

# Made **in** Rybnik

DlaWas.info

DWUMIESIĘCZNIK LOKALNY /  
NUMER 2 / LISTOPAD 2020 / ISSN 2719-6119 /

modelka Paulina Palowska, zdjęcie: Rybnik Dla Was



OD REDAKCJI /

# Szanowni Państwo, Drodzy Przedsiębiorcy



krawieckiej? Jako że noszone przez nas ubrania określają naszą osobowość, zaś w zależności od sytuacji styl i wybrana kreacja może pomóc lub przeszkodzić w nawiązaniu kontaktu, wzbudzeniu zaufania czy przekonaniu kogoś do swoich racji – należy podkreślić, że moda jest ważna. Dress code jest szczególnie istotny w biznesie. Rybnik jednak z modą się nie kojarzy, choć okazuje się, że mamy kilka firm, które specjalizują się w projektowaniu i sprzedaży ubrań zarówno dla kobiet, jak i mężczyzn, które mają też spore tradycje na tym nietłumionym rynku. Jak zaczęli swoją przygodę z modą? Skąd akurat taki pomysł na biznes w Rybniku? Tego dowiecie się z naszych wywiadów z właścicielami Domu Mody Lazar, firmy StylMen oraz marki Mellody.

Na wizerunek składa się szereg elementów, jest to wszystko to, co myślą o nas inni, to jak nas postrzegają i odbierają. Sztuką jest wykreowanie takiego stylu, który będzie doskonałym odbiciem naszej osobowości, ale i zapewni właściwy odbiór społeczny naszej osoby i reprezentowanej przez nas marki. Ubiór, który jest istotnym elementem naszego wizerunku, jest niezwykle ważny dla osób występujących publicznie, pełniących funkcje publiczne oraz dla przedsiębiorców, których obowiązuje pewien biznesowy dress code. Wiele osób zatrudnia w celu wykreowania oczekiwanego wizerunku swojej firmy

czy wizerunku swojej osoby – specjalistów w tej dziedzinie lub szkoli się w tym zakresie. Jeżeli chcielibyście skorzystać z fachowej porady odnośnie kreacji wizerunku lub profesjonalnych szkoleń w tym obszarze – zapraszamy do kontaktu. Stowarzyszenie, które jest Wydawcą „Made In Rybnik” ma spore doświadczenie na tym polu.

Jeżeli w tych trudnych dla biznesu czasach, chcielibyście opowiedzieć rybniczynom swoją historię, o swojej przygodzie z biznesem, o swoich doświadczeniach z prowadzeniem firmy – również zapraszamy do kontaktu.

Korzystając z okazji, jako że kolejny numer naszego czasopisma ukaże się już po świętach Bożego Narodzenia, chcę Państwu, w imieniu Redakcji oraz Wydawcy, złożyć życzenia przede wszystkim zdrowia i jak najszybszego nadejścia „lepszyc czasów”, bez epidemii i wywołanego koronawirusem kryzysu. Życzę Państwu wytrwałości, docenienia Państwa codziennej pracy i trudu, który wkładacie w rozwój naszego miasta i krajowej gospodarki, a także odpoczynku od 24-godzinnej „harówki”. Mam nadzieję, że uda się Państwu znaleźć w tym magicznym, świątecznym czasie chwilę dla siebie i swojej rodziny. Wesołych Świąt!

**W imieniu redakcji**  
**Arkadiusz Trzebuniak**  
**Prezes Zarządu Wydawcy**

**W** drugim numerze naszego magazynu „Made in Rybnik” chcemy Wam zaprezentować nasze Miasto w „modowej” odsłonie. Któż nie chciałby być szykownym, eleganckim i modnym? Jednak czy rybniczanie ubierają się modnie i stylowo, zgodnie z aktualnymi bądź ponadczasowymi trendami? Co ubrania rybniczanie o nich mówią? Czy mamy w naszym mieście projektantów mody, producentów ubrań, mistrzów sztuki

**Made in Rybnik**  
DlaWas.info

Dwumiesięcznik  
**NAKLAD:** 5.000 egz.

**FACEBOOK:** Rybnik Dla Was i Made In Rybnik

**WYDAWCA:** Stowarzyszenie „Akademia Rozwoju Edukacji Kreatywnej”  
ul. Gliwicka 257, 44-207 Rybnik / www.arek.org.pl / NIP: 6423202518 / KRS: 0000681133

**ADRES REDAKCJI:** ul. Okrężna 18, 44-207 Rybnik

**KONTAKT:** 606 109 240 (redaktor naczelny) / 603 627 389 (współpraca) / 729 968 103 (reklama)

**E-MAIL:** madein@rybnik.dlawas.info / reklama@rybnik.dlawas.info / wspolpraca@rybnik.dlawas.info

**REDAKTOR NACZELNY:** Magdalena Palowska-Trzebuniak  
Arkadiusz Trzebuniak / Tomasz Czarnecki / Jacek Guzik  
Bogdan Skupień

**SKŁAD I DRUK:**  
skladgazet.pl / 796 250 163

Przeznacz nam 1% podatku: KRS 0000 215 720  
Cel szczegółowy: STOWARZYSZENIE AREK  
NEST BANK 79 2530 0008 2065 1014 7391 0001

StylMen to producent męskich koszul, których marka tworzona jest od 1992 roku. StylMen to tkaniny najwyższej jakości w przystępnej cenie. StylMen podąża za aktualnymi trendami mody męskiej, nie odchodząc zarazem od klasyki. W tworzeniu nowych kolekcji StylMen najważniejsze są sugestie klientów, dlatego wybierając koszule StylMen macie gwarancję tego, że sprostają one Waszym oczekiwaniom.



**TOMASZ CZARNECKI:** Tworzycie męskie koszule od 28 lat. Jakie były Wasze początki? Skąd pomysł na modowy biznes w Rybniku?

Małgorzata Kowalska (prezes zarządu): Początki przygody z koszulami męskimi miały miejsce w Łodzi. Nie myśleliśmy wtedy nawet o własnej produkcji. Zlecałiśmy szycie naszych projektów małej, rodzinnej szwalni. Sytuacja zmieniła się w momencie, gdy właściciele postanowili przejść na emeryturę. Długo poszukiwaliśmy innej pracowni, która podejmie z nami współpracę – tworzymy krótkie kolekcje, nie chcemy dużej powtarzalności wzornictwa, stawiamy także na duży wybór rozmiarów. Większość szwalni nie była zainteresowana takimi zleceniami. Producenci koszul proponują jedynie swój asortyment, bez możliwości wyboru własnych wzorów, nierzadko dość ograniczony rozmiarowo. W tym czasie bardzo zauważalny był również zalew naszego rynku produktami chińskimi. Trudno nam było zaproponować naszym Klientom dobry produkt w przystępnej cenie. Decyzja o własnej produkcji zapadła dość spontanicznie. Zakupiliśmy maszyny na targach branżowych, otrzymaliśmy od sprzedawcy milion złotych rad i reszta zadziałała się już sama.

**T.CZ.:** Swoją ofertę kierujecie do właścicieli sklepów z odzieżą męską, firm i innych klientów instytucjonalnych, realizujecie też zlecenia na szycie koszul pod marką własną klienta oraz logowanych (korporacyjnych, biznesowych). Jakie znane marki z Wami współpracują? Czy często zdarza się Wam szyć także dla klientów indywidualnych,

# STYL MEN - ponadczasowa klasyka zawsze się sprawdza

/ Z MAŁORZATĄ KOWALSKĄ  
ROZMAWIAŁ TOMASZ CZARNECKI

**np. na miarę? Czy stanowią oni zdecydowaną mniejszość Waszych odbiorców?**

M.K.: Choć bardzo chciałabym się pochwalić markami, z którymi współpracujemy, nie mogę. Wiążą nas umowy o poufności. Zapewniam, że większość z nas je zna i ceni. Realizujemy zlecenia dla przewoźników, producentów garniturów. Trafiają się nam nawet tzw. „perełki”, które nie są zupełnie związane z klasyczną modą męską, a o których możemy coś powiedzieć: np. fantastyczne bluzy medyczne, które projektuje równie fantastyczna Pani Ania, właścicielka Futura MedStyle. Odbiorcy hurtowi stanowią większość naszych Klientów ale nie zapominamy również o szyciu miarowym. Stosujemy dość prostą metodę MTM. Pozwala ona ograniczyć przymiarki do dwóch. Pierwsza, podczas której ustalamy rozszycia, długość, rodzaje guzików, rozmiar kołnierzyka i druga już przy odbiorze.

Z doświadczenia wiem, iż panowie lubią proste i jasne rozwiązania i tu idealnie się dogadujemy.

**T.CZ.:** Ile osób obecnie zatrudniacie? Jak wygląda proces powstawania kolekcji, począwszy od projektowania, poprzez szycie, aż do dystrybucji? Innymi słowy jak wygląda Państwa codzienna praca?

Jesteśmy dość małą firmą. Nasz zespół liczy łącznie 14 osób (w tym 13 kobiet), ale dzięki temu dzieje się bardzo dużo, wymieniamy się pomysłami na bieżąco. Bardzo się cieszę, że udało nam się spotkać na swojej drodze tak pomysłowe i zaangażowane dziewczyny. Szwalnia, to bardzo sfeminizowane miejsce pracy, dlatego jest gwarno, kolorowo i przesympatycznie.

Kolekcję wiosna-lato, czy jesień-zima tworzymy z około półrocznym wyprzedzeniem. Zamawiamy materiały, odszywamy różne wersje kolorystyczne aby wybrać te, które odpowiadają naszym Klientom. Nigdy



do końca nie możemy kierować się własnym gustem. Kolekcje, które trafiają do naszych sklepów staramy się projektować tak, aby były dość uniwersalne, pasowały do garnituru i stylizacji bardziej casualowej.

Mój dzień pracy zaczyna się dość wcześnie, bo około godz. 4:30. To czas na zaległe maile i ciepłą kawę. Szwalnię otwieramy już o 6:00 i do tego czasu wszystko, co jest potrzebne naszym krawcowym do pracy musi być gotowe. W trakcie dnia trzeba zająć się dostawami do naszych sklepów, odbyć spotkania z Klientami, zakupić materiały, dodatki, wystawić faktury. Po 16:00 to czas dla rodziny, staram się nie naciągać bardziej dnia pracy. To dla mnie bardzo ważne.

**T.CZ.: Skąd czerpicie Państwo pomysły na nowe kolekcje? Co jest dla Państwa inspiracją? Jakich tkanin głównie używacie?**



**Odbiorcy hurtowi stanowią większość naszych Klientów, ale nie zapominamy również o szyciu miarowym**





M.K.: Pomysły nasuwają się same już w hurtowni tkanin. Bywa, że czerpiemy je również z tego, co widzimy na ulicy lub organizujemy „burzę mózgów” już w szwalni. Staramy się kupować tkaniny dobrej jakości. Bardzo popularne są ostatnio materiały z apreturą easy care. Dzięki temu koszula uszyta ze 100% bawełny bardzo dobrze się prasuje i użytkuje.

**T.CZ.: Czy wśród Waszych klientów są przede wszystkim rybniczanie oraz mieszkańcy regionu, czy swoją ofertę kierujecie do szerszego grona odbiorców?**

M.K.: Nasze sklepy znajdują się w Rybniku, Wodzisławiu Śląskim oraz Jastrzębiu. Natomiast sprzedaż hurtową prowadzimy na terenie całej Polski w Czechach i na Węgrzech.

**T.CZ.: Czy rybniczanie ubierają się modnie, znają się na modzie, na panujących w niej trendach?**

M.K.: Oczywiście! Nasi Klienci ubierają się modnie i to nie kokieteria z mojej strony. Wielu mężczyzn docenia styl bardziej elegancki, wielu również wybiera go ze względu na dress code w pracy.

**T.CZ.: Czy może ktoś znany, np. popularny aktor, model, piosenkarz lub jakiś celebryta, wystąpił w koszulach z Waszych kolekcji publicznie? A może ubieracie prezenterów jakichś telewizyjnych programów albo Wasze koszule „zagrały” w jakiejś reklamie, czy ciekawej kinowej produkcji?**

M.K.: Nic nam w tym temacie nie wiadomo, ale nie postawiliśmy jeszcze „kropki nad i”

**T.CZ.: Czy na rybnickim rynku projektantów, producentów mody jest więcej? Czy jest między Wami duża konkurencja? Czy jest to środowisko hermetyczne, czy raczej otwarte? Znacie się między sobą i współpracujecie?**

M.K.: Może niekoniecznie z rynku rybnickiego, ale znamy się i lubimy z wieloma producentami, w tym także koszul. Nie odczuliśmy nigdy niezdrowej konkurencji. Jest nawet wskazana, nie pozwala osiąść na laurach, zawsze staramy się wyprzedzać innych o mały krok.

**T.CZ.: Czy Wasze kolekcje pojawiają się na pokazach mody, innych branżowych wydarzeniach, w magazynach modowych?**

M.K.: Był taki pomysł i owszem, niestety pandemia pokrzyżowała nam trochę plany, myślę, że jak większości firm odzieżowych. Jesteśmy ściśle związani z branżą ślubną, imprezami okolicznościowymi.

**T.CZ.: Czy bierzecie może udział w różnego rodzaju konkursach branżowych? Czy możecie pochwalić się Waszymi osiągnięciami?**

M.K.: Nie zastanawialiśmy się nad tym. Jesteśmy chyba na etapie, gdy cieszy nas zadowolenie naszych Klientów.

**T.CZ.: Czy Miasto Rybnik wspierało Was jakoś na początku Waszej działalności albo wspiera Was teraz?**

M.K.: Skorzystaliśmy z pomocy refundacji stanowiska pracy oraz ze stażu z PUP. Stricte do Miasta Rybnik nigdy nie zwracaliśmy się z prośbą o pomoc.

**T.CZ.: Czy może Miasto Rybnik powinno zorganizować jakiś większy pokaz mody? Czy jest miejsce w Rybniku, albo czy Rybnik to dobre miejsce na jakieś wydarzenie ze świata mody?**

M.K.: Oczywiście! Jeżeli możemy mieć Międzynarodowy Festiwal Jazzu, to możemy również zorganizować świetny pokaz mody. W powiecie rybnickim jest wiele firm odzieżowych i producentów dodatków. Sami dowiadujemy się przypadkiem, że ludzie tworzą fantastyczne rzeczy. Oczami wyobraźni widzę już modelki i modeli przechadzających się alejkami na naszym Kampusie. Może być ciekawiej niż na targach poznańskich czy łódzkich.

**T.CZ.: Co jest w tej chwili najbardziej na topie? Co jest w Waszych kolekcjach obecnie najbardziej popularne, najlepiej się sprzedaje?**

M.K.: Najbardziej na topie są nadal albo bardzo duże albo mikro wzory. Koszule gładkie, bez wzoru wybierane są już bardzo rzadko. Mężczyźni, przynajmniej nasi Klienci, dokonują raczej zakupów dość bezpiecznych, nadających się na wiele okazji.

**T.CZ.: Jakie są Wasze plany na przyszłość, na rozwój?**

M.K.: Bardzo trudno mi dziś odpowiedzieć na te pytanie. Jeszcze rok temu mieliśmy w planach oddanie nowego budynku pod szwalnię, zakup dodatkowych maszyn specjalistycznych i stworzenie nowych miejsc pracy. Jestem pełna nadziei, że może za dwa lata wrócimy do tego tematu i do normalności. Po okresie pandemii długo będziemy odrabiać straty. Ostatnia rzecz, jaką udało nam się zrealizować w ubiegłym roku, to zorganizowanie produkcji w 100% opierającej się na zielonej energii.

**TOMASZ CZARNECKI: Dziękuję za rozmowę.**

Marka Mellody to ubrania dla „wolnych duchów” wykonane przez projektanta. Ulotne, zwiewne, delikatne, lekkie, subtelne i bardzo kobiece. Mellody, bo zespołowi tej marki „muzyka grała w duszy od dziecka i gra do teraz...”

**TOMASZ CZARNECKI: Skąd pomysł na markę odzieżową w Rybniku? Jaka jest Wasza historia?**

Sonia Tattam: Nie mogłam znaleźć pracy jako projektant w Rybniku, dlatego też musiałam pracę stworzyć dla siebie sama. Zawsze chciałam tworzyć ubrania, a własna marka pozwoliła mi w pełni się realizować.

**T.CZ.: Kto projektuje, a kto szyje? Jak wygląda Państwa codzienna praca? Ile osób liczy zespół Mellody? Wasze ubrania powstają w Rybniku?**

ST: Ja projektuję ubrania, które wykonywane są w szwalni w Bielsku-Białej. Wszystkie pomysły rodzą się w Rybniku.

**T.CZ.: Jak wygląda proces tworzenia nowej kolekcji? Skąd pomysły na nowe kolekcje? Co jest dla Państwa inspiracją? Jakich tkanin głównie używacie?**

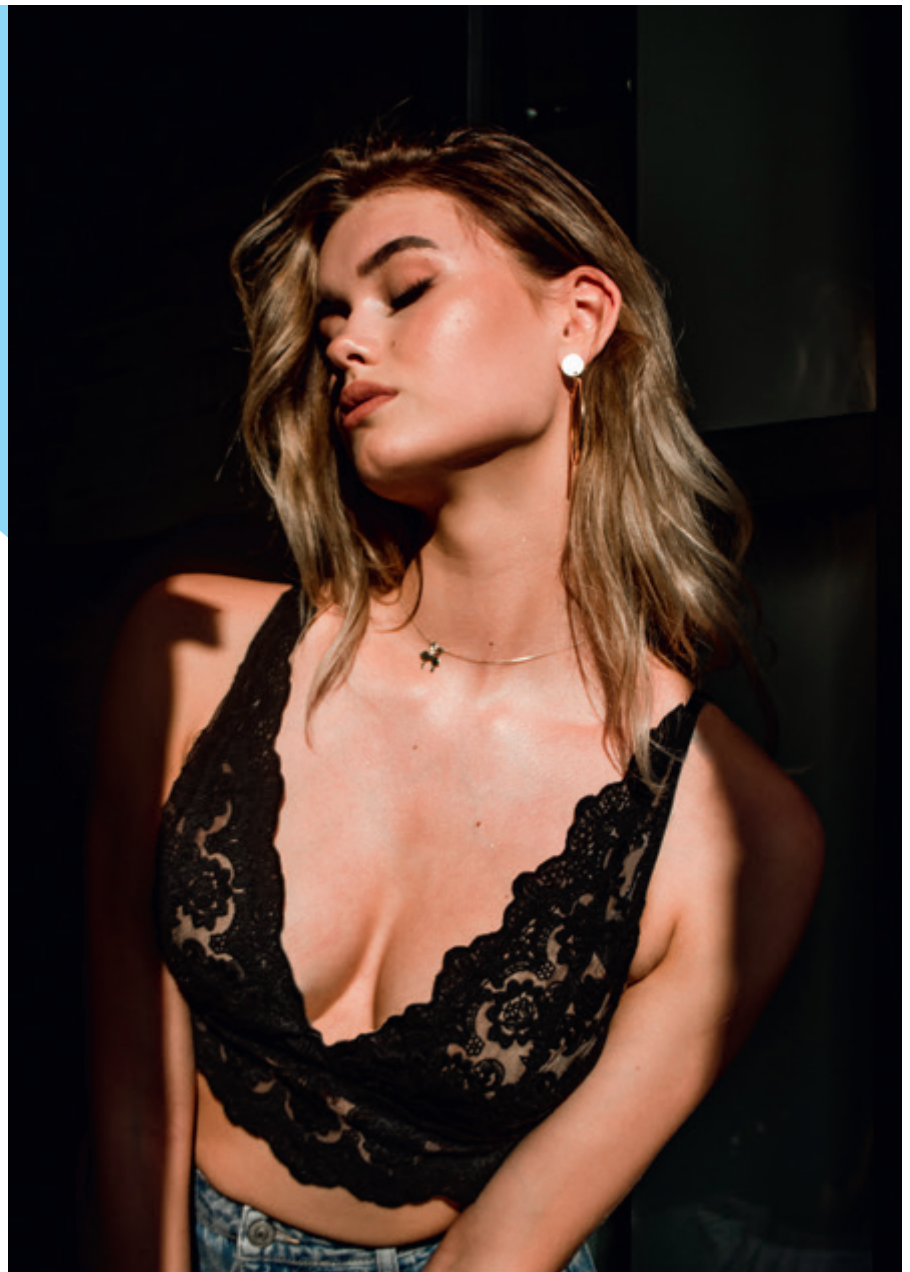
ST: Inspiracją może być wszystko. Staram się nie podążać ślepo za trendami, a bardziej odpowiadać na potrzeby klientek i swoje własne wyczucie stylu. Tkaniny są różne od miękkich dzianin, po bawełniane koronki.

**T.CZ.: Czy wśród Waszych klientek są przede wszystkim rybniczanki oraz mieszkanki regionu, czy swoją ofertę kierujecie raczej do szerszego grona odbiorców? Czy marka Mellody jest w naszym mieście szeroko znana?**

ST: Wśród naszych klientek niestety jest niewiele rybniczank. Największą sprzedaż mamy w Warszawie.

**T.CZ.: Dla kogo projektujecie? Czy Wasze ubrania są uniwersalne, czy może skierowane do jakiejś specyficznej grupy odbiorców, np. raczej do młodych kobiet?**

ST: Nasze ubrania są dla kobiet, które cenią indywidualny styl i nie boją się wyrażać siebie.



# MELLODY – ubrania dla kobiet, które nie boją się wyrażać siebie

/ Z SONIĄ TATTAM ROZMAWIAŁ TOMASZ CZARNECKI



**T.CZ.:** Czy może ktoś znany, np. jakaś popularna polska albo zagraniczna modelka, aktorka, piosenkarka, celebrytka, wystąpił w ubraniach z Waszych kolekcji publicznie?

ST: Tak, np. Anna Wyszconi, Gabi Drzewiecka.

**T.CZ.:** Czy rybniczanki ubierają się modnie, znają się na modzie, na panujących w niej trendach?

ST: Niektóre tak, niektóre nie. Kobiety stąd stawiają głównie na wygodę. Lubię to w naszym mieście. Ulice nie są wybiegami mody, co nie znaczy, że rybniczanki nie mają stylu.

**T.CZ.:** Czy na rybnickim rynku projektantów mody jest więcej? Czy jest między Wami duża konkurencja? Czy jest to środowisko hermetyczne, czy raczej otwarte? Znacie się między sobą i współpracujecie?

ST: Nie znam w Rybniku innego projektanta odzieży, natomiast w Polsce jest bardzo duża konkurencja.

**T.CZ.:** Czy Wasze kolekcje pojawiają się na pokazach mody, innych branżowych wydarzeniach, w magazynach modowych?

ST: To zależy, teraz z wiadomych względów, pokazy mody są ograniczone. Ale jeśli są, to tak.

**T.CZ.:** Czy bierzecie może udział w różnego rodzaju konkursach branżowych? Czy możecie pochwalić się Waszymi osiągnięciami?

ST: W pierwszym roku istnienia naszej marki wygraliśmy konkurs na najlepszy debiut modowy Silesian Fashion Show.

**T.CZ.:** Czy Wasze ubrania pojawiają się na sesjach? Sami organizujecie te sesje?



**Kobiety stąd stawiają głównie na wygodę. Lubię to w naszym mieście. Ulice nie są wybiegami mody, co nie znaczy, że rybniczanki nie mają stylu.**

**Kim są Wasze modelki? Którą sesję zapamiętaliście, bo była np. najbardziej ekstremalna? Współpracowaliście może z jakimś znanym fotografem?**

ST: Tak, dobre zdjęcie, to połowa sukcesu. Współpracowaliśmy z wieloma fotografami w Rybniku i poza nim. Najbardziej ekstremalna była sesja na Pustyni Błędowskiej, kiedy to musieliśmy wykonać zdjęcia kolekcji letniej, a na zewnątrz było tylko około 9 °C.

**T.CZ.:** Czy Miasto Rybnik wspierało Was jakoś na początku Waszej działalności albo wspiera Was teraz?

ST: Miasto raz wydało rybnicki kalendarz z naszym udziałem.

**T.CZ.:** Czy może Miasto Rybnik powinno zorganizować jakiś większy pokaz mody? Czy jest miejsce w Rybniku albo czy Rybnik to dobre miejsce na jakieś wydarzenie ze świata mody?

ST: W każdym mieście jest, ale niestety moda w naszym mieście nie istnieje pod względem eventowym.

**T.CZ.:** Co jest w tej chwili najbardziej na topie? Co jest w Waszych kolekcjach obecnie najbardziej popularne, najlepiej się sprzedaje?

ST: Tego nie mogę zdradzać. Powiem tylko tyle, że często moje klientki mnie zaskakują i kupują nieprzewidywalnie. To w tej pracy lubię najbardziej.

**T.CZ.:** Jakie są Wasze plany na przyszłość, na rozwój? Może zamierzacie wypuścić jakieś kolekcje męskie?

ST: Raczej zostaniemy przy damskich kolekcjach. Dają one największe pole manewru.

**T.CZ.:** Gdzie można kupić Wasze ubrania? Czy macie może jakiś sklep/butik stacjonarny czy prowadzicie tylko sprzedaż przez Internet?

ST: Prowadzimy sprzedaż przez Internet i nie planujemy butiku stacjonarnego. Dzięki sprzedaży online dostęp do naszych kolekcji mają kobiety z całego świata.

**TOMASZ CZARNECKI:** Dziękuję za rozmowę.



tel. 729 968 103

WIDEOFILMOWANIE  
FOTOGRAFIA  
REKLAMA

reklama@rybnik.dlawas.info

INNE USŁUGI  
z wykorzystaniem drona

## Stowarzyszenie "Akademia Rozwoju Edukacji Kreatywnej"

☎ tel.: 603 627 389

@ e-mail: stowarzyszenie.arek@gmail.com

Przeznacz 1% podatku - **KRS: 0000 215 720**

Cel szczegółowy: **STOWARZYSZENIE AREK**



Partnerem akcji jest  
Centrum Inicjatyw Lokalnych

„Materiał promocyjny został współfinansowany ze środków finansowych pochodzących z 1% podatku dochodowego od osób fizycznych”



# DOM MODY LAZAR. Pokaż mi swój garnitur, a powiem Ci, kim jesteś

/ Z BOŻENĄ LAZAR ROZMAWIALIŚMY O MODOWEJ KLASYCE



Dom Mody Lazar to nie tylko szwalnia, ale również specjaliści i specjalistki od tkanin, zwłaszcza modowych trendów oraz specjaliści ds. wizerunku, to Ponad 40 lat obecności na rynku i 38 000 garniturów uszytych na miarę metodami MTM i semi be-spoke. Dom Mody Lazar to nie tyle ubrania, co „kultura ubioru”.

Bożena Lazar: W wieku 15 lat na obozie wędrownym, kiedy była potrzeba uszycia 30 kapelusików, zgłosiłam się od razu. Pomogła w tym moja mama. Zorganizowałam materiał, białą bawełnę w brązowe groszki. Gdy skończyłam 18 lat otworzyłam swoją działalność. Na początku tworzyliśmy odzież dla dzieci.

**T.CZ.: Specjalizują się Państwo głównie w kolekcjach męskich, ale można u Państwa znaleźć też, co może niektórych zaskoczyć, kolekcje skierowane do Pań. Czy kobiety chętnie sięgają po garnitury? Czy garnitury dla Pań są modne?**

B.L.: Kolekcje z naszej pracowni, dedykowane dla Pań, to głównie moda klasyczna. Klasyka była i jest zawsze w modzie, ale nie zawsze ma się na nią czas i cierpliwość. Myślę, że kobiety coraz częściej potrzebują ubrań bardziej formalnych i eleganckich, jako że pełnią coraz ważniejszą rolę w biznesie, który wymaga pewnego rodzaju prezentacji. Moda damska zawsze dawała większe możliwości niż męska. Biznesowy dress code dla kobiet to już nie tylko granatowe garsonki i białe koszule. Choć na klasykę

**TOMASZ CZARNECKI:** Co sprawiło, że wyjątkowe kobiety współtworzą markę Lazar, bądź co bądź skierowaną przede wszystkim do mężczyzn, w zasadzie od początku? Krawiectwo

było też przecież od zarania męską domeną... Jakie były Wasze początki? Było trudno? Skąd w ogóle pomysł na założenie marki modowej w Rybniku?

zawsze znajdzie się miejsce w szafie. Elegancja kocha klasyki. Mała czarna króluje na spotkaniach biznesowych i oficjalnych wydarzeniach od dziesięcioleci i nic nie wskazuje na to, by sytuacja miała się zmienić.

**T.CZ.: Ile obecnie Dom Mody Lazar zatrudnia osób? Jak wygląda w Domu Mody Lazar proces powstawania kolekcji, począwszy od projektowania, poprzez szycie, aż do dystrybucji? Innymi słowy jak wygląda Państwa codzienna praca?**

B.L.: W chwili obecnej zatrudniamy około 50 osób. Nasze kolekcje skupiają się głównie wokół klasycznej garderoby. Proces szycia kolekcji trwa nieprzerwanie przez cały rok. Występują u nas dwa sezony jesienno-zimowy oraz wiosenno-letni. W ciągu całego roku szukamy materiałów i dodatków, które pasowałyby do jednego z tych okresów, następnie w ciągu miesiąca jesteśmy w stanie wypuścić niedużą kolekcję, która za 2 miesiące może zostać uzupełniona lub totalnie zmieniona. Musimy zwracać uwagę na to, by ubrania wzajemnie się uzupełniały i tworzyły spójne zestawy, które w dowolny sposób będzie można łączyć z resztą kolekcji. Podobny proces zachodzi przy

szyciu garniturów na miarę. Klient sam może wybrać fason, tkaninę, podszewkę, nici i drobne elementy stylistyczne, które nadają ubraniowi indywidualny charakter. Klienci mówią, że jest to bardzo trudny proces, w którym trzeba dokonać wielu wyborów, ale dający niesamowitą satysfakcję z uzyskanych efektów. Dlatego też, gdy widzimy na ulicach Rybnika klientów w dobrze skrojonych i dopasowanych ubraniach z naszej pracowni, to duma nas rozpiesiera.

**T.CZ.: Skąd czerpicie Państwo pomysły na nowe kolekcje? Co jest dla Państwa inspiracją? Jakich tkanin głównie używacie? Wielu mężczyzn ma pogląd, że wszystkie garnitury wyglądają tak samo i nie odróżniają garniturów np. od smokingu...**

B.L.: Ponadczasowa klasyka. Krój i kwestia dopasowania to indywidualny charakter każdej z firm krawieckich.

**T.CZ.: Kto stanowi największy odsetek Waszych klientów? Są to raczej klienci indywidualni czy firmy (jako że szycie Państwo także np. togi i produkujecie również odzież reklamową)? Kto u Państwa najczęściej szyje na miarę? Czy to statystycznie mniejszość Państwa klientów?**

B.L.: Lwią część klientów stanowią klienci okazjonalni. Osoby poszukujące garniturów na śluby, imprezy rodzinne, gale wręczenia nagród. Naszą specjalnością od wielu lat jest krawiectwo miarowe.

**T.CZ.: Czy wśród Waszych klientów są przede wszystkim rybniczanie oraz mieszkańcy regionu, czy swoją ofertę kierujecie do szerszego grona odbiorców?**

B.L.: Nasi klienci w znacznej mierze pochodzą z regionu śląskiego, ale swoje usługi oferujemy w całej Polsce.

**T.CZ.: Czy rybniczanie ubierają się modnie, znają się na modzie, na panujących w niej trendach?**

B.L.: Myślę, że rybniczanie chodzą przede wszystkim ubrani klasycznie, ale zwracają coraz większą uwagę na zmiany kolorów, deseni i coraz chętniej sięgają po coś oryginalniejszego niż klasyczny granatowy garnitur.

**T.CZ.: Czy może ktoś znany, np. popularny aktor, aktorka, model, modelka, piosenkarz, piosenkarka lub jakiś celebryta, wystąpił w ubraniach z Waszych kolekcji publicznie? A może ubieracie prezenterów jakichś telewizyjnych programów albo Wasze ubrania „zagrały” w jakiejś reklamie czy ciekawej kinowej produkcji?**



**Myślę, że rybniczanie chodzą przede wszystkim ubrani klasycznie, ale zwracają coraz większą uwagę na zmiany kolorów, deseni i coraz chętniej sięgają po coś oryginalniejszego niż klasyczny granatowy garnitur**





B.L.: Mamy wśród swoich klientów osoby znane, jednak w krawiectwie istnieje niepisana zasada, że się o tym nie informuje.

**T.CZ.: Czy na rybnickim rynku projektantów, producentów mody jest więcej? Czy jest między Wami duża konkurencja? Czy jest to środowisko hermetyczne, czy raczej otwarte? Znać się między sobą i współpracujecie?**

B.L.: Konkurencja na rynku ubrań jest ogromna. Często wygrywa cena i podawanie przez producentów nieprawdziwego składu materiału, z którego jest zrobiony garnitur. Od wielu lat jest to plaga na polskim rynku. Niestety kary z urzędu są tak niewielkie, że nikomu nie chce się fatygować. Cierpią klienci i uczeni producenci.

**T.CZ.: Czy Wasze kolekcje pojawiają się na pokazach mody, innych branżowych wydarzeniach, w magazynach modowych?**

B.L.: Jesteśmy stałymi bywalcami targów ślubnych, kiedyś organizowaliśmy pokazy mody wraz z wydarzeniami towarzyszącymi takimi jak premiery aut lub nowe kolekcje mebli.

**T.CZ.: Czy bierzecie może udział w różnego rodzaju konkursach branżowych? Czy możecie pochwalić się Waszymi osiągnięciami?**

B.L.: Nie spotkaliśmy się z takimi konkursami. Jednakże szyliśmy swoje rzeczy dla blogerów modowych, którzy recenzowali nasze wyroby.

**T.CZ.: Czy Miasto Rybnik wspierało Was jakoś na początku Waszej działalności albo wspiera Was teraz?**

B.L.: Niestety nie, ale prywatnie ubierali się u nas wszyscy prezydenci naszego miasta.

**T.CZ.: Czy może Miasto Rybnik powinno zorganizować jakiś większy pokaz mody? Czy jest miejsce w Rybniku albo czy Rybnik to dobre miejsce na jakieś wydarzenie ze świata mody?**

B.L.: Myślę, że jako event towarzyszący jakieś większej imprezie – jak najbardziej.

**T.CZ.: Co jest w tej chwili najbardziej na topie? Co jest w Waszych kolekcjach obecnie najbardziej popularne, najlepiej się sprzedaje?**

B.L.: Wielkim ostatnim odkryciem konsumentów są kamizelki, które w doskonały sposób dopełniają garnitur i mogą służyć jako osobny element garderoby do luźniejszych zestawów ubrań.

**T.CZ.: Jakie są Wasze plany na przyszłość, na rozwój?**

B.L.: Już teraz wiemy, że sklep internetowy jest koniecznością.

**T.CZ.: Dziękuję za rozmowę.**



AKADEMIA ROZWOJU  
EDUKACJI KREATYWNEJ



Narodowy Instytut Wolności  
Centrum Rozwoju Społeczeństwa Obywatelskiego

Sfinansowano  
przez Narodowy Instytut Wolności  
– Centrum Rozwoju Społeczeństwa  
Obywatelskiego  
ze środków  
Programu Rozwoju Organizacji  
Obywatelskich na lata 2018-2030



Program Rozwoju  
Organizacji  
Obywatelskich  
na lata 2018–2030

**PROO**



**Rybnik**  
DlaWas.info