expanding market. When you buy from Gala Collezione, you know you will receive a solution that is modern, functional and in the latest fashion.

Kolekcja Landscape

LANDSCAPE COLLECTION

Tkanina *jak zamsz*. Niskie runo, czyli charakterystyczny meszek nadaje jej jedwabisty, naturalny połysk.

Fabric *like suede*. The low pile, or characteristic mesh, gives it a silky, natural sheen.



PL /

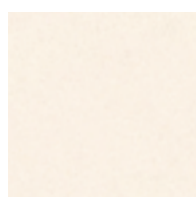
Kolekcję Landscape tworzą tkaniny typu alcantara, czyli tkaniny zamszowe, znane ze swojej wytrzymałości. Ich cechą charakterystyczną jest niskie runo nadające jedwabisty charakter i delikatny, elegancki połysk. Tkaniny z kolekcji Landscape są barwione w masie, a ich struktura pozwala na otrzymanie pięknych i nasyconych kolorów. Paleta składa się z 24 barw ze zróżnicowanymi odcieniami beżu, szarości, brązu, uzupełnionych o nasycone i żywe barwy terakoty, cegły, miodu czy awokado.

* Historia Alcantary sięga lat 70. XX wieku, kiedy japoński naukowiec Miyoshi Okamoto wynalazł alternatywę dla zamszu. Alcantara charakteryzuje się miękkością, odpornością na ścieranie, wysoką żywotnością oraz łatwością utrzymania.

EN /

The Landscape collection entails alcantara fabrics – suede fabrics known for their durability. A low pile, their characteristic feature, makes them silky and adds delicate, elegant sheen. The fabrics in the Landscape collection are mass-dyed, their structure and the use of microfibre yarns allow for beautiful and intense colours. The palette consists of 24 varied shades of beige, grey, and brown, complemented by saturated and vivid colours of terracotta, brick, honey or avocado.

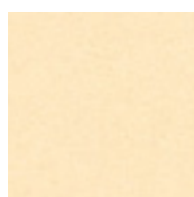
* The history of alcantara dates back to the 1970s, when a Japanese scientist Miyoshi Okamoto invented an alternative to suede. Alcantara is characterised by softness, abrasion resistance, high durability and ease of maintenance.



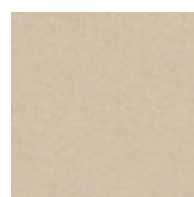
03



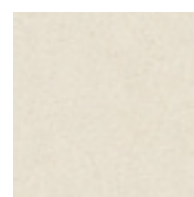
04



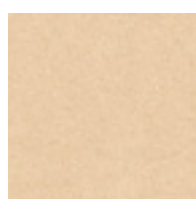
07



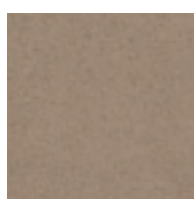
08



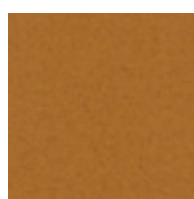
09



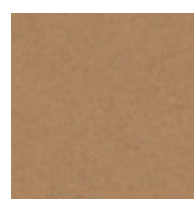
10



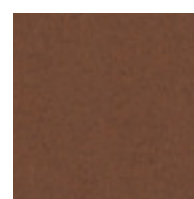
16



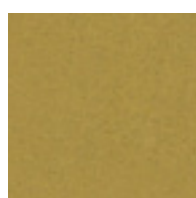
18



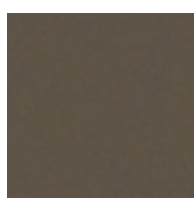
21



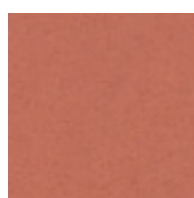
26



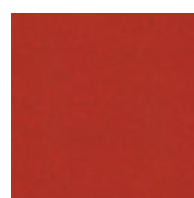
35



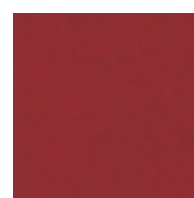
37



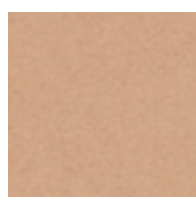
52



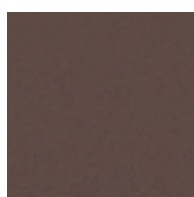
58



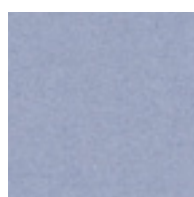
59



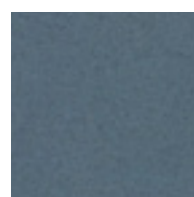
61



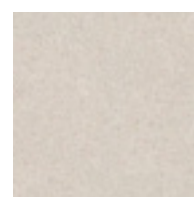
69



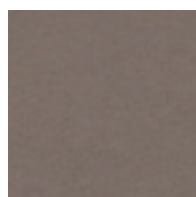
71



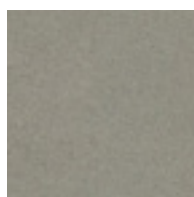
76



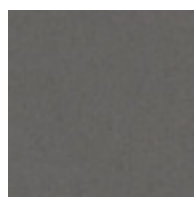
82



86



87



95



99

Więcej informacji / more info: www.davis.pl/kolekcja/landscape



Soft brutalizm





Soft brutalizm

SOFT BRUTALISM

PL / Jak połączyć niemożliwe: surowość i przytulność? Jak złagodzić masywne formy i modny beton ścian? SOFT BRUTALISM to harmonia przeciwieństw, wykorzystująca cały zestaw środków uspokajających, a wśród nich najważniejszy – tkaniny. To obicia sof i krzeseł, zasłony i dywany odpowiadają za pierwszy element nazwy trendu, czyli za SOFT. One tworzą tytułową łagodność i sprawiają, że chcemy w tych wnętrzach spędzać czas. Bezpieczeństwo, jakie daje nam beton, jest tu otulone warstwą łagodzącą fakturalnych tkanych przędz. Dzięki tkaninom mamy poczucie, że nic nam nie grozi, nasze gniazdo jest dobrze chronione. Rozczula luksusem ucieczki od świata w dobrze strzeżoną intymność.

EN / How to combine two impossibles: austerity and cosiness? How to soften the massive forms and the fashionable concrete of the walls? SOFT BRUTALISM is a harmony of opposites applying a whole set of calming measures, among them, the most important – fabrics. It is the upholstery of sofas and chairs, curtains and carpets that accounts for the first element of the trend's name – SOFT. They create that welcoming softness and lure us into wanting to spend time in these interiors. Here, the security concrete provides is wrapped up with a soothing layer of texturally woven yarns. Thanks to the fabrics, we experience no feeling of threat; our nest is well protected. It revels in the luxury of escaping from the world into well-guarded intimacy.

Soft brutalizm – siła delikatności

SOFT BRUTALISM – THE POWER OF SUBTLETY



1 Obraz z serii Escapism / Painting from the Escapism series
Eva Jablonsky / fot. Tomo Yarmush

2 Sofa Ando / Ando Sofa
TAMO / viz. Bismuth.Visuals

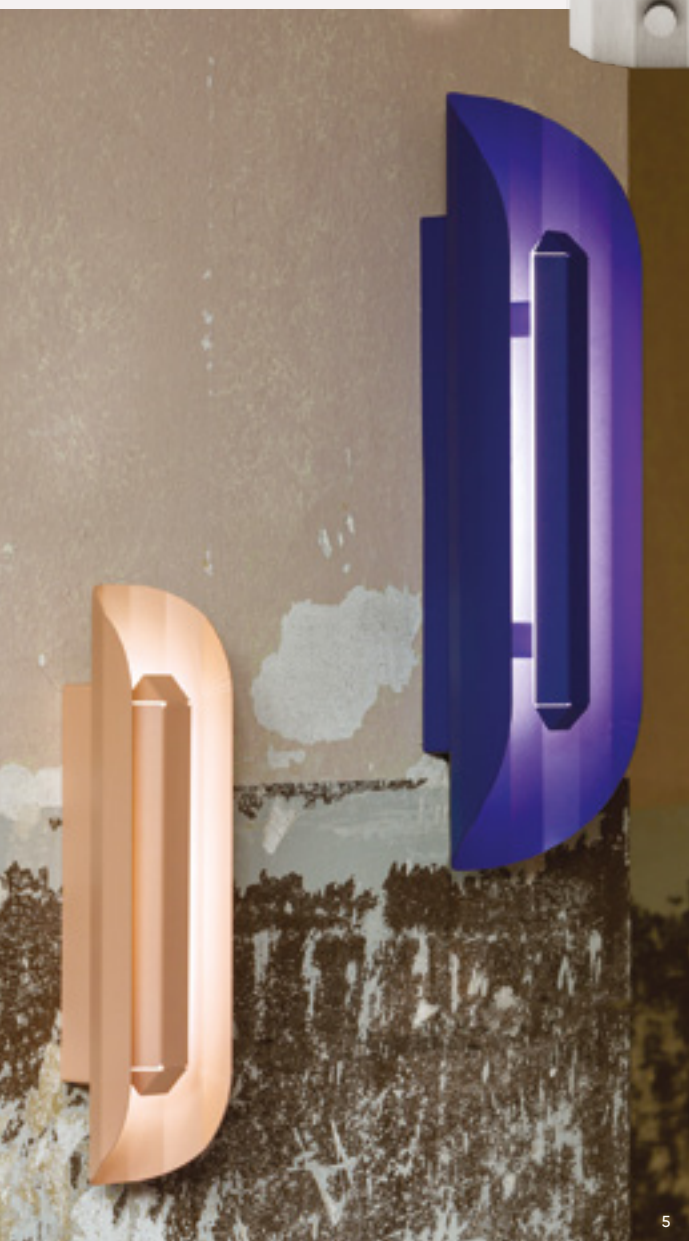
3 Stolik ULU / ULU table
Ulum / fot. Ulum

4–5 Lampy z kolekcji Apolin / Lamps from the Apolin collection
Kaspa / fot. (4) Maciej Jędrzejewski, (5) Yassen Hristov



4

6



5

Tkaniny odpowiadają za *łagodność* i to one sprawiają, że chcemy w tych wnętrzach spędzać czas.

Fabrics are responsible for that touch of *gentleness*, they make us want to spend time in these interiors.

6 Tkanina Adventure / Adventure fabric
DAVIS FABRICS

7 Płyta Kreta / Kreta slab
Dekton® / Cosentino / fot. Cosentino

7



Marcin Laskowski x TAMO

SOFA ANDO / ANDO SOFA



TAMO.DESIGN / FOT. TAMO

PL /

Nie goni za modą, bo wierzy w niezmiennie wartości w projektowaniu. Swoją architektoniczną sofę Ando najbardziej lubi w obiciu z jednolitej tkaniny. **MARCIN LASKOWSKI** i jego marka **TAMO** działają ciszczą: proporcją i materiałami.

TRENDBOOK: Jaki jest według Ciebie dobrze zaprojektowany mebel?

MARCIN LASKOWSKI: Taki, który przetrwa próbę czasu – pod względem trwałości i estetyki. Nie poddaje się chwilowym modom, choć może z nimi rezonować. Jego największą wartością jest to, że się nie starzeje ani wizualnie, ani funkcjonalnie. Dlatego tak ważne są materiały. To one, w parze z przemyślaną formą, pozwalają meblowi trwać przez lata.

TRENDBOOK: Skąd nazwa sofy Ando?

MARCIN LASKOWSKI: To ukłon w stronę Tadao Ando, wielkiego mistrza japońskiej architektury minimalistycznej. Jego podejście do budowania, surowa prostota i głębia, były dla mnie punktem odniesienia. Chodziło mi o stworzenie mebla, który – podobnie jak budynki Ando – nie krzyczy formą. Dla mnie Ando to mistrz redukcji. Nie w sensie minimalizmu jako estetyki, ale jako postawy: usuwania wszystkiego, co zbędne, żeby zostawić tylko to, co naprawdę działa.

TRENDBOOK: Sofa Ando zwraca uwagę odważnym, wygiętym kształtem oparcia i podłokietników, czy to wygodne?

MARCIN LASKOWSKI: Tak, kształt oparcia i podłokietników wynika z ergonomii. Ten charakterystyczny łuk to nie zabieg estetyczny, tylko konsekwencja pracy nad komfortem użytkowania. Wygięcie oparcia ma uzasadnienie w budowie odcinka lędźwiowego kręgosłupa – jego naturalna krzywizna została tutaj uwzględniona, by zapewnić podparcie i wygodę podczas siedzenia. Forma wynika więc z funkcji, a nie odwrotnie.

EN /

He chases no fashion as he believes in unchanging values in design. He likes his architectural Ando sofa best in a uniform fabric upholstery. **MARCIN LASKOWSKI** and his **TAMO** brand work with silence: proportion and materials.

TRENDBOOK: What do you think is a well-designed piece of furniture?

MARCIN LASKOWSKI: One that will stand the test of time – in terms of durability and aesthetics. It does not yield to fads, although it may resonate with them. Its greatest value is that it does not age, neither visually nor functionally. That is why the materials are so important. It is them, in tandem with a thoughtful form, that allow a piece of furniture to last for years.

TRENDBOOK: Where did the name of the Ando sofa come from?

MARCIN LASKOWSKI: This is a nod towards Tadao Ando, the great master of Japanese minimalist architecture. His approach to building, raw simplicity and depth, was the reference point for me. I was concerned with creating a piece of furniture that, like Ando's buildings, does not scream in form. For me, Ando is a master of reduction. Not in the sense of minimalism as an aesthetic, but as an attitude: removing everything unnecessary to leave only what really works.

TRENDBOOK: The Ando sofa attracts attention with its bold, curved shape of the backrest and armrests – is it comfortable?

MARCIN LASKOWSKI: Yes, the shape of the backrest and armrests is a result of ergonomics. This characteristic curve is not just merely an aesthetic treatment, but a consequence of work on the comfort of use. The curve of the backrest is justified by the shape of the lumbar spine – its natural curvature has been taken into account to provide support and comfort while sitting. Thus, the form reflects the function, not the other way around.



Kolekcja Adventure

ADVENTURE COLLECTION

Faktury w tej kolekcji przywodzą na myśl
złożoność struktur w naturze: od mchu,
kamieni, po wypaloną glinę.

The textures in this collection are
reminiscent of the *complexity of structures*
in nature: from moss, stones, to fired clay.



PL /

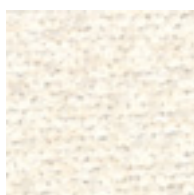
Wielokolorowa nitka nadaje charakter kolekcji Adventure utkanej z miękkiej przędzy bouclé. Przędza ta składa się z trzech, czterech osobno barwionych nici, tworzących nieregularny i organiczny wzór na powierzchni. Paleta kolorystyczna Adventure to szlachetne połączenia: przez nasyczone barwy po te stonowane i subtelne. Faktury w tej kolekcji przywodzą na myśl złożoność struktur istniejących w naturze: od mchu, kamieni, po wypaloną glinę. To kolekcja odważna, designerska, z charakterem, mocno podkreślająca inspiracje naturą.

* Słowo „bouclé” pochodzi od francuskiego słowa „bouclér”, które oznacza „zwijać”. Ten rodzaj tkaniny powstał w XIX-wiecznej Francji, a spopularyzowała go Coco Chanel w latach 50. XX wieku, używając „pętelkowanej tkaniny” do swoich słynnych żakietów i garsoniek. Dziś bouclé to jedno z ulubionych obić w przemyśle meblarskim.

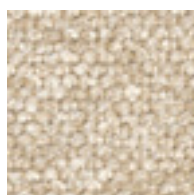
EN /

A multicoloured thread adds character to the Adventure collection. Woven from soft bouclé yarn, it consists of three to four separately dyed threads creating an irregular and organic pattern. Adventure' colour palette is a noble combination: through saturated hues to those subdued and subtle. The textures in this collection bring to mind the complexity of structures existing in nature: from moss, stones, to baked clay. It is a bold, designer collection with a character strongly emphasising the inspirations found in nature.

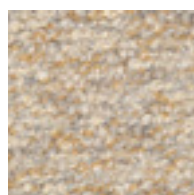
* The word bouclé comes from the French 'boucler', 'to roll'. This type of fabric originated in 19th-century France, and was popularised by Coco Chanel in the 1950s who used the 'looped fabric' for her famous jackets and suits. Today, bouclé is one of the favourite upholsteries in the furniture industry.



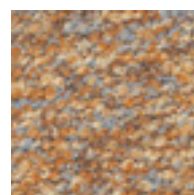
01



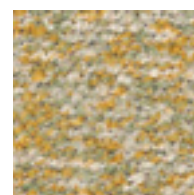
06



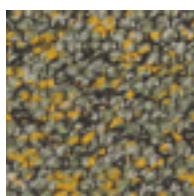
08



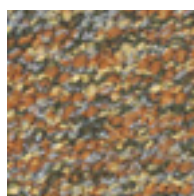
23



30



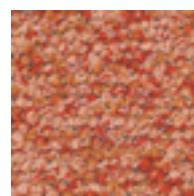
35



38



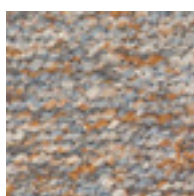
51



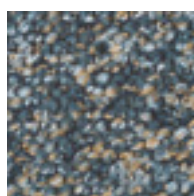
52



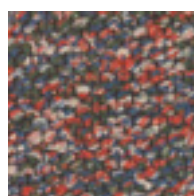
59



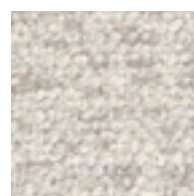
70



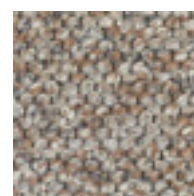
77



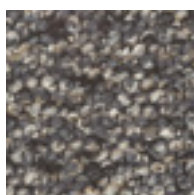
78



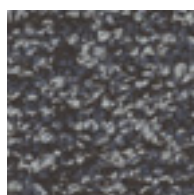
80



90



94



97



Więcej informacji / more info: www.davis.pl/kolekcja/adventure



Soft minimalizm





Soft minimalizm

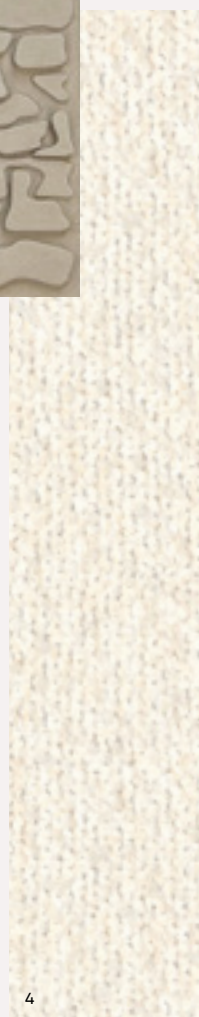
SOFT MINIMALISM

PL / Weź głęboki oddech. Otacza cię jasna przestronna przestrzeń, mało sprzętów, naturalne kolory i materiały. Trend SOFT MINIMALISM to łagodność, naturalność, odprężenie. Ten trend jest konsekwentny: z naturalnymi odcieniami łączą się materiały: papier, wiklina, drewno, często drewno gięte. Tkaniny też z natury: bawełny, lny, przędze bouclé, materiały imitujące zamsz, z delikatną włoskową fakturą. Charakterystyczną cechą SOFT MINIMALIZMU jest poziomy układ wnętrza – sofa jest niska, ale rozległa, stoliki są niewysokie, stojąca lampa jest niewiele wyższa od sofy. Ten trend zaprasza do przyjęcia wygodnej pozycji, do położenia się i przymknięcia oczu. Do wyciszenia. A im ciszej, tym bliżej natury, dlatego w SOFT MINIMALIZMIE tak ważne są kolory ziemi, piasku, drewna, skał i roślin.

EN / Take a deep breath. You are surrounded by a bright, airy space, with only a few appliances, natural colours and materials. The SOFT MINIMALISM trend is about gentleness, naturalness, relaxation. This trend is consistent, materials are combined with natural tones: paper, wicker, wood, often bentwood. Fabrics, too, come from nature: cotton, linen, materials imitating suede, with a delicate, hairy texture. A characteristic feature of SOFT MINIMALISM is the horizontal layout of the interior – the sofa is expansive but low, like the coffee tables, the floor lamp is not much taller than the sofa. This trend invites you to adopt a relaxed position, just lie down and close your eyes. Hush up. And the quieter it gets, the closer to nature you are. For these reasons, the colours of earth, sand, wood, rocks, and plants are so important in SOFT MINIMALISM.

Soft minimalizm – natura form

SOFT MINIMALISM
– THE NATURE OF FORMS



1 Relief Dunes z kolekcji Morphic/ Relief Dunes from the Morphic collection
Ladnini / fot. Ladnini

2 Kolekcja stolików kawowych Day / Day coffee table collection
Motiv Home / fot. Motiv Home

3 Płyta Albarium22 KC / Albarium22 KC slab
Dekton® / Cosentino / fot. Cosentino

4 Tkanina Adventure / Adventure fabric
DAVIS FABRICS

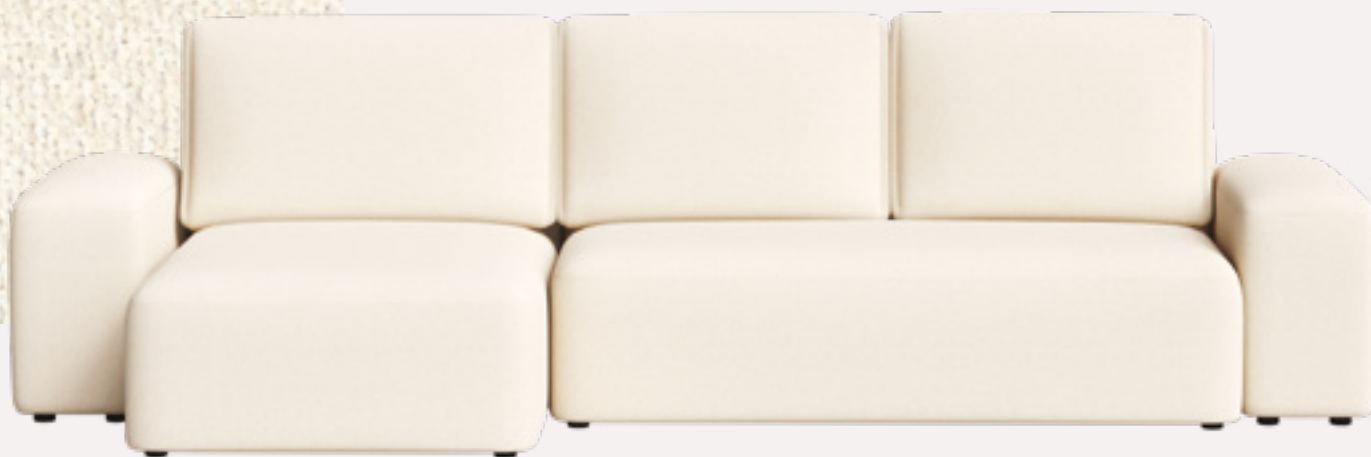
Ten trend zaprasza do przyjęcia wygodnej pozycji, do położenia się i przymknięcia oczu. *Do wyciszenia.*

This trend invites you to adopt a relaxed position, lie down and close your eyes. *Hush up.*

5



6



7

5 Fornir ALPI Polski Dqb / ALPI Polish Oak veneer
Atpol / fot. Atpol

6 Podstawka pod kadzidło Auura - écru / Auura ecru incense stand
Auura x Malwina Konopacka / fot. Auura

7 Sofa Dune / Dune sofa
Bizzarto / viz. Bismuth.Visuals



Soft minimalizm



Soft minimalizm – szyk prostoty

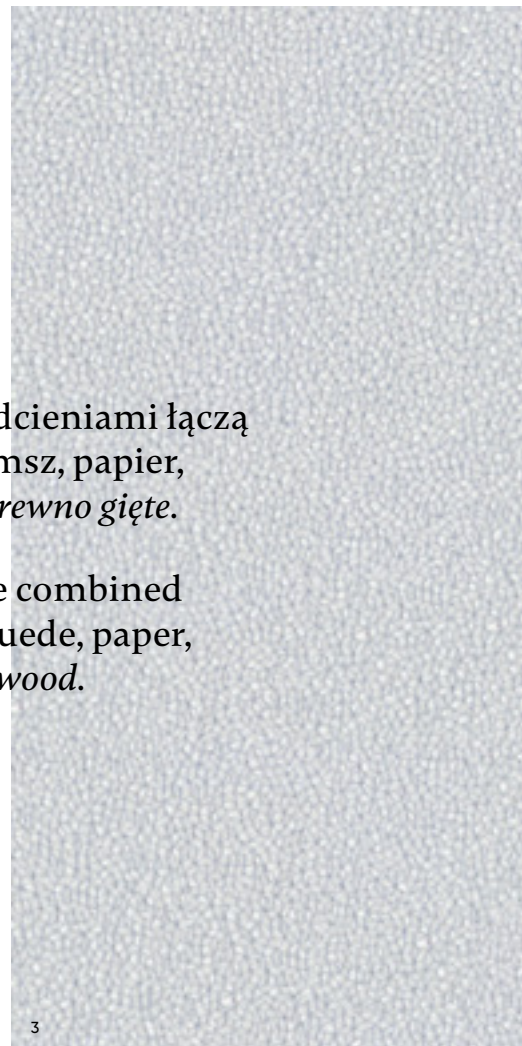
SOFT MINIMALISM – THE CHIC OF SIMPLICITY



1

Z naturalnymi odcieniami łączą się materiały: zamsz, papier, drewno, często *drewno gięte*.

Natural tones are combined with materials: suede, paper, wood, often *bentwood*.



3



2

1 Puf K2 / K2 pouffe
Paged Meble / viz. Bismuth.Visuals

2 Filiżanka Czaj / Czaj cup
Zaczyn / fot. Zaczyn

3 Tkanina Sand / Sand fabric
DAVIS FABRICS



4



6



5



7

4 Naturalne drewno
Natural wood

5 Krzesło Sudoku Filo / Sudoku Filo chair
Paged Meble / viz. Bismuth.Visuals

6 Obraz z serii Escapism / Painting from the Escapism series
Eva Jablonsky / fot. Eva Jablonsky

7 Stół Mosso / Mosso table
Nudo Design / fot. Nudo

Tomek Rygalik x Paged Meble

PUF K2 / K2 POUFFE



STUDIORYGALIK.COM / FOT. BARTEK BARCZYK

PL /

Raz jest meblem do hotelu w górach, innym razem eleganckim wystrojem biura czy mieszkania. Puf K2 zmienia się nie do poznania w zależności od wykończeń.

TRENDBOOK: Puf K2 jest odpowiedzią na „zapotrzebowanie na meble w stylu górskim” – ale czy tylko? Czy jego stylistyka odnajdzie się też w innych wnętrzach?

TOMEK RYGALIK: Tak, z pewnością odnajdzie się w różnych wnętrzach. Choć został zaprojektowany z myślą o konkretnym hotelu w Zakopanem, z czasem stał się rozwiązaniem uniwersalnym. Dzięki różnorodnym możliwościom doboru wykończeń stelaża, doskonale odnajduje się w różnych aranżacjach – od klasycznych po nowoczesne.

TRENDBOOK: Jaką rolę w tym dopasowaniu do różnych wnętrz odgrywają tkaniny?

TOMEK RYGALIK: Ogromną! Na tym polega ich magia – to samo rozwiązanie wzornicze, zrealizowane w odmiennych tkaninach, nabiera zupełnie nowego charakteru, dostosowuje się do kontekstu i funkcji przestrzeni, w której się znajduje.

TRENDBOOK: Jakie obicie najlepiej oddaje charakter pufa K2?

TOMEK RYGALIK: Jest odwrotnie: to puf K2 przyjmuje charakter wnętrza i znaczenia nadawane przez projektanta. Różnorodność faktur, kolorów i wykończeń sprawia, że mebel z łatwością przyjmuje estetykę przestrzeni. Wybór tkaniny definiuje ostateczny charakter pufa, czyniąc go wszechstronnym elementem wystroju.

TRENDBOOK: Czy puf K2 jest wygodny?

TOMEK RYGALIK: Oczywiście, że jest! Komfort użytkownika jest w centrum naszego procesu projektowego. Wynika on nie tylko z przemyślanej ergonomii, ale również z zastosowanych materiałów. Puf jest meblem wypoczynkowym i o tej chwili relaksu myśleliśmy, projektując go. Miękkie wypełnienie i odpowiednie profilowanie sprawiają, że K2 doskonale dopasowuje się do ciała, zapewniając komfort.

EN /

At times, it's a piece of furniture for a hotel in the mountains, and at other times it's an elegant decor for an office or apartment. The K2 pouffe changes beyond recognition depending on the finishing.

TRENDBOOK: The K2 pouffe is the answer to the demand for mountain-style furniture – but is it only that? Will its styling also find its way into other interiors?

TOMEK RYGALIK: Yes, it'll certainly find its way into various interiors. Though it was designed with a specific hotel in Zakopane in mind, over time it has become quite a universal solution. Thanks to the variety of frame finishes, it's easily found its way into different arrangements – from classic to modern.

TRENDBOOK: What role do the fabrics play in this fit for different interiors?

TOMEK RYGALIK: Huge! That's their magic – the same design solution, done in different fabrics, acquires a completely new character, adapts to the context and function of the space in which it is located.

TRENDBOOK: Which upholstery best reflects the character of the K2 pouffe?

TOMEK RYGALIK: it's the other way round: it's the K2 pouffe that absorbs the character of the interior and the meanings given to it by the designer. The variety of textures, colours and finishes makes it easy for the furniture to take on the aesthetics of the space. The choice of fabric defines the ultimate character of the pouffe, making it a versatile design element.

TRENDBOOK: Is it comfortable?

TOMEK RYGALIK: Of course it is! a user's comfort is at the centre of our design process. It arises not only from the thoughtful ergonomics, but also from the materials used. The pouffe is a lounge furniture and we did think about that particular moment of relaxation when designing it. With its soft filling and proper profiling, the K2 adapts perfectly to the body, providing real comfort.





Grzegorz Gancarczyk x Paged Meble

KRZESŁO SUDOKU FILO / SUDOKU FILO CHAIR



PAGEDMEBLE.PL / FOT. MICHAŁ WARDĄ

PL /

Gięty buk to jedna z tajemnic rzemiosła meblarskiego. Ta trudna i kapryśna technologia kusi projektantów, bo jest efektowna. Ale tylko nieliczni, jak **GRZEGORZ GANCARCZYK**, umieją tchnąć w nią ducha współczesności.

TRENDBOOK: Jakie jest Twoje ulubione krzesło w historii designu?

GRZEGORZ GANCARCZYK: Trudno mi wybrać jedno ulubione. Na pewno z racji specjalizacji zawodowej, a jestem projektantem wzornictwa i technologiem drewna, wybrałbym jakieś krzesło z giętego buku. Mógłbym wymienić krzesło numer 14 Thonet'a, ale to byłoby zbyt banalne – ta ikona designu nie istnieje w oderwaniu od całej historii krzeseł thonetowskich.

TRENDBOOK: A skąd nazwa Twojej kolekcji krzeseł Sudoku?

GRZEGORZ GANCARCZYK: Sudoku to nazwa układanki, jaką ten projekt jest pod względem konstrukcyjnym. Każdy z elementów w tym krześle pełni określoną funkcję i ma swoje miejsce. To właśnie ta układanka, czyli konstrukcja, pomimo lekkości krzesła i jego oszczędnej formy, nadaje wytrzymałość.

TRENDBOOK: Jakie jest przeznaczenie kolekcji Sudoku?

GRZEGORZ GANCARCZYK: Staram się projektować rzeczy uniwersalne, które nie przytłaczają otoczenia swoją formą i rozmiarem, są to raczej moodboard'y do przestrzeni życiowej. Mam nadzieję, że ta kolekcja odpowiada potrzebom ludzi o takim właśnie postrzeganiu estetyki, a jej forma pozwoli wtopić się jej w każde miejsce.

TRENDBOOK: Gięte drewno bukowe to jedna z najstarszych technologii w meblarstwie. Jak udało Ci się ją uwspółcześnić?

GRZEGORZ GANCARCZYK: Sama technologia właściwie się nie zmienia, na tym polega piękno i unikatowość mebli giętych w erze produkcji masowej. Technologia giętego drewna bukowego to uprzemysłowione rzemiosło i ludzkie umiejętności. Trudno powiedzieć, że uwspółcześniłem tutaj coś oprócz formy.

EN /

Bent beech is one of the secrets of furniture craftsmanship. This difficult and capricious technology tempts designers because it is striking. But, only a few, like **GRZEGORZ GANCARCZYK**, know how to infuse it with the spirit of modernity.

TRENDBOOK: What is your favourite chair in the history of design?

GRZEGORZ GANCARCZYK: It's difficult to choose one favourite. Certainly, because of my professional specialty, and I am a designer and wood technologist, I'd go for something made of bent beech. I could name Thonet's chair number 14, but that would be too trivial – this design icon doesn't exist in isolation from the entire history of Thonet chairs.

TRENDBOOK: And where did the name of your Sudoku chair collection come from?

GRZEGORZ GANCARCZYK: This project's design is based on the construction of the sudoku puzzle. Each element in this chair has a specific function and place. It is this puzzle, or structure, that provides strength despite the lightness of the chair and its streamlined form.

TRENDBOOK: What is the purpose of the Sudoku collection?

GRZEGORZ GANCARCZYK: I try to design universal things that don't overwhelm the surroundings with their form and size, they are rather moodboards for living spaces. I hope that this collection meets the needs of people with such a perception of aesthetics, and its form will allow it to blend into any space.

TRENDBOOK: Bent beech wood is one of the oldest technologies in furniture making. How did you manage to modernise it?

GRZEGORZ GANCARCZYK: The technology itself doesn't actually change – this is the beauty and uniqueness of bent wood furniture in the era of mass production. The technology of bent beech wood is industrialised craftsmanship and human skill. It's hard to say that I've modernised anything here except the form.

Kolekcja Sand

SAND COLLECTION

Wyobraź sobie *plażę po deszczu*,
ale z piaskiem w kolorze teracoty,
burgunda czy szafwii.

Imagine a *beach after the rain*, but
with sand the color of terracotta,
burgundy or sage.



PL /

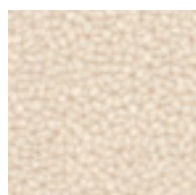
Sand to kolekcja tkanin o strukturze przypominającej zamsz z dodatkowymi wytłoczeniami oraz z nadrukowanym wzorem przywodzącym na myśl popękaną ziemię lub plażę po deszczu. Pełną kolekcję Sand tworzy paleta 25 kolorów z szerokim wyborem barw neutralnych oraz modnych tonów takich, jak terakota, burgund, szafwia lub sky blue. Sand to idealne rozwiązanie do obić mebli domowych i publicznych.

* Skóra zamszowa i jej imitacje były popularne przez cały XX wiek, ale dopiero w latach 60. i 70. stały się emblematem mody i wnętrza. Projektanci tacy, jak Yves Saint Laurent czy Ralph Lauren włączyli zamsz do swoich kolekcji, umacniając jego status jako podstawowego elementu akcesoriów mody i wnętrza.

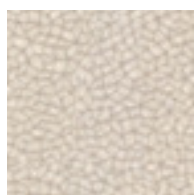
EN /

Sand is a collection of fabrics with a suede-like texture with embossing and a printed pattern reminiscent of cracked earth or the beach after rain. The full Sand collection consists of a palette of 25 colours with a wide selection of neutral and trendy tones such as terracotta, burgundy, sage, and sky blue. Sand is ideal for upholstering domestic and public space furnishings.

* Suede leather and its imitations were popular throughout the 20th century, but it wasn't until the 1960s and 1970s that it became emblematic of fashion and interiors. Designers such as Yves Saint Laurent and Ralph Lauren incorporated suede into their collections, cementing its status as a staple in fashion and interior accessories.



03



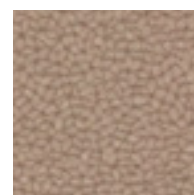
09



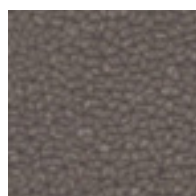
12



15



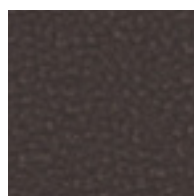
16



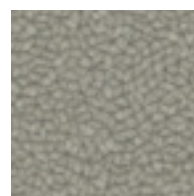
21



26



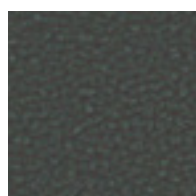
29



31



37



39



40



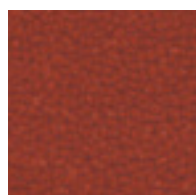
46



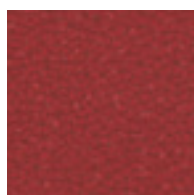
53



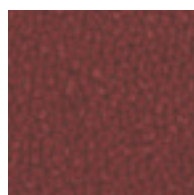
54



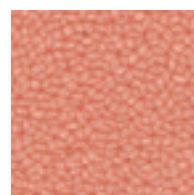
56



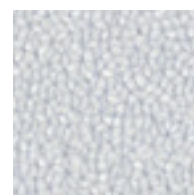
58



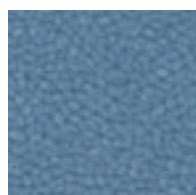
59



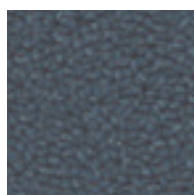
61



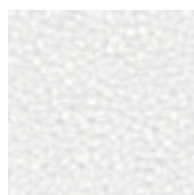
70



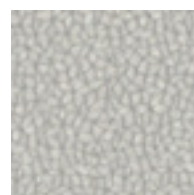
73



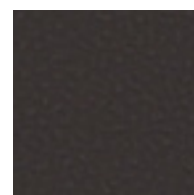
76



80



82



100



Więcej informacji / more info: www.davis.pl/kolekcja/sand

Mózg lubi kolory natury – Uważne Głowy

THE BRAIN LIKES COLOURS OF NATURE
– UWAŻNE GŁOWY



UWAŻNEGŁOWY.PL / FOT. UWAŻNE GŁOWY

PL /

UWAŻNE GŁOWY to Maja Kamińska i Damian Paradowski, para psychologów, absolwentów SWPS, podbijająca internet naukowym podejściem do psychologicznych newsów. Tych edukatorów obserwuje ponad 100 tysięcy osób!

TRENDBOOK: Mówi się, że kolory we wnętrzach mają duży wpływ na psychikę, czy to prawda?

UWAŻNE GŁOWY: Tak, kolory mogą wpływać na tworzenie atmosfery sprzyjającej uważności. Należy jednak pamiętać, że ich wpływ na psychikę jest indywidualny i zależy przede wszystkim od naszych osobistych skojarzeń, doświadczeń oraz kultury, w której dorastamy.

TRENDBOOK: Kolory odbierane są różnie w zależności od kultury?

UWAŻNE GŁOWY: Weźmy kolor żółty. Kojarzy się on z reguły pozytywnie w krajach, takich jak Polska, gdzie mamy miesiące totalnej szarości, a słońce i ciepło nie są oczywistością przez cały rok. W krajach, gdzie słońce świeci cały czas, czyli na przykład na Malediwach, żółty może kojarzyć się natomiast z męczącym upałem. Nie oznacza to jednak, że w temacie kolorów nie można dostrzec bardziej ogólnych zależności.

TRENDBOOK: A jakie w ogóle są te zależności?

UWAŻNE GŁOWY: Generalnie, pod wszystkimi szerokościami geograficznymi, w osiągnięciu spokoju i harmonii często pomagają barwy inspirowane naturą. Zieleni, kojarzona z roślinnością oraz niebieski – utożsamiany z niebem i wodą rzeczywiście wykazują działanie odprężające, sprzyjające wyciszeniu naszego układu nerwowego.

EN /

UWAŻNE GŁOWY, or Maja Kamińska and Damian Paradowski, a pair of psychologists, graduates of SWPS, are conquering the Internet with their scientific approach to psychological news. These 'science educators' are followed by more than 100,000 people!

TRENDBOOK: It's said that colours in interiors have a great impact on the psyche, is it true?

UWAŻNE GŁOWY: Yes, colours can influence the creation of an atmosphere conducive to attentiveness. However, it's important to remember that their effect on the psyche is very individual and depends primarily on our personal associations, experiences and the culture we grew up in.

TRENDBOOK: Colours are perceived differently across cultures?

UWAŻNE GŁOWY: Take the colour yellow. It's generally positively associated in countries such as Poland where we have months of total greyness, where sunshine and warmth are not that common. Whereas in the countries where the sun shines all year round, e.g. The Maldives, the same yellow can be associated with that tiring heat. This doesn't mean, however, that more general relationships can't be seen in the subject of colour.

TRENDBOOK: And what are these relationships in general?

UWAŻNE GŁOWY: Overall, wherever we look, nature-inspired colours are often helpful in achieving peace and harmony. Green, associated with vegetation, and blue – identified with the sky and water, actually show a relaxing effect, conducive to the calming of our

Ciepłe odcienie ziemi, beże, pomarańcze czy też brązy, mogą za to działać ugruntowująco, tworząc atmosferę bezpieczeństwa i stabilności.

TRENDBOOK: A czy jest jakiś kolor właściwy dla otoczenia, w którym się medytuje? Czy jest kolor dobry dla wnętrza do uprawiania jogi?

UWAŻNE GŁOWY: Nie istnieje jeden, idealny, uniwersalny kolor do praktyki jogi czy medytacji. Wszystko zależy więc przede wszystkim od osobistych skojarzeń i najważniejsze jest to, by otaczać się barwami, które to właśnie nam kojarzą się z komfortem i spokojem.

TRENDBOOK: Co powinni przeczytać ci, którzy szukają wiedzy o wpływie kolorów na psychikę?

UWAŻNE GŁOWY: Jeśli ktoś nie chce przebijać się przez badania naukowe, to na ten temat wyszła niedawno bardzo ciekawa książka popularnonaukowa, napisana przez amerykańską projektantkę, Ingrid Fetell Lee – „Joyful. Zaprojektuj radość w swoim otoczeniu.” Polecamy. Naprawdę solidna pozycja.

nervous system. Warm earth tones, beiges, oranges or browns can have a grounding effect, creating an atmosphere of security and stability.

TRENDBOOK: And is there a colour that is right for the environment in which you meditate? Is there a good colour for where one practises yoga?

UWAŻNE GŁOWY: There is no single, ideal, universal colour for yoga or meditation spaces as it all depends primarily on individual preferences. The most important thing is to surround ourselves with colours associated by us with comfort and peace.

TRENDBOOK: What should those who seek knowledge about the effects of colours on the psyche read?

UWAŻNE GŁOWY: If you don't want to wade through scientific research, a very interesting popular science book on the subject recently came out; written by an American designer Ingrid Fetell Lee, 'Joyful. Design joy in your environment'. Highly recommended. a truly worthwhile title.



THE BRAIN LIKES COLOURS OF NATURE – UWAŻNE GŁOWY



1–2 Kolory we wnętrzach / fot. Pixabay
Colors in interiors / fot. Pixabay

Reorganizacja przestrzeni – Grynasz Studio o kolekcji pufów Halo

REORGANIZATION OF SPACE – GRYNASZ STUDIO ON HALO POUFFE COLLECTION

PL /

Nazwa pufa Halo projektu **GRYNASZ STUDIO** dla marki **DAVIS HOME** nawiązuje do ulotnego fenomenu atmosferycznego: kolorowych kręgów pojawiających się wokół Słońca lub Księżyca. Ale sam mebel jest kluczowym elementem nowego myślenia o wnętrzu.

Jak rozumieć słowo „halo” w kontekście mebla? Praktycznie. Każdy puf z tej kolekcji ma „obwódkę” – wyraźnie wydobytą kędę, czyli wzmocniony szwem, usztywniony brzeg. To właśnie tytułowe „halo”, ale przede wszystkim unikatowa funkcjonalność: za wystającą krawędź łatwo jest chwycić, żeby puf unieść. Puffy są lekkie, a przenoszenie ich nie sprawia trudności. Mamy też do wyboru kilka wariantów: wysokie puffy w rozmiarze S i M, mogące służyć jako dostawka do stołu w jadalni, czy nawet tymczasowy stolik nocny oraz niski puf w rozmiarze L, idealny jako siedzisko przy stoliku kawowym czy podnózek dostawiany do fotela lub sofy. Będą go też uwielbiać dzieci, bo to wymarzony element do siedzenia, turlania się i zabawy.

Co jest wyjątkowego w kolekcji Halo? Jest ona niemal socjologiczną recenzją nowego stylu życia, który wymaga od nas szybkiego reagowania: możliwości „zmiany dekoracji”, natychmiastowego przestawiania. Dziś żyjemy inaczej niż 20 lat temu, jesteśmy w ciągłym ruchu, często pracujemy w domu, potrzebujemy nie tyle mebli, ile rozwiązań odpowiadających na częste zmiany. Ktoś wpada na chwilę, nagle mamy gości na kolacji, do dzieci przyszli znajomi – ale znów na chwilę.

Rodzina „Halo” jest wrażliwą odpowiedzią na takie właśnie sytuacje. Szybka dostawka, miejsce na odłożenie czegoś, ale równocześnie mebel nie zajmujący miejsca, uniwersalny i niemal znikający, kiedy przestaje być potrzebny. Możemy być pewni, że podczas przeprowadzki, puffy „Halo” będą tymi siedziskami, które pojedą z nami do kolejnego mieszkania. To ulubieńcy wszystkich domowników i najpraktyczniejszy mebel w domu.

EN /

The name of the Halo pouffe, designed by **GRYNASZ STUDIO** for the **DAVIS HOME** brand, refers to a fleeting atmospheric phenomenon: colourful circles appearing around the sun or moon. But the piece of furniture itself is the key element in the new way of thinking about interiors.

How to understand the word 'halo' in the context of a piece of furniture? Practically, each pouffe in this collection has a 'border' – a clearly accentuated kedra – that is, a stitched, reinforced, and stiffened edge. This is the 'halo'. But, above all, it is a unique functionality: it is easy to grab the protruding edge to lift the pouffe. They are lightweight so carrying them is no effort. We also have several variants to choose from: tall pouffes in sizes S and M which can be used at a dining table, or even a temporary bedside table, and a low pouffe in size L, ideal as a seat at a coffee table or a footrest that can be added to an armchair or a sofa. It will also be adored by children as it is a dream piece to sit on, roll around and play with.

What is special about the Halo collection? It is almost a sociological review of the new lifestyle which requires us to react quickly: the ability to 'change the decoration', to rearrange immediately. Today we live differently than 20 years ago, we are constantly on the move, we often work from home, we need not so much more furniture, but solutions that respond to the frequent changes – people dropping by, an unexpected dinner guest, friends coming to see the children. Yet again, just for a moment.

The Halo family is a sensitive response to just such scenarios. a handy extra, a spot to put stuff away. Useful but little, versatile but able to disappear when no longer needed. Surely, when moving homes, the Halo pouffes will be the pieces you take with you. They are the favourites of all household members and the most practical furniture-solution in the house.

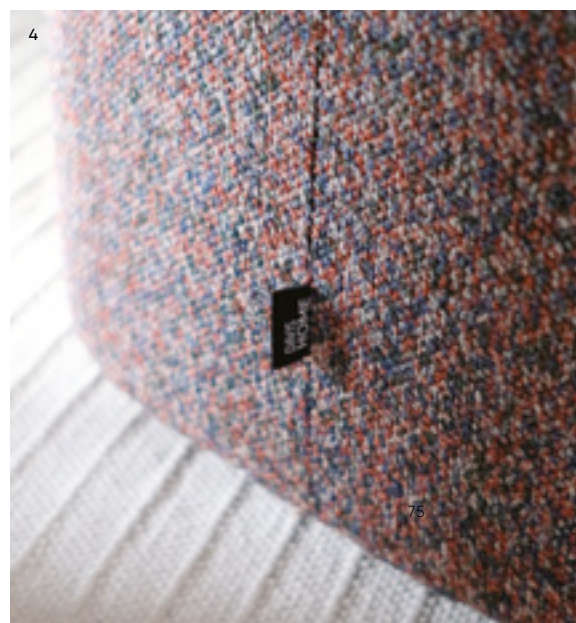






3

1-4 Puf Halo
projekt / Grynasz Studio dla DAVIS HOME
fot. / Anka Sanetra
Halo pouffe
design / Grynasz Studio for DAVIS HOME
Photo / Anka Sanetra



4

W teatrze wewnątrz – Ania Łoskiewicz

IN THE THEATRE OF INTERIORS
– ANIA ŁOSKIEWICZ



ŁOSKIEWICZ.STUDIO / FOT. JACEK KOŁODZIEJCZYK

PL /

Tkanina ma moc – opowiada historię i wciąga widza w inną rzeczywistość. Jak wykorzystać jej potencjał mówi **ANIA ŁOSKIEWICZ**, założycielka **ŁOSKIEWICZ.STUDIO**.

TRENDBOOK: Czym dla Ciebie jest tkanina we wnętrzu?

ANIA ŁOSKIEWICZ: Tkanina jest zawsze świetnym narratorem, a my lubimy, kiedy projekt opowiada historię. Szukamy nietypowych zastosowań i wzorów, nie ograniczamy się tylko do zasłon i tapicerki. Tkanina jest warstwą, która buduje kadry i przestrzeń wnętrza, pozwala tworzyć teatralne czy filmowe sceny. Sprawia, że przebywanie w przestrzeni staje się przeżyciem.

TRENDBOOK: A jakie możliwości daje Ci współpraca z marką DAVIS?

ANIA ŁOSKIEWICZ: Jedną z takich możliwości są rozwiązania *custom*, czyli szyte na miarę, możliwość zrobienia własnych printów jest dla nas zawsze czymś super. Duża ilość tkanin, na których można drukować wzory pozwala stworzyć wyjątkowe rozwiązania.

TRENDBOOK: Kto jest Twoim ulubionym współczesnym projektantem wewnątrz?

ANIA ŁOSKIEWICZ: Staram się szukać inspiracji w obszarach takich, jak sztuka, kino, scenografia, motoryzacja. Bardzo lubię amerykańskiego reżysera Wesa Andersona i jego podejście do scenografii i wnętrza w filmie. Lubię abstrakcyjne przestrzenie, bardzo podobają mi się też wnętrza w serialu „Severance”, śledzę też rynek restomod, czyli współczesnych interpretacji klasyków motoryzacji – tu można często zobaczyć piękne zastosowania tkanin we wnętrzach aut.

TRENDBOOK: Czy współcześnie rola tkaniny i możliwości jej wykorzystania we wnętrzach różni się od tego, co było w przeszłości?

ANIA ŁOSKIEWICZ: Myślę, że ogranicza nas tylko wyobraźnia i przepisy dotyczące przestrzeni publicznych. Przy spełnieniu wymogów technicznych tkanina może być przenoszona na wiele powierzchni i tworzyć struktury przenikające się z architekturą.

EN /

Fabric has power – it tells a story and draws the viewer into another reality. How to use its potential explains **ANIA ŁOSKIEWICZ**, the founder of **ŁOSKIEWICZ.STUDIO**.

TRENDBOOK: What is fabric in an interior for you?

ANIA ŁOSKIEWICZ: The fabric is always a great narrator, and we like it when a design tells a story. We look for unusual applications and patterns, and we are not limited to curtains and upholstery. Fabric is a layer that builds frames of an interior, it allows us to create theatrical or cinematic scenes. It makes being in that particular space an experience.

TRENDBOOK: And what opportunities does working with the davis brand bring?

ANIA ŁOSKIEWICZ: One such opportunity is customisation, creating custom-built products, being able to make our own prints is always something great for us. By printing on a large number of fabrics we can create unique solutions.

TRENDBOOK: Who is your favourite contemporary interior designer?

ANIA ŁOSKIEWICZ: I try to look for inspiration in areas such as art, cinema, set design, and automotive. I really like the American director Wes Anderson and his approach to set design and interiors in film. I am keen on abstract spaces, I find the interiors in the ‘Severance’ series really interesting. Furthermore, I follow the restomod market, i.e. the contemporary interpretations of automotive classics – here you can often see beautiful applications of fabrics in car interiors.

TRENDBOOK: Is the contemporary role of fabric and the possibilities of its use in interiors different from what it was in the past?

ANIA ŁOSKIEWICZ: I think we are only limited by our imagination and the regulations for public spaces. If the technical requirements are met, the fabric can be transferred to many surfaces and create structures that intermingle with the architecture.



- 1 Wnętrze baru Wozownia w Warszawie
fot. / Jacek Kołodziejcki
The interior of Wozownia Bar in Warsaw
photo / Jacek Kołodziejcki
- 2 Wystrój wnętrz w biurze HOP na ulicy Chmielnej
w Warszawie, fot. / Jacek Kołodziejcki
Interior design of the HOP office
building on Chmielna Street in Warsaw
photo / Jacek Kołodziejcki



Tkanina jest zawsze świetnym narratorem, a my lubimy, kiedy projekt opowiada *historię*.

Fabric is always a great narrator, and we like it when a design tells *a story*.

3



3-5 Wnętrze biura marki kosmetycznej Yope
fot. / Jacek Kołodziejcki
The interior of the Yope cosmetics brand office
photo / Jacek Kołodziejcki

4



5

Tkaniny przyjazne środowisku – Kinga Śledź

ECO-FRIENDLY FABRICS – KINGA ŚLEDŹ



PL /

Zrównoważony rozwój stanowi istotny punkt w strategii naszej organizacji – mówi menedżerka działu produktu, **KINGA ŚLEDŹ**.

Nasze tkaniny są wolne od PFAS – eliminujemy z naszej produkcji substancje per- i polifluorowane, które są trwałymi zanieczyszczeniami środowiska i mogą być szkodliwe dla zdrowia.

W DAVIS stawiamy na jakość, wdrażając dwustopniowy system kontroli. Pierwszy etap przeprowadzamy w miejscu produkcji, gdzie nasz wewnętrzny dział kontroli jakości sprawdza każdy element procesu, a finalna weryfikacja odbywa się w naszym akredytowanym laboratorium DAVIS LAB w Bielsku-Białej.

Nasze tkaniny z recyklingu – produkowane z przędzy pochodzącej z przetworzonych butelek PET, posiadają certyfikat GRS. Określa on wymagania dotyczące certyfikacji włókien pochodzących z recyklingu i gwarantuje zgodność z międzynarodowymi standardami, począwszy od producenta przędzy po produkt końcowy. Od etapu recyklingu, przez przetwórstwo, kończąc na handlu.

PRZYSZŁOŚĆ: ŁĄCZYMY TRENDY Z TECHNOLOGIA

DAVIS to globalna marka. Nasz zespół tworzą specjaliści z wielu krajów, co pozwala nam lepiej rozumieć lokalne oczekiwania i projektować kolekcje, które harmonijnie wpisują się w estetykę różnych kultur i stylów życia.

Wprowadzamy kolekcje inspirowane najnowszymi trendami kolorystycznymi, strukturami i wzorami, jednocześnie inwestując w innowacje, które podnoszą trwałość, komfort i ekologiczność naszych materiałów. Do procesu projektowania tkanin zapraszamy ekspertów, specjalistów w dziedzinie kreacji. Dzięki otwartości na międzynarodową współpracę i dynamicznemu rozwojowi, DAVIS oferuje produkty, które odpowiadają na zmieniające się potrzeby rynku na całym świecie.

EN /

Sustainability is an important point in our organization's product strategy – says **KINGA ŚLEDŹ**, Product Manager.

Our fabrics are PFAS-free – from our production we eliminate per- and polyfluorinated substances which are persistent environmental pollutants and can be harmful to health.

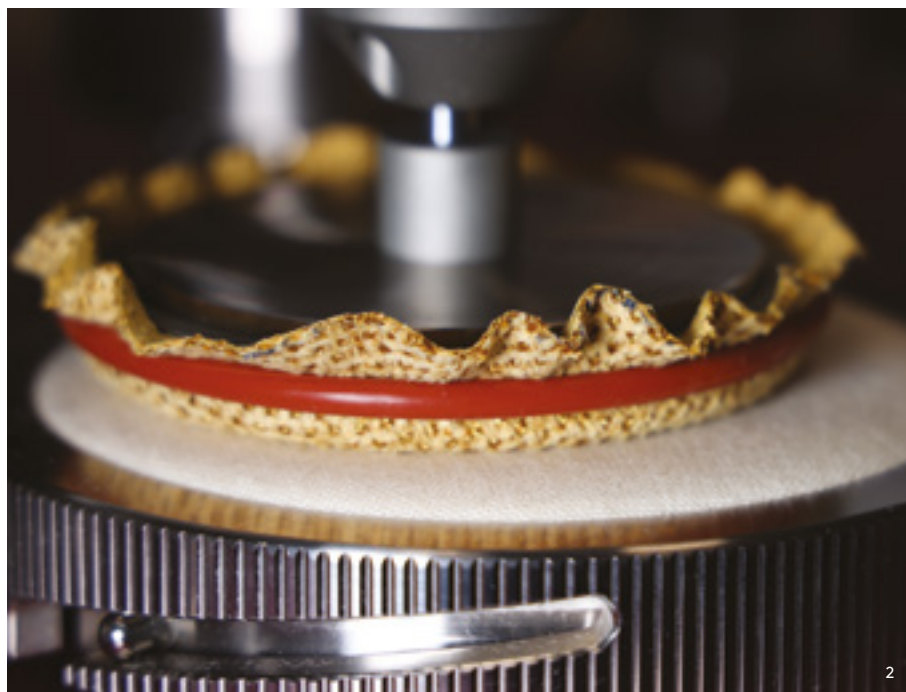
At DAVIS, we focus on quality by implementing a two-stage inspection system. The first one is carried out at the production site, where our in-house quality control department checks every element of the process, and the final verification takes place at our accredited DAVIS LAB in Bielsko-Biala.

Our recycled fabrics – produced from yarn derived from recycled PET bottles – are GRS-certified. GRS specifies the certification requirements for recycled fibers and guarantees compliance with international standards, from the yarn producer to the final product, from the recycling stage, to processing and finally to market.

THE FUTURE: WE COMBINE TRENDS WITH TECHNOLOGY

DAVIS is a global brand. Our team is built of specialists from many countries allowing us to better understand local expectations and design collections that harmoniously fit the aesthetics of different cultures and lifestyles.

We introduce collections inspired by the latest colour trends, structures and patterns while investing in innovations that enhance the durability, comfort and eco-friendliness of our fabrics. We invite experts, specialists in the creative field, into the fabric design process. Owing to our openness to international cooperation and dynamic development, DAVIS offers products that respond to changing market needs across the globe.



1-2 Weryfikacja jakości tkanin w DAVIS LAB
Verification of fabric quality at DAVIS LAB

Rośniemy w siłę – Dariusz Hereda

GOING FROM STRENGTH TO STRENGTH – DARIUSZ HEREDA



PL /

Od lokalnej firmy rodzinnej do globalnego imperium działającego na kilku kontynentach. O początkach, sukcesie, planach i misji marki DAVIS FABRICS opowiada jej prezes, DARIUSZ HEREDA.

TRENDBOOK: W tym roku świętujemy 30 lat firmy. Czym jest dzisiaj marka DAVIS FABRICS i jakie ma znaczenie?

DARIUSZ HEREDA: Marka to przede wszystkim zaufanie szerokiego grona klientów do naszych produktów, pracowników i naszej niezawodności. Na swoją pozycję w branży meblarskiej pracowaliśmy bardzo ciężko przez 30 lat, niejednokrotnie pokonując przeciwności losu. Dzisiaj marka DAVIS to nowoczesna, designerska oferta ambitnych tkanin i dzianin w przystępnych cenach, połączona z legendarną wręcz jakością obsługi i serwisu.

TRENDBOOK: Organizacja działająca tak prężnie na pewno ma swoją misję. Jaka jest misja DAVIS FABRICS?

DARIUSZ HEREDA: Nasza misja to być blisko klienta. Być jego wsparciem, rozwiązywać problemy, edukować, pomagać, wzrastać razem z nim. Sprawiać, by branża mebli i wystroju wnętrz rosła w siłę. Nasza misja to przede wszystkim prowadzić szczerą i bliską relację biznesową, opartą na obopólnych korzyściach. Chcemy stworzyć imperium tkaninowe dla rynku wnętrzarskiego z wieloma płaszczyznami działania. Ale imperium oparte na naszych wartościach: inspiracji, pomocy, wsparciu, lojalności.

TRENDBOOK: Największy sukces firmy DAVIS FABRICS?

DARIUSZ HEREDA: Zmiana świadomości, mentalności, sposobu myślenia. Zaczęliśmy od lokalnej firmy rodzinnej, a wyrosliśmy na globalnego gracza w meblarstwie, oferującego swoje produkty na kilku kontynentach. Znaczna część polskich firm nie jest w stanie tego osiągnąć. Nam się udało.

TRENDBOOK: Plany?

DARIUSZ HEREDA: Nie zatrzymywać się, kontynuować rozwój. Nowe rynki, nowe kanały dystrybucji, nowa gama produktów.

EN /

From a local family business to a global empire operating on several continents. About the origins, success, plans and mission of DAVIS FABRICS, DARIUSZ HEREDA the president.

TRENDBOOK: This year we celebrate 30 years of the company. What is the DAVIS FABRICS today and what is its significance?

DARIUSZ HEREDA: This brand is, first and foremost, the trust a wide range of customers put in our products, employees and our reliability. For 30 years we have been working very hard for our position in the furniture industry, often overcoming adversity. Today, the DAVIS brand is a modern, designer range of ambitious fabrics and knitwear at affordable prices, combined with an almost legendary quality of service and maintenance.

TRENDBOOK: Such a thriving organisation certainly has a mission. What is the mission of DAVIS?

DARIUSZ HEREDA: Our mission is to be close to the customer. To be their support, to solve problems, to educate, to help, to grow with them. To make the furniture and interior design industry grow stronger. Most importantly, our mission is to build genuinely close business relationships based on mutual benefits. We want to create a fabric empire for the interior design market with multiple levels of operation. But an empire based on our values: inspiration, help, support, loyalty.

TRENDBOOK: DAVIS' biggest success story?

DARIUSZ HEREDA: A change in awareness, mentality, mindset. We started small and grew into a global player in the furniture business offering our products on several continents. A significant number of Polish companies is unable to achieve this. We have succeeded.

TRENDBOOK: Plans?

DARIUSZ HEREDA: Don't stop, continue to grow. New markets, new distribution channels, new product range.



Redakcja

CREDITS

KONCEPT KREATYWNY / CREATIVE CONCEPT

Ewa Podhajska / DAVIS FABRICS

OPIEKA MERYTORYCZNA / CONTENT OVERSIGHT

Justyna Cieślica / DAVIS FABRICS

OPIEKA ARTYSTYCZNA / ART DIRECTION

Grynasz Studio

PROJEKT GRAFICZNY I WIZUALIZACJE / GRAPHIC DESIGN & VISUALISATIONS

Małgorzata Ćwiek / @bismuth.visuals

TEKST I REDAKCJA / TEXT AND EDITORIAL WORK

Katarzyna Rzehak

TŁUMACZENIE / TRANSLATION

Maciej Bereda

Teresa Bugajska

KOREKTA / PROOFREADING

Teresa Bugajska

Iwona Kuc

WYDAWCA / PUBLISHER

DAVIS FABRICS

DRUK / PRINTING

Paweł Kunowski

Bielsko-Biała, 2025

DAVIS
FABRICS

DAVIS FABRICS

ul. Miłosna 37
43-346 Bielsko-Biała
Polska

DAVIS.PL

PL / Wszelkie prawa zastrzeżone. Żadna część tej publikacji nie może być reprodukowana, przechowywana w systemie wyszukiwania ani przekazywana w jakiegokolwiek formie i za pomocą jakichkolwiek środków elektronicznych, mechanicznych, kserograficznych, nagraniowych ani innych bez uprzedniej zgody firmy DAVIS.

Uwaga: W niektórych przypadkach mogą występować niewielkie różnice kolorystyczne między zdjęciami a rzeczywistością. DAVIS zastrzega sobie prawo do wprowadzania zmian w swoich produktach, bez uprzedzenia.

EN / All rights reserved. No part of this publication may be reproduced, stored in a retrieval system, or transmitted in any form or by any means, electronic, mechanical, photocopying, recording, or otherwise, without the prior written permission of DAVIS.

Note: In some cases, there may be slight color differences between photos and reality. DAVIS reserves the right to make changes to its products without notice.

