



_Trendy odważne i rozważne

_Przyszłość branży

_Wieńce (nie) klasyczne



OD 1988

PIECHOTA

FOTOKSIĄŻKI ŻAŁOBNE



MEMORIUS FOTOKSIĄŻKI ŻAŁOBNE

Pogrzeb jest częścią procesu pożegnania po śmierci. W czasie, gdy bliska Nam osoba kończy życie doczesne u Nas rozpoczyna się akt przeżywania żałoby.

Dlatego oferujemy Państwu gotową fotoksiążkę Memorius, której atmosfera pomoże państwu zachować czas żałoby jak i samego pogrzebu na stałe w pamięci.

Nie wymaga to profesjonalnego fotografa ani umiejętności edycji zdjęć. Na pewno Państwo robiło zdjęcia w przeszłości.

Zamiast tradycyjnego zamawiania i odbierania zdjęć oferujemy bardzo wysoki poziom usług internetowych.

- darmowy program do stworzenia Fotoksiążki żałobnej
- szeroki asortyment fotoksiążek
- łatwe w obsłudze

TAK ŁATWO MOŻNA TO ZROBIĆ:

1. Pobierz Nasz darmowy program na stronie memorius.pl
2. W czasie 10 minut dostaniesz łatwy w obsłudze program umożliwiający tworzenie unikalnych fotoksiążek.
3. Zamówiona fotoksiążka będzie wysłana w ciągu 5 dni od daty złożenia zamówienia.

więcej informacji na stronie memorius.pl

powered by  **cewe**



memorius.pl

Tel.: +49 40 - 644 232 99 · kontakt@memorius.pl
www.memorius.pl

Szanowni Czytelnicy

FOTO: ARCHIWUM PRYWATNE



Witamy Was w nowym roku w nieco zmienionej szacie graficznej, z głową pełną pomysłów. Nieustająco chcemy Was inspirować, wskazywać kierunki rozwoju branży funeralnej oraz... dodawać odwagi we wdrażaniu nowych usług i produktów.

Zapraszamy do działu TREND BOOK – prezentujemy w nim interesujące produkty i usługi, które wypatrzyliśmy na targach funeralnych MEMENTO Poznań. W tym wydaniu sporo miejsca poświęcamy również odpowiedzi na pytanie – jaka będzie branża funeralna za 5, 10, a nawet 20 lat. Pytamy o to prezydent światowej federacji FIAT-IFTA, pytamy przedstawicieli branży funeralnej. A skoro wiemy, że zmiany są nieuniknione, podpowiadamy, jak się na nie przygotować w pięciu prostych krokach. Zmiany oznaczają przecież nowe szanse, warto je wykorzystać.

W kontekście spodziewanych zmian stawiamy też pytanie – czy branża pogrzebowa potrzebuje projektantów, dizajnerów? Naszym zdaniem rozsądna współpraca może wprowadzić działalność firmy funeralnej na nowe tory. Na nowe tory może wprowadzić również podnoszenie kwalifikacji. Zachęcamy do korzystania ze szkoleń z zakresu tanatopraksji, tanatokosmetyki, laboranta sekcyjnego, a także... florysty funeralnego.

We florystyce funeralnej wiele się dzieje. Liczy się personalizacja, minimalistyczne formy i ... oryginalny materiał florystyczny – celowo używamy tego określenia. Dlaczego? Jak pogodzić wszystkie te elementy? Podpowiadamy w dziale FLORYSTYKA FUNERALNA.

KATARZYNA SUPA

REDAKTOR NACZELNA MAGAZYNU OMEGA

omega|magazyn|
Idea book dla branży funeralnej

Magazyn OMEGA, specjalne wydanie Poznańskiego Magazynu Targowego, ISSN 1230-8994
Redaktor naczelna: Katarzyna Supa, katarzyna.supa@mtp.pl / Redakcja: Halina Buczkowska, Renata Hille, Ewa Mrozek, Tomasz Wojciechowski / Reklama: Bogumiła Niemiec, tel. +48 61 869 24 97, e-mail: bogumila.niemiec@mtp.pl / Projekt graficzny: Wydawnictwo INWESTOR
Wydawca: Międzynarodowe Targi Poznańskie Sp. z o.o., ul. Głogowska 14, 60-734 Poznań

Jeśli chcesz otrzymywać kolejne wydania magazynu OMEGA, napisz do nas:
prenumerata@magazynomega.pl

Zapraszamy do współtworzenia tego wyjątkowego magazynu
Redakcja: Tomasz Wojciechowski, tel. +48 61 869 22 87, e-mail: tomasz.wojciechowski@mtp.pl
Reklama: Bogumiła Niemiec, tel. +48 61 869 24 97, e-mail: bogumila.niemiec@mtp.pl

Spis treści

_trend book

- 6 Odważnie i rozważnie
- 10 Dziel się wspomnieniami i buduj swoją markę
- 12 Wyjątkowe pożegnanie braci mniejszych

_biznes

- 14 5 rad jak dobrze prosperować
- 18 Zmiany oznaczają nowe szanse
- 20 Niech o tobie mówią!
- 22 Czy branża pogrzebowa potrzebuje projektantów?

_florystyka funeralna

- 24 Kwiaty nie tylko z kwaciarni
- 28 Wieńce (nie) klasyczne

_warto wiedzieć

- 32 Gdzie bywać?
- 34 Liczba kremacji i krematoriów na świecie
- 36 Warto szkolić się u najlepszych

- 37 _wizytówki firm





**„NAMIOTY MITKO SPRAWDZIŁY SIĘ
W KAŻDYCH WARUNKACH”
- WŁAŚCICIEL ZAKŁADU POGRZEBOWEGO**

PRODUCENT NAMIOTÓW POGRZEBOWYCH

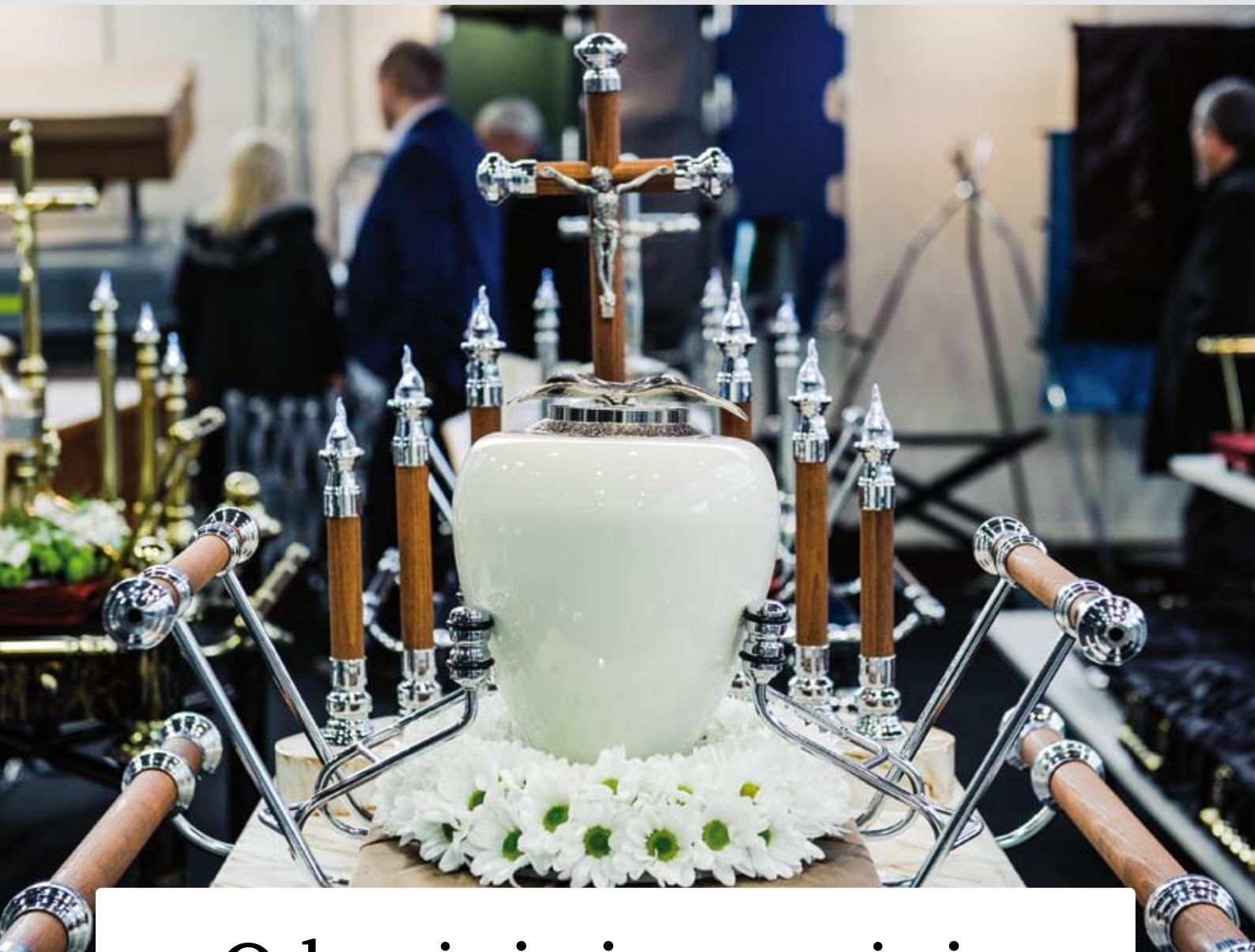
Do 5 lat gwarancji na stelaż

Namioty Mitko to m.in.:

- łatwy transport
- wodoszczelność
- montaż w 5 minut
- złote i srebrne wykończenia
- dowolne nadruki reklamowe

www.mitko.pl | tel. 32 720 63 56

O tym się mówi



Odważnie i rozważnie

Trendy na targach MEMENTO Poznań

Polska branża pogrzebowa otwiera się na nowości – zarówno te, które wzbogacają spektrum oferowanych produktów i usług, jak i te, które usprawniają codzienną pracę. Właściciele zakładów pogrzebowych przyglądają się tym nowościom z zaciekawieniem, ale dość nieśmiało przechodzą do wdrożenia. Zachęcamy – więcej odwagi!

Podczas targów MEMENTO Poznań znaleźliśmy kilkanaście interesujących produktów, które wpisują się w światowe trendy związane z personalizacją, ekologią, upamiętnianiem zmarłych, nowoczesnymi technologiami i ... niestandardowym marketingiem. 

EKOLOGIA

Elektrycznie – ekologicznie

Kompaktowe wymiary, cichy napęd i możliwość jazdy z minimalną prędkością bez szkody dla silnika – te zalety decydują o coraz większej popularności elektrycznych karawanów marki Melex. Podczas poznańskich targów funeralnych MEMENTO zadebiutował na rynku nowy model z nowatorskiej linii 4xx. Premierowy model 469 prezentuje się bardzo elegancko i nowoczesnie, posiada wielowahaczowe zawieszenie znacząco poprawiające komfort jazdy i zwrotność. Jego ergonomiczne wnętrze wyposażone jest w wiele przydatnych rozwiązań wpływających na komfort codziennej pracy. Co ważne, pojazd można dostosować do indywidualnych potrzeb.

Ten mały pojazd do zadań specjalnych dojedzie w miejsca, które mogą być trudno dostępne dla tradycyjnego karawanu. Ma jeszcze jedną ważną zaletę: jest ekologiczny za sprawą elektrycznego napędu (jest wyposażony w baterię litowo-



FOTO: SERWIS PRASOWY FIRMY MELEX

-jonową). To ważne w czasach, kiedy tak wiele uwagi poświęca się trosce o środowisko naturalne i nawet samochodowe karawany stają się bardziej eko, na przykład za sprawą napędu hybrydowego.

FOTO: SERWIS PRASOWY LUMINA URN / WWW.LUMINAURN.COM



Symboliczny płomień

Na poznańskich targach funeralnych zadebiutowały urny LUMINA wykonane z materiału biodegradowalnego. Ich znakiem szczególnym jest miejsce na światełko przyciągające wzrok i kierujące myśli bliskich ku zmarłej osobie. Produkt doskonale wpisuje się w trend mówiący o tym, że po śmierci następuje naturalny, przyjazny dla ekosystemu powrót do źródeł życia.

Idea urn LUMINA pięknie nawiązuje do symboliki żywego ognia skrywającego w sobie tajemnicę życia, śmierci, wieczności, wskazującego drogę do bezpiecznej przystani. Wnosi nową jakość do ceremonii pogrzebowej. Światełko umieszczone na pokrywie urny można w symboliczny i łatwy sposób zgasić w wybranym momencie ceremonii za pomocą specjalnej przykrywkii.

Minimalistyczne urny dostępne są w dwóch kolorach: beżowym i grafitowym. Wzór został zgłoszony do zastrzeżenia wzoru przemysłowego na terenie Unii Europejskiej w Europejskim Urzędzie ds. Własności Intelktualnej.

NOWE OBSZARY

Z szacunkiem o zwierzętach

Utrata pupila, z którym byliśmy silnie emocjonalnie związani, jest niekiedy porównywana do utraty członka rodziny. W sąsiedztwie branży funeralnej dla ludzi rozwija się obszar związany z pożegnaniem i kremacją indywidualną zwierząt. To alternatywna, bardziej humanitarna forma pożegnania niż dobrze znana utylizacja. Na targach MEMENTO Poznań zadebiutowała firma PAMIĘTAJ O MNIE oferująca kompleksową usługę kremacji zwierząt, traktując każde stworzenie indywidualnie i z szacunkiem niezależnie od tego, na ilu łapach chodziło, latało czy pętało, czy było małe czy duże. Zakres usług jest zbliżony do tego, który oferowany jest w przypadku ludzi. Właściciele pupila mają możliwość osobistego pożegnania zwierzęcia, bycia obecnymi podczas całego procesu, wybrania ozdobnych urn, zamówienia pamiątek, takich jak tańcuszki pamięci czy kryształowe relikwiarze z zatopionymi prochami.



O tym się mówi

CELEBRACJA WSPOMNIENI

Internetowe miejsce pamięci

Aplikacje mobilne stają się jednym z „must have” branży funeralnej, a czarno-białe kody coraz częściej pojawiają się na nagrobkach. Ciekawe rozwiązanie w tym zakresie proponuje firma Stono. W czterech prostych krokach umożliwia utrwalenie wspomnień o zmarłym w wirtualnej rzeczywistości z wykorzystaniem aplikacji i kodu EPADO. Niewielka tabliczka z cyfrowym kodem przyklejona na nagrobku pozwala przywrócić pamięć o ukochanych osobach, które odeszły. Pod każdym kodem kryje się specjalna strona internetowa zawierająca wspomnienia, zdjęcia, filmy, kondolencje, drzewo genealogiczne, wskazówki, jak dotrzeć do miejsca spoczynku wraz z wyznaczoną trasą. Wystarczy zeskanować kod przy użyciu smartfona. Aplikacja oferuje wiele przydatnych funkcji – za jej pośrednictwem można zamówić usługi rzeczywistej (nie wirtualnej) opieki nad grobami, m.in. sprzątania, zapalenia znicza, złożenia kwiatów. Aplikacja przypomina również o rocznicy śmierci.

Obsługa serwisu EPADO jest bardzo prosta i intuicyjna, a forma, w jakiej kod trafia do zamawiającego – bardzo elegancka.



FOTO: SERWIS PRASOWY EPADO



FOTO: SERWIS PRASOWY FIRMY JEWEL CONCEPTS

Trwały ślad

Holenderska firma Jewel Concepts wybrała poznańskie targi MEMENTO jako miejsce swojego debiutu na polskim rynku. O jej wyjątkowej biżuterii pisaliśmy już kilkakrotnie i niezmiennie zachwyciliśmy się nią również w Poznaniu. Trudno przejść obok niej obojętnie. Pierścionki, zawieszki czy kolczyki ozdobione liniami papilarnymi zmarłego nabierają wyjątkowo osobistego charakteru, przypominają o ukochanych osobach i pozwalają mieć ich namiastkę zawsze przy sobie. Biżuteria wykonana jest ręcznie z największą starannością w odwzorowaniu wszystkich detali linii papilarnych i dostarczana z certyfikatem autentyczności. Jewel Concepts specjalizuje się również w biżuterii z profilem twarzy, odciskiem stopy dziecka czy odciskiem łapy pupila. Oprócz wzorów dostępnych w katalogu realizowane są także indywidualne projekty.

Więcej niż album

W czasach, kiedy telefony komórkowe mają wbudowane coraz lepsze aparaty fotograficzne, każdy z nas może być fotografem. Telefon mamy zawsze przy sobie. Dokumentujemy ważne dla nas wydarzenia. Gromadzimy coraz więcej zdjęć. By nie zgubić tych najważniejszych, decydujemy się na papierowe odbitki lub fotoksiążki, w których utrwalamy wspomnienia ze ślubów, Komunii, chrzcin, urodzin, podróży, rocznic. Firma MEMORIUS wprowadza fotoksiążkę do branży funeralnej. Fotoksiążka żałobna w eleganckiej formie albumu utrwała osobiste momenty ceremonii pogrzebowej, staje się więc niepowtarzalną pamiątką na czas żałoby, a dla domu pogrzebowego

doskonałym narzędziem promocji swoich usług. To ciekawa propozycja dla domów pogrzebowych, które chcą zaoferować rodzinie zmarłego coś więcej niż standardowe usługi związane z ceremonią pożegnania, a tym samym wyróżnić się na rynku. Przygotowanie fotoksiążki w specjalnym bezpłatnym edytorze on-line jest niezwykle proste. Wystarczy spośród gotowych szablonów wybrać jeden z pięciu formatów, określić rodzaj papieru i oprawy, a następnie przystąpić do tworzenia projektu według określonych wzorów. Poszczególne zdjęcia i teksty mogą być w prosty sposób dowolnie konfigurowane i modyfikowane. Gotowa fotoksiążka dociera do zamawiającego w ciągu 3-5 dni.



FOTO: WWW.MEMORIUS.PL

NOWOCZESNY MARKETING

Aromatyczna wizytówka

Nikogo chyba nie trzeba przekonywać, że zapach decyduje o percepcji miejsca, wpływa na zachowania i emocje, działa na poziomie świadomym i nieświadomym. Jest również potężnym narzędziem marketingowym chętnie stosowanym przez sklepy, hotele, salony urody czy punkty obsługi klienta. Jak przekonują specjaliści firmy AromaCorp, ich innowacyjne rozwiązania aromamarketingowe mogą stworzyć również wyjątkowe „zapachowe logo” firmy pogrzebowej.

Na poznańskich targach firma zaprezentowała gamę trzech bioaktywnych kompozycji zapachowych o różnym przeznaczeniu – do biura, kaplicy i prosekatorium. Ich zadaniem jest budowanie pozytywnych skojarzeń z miejscem i marką domu pogrzebowego, poprawianie nastroju, odświeżanie powietrza i kreowanie atmosfery czystości. Oczywiście każdy dom pogrzebowy może skomponować również własną, niepowtarzalną zapachową wizytówkę wyróżniającą go spośród konkurencji. Wdrożenie aromamarketingu nie jest skomplikowane – wystarczą odpowiednio dobrane przez scent sommeliera kompozycje zapachowe i specjalny dyfuzor. Czy warto? Badania pokazują, że stosując aromamarketing, można zwiększyć sprzedaż o 10-30 proc. i co szczególnie istotne w branży funeralnej – zniwelować poziom stresu klienta o 30-40 proc.



Bądź skuteczny on-line

Wkrótce klientami domów pogrzebowych będą przedstawiciele pokolenia Y, dla którego Internet (wyszukiwarki, strony www, social media) jest podstawowym źródłem wiedzy o świecie, a więc i na temat pogrzebów. Czy Twoja firma jest na to gotowa? Jeśli czujesz się niepewnie, warto skorzystać z pomocy specjalistów, którzy nie tylko opracują identyfikację wizualną firmy, ale również doradzą przy wyborze domeny (adresu strony) i serwera (miejsca, gdzie strona internetowa będzie fizycznie zainstalowana) oraz spozycjonują tę stronę w wyszukiwarce Google. W promocji firm pogrzebowych w Internecie specjalizuje się firma BRAINBOX. Jako pierwsza w branży oferuje kompleksowe pakiety narzędzi marketingu internetowego – FunerBOX, które obejmują m.in. stronę internetową, serwer, domenę, konta e-mail, wsparcie techniczne, a także prezentację firmy w portalach pogrzebowych oraz pozycjonowanie i AdWords w wyszukiwarce Google. Warto pamiętać, że o wizerunek w Internecie należy dbać systematycznie. Ranking największej wyszukiwarki świata nie jest dziełem przypadku, ciągle się zmienia, a 95% osób przegląda tylko pierwszą stronę wyników, które się w niej pojawiają.

TECHNOLOGIE NOWEJ GENERACJI

Trójwymiarowa rewolucja

Za sprawą drukarek 3D przed branżą funeralną otwierają się zupełnie nowe perspektywy. W ciągu kolejnych kilku lub kilkunastu lat urządzenia do druku 3D mogą stać się jednym z podstawowych narzędzi pracy w zakładzie pogrzebowym. Technologia druku 3D doskonale wpisuje się bowiem w trend personalizacji produktów funeralnych, oferowania niepowtarzalnych, wyjątkowych przedmiotów i usług. W technologii druku 3D mogą powstać unikatowe urny, przedmioty pamiątkowe, ale także kości, organy, części ciała przydatne, kiedy pogrzeb dotyczy osoby zmarłej w wypadku, a rodzina życzy sobie pożegnania przy otwartej trumnie.

Firma PRIMA-TECH jako pierwsza w Polsce zaprezentowała na poznańskich targach wdrożenie druku 3D w branży funeralnej. Drukarki z serii ATMAT Signal łączą w sobie wszystko, co najlepsze – prostą konstrukcję, dużą wydajność i wysoką precyzję wydruku. Różnorodność filamentów, które mogą być wykorzystane w druku, pozwala rozwinąć wyobraźnię – można stosować polimery ABS, PLA, TPU, HIPS, Nylon, PET, Laywood – polimer z domieszką drewna, Laybrick – polimer z domieszką gipsu czy elastyczny Ninjaflex.





Dziel się wspomnieniami i buduj swoją markę

Fotoksiążki Memorius

Z pewnością zastanawiasz się, jak wyróżnić się na tle konkurencji, jak zaoferować rodzinie zmarłego dodatkową wartość, tak by twoje usługi zostały zapamiętane, docenione i polecane. Istnieje prosty sposób – wprowadź do swojej oferty wyjątkową fotoksiążkę dokumentującą ceremonię pogrzebową.

Mówi się, że obraz wart jest tysiąca słów, dlatego wyjątkowe chwile tak chętnie utrwalamy na zdjęciach. Przeważnie są to radosne uroczystości, takie jak ślub czy chrzciny albo wakacje, a gdyby tak zatrzymać na zdjęciach wyjątkową oprawę ceremonii pogrzebowej bliskiej nam osoby?

Pytając wprost najbliższych zmarłego, czy chcieliby upamiętnić ceremonię pogrzebową na zdjęciach, w specjalnej fotoksiążce, prawdopodobnie usłyszymy odpowiedź negatywną. Nic dziwnego, ceremonia pogrzebowa kojarzy się ze smutnymi wspomnieniami i raczej stanowi temat tabu. Sytuacja zmienia się jednak, kiedy rodzina otrzymuje już gotową tego typu osobistą pamiątkę. Nastrojowa fotoksiążka utrwała bowiem pozytywne aspekty ceremonii – dekoracje, kwiaty, ciepły płomień świec, osoby, które były wówczas z nami.

Fotoksiążki przebojem zastępują klasyczne albumy ze zdjęciami. Doskonale łączą cyfrową technologię wykonywania zdjęć z możliwościami profesjonalnego „druku na żądanie”. Są bardziej eleganckie niż zbiór pojedynczych zdjęć. Nie wymagają specjalnych umiejętności ani inwestycji w specjalny sprzęt. Bardzo prosty sposób na wyróżnienie się na rynku jest zatem na wyciągnięcie ręki.

FOTOKSIĄŻKA JAKO BONUS

Zaskocz rodzinę zmarłego (swoich klientów), wręczając im fotoksiążkę nastrojowo dokumentującą atmosferę pogrzebu. Koszty i wysiłek związany z jej przygotowaniem są niewielkie w stosunku do korzyści, jakie możesz osiągnąć. Prawdopodobnie dokumentujesz fotograficznie przygotowywane przez siebie ceremonie pogrzebowe na własny użytek, aby móc pokazać klientom możliwości, jakimi dysponujesz. Być może poszedłeś o krok dalej i oferujesz usługi foto dokumentujące konkretną ceremonię na zlecenie najbliższych zmarłego. Jeśli jeszcze tego nie robisz – zacznij. Doświadczenia związane z fotografią pomogą ci we wdrożeniu fotoksiążki, która doskonale dopełni dotychczasowe usługi.

LICZĄ SIĘ DOBRE UJĘCIA

Planując przygotowanie książki fotograficznej, ważne jest, aby przyswoić sobie kilka sztuczek związanych z robieniem zdjęć. Przede wszystkim należy uchwycić ogólną atmosferę i poszczególne ważne momenty. Mniej ważne są zdjęcia panoramiczne, na których widać całą kaplicę. Zdjęcie pojedynczego kwiatu, szczegółu dekoracji lub morza świec może dużo lepiej oddać atmosferę, którą warto zachować w pamięci. Ważne, by zdjęcia działały na emocje. Największy ładunek emocjonalny niosą ze sobą zbliżenia.

FOTOKSIĄŻKA JAKO ELEMENT STRATEGII MARKETINGOWEJ

Większość ludzi ucieszy się, kiedy zostanie czymś obdarowana. Poczucie też wdzięczność i chęć zrewanżowania się – tak po prostu działa reguła wzajemności. Przedsiębiorca pogrzebowy, który nieodpłatnie przekazuje po pogrzebie rodzinie zmarłego (a więc swoim klientom) fotoksiążkę upamiętniającą ceremonię, wywołuje u nich pozytywne



skojarzenia, nawiązuje bezpośrednie i bliskie relacje. Buduje też lojalność i tworzy pretekst do rekomendowania jego usług „pocztą pantoflową” (tzw. marketing szeptany).

Fotoksiążka jest więc nie tylko nośnikiem pięknych obrazków, ale pełni również rolę narzędzia sprzedaży i marketingu zakładu pogrzebowego. Jej przygotowanie nie jest pracochłonne – po nabraniu wprawy projekt książki powstaje w 8-10 minut, przy wykorzystaniu bezpłatnego programu komputerowego dostępnego on-line. Gotowy wydruk trafia do zamawiającego w ciągu 3-5 dni. Niewielkim zatem kosztem przedsiębiorca pogrzebowy uzyskuje możliwość promowania poszczególnych usług pogrzebowych – kaplicy lub sali pożegnań, dekoracji, oprawy florystycznej ceremonii i konsolacji, jednocześnie przekazując bliskim zmarłego wyjątkową pamiątkę. Obdarowane osoby często kontaktują się ponownie z domem pogrzebowym, by zamówić więcej egzemplarzy. Fotoksiążka jest trwałą i namacalną pamiątką przywołującą wspomnienia, do której wraca się od czasu do czasu (oglądanie fotoksiążki może mieć działanie terapeutyczne w okresie żałoby). Nierzadko zdarza się również, że rodzina lub przyjaciele szukają informacji, gdzie została zorganizowana ceremonia pokazana w fotoksiążce... Odpowiedź znajdą na ostatniej stronie publikacji, gdzie widnieje kontakt do domu pogrzebowego.

Dom pogrzebowy, który raz doświadczył pozytywnego marketingowego oddziaływania fotoksiążki, bez wahania dołącza ją do swojego portfolio usług. Zyskuje dzięki temu bardzo subtelną promocję własnej marki, buduje relacje z klientem i ... zwiela krotnia zyski.

WIĘCEJ INFORMACJI

Firma Memorius specjalizuje się w przygotowaniu pamiątkowych fotoksiążek żałobnych w oparciu o technologię firmy CEWE. Projektowanie za pomocą komputerowego oprogramowania on-line jest bardzo proste, a Memorius zapewnia niezbędną pomoc na każdym etapie przygotowania fotoksiążki. Współpracując z firmą Memorius, można skorzystać z gotowych szablonów i formatów publikacji. ☺

memorius.pl

+49 40-644 232 99

kontakt@memorius.pl

www.memorius.pl

Wyjątkowe pożegnanie braci mniejszych

W polskim społeczeństwie coraz silniej daje o sobie znać chęć godnego pożegnania z pupilem i upamiętnienia jego pamięci. Cmentarze dla zwierząt już raczej nas nie dziwią, ale czy wkrótce ludzkie zwyczaje zostaną przeniesione na ceremonie pożegnania zwierząt?



FOTO: ARCHIWUM PRYWATNE

Rozmawiamy z **SZYMONEM PASTUSZKIEM**, przedstawicielem firmy **PAMIĘTAJ O MNIE** zajmującej się indywidualną kremacją zwierząt

A cała usługa kremacji?

Do 7 dni. Jest to standardowy termin. Jeśli właściciel pupila chce go skrócić, jest to oczywiście możliwe.

Czy mówimy tylko o kremacji psów i kotków?

Nie, na chwilę obecną zaopiekujemy się każdym pupilem o wadze do 100 kg, choć faktycznie najczęściej są to psy i koty. W miarę rozwoju firmy planujemy poszerzać naszą ofertę usług. Ludzie kochają przecież również większe zwierzęta.

Jakie jest zainteresowanie tego typu usługami? Czy ciężko się przebić do świadomości, no właśnie – kogo? Świadomości właścicieli zwierząt, świadomości weterynarzy? Wydaje się, że właściciele pupili odwiedzający targi MEMENTO byli podekscytowani i zainteresowani ofertą dla zwierząt – czy to biżuterią z odciskiem łapki, czy to właśnie możliwością indywidualnej kremacji.

W Polsce funkcjonuje już sporo cmentarzy i parków pamięci dla zwierząt, pojawiają się firmy oferujące kremację pupili. Czym oferta firmy „Pamiętaj o mnie” różni się od oferty innych firm?

Nasza firma zajmuje się indywidualną kremacją zwierząt od A do Z, czyli od momentu odbioru pupila ze wskazanego miejsca, najczęściej lecznicy dla zwierząt, poprzez kremację indywidualną, dostarczenie prochów w odpowiednie miejsce i przekazanie certyfikatu kremacji właścicielowi. Oferujemy także dodatkowe usługi, takie jak na przykład przygotowanie ozdobnej urny z personalizowaną tabliczką, możliwość zakupu biżuterii pamiątkowej zawierającej niewielką ilość prochów pupila. Właściciele mogą również zamówić kryształ pamięci, w którym zatopiona będzie niewielka ilość prochów, na przykład z drobkami złota czy srebra, i w ten sposób zachować pamięć o zwierzęcym przyjacielu.

Czy długo trwa wykonanie takiego kryształu?

4-8 tygodni, w zależności od wybranego wzoru.

Kontaktujemy się głównie z gabinetami i lecznicami weterynaryjnymi, bo do nich trafia chore zwierzę, które wkrótce odejdzie naturalnie lub zostanie poddane eutanazji. Ważne jest dla nas zaszczepienie świadomości indywidualnej kremacji zwierząt w lekarzach na tyle mocno, by informując o tym, co dalej będzie działo się z pupilem, przekazywali również informację nie tylko o standardowej utylizacji czy opcji „pod jabłónką”, ale także o możliwości indywidualnej kremacji i upamiętnienia pupila. Ludzie nie wiedzą o istnieniu takiej możliwości, a nawet jeśli wiedzą, to wydaje im się, że takie firmy są gdzieś daleko, poza ich zasięgiem i nie wiedzą, gdzie ich szukać. Poza tym lekarz wie o zbliżającym się kresie pupila, więc może z wyprzedzeniem przygotować rodzinę na wybór działań. Lepiej o tematach ostatecznych rozmawiać wtedy, kiedy emocje nie sięgają zenitu. Im wcześniej ludzie dowiedzą się o możliwości upamiętnienia pupila, tym bardziej świadoma będzie ich decyzja.

Jak reagują weterynarze?

Różnie, w zależności od regionu Polski i wielkości miejscowości. Czasem reagują zdziwieniem. Muszę jednak powiedzieć, że w 90 proc. ich reakcje są pozytywne. Są otwarci na współpracę. Uważają, że jest to bardzo potrzebna usługa, która cywilizuje proces odchodzenia pupila i żegnania się z nim. Zdarzają się oczywiście mniej przychylne reakcje, jednak często po wyjaśnieniu istoty kremacji indywidualnej stają się bardziej skłonni do proponowania takiej usługi.

Czym zatem jest kremacja indywidualna? W prawie w kontekście zwierząt mówi się raczej o utylizacji.

Jesteśmy jedyną firmą w Wielkopolsce oferującą usługę kremacji indywidualnej. Ludzie tego potrzebują i trzeba dać im taką możliwość. Kremacja indywidualna łagodzi dramat rozstania się ze zwierzęciem. Utylizacja jest mniej humanitarna, o ile można mówić o tym pojęciu w odniesieniu do zwierząt. Podstawowa różnica między naszą usługą a utylizacją polega na przebiegu procesu kremacji. W czasie utylizacji do jednego pieca trafiają wszystkie zwierzęta – od domowych, które spokojnie odeszły, po dzikie, które zostały potrącone na drodze, i są kremowane w jednym momencie. Natomiast w kremacji indywidualnej do pieca kremacyjnego trafia tylko i wyłącznie jedno zwierzę z przewiązanym na szyi identyfikatorem, który nie ulega zniszczeniu w procesie kremacji. Łatwo więc zidentyfikować prochy dostarczane właścicielowi. Myślę, że weterynarze mają do spełnienia ogromną misję uświadomienia właściciela zwierzęcia, że utylizacja nie jest tym samym, co kremacja indywidualna.

Jak wygląda cała procedura?

Kiedy zwierzę odchodzi, powinno zawsze trafić do weterynarza, ponieważ lekarz musi wydać zgodę na poddanie kremacji. Odbieramy ciało w ciągu 24 godzin i przewozimy do krematorium. W ciągu 7 dni dostarczamy urnę z prochami. Właściciel może zamówić nagranie video na płycie DVD z ceremonii kremacji, może też brać udział w ceremonii. Przed spopieleniem na szyi zwierzęcia zawieszana

jest szarfa z identyfikatorem, który nie ulega zniszczeniu i wraz z prochami jest umieszczany w urnie. Ten sam numer co na identyfikatorze znajduje się również na certyfikacie z kremacji.

W którym momencie właściciel pupila decyduje o wyborze opcji dodatkowych?

Wszystkie parametry określone są w formularzu wypełnianym w momencie, kiedy zwierzę odchodzi lub kiedy wiadomo o jego odejściu.

Czy działacie tylko lokalnie?

Nie, działamy na terenie całej Polski, nie ma problemu, abyśmy zaopiekowali się ciałem pupila ze Śląska, Pomorza czy Wielkopolski.

Czy widzi pan szansę na współpracę z zakładami pogrzebowymi? Czy to dwa różne światy – pochówek zwierząt i pochówek ludzi?

No cóż, myślę, że większość zakładów pogrzebowych nie jest gotowa, by łączyć ofertę dla ludzi z ofertą dla zwierząt, ale jesteśmy po rozmowie z jednym z dużych zakładów pogrzebowych, który zdecydował się wprowadzić do swojej oferty również usługę kremacji zwierząt i już wkrótce na ekspozycji pojawią się nasze urny, kryształ pamięci i materiały informacyjne. ☺

Rozmawiała: KATARZYNA SUPA



Pamietajomnie.pl
ul. Młyńska 12, 60-386 Poznań
☎ +48 664 935 293, +48 730 332 169
✉ szymonp@daliborn.pl
✉ dawidg@daliborn.pl
www.pamietajomnie.pl,
www.zniczypamieci.pl



5 rad jak dobrze prosperować (a nie tylko przetrwać) w branży pogrzebowej

Jak będzie wyglądała branża funeralna za 10 lub 20 lat? Trudno powiedzieć. Wystarczy pomyśleć, że 20 lat temu nie było ani Internetu, ani wyszukiwarki Google, ani nawet telefonów komórkowych, z których dziś korzystamy w sposób tak naturalny, jakby były z nami od zawsze. Patrząc na to, jak bardzo zmieniła się branża pogrzebowa przez ostatnie 20 lat, możemy spodziewać się, że w przeciągu kolejnych będzie podobnie – zmieni się branża, zmienią się klienci domów pogrzebowych. Podpowiadamy jak się na to przygotować.



1. Stwórz wizję przyszłości twojej firmy

W historiach sukcesu wielu marek pojawia się wątek silnej wizji lub przeczucia, które towarzyszyło właścicielowi marki zarówno przy jej narodzinach, jak i przez cały czas jej funkcjonowania na rynku. Ty również powinieneś wytyczyć sobie cel na przyszłość, zwiualizować go i podążać ku jego realizacji.

Jak to zrobić?

Porozmawiaj ze swoimi pracownikami o perspektywach branży funeralnej i o tym, jak widzicie przyszłość Waszej firmy za 5, 10 i więcej lat – do czego dążycie, co wyróżni Was na rynku, co powinni o Was mówić inni, jakie wartości reprezentujecie. Spójrzanie z różnych perspektyw z pewnością będzie inspirujące. Spisz wszystko w jedną całość prosto z serca, tak jak czujesz. Unikaj oczywistych oczywistości w stylu: „Będziemy liderem w nowoczesnych pochówkach i kremacjach, oddanym służbie rodzinom zmarłych, wiernym zasadom etycznym”. Następnie sprowadź wizję do jednego inspirującego i zrozumiałego dla wszystkich zdania – misji. Dobrze sformułowana misja (manifest / credo firmy) powinna być niczym Gwiazda Polarna wskazująca drogę wszystkim pracownikom w czasie wy-

konywania ich codziennych obowiązków i podejmowania przez Ciebie decyzji biznesowych. Zainspiruj się – misja Ford Motor Company z 1904 roku brzmiała „Sprawić, by samochód stał się dobrem powszechnym”.



2. Zajmij miejsce kierowcy, nie pasażera

Kiedy prowadzisz samochód, chcesz widzieć, co znajduje się przed Tobą, za Tobą, obok Ciebie i oczywiście w tak zwanych martwych polach. Taką samą zasadę powinieneś przyjąć, prowadząc dom pogrzebowy. Bądź jak kierowca – sprawdzaj wszystkie lusterka. Mając świadomość historycznych korzeni swojej firmy, jednocześnie patrz w przyszłość. Nieustająco zaznajamiasz się z najnowszymi trendami i konkurencją w okolicy.

Jak to zrobić?

Zaplanuj w swoim kalendarzu (każdego miesiąca, tygodnia, a nawet dnia) czas na przegląd informacji o trendach na rynku, analizę sprzedaży usług w ubiegłym roku i miesiącu. Nie zapomnij sprawdzić, co słychać u konkurentów. Zweryfikuj, czy jesteś wierny swojej wizji i misji. Jeśli nie, staraj się wrócić na właściwe tory.



3. Zmierzaj konsekwentnie w wyznaczonym kierunku

Podejmowanie decyzji w stresie, desperacji lub euforii nie prowadzi do niczego dobrego. Pamiętaj, że w prowadzeniu biznesu nie chodzi o ściganie się, lecz o stałe tempo rozwoju. Często domy pogrzebowe albo hurraoptymistycznie wdrażają nowe produkty i usługi, albo nie wdrażają ich wcale.

Jak to zrobić?

Kiedy planujesz duże zmiany w prowadzonym biznesie, daj sobie czas na przemyślenie wszystkiego. Nie rzucaj się na głęboką wodę bez zastanowienia, ale nie popadaj też w marazm. Wszystko potrzebuje swojego czasu.



4. Bądź otwarty na to, co nowe

Tkwienie w utartych schematach i negowanie nowych pomysłów zanim, jeszcze się rozwiną, to zabójcy numer jeden dla rozwoju Twojej firmy. Bądź więc otwarty. Słuchaj, co mówią Twoi pracownicy. Małe i nieznaczące pomysły mogą w przyszłości stać się filarem Twojej działalności i wyróżniać Twoją firmę na rynku.

Jak to zrobić?

Spotykaj się regularnie co miesiąc ze swoimi pracownikami, by dzielić się spostrzeżeniami i nowymi pomysłami. Przekształcaj te pomysły w małe projekty, które potencjalnie można wdrożyć.



5. Podejmuj decyzje świadomie

To, w jaki sposób podejmujesz ważne decyzje, wpływa na kondycję Twojego biznesu. Bazujesz na swoich wcześniejszych doświadczeniach, kierujesz się przecuciem, a może polegasz na radach rodziny? Firmy, w których decyzje zapadają w oparciu o bieżące dane z rynku, mają większą szansę na sukces.

Jak to zrobić?

Wybierz stały punkt odniesienia. Mogą nim być informacje wynikające z analizy statystyk Twojej strony internetowej – dowiesz się z nich między innymi, w jaki sposób przyciągasz klientów, skąd do Ciebie trafiają i co ich interesuje. W oparciu o te dane możesz stworzyć plan kolejnych działań zwiększających przychody. 📊

Jaka będzie branża funeralna za 5, 10, 20 lat?

Pytamy przedstawicieli branży funeralnej

Produkt na miarę

CEES JANSSEN,
złotnik, CEO holenderskiej firmy Jewel Concepts

Myślę, że w przyszłych latach biznes funeralny będzie się rozwijał w kierunku coraz większej personalizacji produktów i usług. Ludzie dużo podróżują, wyszukują nowości w Internecie, uczą się innych kultur, zwyczajów. Stają się bardziej otwarci na nowości i oczekują realizacji osobistych pomysłów również w zakresie ostatniego pożegnania. Myślę, że firmy funeralne mogą te nowości przyswajać bardzo powoli, nawet w przeciągu 50 lat, ale te z nich, które chcą być liderami w swojej dziedzinie, powinny być prekursorami nowych, unikatowych produktów i usług.

Nieoczywiste trumny

JANUSZ SOŁTYS,
Zakład Kamieniarski Janusz Sołtys

Kościół katolicki rekomenduje nabożeństwo pogrzebowe nad ciałem, a nie nad prochami, co utwierdza nas w wyborze tradycyjnych pochówków. Myślę, że przyszłością branży funeralnej są oferowane przez nas podświetlane trumny. Wychodzą one naprzeciw utartym schematom i wciąż pozostają w zgodzie z tradycją pożegnań przy otwartej trumnie. Podświetlane trumny umożliwiają bardziej higieniczną formę uwidaczniania ciała w dowolnym momencie przez podświetlenie wewnętrzne, bez konieczności otwierania trumny. Ten nowy trend cieszy się już dużym zainteresowaniem poza granicami kraju. Myślę, że w perspektywie najbliższych lat umocni się również w Polsce.

Ekologiczny transport

IZABELA ŻELAZKO,
dyrektor handlowy MELEX

Obserwujemy rosnącą otwartość na nowe pomysły i wiemy, że wyobraźnia ludzka nie ma granic. Trudno jednak wyrokować, w jakim kierunku rozwinie się cała branża. Myślę, że będą to jednak produkty i usługi związane bardziej z kremacją niż tradycyjnym pochówkiem. My nieustająco rozwijamy się od 45 lat w obszarze pojazdów elektrycznych, niejako wyprzedzając modę na ekologiczne karawany. Jestem pewna, że w przyszłości będziemy proponować coraz to nowsze modele pojazdów odpowiadając, tym samym na zmieniające się potrzeby naszych klientów. Myślę, że popularność pojazdów ekologicznych będzie rosta.

Technologia przyszłości

BŁAŻEJ MESJASZ,
sales manager w firmie PRIMA-TECH

Myślę, że nieodległa przyszłość branży funeralnej będzie związana z drukiem 3D. Na wdrożeniu tej technologii skorzystają przede wszystkim producenci urn – dzięki drukarce 3D będą mogli wykonać m.in. prototypy przed procesem produkcji. Ponieważ na rynku dostępne są bardzo różnorodne filamenty do druku 3D, myślę, że nie skończy się tylko na prototypach – producenci urn będą mogli wykonać również gotową, niepowtarzalną urnę na konkretne zamówienie. Być może coraz większa dostępność drukarek 3D na rynku spowoduje, że staną się one także niezbędnym wyposażeniem domu pogrzebowego. Na drukarce 3D bez problemu możemy bowiem wydrukować elementy ludzkiego ciała: żuchwę, czaszkę, ucho, które mogą zostać wykorzystane w rekonstrukcji ciała osoby zmarłej.

Będziemy bardziej eko

JOANNA JURGA & MARTYNA OCHOJSKA,
NURN.design for death

Ze względu na malejącą liczbę gruntów oraz rosnące zanieczyszczenie środowiska znacząco wzrośnie zainteresowanie lub wręcz konieczność korzystania z ekologicznych pochówków, i mamy tu na myśli zarówno całuny i wiklinowe trumny, jak i urny, z których wyrastają drzewa bądź które rozpuszczają się w wodzie. W dobie nomadyzmu społeczeństw i życia w przestrzeni globalnej wioski obecne ceremonie oraz zwyczaje będą uważane za coraz bardziej archaiczne, a co za tym idzie pamięć o zmarłych zostanie przeniesiona w sferę wirtualną, a tradycyjne cmentarze przejdą w sferę zabytków małej architektury. Jedyne, co pozostanie niezmiennie, to chęć utrwalania i pielęgnowania pamięci o bliskich, jednak sama forma przejdzie z przestrzeni publicznej [nagrobki] do przestrzeni prywatnej [bizuteria, relikwiarze].

Jakość i serwis to podstawa

MAREK MIODOŃSKI,
marketing manager firmy MITKO

Z perspektywy producenta namiotów dla branży funeralnej mogę powiedzieć, że w przyszłości liczyć się będą produkty solidne, trwałe, najwyższej jakości. Myślę, że właściciele domów pogrzebowych będą również zwracać uwagę na to, czy kupując produkt, mogą liczyć także na odpowiedni serwis. Wiele uwagi poświęcą też na sprawdzenie komfortu użytkowania – na przykład na wygodę transportu, możliwość łączenia namiotów, montażu bezprzewodowego oświetlenia. Jeśli chodzi o wzornictwo, dominować będą klasyczne, proste formy bez zbędnych ozdób – falban z lamówkami, złocień. Ciemne kolory ustąpią szarości, écru i bieli.

Profesjonalizm na każdym kroku

IWONA ŚWITKOWSKA,
prokurent HYGECO Polska
PIOTR BARCZAK,
instruktor Tanatopraksji i Tanatokosmetyki
HYGECO Polska

Bardziej świadomy klient i profesjonalnie wyposażony zakład pogrzebowy. Taki naszym zdaniem będzie kierunek zmian na rodzimym rynku funeralnym. Z tego, co mogliśmy zauważyć w latach wcześniejszych, zmiany nie następują bardzo szybko, ale zdecydowanie ewoluują w jednym kierunku – kierunku jakości. Profesjonalnie wyposażone zakłady pogrzebowe, obsługiwane przez dobrze wyszkolony personel, własne chłodnie do przechowywania zwłok, większe lub mniejsze zaplecze prosektoryjne, estetyczne kaplice z zapleczem do organizowania konsolacji. Z biegiem lat zmieniają się też wymagania klientów odnośnie przygotowania zmarłego do pogrzebu. Żyjemy w czasach, gdzie ludzie bardzo zwracają uwagę na swój wygląd. Kobiety dbają o staranny makijaż, manicure i fryzurę. Już dziś można zauważyć, że rodziny osób zmarłych oczekują wyższego poziomu przygotowania ciała niż w latach ubiegłych. Zabiegi tanatokosmetyki i tanatopraksji powinny stać się standardem w nowoczesnej firmie pogrzebowej.

Makijaż pośmiertny w stylu: jeden kolor podkładu dla wszystkich ciał, grubo i szczelnie przykrywający twarz, będzie nie do pomysłenia. Wyrzedzając wymogi rynku, już teraz można zadbać o profesjonalne wyszkolenie siebie lub swoich pracowników w kierunku makijażu pośmiertnego i tanatopraksji.

Najbliższa dekada to również więcej kremacji. Z pewnością powstaną nowe krematoria oraz zmienią się trendy we wzornictwie urn. Klient będzie się starał podkreślić indywidualność i niepowtarzalność osoby zmarłej poprzez oryginalną urnę. Myślę, że wraz z biegiem lat oprócz gustów będzie zmieniała się również nasza świadomość i spojrzenie na religię oraz tematy ostateczne.

Nowoczesny e-marketing

PIOTR PALIŃSKI,
menadżer marketingu PLASTMET

Myślę, że branża funeralna w przeciągu najbliższych lat nie ulegnie diametralnej zmianie. W chwili obecnej wzornictwo i kolorystyka, które panują w naszym środowisku, są wystarczająco bogate, aby zaspokoić każdą zainteresowaną osobę. W przyszłości styl akcesoriów funeralnych zmieni się i będzie coraz większy popyt na wzory proste i nowoczesne. Modny styl ekologiczny na pewno stanie się wszechobecny. Nowoczesne metody promocji i sprzedaży na pewno będą miały większe znaczenie niż w chwili obecnej. Social media i sklepy internetowe będą coraz częściej spotykanym zjawiskiem.

Więcej otwartości

DAWID GÓRALSKI,
kierownik regionalny
PAMIĘTAJ O MNIE

Myślę, że w perspektywie 5 lat branża usług związanych z pochówkiem ludzi nie zmieni się znacząco. Natomiast za 5 lat zdecydowanie wzrośnie świadomość potrzeby godnego pożegnania z ukochanym pupilem. Ludzie będą poszukiwać usług związanych z kremacją zwierząt i upamiętnieniem ich pamięci. Za 10 lat będziemy gotowi na organizację targów łączących oba obszary – pożegnanie zwierząt i pożegnanie ludzi. Pojawi się więcej firm oferujących tego typu usługi, na rynku będą dostępne nowe produkty w tym obszarze. Zostanie również uregulowana kwestia cmentarzy dla zwierząt. Normą będzie organizacja parków pamięci dla zwierząt w każdym dużym mieście. Być może już wtedy pojawią się hologramy pupili zamiast tradycyjnych pomników. Myślę, że za 20 lat sprawą zupełnie naturalną będzie to, że ukochany pupil będzie mógł spocząć obok zmarłego właściciela.

Akcent na indywidualność

BARTOSZ WOJTKOWIAK,
kierownik projektu,
Platforma Funeralna FUNER.com.pl

Sądzę, że najbliższym czasie można się spodziewać dalszego wzrostu liczby kremacji oraz rosnącej popularności usług związanych z opieką nad grobami i międzynarodowym transportem zmarłych. Rynek cały czas będzie weryfikował zasadność istnienia zakładów pogrzebowych, nie dopasowujących jakości swoich usług do standardów, które na przestrzeni ostatnich lat uległy znacznej poprawie. Za 20 lat z pewnością zwiększy się indywidualność oferty firm pogrzebowych, gdyż coraz wyraźniej widać, jak cenne są wszelkie nowości pozwalające spersonalizować uroczystość i nadać ceremonii żałobnej wyjątkowy charakter, związany z konkretną osobą czy lokalną tradycją. Przez najbliższe lata, bez wątpienia, wzrośnie również rola internetu w branży, gdyż młodsze pokolenia będą samodzielnie poszukiwały w sieci informacji oraz porównywały oferty firm na rynku pogrzebowym tak, jak to robią na co dzień w innych życiowych sytuacjach.

REKLAMA



Hygeco Polska jako jedyny organizator kursów dla branży funeralnej spełnia standardy państwowej certyfikacji usług szkoleniowych.
Od wielu lat kompleksowy dostawca wyposażeniadla branży funeralnej.

HYGECO POLSKA Sp. z o.o.
ul. Partyzantów 34
05-092 ŁOMIAŃKI

tel. +48 22 751 37 44
fax +48 22 751 08 15
e-mail: info@hygeco.com.pl

tanie i oryginalne urny

Szeroki wybór urn znajdziesz w sklepie Internetowym
www.tanatopraksja.pl



komory chłodnicze

dotacje unijne i leasing - zadzwón 22 751 37 44

podświetlane wystroje kaplic

duży wybór środków dezynfekcyjnych

Zmiany oznaczają nowe szanse

Branża funeralna podlega transformacji niemal w każdym kraju na świecie. Czy wszędzie zmiany postępują w ten sam sposób? Jakie wyzwania stoją przed branżą i jaka będzie ona w przyszłości?



FOTO: ARCHIWUM PRYWATNE

O branży funeralnej na świecie rozmawiamy z panią **TERESĄ SAAVEDRA**, prezydentem **MIĘDZYNARODOWEJ FEDERACJI ORGANIZACJI I FIRM POGRZEBOWYCH FIAT-IFTA**, która skupia firmy funeralne z ponad 80 krajów świata, wspiera ich rozwój, dbając jednocześnie o zachowanie tradycji pogrzebowych

Jaka jest branża funeralna na świecie? Czy można wskazać kraje, które przodują w nowościach i te, które są bardziej tradycyjne?

Myślę, że są pewne wartości wspólne dla całej branży funeralnej, niezależnie od kontynentu czy kraju. Są to: zaangażowanie, troska i świadomość, że wszyscy pracownicy w tej branży powinni jak najlepiej służyć rodzinom w trudnym momencie pożegnania najbliższych, oferować jak najlepszą jakość usług, realizować życzenia dotyczące ostatniego pożegnania, a nawet czasem je wyprzedzać, proponując najlepsze rozwiązania. Ponadto, myślę, że w branży jest coraz większa świadomość wszystkich możliwych praktyk, które stają się bardziej zrównoważone – czynnik ludzki pozostaje w równowadze z osiągnięciami technologii.

Trudno jest wskazać konkretne kraje celujące w nowych produktach, określić, które są bardziej nowoczesne, a które bardziej tradycyjne. Wynika to z tego, że każdy kraj posiada własną specyfikę kultury pogrzebowej, własną tradycję, która nie zanika zupełnie pod wpływem nowych zjawisk. We wszystkich krajach pojawiają się nowoczesne, innowacyjne rozwiązania, przy jednoczesnym zachowaniu ich tradycji. Na przykład Chiny znalazły rozwiązanie problemu kurczącej się powierzchni i wzrostu populacji między innymi poprzez tworzenie pięknych cmentarzy urnowych, utrzymanych jednak zgodnie z ich tradycją. W Mongolii współczesna koncepcja cmentarzy oraz ceremonii pogrzebowych czerpie z dawnego zwyczaju „izolowania zmarłych na otwartej przestrzeni”. W Ameryce Łacińskiej wzrost popularności kremacji w jednych rejonach kontrastuje z bardzo tradycyjnymi pochówkami i zwyczajami pogrzebowymi w innych, natomiast w Ameryce Północnej w opozycji do „ckliwych staroświeckich ceremonii” intensywnie rozwija się trend związany z „personalizacją” ceremonii pogrzebowych.

Jakie wyzwania stoją przed branżą funeralną w najbliższych latach?

Myślę, że w ciągu najbliższych lat branża funeralna będzie musiała zmierzyć się z wieloma wyzwaniami. Jestem przekonana, że oznaczają one tak naprawdę szansę dla nas wszystkich, by zmierzyć się ze zmieniającymi się wartościami i poglądami na śmierć, nie tracąc przy tym tego, co ważne: tradycji, kultury

i podstawowych wartości. Coraz większa mobilność ludzi, rozwijające się technologie przekładają się na powstawanie nowych przekonań związanych z pochówkiem. Rosnąca ilość kremacji i stopniowe zanikanie tradycyjnych rytuałów z pewnością wpłyną na transformację branży. Osobiście uważam jednak, że te zmiany nie spowodują porzucenia wartości, które budują tożsamość branży pogrzebowej, a są to szacunek i troska. Wartości te muszą pozostać nienaruszone. Powinien się nimi kierować każdy pracownik branży funeralnej i okazywać je zarówno zmarłemu, jak i jego najbliższym.

FIAT-IFTA stoi na straży dziedzictwa kultury pogrzebowej, ale jednocześnie wspiera rozwój firm funeralnych. Co zyskują polskie firmy, przystępując do federacji?

Nieocenioną korzyść stanowi dołączenie do światowej rodziny firm funeralnych i nieustanna wymiana wiedzy w gronie profesjonalistów. Pozwala to wszystkim członkom federacji czerpać inspiracje z najlepszych praktyk. Ponadto nie ma innej organizacji branżowej działającej jako Międzynarodowa Organizacja Pozarządowa ze Statusem Konsultacyjnym przy Radzie Społecznej i Gospodarczej (ECOSOC) ONZ oraz przy Komitecie Niematerialnego Dziedzictwa Kulturowego UNESCO.

Jestem przekonana, że członkowie federacji mogą się wiele nauczyć od polskich przedsiębiorców pogrzebowych,

czerpać z ich doświadczeń i wizji przyszłości, natomiast doświadczenia profesjonalistów z całego świata mogą wzbogacić polską branżę. Tak dzieje się w przypadku wszystkich członków federacji – wzajemnie inspirujemy się do rozwoju.

W lutym 2017 roku rozpocznie działanie Międzynarodowy Program Wymiany FIAT-IFTA dla studentów i pracowników firm pogrzebowych. Jest on rezultatem współpracy między federacją FIAT-IFTA i OFSA Stowarzyszeniem Firm Funeralnych z Ontario. To bardzo ciekawa inicjatywa. Czy program będzie rozwijany również w innych krajach?

Tak, program będzie poszerzany o kolejne zainteresowane organizacje branżowe z całego świata. Zachęcamy wszystkie firmy do zaangażowania się w ten program, którego celem jest szerzenie wiedzy branżowej oraz znajomości samej branży, a także zapewnienie profesjonalnej kadry dla domów pogrzebowych, krematoriów, prosektoriów. Podczas targów MEMENTO Poznań miałam okazję rozmawiać z kolegami z Polski i wyjechałam z targów bogatsza o istotny wgląd w polską branżę funeralną, zachodzące w niej zmiany i wizję dalszego podnoszenia standardów pracy na rzecz społeczności. Mam nadzieję, że te rozmowy zaowocują w przyszłości. 

Rozmawiała: KATARZYNA SUPA

REKLAMA



Katafalki
pod trumny

Znicze
Gazowe

Podstawy
pod urny

www.topmetalfunerals.pl



**ZNICZE
GAZOWE**

**KATAFALKI
POD TRUMNY**

**PODSTAWY
POD URNY**





Adres: ul. Niewodniczańskiego 19 A, 30-698 Kraków

Telefon: 509 241 588, 793 178 871

E-mail: kontakt@topmetalfunerals.pl

LINDNER CALENDAR 2017



Niech o tobie mówią!

Znane powiedzenie związane z biznesem i marketingiem mówi „wyróżnij się albo zgiń”. Firma Lindner konsekwentnie wdraża je w życie. Przygotowywany przez nią co roku kalendarz budzi kontrowersje, ale czy potraficie wymienić, bez zastanowienia, inną markę trumien?

FOTO: FACEBOOK.COM/KOTLOWNIASTUDIOCOM/

Kalendarz to jeden z przejawów oryginalnej strategii promocji firmy Lindner, wyraz dystansu do promowanych produktów

FOTO: JACEK SZYMAŃSKI / JACEKSZYMAŃSKI.PL

Skrajnie różne opinie na temat Kalendarza firmy Lindner bezsprzecznie zapewniają rozgłos i rozpoznawalność marki nie tylko na rodzimym rynku, ale również za granicą – w Japonii, Kanadzie, Niemczech czy Stanach Zjednoczonych. Firma pozostaje konsekwentna w swoich oryginalnych, jak na branżę funeralną, działaniach promocyjnych – zaczęło się od hasła „Lindner – trumny, w których wyglądasz jak żywy”, potem narodził się kalendarz, a niedawno firma została fundatorem nagród w konkursie literackim, którego motywem przewodnim było piękno życia. Zwycięzcy literaci zostali nagrodzeni trumnami firmy Lindner. Ten odważny i błyskotliwy pomysł odbił się echem nie tylko w mediach, ale również w lokalnej społeczności.

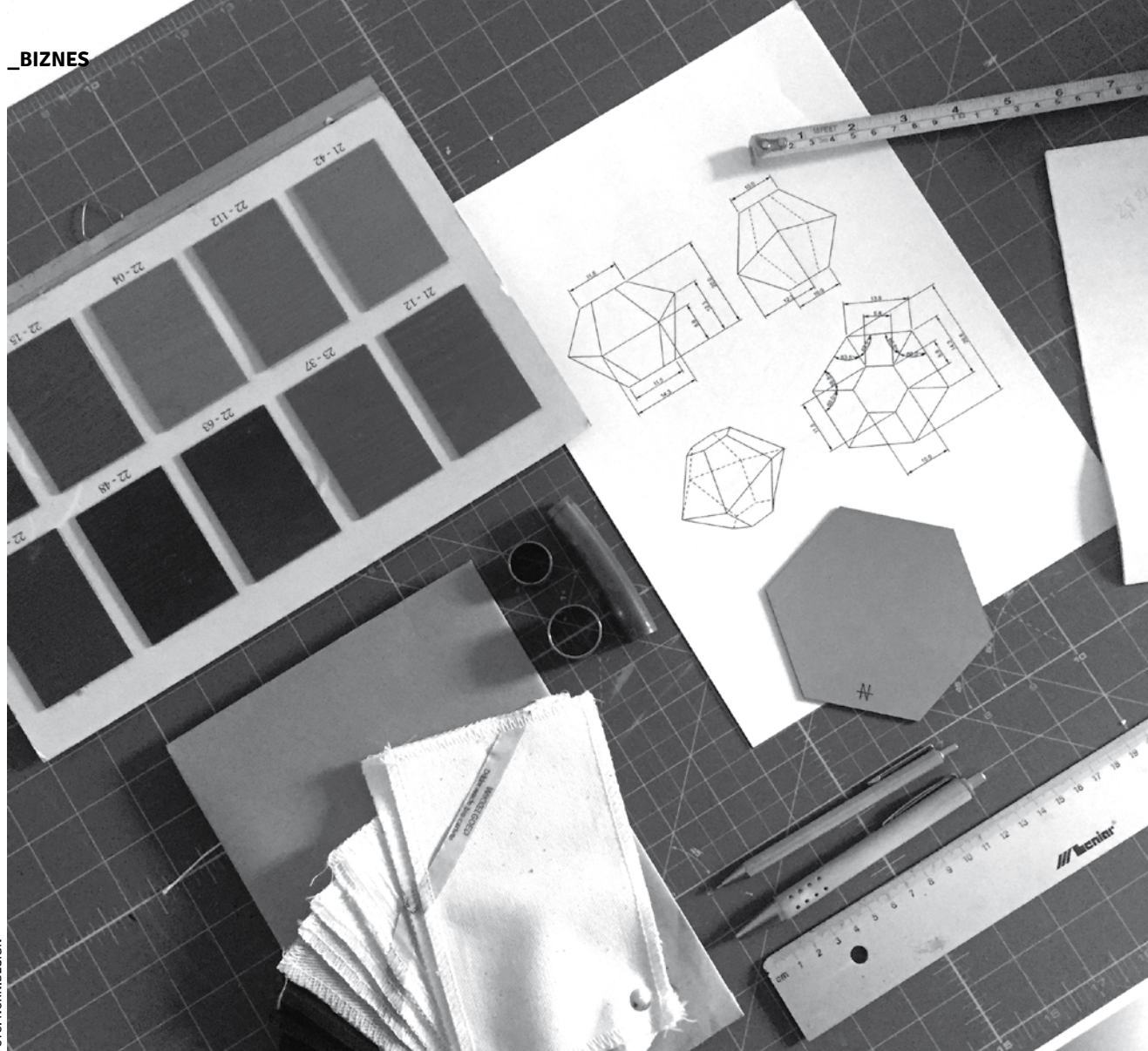
– Jeśli wytwarzamy dobry produkt, to zależy nam, aby nasi odbiorcy wiedzieli, że tak jest. Kalendarz Lindner z jednej strony jest corocznym wydarzeniem dla osób niezwiązanych z branżą funeralną, a z drugiej strony ma duży wpływ na świadomość marki Lindner wśród naszych obecnych klientów i potencjalnych obiorców – mówi Zbigniew Lindner, założyciel firmy ZDP Lindner

Pierwszy kalendarz reklamujący Zakład Przemysłu Drzewnego Lindner pojawił się w roku 2010. Od tej pory co roku jego motywem przewodnim jest inny temat. Piękne modelki pozujące obok wyjątkowych trumien były już stylizowane na wojowniczkę, nimfy i panny młode. Kalendarz opowiadał również o relacjach damsko-męskich,

czasach prohibicji oraz nawiązywał do piłkarskiego Euro 2012. W roku 2017 firma Lindner ogłosiła: „Koniec ze średniowieczem! Rozbieramy Panią Śmierć!” i postanowiła oswoić Panią Śmierć przedstawiając ją jako część życia. Inspiracją do tegorocznego Kalendarza Lindner była sztuka, poezja i muzyka. Dyrektorem artystycznym sesji był Robert Trojanowski, zdjęcia do kalendarza wykonało Kotłownia Studio (facebook.com/kotlowniastudiocom/) natomiast photo documentary Jacek Szymański (jacekszymanski.pl).

– Wsluchaliśmy się w utwór „Śmierć i dziewczyna” Franza Schuberta, sięgnęliśmy do greckiej mitologii, czytaliśmy, co o śmierci mówili: Staff, Van Gogh, Seneka. Przede wszystkim zadaliśmy sobie jednak pytanie: dlaczego ciągle boimy się kostuchy z kosą, a więc wizerunku śmierci, który powstał tysiąc lat temu? – mówią autorzy kalendarza.

Specjaliści ds. reklamy komentując temat Kalendarza podkreślają, że erotyka, seksualność i śmierć to motywy, które, również w połączeniu, od zawsze występują w kulturze. Od wieków budzą ciekawość, niepokój, kontrowersje. Są więc na pewno dobrym sposobem na przyciągnięcie uwagi. W reklamie wykorzystują je najczęściej firmy wyznające zasadę, że nie ważne jak o nas mówią, ważne, żeby w ogóle mówili. Specjaliści poddają jednak w wątpliwość oddziaływanie takiej kampanii na reputację marki a w konsekwencji opłacalność takich działań, ale skoro Kalendarz Lindner ukazuje się po raz kolejny, a firma ma się dobrze, musi to oznaczać, że odważna kampania promocyjna przynosi oczekiwany efekt. ©



Ewolucja nie rewolucja

Czy branża pogrzebowa potrzebuje projektantów?

Zwiedzając targi funeralne we Włoszech, Holandii czy Hiszpanii, można odnieść wrażenie, że polska branża pogrzebowa zahibernowała się w bezpiecznej przestrzeni znanych schematów oraz utartych wzorów.

Oczywiście ze względów ekonomicznych nieustająco rośnie ilość kremacji, ze względów politycznych zmienia się podejście do ekshumacji, a konkursy poświęcone designowi coraz częściej promują projekty dedykowane funeraliom. Można jednak odnieść wrażenie, że trendy ze świata, takie jak biopochówki, indywidualizacja urn czy trumien, przenoszenie pamięci o zmarłych do przestrzeni wirtual-

nej nas nie dotyczą, a ich wpływ na lokalną branżę jest znikomy.

ROZPOZNAĆ POTRZEBY ODBIORCÓW

Niezmiennie obserwujemy podejście, że dopóki tradycyjne modele urn czy trumien się sprzedają to po co cokolwiek zmieniać i ryzykować. Bardzo często duzi gracze są w sta-

nie zaproponować nowoczesne wzornictwo i rozwiązania technologiczne dla swoich zachodnich partnerów, nie prezentując ich nawet na rynku lokalnym, wychodząc z założenia, że nie będzie na to zbytu. Jednak jako projektant, osoba bacznie obserwująca trendy, prowadząca warsztaty i przede wszystkim rozmawiająca z ludźmi na tematy związane ze śmiercią, coraz częściej dostrzegam rozmijanie się oferty z potrzebami odbiorców. Branża zdaje się nie dostrzegać, że ludzie, którym przychodzi chować rodziców czy dziadków to obywatele świata, którzy już większość życia spędzili w wolnym kraju, podróżując i stając w kontrze do tradycyjnych konserwatywnych wzorów zachowań swoich przodków. To świadomi konsumenci, którzy szukają zadowalających ich rozwiązań, jeśli nie na rynku lokalnym, to w Internecie i za granicą.

ODMROZIĆ BRANŻĘ

W naszym kraju panuje przekonanie, że domy pogrzebowe się dziedziczy, branża często nazywana jest mafią, do której przebić się z zewnątrz jest niezwykle trudno. Moje doświadczenie jest jednak zgoła inne – ludzie, których poznałam i z którymi pracuję, starają się jak mogą podnosić jakość i często po omacku szukają rozwiązań, które mogłyby choć o milimetry przybliżyć nas do standardów Zachodu. To prawda, że z zewnątrz branża sprawia wrażenie skostniałej, jednak nie brakuje ludzi, którzy śledzą trendy, jeżdżą na targi i podejmują ogromny trud odmrożenia lokalnego rynku.

Oczywiście również rynek globalny dzieli się na dwa światy. Pierwszy to projektanci wizjonerzy, którzy w swoich odjechanych pracowniach tworzą koncepcje nie tylko futurystyczne, ale często oderwane od rzeczywistości i możliwości produkcyjnych, prezentowane na konkursach i TEDach. Drugi to przestrzeń producentów bacznie obserwujących tych pierwszych, ale przekładających to na możliwości produkcyjne i rynkowe, odzwierciedlające potrzeby zarówno klienta, jak i środowiska czy lokalnego prawa.

WYKREOWAĆ MARKĘ

Targi w Holandii pokazały, że wzornictwo ekologiczne jest przyszłością, a indywidualizowanie produktów koniecznością. Rynek Beneluksu jest świetnym przykładem współpracy projektantów z producentami, gdzie pomysły są przekładane na realne projekty, które mogą służyć odbiorcy, przyrodzie, a także gospodarce. Duże wrażenie robiło przygotowanie wizualne marek, czyli branding, jak i ekspozycja produktów na stoiskach, poprzez zaangażowanie w ochronę środowiska, kończąc na umiejętnościach sprzedażowych. Żaden kontakt, który nawiązałam, nie pozostał bez odpowiedzi, firmy chętnie dzieliły się wiedzą, historią i pasją do tworzenia produktów na najwyższym poziomie. Nie ukrywam, że takie podejście jest godne pozazdroszczenia i naśladowania. Na targach można było obserwować nie tylko dystrybutorów szukających nowych produktów, producentów obserwujących trendy, ale także zwykłych ludzi w podeszłym wieku, świadomie wybierających urny czy trumny, w których chcieliby zostać pochowani.

ZBUDOWAĆ PODSTAWY SUKCESU

Projekty designerów bardzo często są oderwane od rzeczywistości, ponieważ bez wsparcia producentów i przedsiębiorców powstają koncepcje hipotetyczne,

nieoparte ani potrzebami, ani możliwościami wdrożenia, tak samo producenci niewychodzący poza schemat sprawdzonych rozwiązań z czasem zostają w tyle galopującego rynku. Oczywiście można spojrzeć na to okiem sceptyka i stwierdzić, że w Polsce prawo pogrzebowe nie zmieniło się od końca lat pięćdziesiątych, każda władza unika jakiegokolwiek polemiki z branżą pogrzebową, a klient w sytuacji, jaką jest strata bliskiej osoby i tak wybierze coś z oferty najbliższego domu pogrzebowego, nie patrząc ani na wzornictwo produktu, ani na identyfikację marki. Myślę jednak, że na przykładzie aglo-

Wzornictwo ekologiczne jest przyszłością, a indywidualizowanie produktów koniecznością

meracji, jaką jest Warszawa, możemy śmiało stwierdzić, że coraz większa rzesza odbiorców jest świadomymi konsumentami, a jak wiemy Polak potrafi i w sytuacji, gdy nie znajdzie tego, czego szuka, robi to po swojemu. Znana jest sytuacja, gdy klient nie znalazł satysfakcjonującej go nowoczesnej urny i pochował ojca architekta w granitowej minimalistycznej doniczce. A jeśli wola zmarłego będzie wykraczać poza nasze prawo i możliwości domów pogrzebowych, determinacja w dążeniu do spełnienia ostatniej woli zaowocuje przewiezieniem prochów za granicę (przykładem są podniebne pochówki z użyciem lateksowych balonów – Holandia obsługuje w tym zakresie zarówno Wielką Brytanię, jak i Niemcy).

Jestem również świadoma faktu, że wielu projektantów po ukończeniu Akademii Sztuk Pięknych jest przekonanych o tym, że będzie tworzyć kolejne projekty lamp bądź krzesel, nie szukając dla siebie innych branż, gdzie mogliby się realizować. Tak samo jak producenci nie wiedzą, gdzie szukać projektantów chcących współpracować i współtworzyć branżę, której wszyscy z zewnątrz się trochę boją. I tu polecam Instytut Wzornictwa Przemysłowego w Warszawie, który od lat działa jako katalizator pomysłów i łącznik między przedsiębiorcami a projektantami. Organizuje szkolenia dla obu stron, audyty i jest w stanie każdej firmie doradzić projektantów z doświadczeniem, chcących podejmować współpracę w przeróżnych zakresach, a design funeralny nie jest tu żadnym wyjątkiem.

Dlatego też myślę, że branża pogrzebowa potrzebuje designu, tak samo jak projektanci potrzebują tej branży. Istnieje tu bardzo duże pole do popisu dla każdej ze stron, aby po pierwsze – otworzyć się na zmiany, nowe projekty i rozwiązania oraz zaryzykować wyjście ze swojej strefy komfortu, a po drugie – tworzyć projekty nie rewolucyjne, które na rynku polskim będą czekać na swój czas latami, lecz ewolucyjne, które wspomogą zmiany w nienachalnym i delikatnym sposób. 

JO JURGA, NURN.DESIGN

Kwiaty nie tylko z kwiaciarni

Profesjonalna obsługa florystyczna uroczystości pogrzebowej – wystrój kaplicy, dekoracja trumny czy urny oraz kompozycje kondolencyjne stanowią doskonałe uzupełnienie wachlarza usług oferowanych przez dom pogrzebowy.



FOTO: SERWIS PRASOWY POLSKIEJ SZKOŁY FLORYSTYCZNEJ

O tym, dlaczego zakłady pogrzebowe powinny zainteresować się florystyką funeralną i rozwijać swoje usługi również w tym kierunku, rozmawiamy z **MAŁGORZATĄ BUKALSKĄ**, dyrektorką Polskiej Szkoły Florystycznej

Jestem pod ogromnym wrażeniem pokazów przygotowanych przez Polską Szkołę Florystyczną w trakcie poznańskich targów funeralnych MEMENTO. Wielość i różnorodność materiałów użytych w kompozycjach funeralnych zaskakuje i inspirowa. No właśnie, mówimy o florystyce funeralnej czy pogrzebowej?

Jestem zdania, że obu pojęć możemy używać zamiennie. Kiedyś określenie florystyka funeralna wszystkich dziwiło i nikt nie wiedział, co to tak naprawdę znaczy, a dziś wszyscy wiemy, że stawiamy znak równości między określeniami „funeralna” a „pogrzebowa”. Uważam jednak, że pogrzebowa florystyka jest mimo wszystko składową tej funeralnej i raczej nazwałabym ją nie pogrzebową, a żałobną, czyli postawiłabym znak równości między florystyką funeralną a żałobną, bowiem w nich zawarta jest tematyka florystyki pogrzebowej, funeralnej oraz „ku pamięci”, czyli „ad memoriam”.

Jakie kwiaty stosować w kompozycjach żałobnych – żywe czy sztuczne?

Tak naprawdę musimy zwracać uwagę na to, czego życzy sobie klient. Musimy jednak pamiętać o tym, że klient zamawia to, co mu oferujemy. Zwłaszcza w tak trudnym i często traumatycznym czasie jak strata ukochanej bliskiej osoby, klient jest w stanie przezwyciężyć i zgodzić się na wszystko. Po stronie florysty lub domu pogrzebowego leży obowiązek zaproponowania

produktu na wysokim poziomie, w rozsądnej cenie. Niezależnie od tego, czy użyjemy kwiatów żywych czy sztucznych, powinniśmy kłaść nacisk na jakość wykonania kompozycji, jej perfekcyjne wykończenie. Osobiście jestem zwolenniczką kwiatów żywych, ponieważ są niepowtarzalne. Jeśli ktoś chce sprawić przyjemność obdarowanej osobie i chce być niepowtarzalny, to ofiaruje właśnie kwiaty żywe. Przy użyciu tych samych kwiatów można uzyskać zupełnie różne i wyjątkowe kompozycje, pomimo stosowania podobnych technik florystycznych i zasad kompozycyjnych. Na rynku jest jednak coraz więcej doskonałej jakości kwiatów sztucznych, które niemal idealnie naśladują kwiaty żywe i oddają ich piękno. Nie mogę powiedzieć, że korzystanie z kwiatów sztucznych to zły pomysł, ale mimo wszystko w Polskiej Szkole Florystycznej zachęcamy do stosowania kwiatów żywych oraz suszu, który jest wspaniałą alternatywą dla kiepskiego plastiku.

Czy nie ma w tym również pewnej symboliki? Kwiaty świeże przemijają, podobnie jak przemija ludzkie życie, a poprzez przynoszenie świeżych kwiatów pokazujemy, że pamięć o zmarłym się odradza.

Taka filozofia bardzo mi się podoba.

Zainteresowani mogą skorzystać ze specjalnego szkolenia z zakresu florystyki funeralnej. Polska Szkoła Florystyczna organizuje je jako jedyna w Polsce.

Jest to jedyne tego typu szkolenie nie tylko w Polsce. Z tego, co wiem, nie ma takich szkoleń również u naszych sąsiadów w Niemczech czy na Białorusi. Zainteresowanie naszym programem szkoleniowym świadczy o tym, że jest ono jak najbardziej potrzebne. Jest to mój autorski, pilotażowy projekt. Wymyśliłam tę specjalizację w oparciu o obserwację rynku i kierunków,

w których się rozwija. Jest to szkolenie przeznaczone nie tyle dla kwiaciarni, co dla zakładów pogrzebowych. Myślę, że jest to doskonałe uzupełnienie wachlarza usług oferowanych rodzinie zmarłego. Warto, by znalazła się w nim również profesjonalna obsługa florystyczna całej uroczystości – wystrój kaplicy, dekoracja trumny czy urny oraz bukiety czy kompozycje kondolencyjne. Poza tym profesjonalna oprawa florystyczna jest ściśle związana z wyborem urny czy trumny, który następuje przecież w zakładzie czy domu pogrzebowym. Dekoracja powinna całościowo z nimi współgrać, stanowić jedną całość. Kurs florystyki funeralnej w Polskiej Szkole Florystycznej uczy nie tylko tego, jak ułożyć kwiaty, ale także jak sprzedać tę usługę, i że cały proces składa się z wielu etapów – od pomysłu, przez analizę pod kątem konkretnego klienta, rysunek kompozycji, kosztorys. Uczymy więc też kontaktu z klientem, przygotowania usługi pod potrzeby konkretnego klienta.

W czasie pokazów zaprezentowanych zostało wiele różnorodnych form, w których floryści użyli bardzo oryginalnych materiałów, takich jak drut, korki od wina, włóczka, węgiel drzewny. Czy są zatem jakieś generalne zasady we florystyce funeralnej, którymi należy się kierować?

Świat wokół nas bardzo mocno się zmienia i widzimy to również we florystyce. Zawsze warto kierować się personalizacją, przygotowywać ofertę dla konkretnej osoby i konkretnych potrzeb. Starajmy się dowiedzieć, kim

był zmarły, co lubił, jakie miał ulubione kwiaty, czym się interesował, co było jego pasją, czy miał ulubiony cytat lub autora. Nie należy się bać żadnego materiału. Myślę, że nie ma żadnych granic w przygotowaniu kompozycji funeralnych. Jediną granicą jest być może to, czy dany materiał jest biodegradowalny czy też nie. W Polskiej Szkole Florystycznej staramy się na to zwracać uwagę. W naszych dekoracjach pomieszczeń

Niezależnie od tego czy użyjemy kwiatów żywych czy sztucznych powinniśmy kłaść nacisk na jakość wykonania kompozycji

związanych z ostatnim pożegnaniem używamy probówek szklanych, aby zapewnić nawodnienie kwiatów, ale w tym przypadku dekoracje nie mają połączenia z ziemią. Tam, gdzie to połączenie z ziemią ma miejsce, staramy się stosować takie materiały, techniki i metody, które są biodegradowalne.



Florysta powinien wiedzieć w jaki sposób poprzez dobór kwiatów wyrazić emocje najbliższych zmarłego

Co roku pokazy w czasie targów wyglądają inaczej, używa się innych kwiatów, innych materiałów. Mam wrażenie, że w tym roku dominuje minimalizm. Czy można mówić o trendach we florystyce funeralnej?

Jestem daleka od tego, by mówić, że są jakieś trendy. Myślę, że w pewnym sensie dobrym trendem jest to, że na pogrzeb kupuje się coraz częściej kompozycje z kwiatów żywych. Natomiast trudno mówić o konkretnych kolorach czy formach. Wyedukowane osoby starają się indywidualnie dobrać kompozycje zgodnie z zamówieniem. Kwiaty to są emocje, niesamowita doza emocji. Towarzyszą nam przez całe nasze życie i jeśli ktoś chce ofiarować komuś kwiaty w momencie ostatniego pożegnania, to również chce przekazać konkretne emocje: „kochałem cię”, „byłeś dla mnie ważny”, „będę cię wspominał”. Florysta powinien wiedzieć, w jaki sposób te emocje przekazać poprzez kwiaty i dać klientowi poczucie, że ofiarując kwiaty, ofiarowuje coś specjalnego. Między innymi również dlatego jestem zwolenniczką żywych kwiatów.

Jakie zatem rośliny stosować w kompozycjach funeralnych?

Znajomość roślin i ich fizjologii jest bardzo ważna. Nie każdą roślinę można zastosować o każdej porze

roku. Na przykład w temperaturze minusowej kwiaty tracą na wartości, niektóre bardzo szybko. Florysta powinien zachować wobec klienta pewien poziom uczciwości, nie sprzedawać konkretnej rośliny tylko ze względu na zarobek. Warto też, by florysta był doradcą klienta i potrafił zaproponować alternatywę dla oczekiwań klienta sprzecznych czy to z fizjologią roślin, czy warunkami atmosferycznymi danej pory roku.

Na polskich cmentarzach pojawiają się sporadycznie kompozycje funeralne nagrobne, które są niestandardowe, w których widać rękę florysty, chęć przekazania emocji. Z czego wynika to względnie niewielkie zainteresowanie, ze świadomości klienta czy z cen kompozycji?

W Polsce był taki moment, że zostaliśmy zasypani chryzantemami doniczkowymi. Wszystkie groby w dniu Wszystkich Świętych były ubierane w wielkie kule chryzantem. Wyparły one kompozycje zamawiane indywidualnie w kwaciarniach. Dziś świadomość i wrażliwość klientów zmienia się. Jeśli ktoś dysponuje większym budżetem, portfel odgrywa tu jednak dużą rolę, to szuka czegoś bardziej wyrafinowanego. To prawda, że oryginalne kompozycje funeralne kosztują zazwyczaj więcej, ponieważ zarówno czas pracy (przygotowanie dobrego oryginalnego wieńca zajmuje co najmniej 2 godziny) oraz materiał florystyczny są drogie. Myślę, że problem polega też na tym, że nie wszystkie kwaciarnie mają do zaoferowania coś oryginalnego i tak dochodzimy do konieczności szkoleń, które również są niestety, dość kosztowne. Myślę, że to może być powodem, tego, że osoby zajmujące się florystyką nie decydują się na rozwijanie swoich kwalifikacji. Polska Szkoła Florystyczna stara się dać szansę wszystkim zainteresowanym poprzez realizację licznych projektów unijnych. 

Rozmawiała: KATARZYNA SUPA





**polska szkoła
florystyczna**

Specjalista florystyki funeralnej

Cel szkolenia: kompleksowe przygotowanie z zakresu dekoracji żałobnych.

Czas trwania: 170 godzin zegarowych.

System nauki: zjazdowy (8 dwudniowych zjazdów – niedziela, poniedziałek oraz 1 dzień przygotowania do egzaminu)

Zakres tematyczny: program obejmuje wszystkie zagadnienia florystyki funeralnej.

Cena szkolenia: 4000 zł

(możliwość rozłożenia płatności)

Wpisowe: 200 zł

ZAPEWNIAMY:

- materiały florystyczne, skrypty szkoleniowe,
- najlepiej wyposażoną pracownię florystyczną, narzędzia
- wykwalifikowaną kadrę szkoleniową,
- szkolenie kończy się egzaminem praktycznym oceniającym zgodnie z FEUPF,
- uczestnicy szkolenia po zaliczeniu egzaminu otrzymają certyfikat z tytułem zawodowym „Specjalista z zakresu florystyki żałobnej” oraz zaświadczenie na drukach MEN.

Dla chętnych suplementy do zaświadczeń w języku angielskim.

ZAKRES SZKOLENIA

- | | |
|--|-----------|
| • MODUŁ I: wiązanki pogrzebowe i kondolencyjne | 20 godzin |
| • MODUŁ II: wieniec rzymski | 20 godzin |
| • MODUŁ III: wieńce i wiązanki w tradycji polskiej | 20 godzin |
| • MODUŁ IV: dekoracje trumny | 20 godzin |
| • MODUŁ V: dekoracje urny | 20 godzin |
| • MODUŁ VI: florystyka żałobna z wykorzystaniem kwiatów suchych, preparowanych oraz sztucznych | 20 godzin |
| • MODUŁ VII: florystyka ad memoriam | 20 godzin |
| • MODUŁ VII: obsługa klienta w zakresie florystyki żałobnej | 20 godzin |
| • MODUŁ IX: przygotowanie do egzaminu | 10 godzin |

Program nauczania jest autorskim programem opartym o wytyczne MEN w zawodzie Florysta, dostosowanym do norm i zasad edukacji europejskiej w oparciu o wytyczne Międzynarodowego Stowarzyszenia Profesjonalnych Wykładowców Florystyki FEUPF.



**polska szkoła
florystyczna**

Polska Szkoła Florystyczna, ul. Pawłowskiego 6, 60-681 Poznań
Tel. +48 609 087 226, Tel. 061 871 07 99, Fax. 061 871 07 98

sekretariat@psf.pl www.psf.pl



Personalizacja gwarantuje
niepowtarzalność
– nie należy bać się
żadnego materiału



Praca Roksaney Hernes, Polska Szkoła Florystyczna

Wieńce (nie) klasyczne

Coraz częściej we florystyce żałobnej mniej znaczy więcej. Minimalistyczna forma i ciekawy materiał florystyczny tworzą unikatowe kompozycje pełne emocji i wspomnień.

We florystyce funeralnej trudno mówić o konkretnych trendach. Coraz częściej jednak liczy się to, by podążać za indywidualnym charakterem obdarowywanej osoby i poprzez kwiaty czy też całą kompozycję wyrazić uczucia względem tych, którzy byli nam bliscy, których kochaliśmy i szanowaliśmy: wdzięczność, szacunek, bliskość, miłość, tęsknotę.

Jak pokazują prace florystów Polskiej Szkoły Florystycznej zaprezentowane w czasie targów MEMENTO Poznań 2016, nie należy bać się żadnego materiału. W minimalistycznych kompozycjach wykorzystany został korek, węgiel drzewny, włóczka, kolorowy drut. To one stanowiły tło dla pięknych kwiatów. ☺

Zaprezentowane kompozycje powstały podczas pokazów florystycznych na targach MEMENTO Poznań 2016. Magazyn „OMEGA” Idea Book dla branży funeralnej objął patronat medialny nad pokazami.



polska szkoła
florystyczna

Zapraszamy do odwiedzenia:

www.psf.pl

www.facebook.com/PolskaSzkołaFlorystyczna

Spokój i harmonia
– minimalizm też jest piękny



Praca Roksany Hernes, Polska Szkoła Florystyczna

Poprzez odpowiedni dobór materiału
florystycznego możemy podkreślić
ułatność życia



Praca Roksany Hernes, Polska Szkoła Florystyczna

Kwiaty wyrażają emocje – starajmy się dowiedzieć kim był zmarły, co lubił, jakie miał ulubione kwiaty czym się interesował, co było jego pasją, czy miał ulubiony cytat lub autora



Praca Małgorzaty Kaczor, Polska Szkoła Florystyczna



SKORZYSTAJ Z NOWYCH RESTAURACJI NA MTP!

WWW.GARDENCITY.MTP.PL



ZORGANIZUJEMY DLA CIEBIE

WSPANIAŁE PRZYJĘCIE OKOLICZNOŚCIOWE
CZY NIEZAPOMNIANY BANKIET FIRMOWY
W NOWYCH RESTAURACJACH **GARDEN CITY**.

PRZYJĘCIA PRYWATNE

- KONSOLACJE
- KOMUNIE
- URODZINY
- CHRZCINY
- JUBILEUSZE

WYDARZENIA FIRMOWE

- WIGILIE
- BANKIETY
- ROCZNICE
- SPOTKANIA
BIZNESOWE



SZEF KUCHNI TOMASZ ZDRENKA

ZWYCIĘZCA KULINARNEGO PUCHARU POLSKI 2013

WYKWINTNE MENU

ARANŻACJA PRZYJĘCIA:

- DEKORACJE
- OPRAWA ARTYSTYCZNA
- MULTIMEDIA

PAWILON 15



Gdzie warto bywać?

dobre strony



calebwilde.com

Confessions of a Funeral Director to zwierzenia przedsiębiorcy pogrzebowego z pierwszej ręki. Trzeźwe spojrzenie na branżę funeralną z trochę innej strony. Plus odpowiednia dawka ironii i humoru (często czarnego)

thefuneralcommander.com

Interesujący blog Jeffa Harbesona – trenera i doradcy biznesowego, który w swej karierze współpracował już z ponad 500 domami pogrzebowymi. Znajdziecie tu prawdziwą lawinę inspiracji

funeralzone.co.uk/blog

Znajdziesz tu porady na czas żałoby, a także inspiracje z zakresu aranżacji ceremonii pożegnania, sporo ciekawostek z brytyjskiej branży funeralnej

orderofthegooddeath.com

Interesująca strona internetowa założona i prowadzona przez przedsiębiorców pogrzebowych. O poważnych sprawach mówią z przymrużeniem oka. Mocną stroną portalu są poradnikowe filmiki

RememberMe.nl

Internetowy magazyn funeralny pełen inspiracji i porad, głównie dla najbliższych zmarłego, ale właściciele domów pogrzebowych również znajdą tu ciekawe artykuły

littlemissfuneral.com

Pamiętnik młodej właścicielki domu pogrzebowego w Nowym Jorku. Pod nickiem Little Miss Funeral kryje się 26-letnia Lauren LeRoy, która opisuje swoje przemyślenia związane z branżą pogrzebową

targi 3D Solutions



W związku z dynamicznie rosnącym zapotrzebowaniem na urządzenia do druku i skanu w technologii 3D warto odwiedzić czterodniowe wydarzenie 3D SOLUTIONS w Poznaniu. Można tu „na żywo” sprawdzić możliwości urządzeń do trójwymiarowego druku i skanu oraz technologie do wizualizacji tych procesów. Specjaliści wiodących firm chętnie podzielą się specjalistyczną wiedzą.



6-9 czerwca 2017



MIĘDZYNARODOWE TARGI POZNAŃSKIE



www.3dsolutions.mtp.pl

targi
na świecie

- **MIAMI FUNER** 📅 7-10.03.2017 📍 Miami
- **EXPO FUNERARE 2017** 📅 6- 8 .04.2017 📍 Bukareszt
- **FUNERMOSTRA** 📅 24-26.05.2017 📍 Walencja
- **PIETA DRESDEN** 📅 25-27.05.2017 📍 Drezno
- **NECROEXPO** 📅 2-4.06.2017 📍 Kielce
- **NFE FUNERAL EXPO** 📅 9-11.06.2017 📍 Stoneleigh
- **ENDEX 2017 – FUNERAL & CEMETERY SHOW** 📅 23-25.06.2017 📍 Tokio
- **AUSTRALIAN FUNERAL EXPO 2017** 📅 9.09.2017 📍 Sydney
- **NFDA CONVENTION & EXPO** 📅 29.10-1.11.2017 📍 Boston
- **FUNÉRAIRE PARIS** 📅 23-25.11.2017 📍 Paryż

czy wiesz, że?


W Polsce nie mamy aktu normalizującego produkcję i montaż nagrobków?

W różnych regionach kraju obowiązują lokalne zasady, które wynikają z tradycji, miejscowych uwarunkowań czy też, mniej lub bardziej rygorystycznie przestrzeganych, przepisów zewnętrznych. Związek Pracowników Branży Kamieniarskiej podjął się wyzwania stworzenia słownika opisującego nazwy poszczególnych części składowych nagrobka oraz stworzenia normy zawierającej wytyczne do wytwarzania i montażu nagrobków. Norma ma także ułatwić komunikację na styku producent-monter-klient, stanowiąc podstawę do rozwiązywania ewentualnych konfliktów i sporów reklamacyjnych.


W Seulu, w odpowiedzi na stale rosnącą liczbę samobójstw wśród Koreańczyków,

otwarto centrum terapeutyczne oferujące kursy o wymownej nazwie „Death Experience”. Kursanci za życia doświadczają własnej śmierci. Podczas zajęć przydzielane są im zgrzebne, białe szaty oraz własna trumna, jedna z wielu ustawionych w rzędach niczym szkolne ławki. Obok każdej trumny znajduje się małe biurko, pióro oraz papier. Kurs składa się z wykładu, wykonania zdjęć pogrzebowych, spisania ostatniej woli lub listu pożegnania do swoich bliskich, którego treść odczytywana jest na forum grupy. Gdy nadchodzi godzina śmierci, zapalane są świece, a koreański Anioł Śmierci zamyka kolejny wiek trumien. Czy kurs faktycznie działa terapeutycznie – nie wiadomo.





Liczba kremacji i krematoriów na świecie

EUROPA

Andora	★ 58,89%	■ 1
Austria	★ 42,44%	■ 13
Belgia	★ 57,44%	■ 17
Bułgaria	★ 5,08%	■ 1
Czechy	★ 80,45%	■ 27
Dania	★ 80,90%	■ 20
Finlandia	★ 49,21%	■ 23
Francja	★ 35,44%	■ 177
Islandia	★ 28,8%	■ 1
Irlandia	★ 16,63%	■ 5
Luksemburg	★ 55,34%	■ 1
Łotwa	★ 14,78%	■ 1
Holandia	★ 63,37%	■ 85
Hiszpania	★ 49,48%	■ 132
	(tylko Barcelona)	
Niemcy	★ 55,32%	■ 164 z czego 85 to krematoria prywatne
Norwegia	★ 39,69%	■ 25
Polska	★ 22%	■ 46
Portugalia	★ 50,02%	■ 20
	(tylko Lizbona)	
Rumunia	★ 0,37%	■ 4
Serbia	★ 20,09%	■ 2
Słowenia	★ 83,65%	■ 2
Szwajcaria	★ 85,44%	■ 28
Szwecja	★ 81,33%	■ 59
Wielka Brytania	★ 76,32%	■ 277
Włochy	★ 21,19%	■ 70

ŚWIAT

Argentyna	★ 25,41%	■ 95
Australia	★ 69,23%	■ 80
Brazylia	★ 5,8%	■ 43
Chiny	★ 49,5%	■ 1745
Ghana	★ 7,16%	■ 8
Hongkong	★ 91,40%	■ 6
Japonia	★ 99,97%	■ 1495
Kanada	★ 68,85%	■ brak danych
Korea Południowa	★ 80,79%	■ 57
Kuba	★ 9,02%	■ 9
Mongolia	★ 12,15%	■ 2
Nowa Zelandia	★ 72%	■ brak danych
Peru	★ 68,82%	■ 8
Rosja	★ 48,26%	■ 16
Singapur	★ 79,29%	■ 4
Tajlandia	★ 80,00%	■ 2077
Tajwan	★ 93,74%	■ 37
USA	★ 48,60%	■ 2867
Zjednoczone Emiraty Arabskie	★ 1,25%	■ 1

★ udział kremacji w pochówkach ogółem

■ ilość krematoriów w danym kraju

Dane za rok 2015

ŹRÓDŁO: PHAROS INTERNATIONAL,
THE CREMATION SOCIETY OF GREAT BRITAIN



KOMPLEKSOWO POD JEDNYM ADRESEM: www.carmen.lublin.pl

Wszelkiego rodzaju galanterię oraz dodatki pogrzebowe czy żałobne, a także ogromny wachlarz dekoracji trumiennych oraz akcesoriów potrzebnych w codziennej pracy zakładów pogrzebowych można znaleźć w bogatej ofercie firmy Carmen z Lublina.

ŚWIAT MODY POGRZEBOWEJ

Posiadamy w ofercie modne kurtki – uniwersalne, z wieloma rozwiązaniami ułatwiającymi pracę podczas ceremonii pogrzebowej. Na wiosnę proponujemy eleganckie garnitury z możliwością haftu nazwy, logo oraz wszycia lamówki w kolorze firmowym. Polecamy również praktyczne bluzy polarowe – ponad sezonowe i bardzo trwałe, które ujednolicią wizerunek załogi zakładu pogrzebowego.



ŚWIAT TABLIC POGRZEBOWYCH, OBRAZKÓW I NEKROLOGÓW

Oferujemy programy do samodzielnego wypełniania tabliczek natrumiennych, wypisywania nekrologów oraz kreatory obrazków wspomnieniowych



ŚWIAT KREACJI TRUMIENNYCH

Tworzą go pomysłowe wybicia, kapy, okucia i wszelkie ozdoby do trumien o różnorodnej stylistyce z ciekawych tkanin, taśm, koronek. Zaspokoją gusta wymagających klientów.



ŚWIAT URN I DODATKÓW DO URN

Nowością w naszej ofercie jest kapsuła na urnę (zdj. obok).

Polecamy również eleganckie pokrowce na urny oraz dekoracyjne poduszki do ekspozycji urn.

Zachęcamy do odwiedzenia strony www.carmen.lublin.pl

Tu poznasz szczegóły każdego produktu, rozmiary, kolory, etc.
i złożysz zamówienie w sklepie internetowym
(przy zamówieniu powyżej 300 zł nie ponosisz kosztów wysyłki!)



Zapraszamy!

Carmen Aneta Zdyb Wojciech Kitajewski Sp.J.
ul. Choiny 7, 20-816 Lublin
tel. 81 742 94 40, kom. 502 680 287

www.carmen.lublin.pl
carmen@carmen.lublin.pl

PRODUCENT GALANTERII I AKCESORIÓW POGRZEBOWYCH

Warto szkolić się u najlepszych

O początkach tanatopraksji w Polsce

Dzisiaj wielu przedsiębiorców pogrzebowych ma świadomość, że o sukcesie ich firmy w dużej mierze decyduje profesjonalizm pracowników wykonujących usługi. To właśnie tego profesjonalizmu uczy HYGECO POLSKA na swoich kursach tanatopraksji, tanatokosmetyki, laboranta sekcyjnego.



HYGECO POLSKA jest jedyną firmą w Polsce organizującą profesjonalne szkolenia dla służb pogrzebowych, która posiada państwową certyfikację MSUES (Małopolskie Standardy Usług Edukacyjno-Szkoleniowych), umożliwiającą ubieganie się o sfinansowanie szkoleń ze środków UE. Certyfikat MSUES jest swoistym znakiem najwyższej jakości. Na około 11 000 zarejestrowanych w Polsce firm szkoleniowych, posiadaniem certyfikatu MSUES może się poszczycić jedynie około 170 firm.

Popularność szkoleń organizowanych przez HYGECO POLSKA w ostatnich latach rośnie w związku z możliwością finansowania tych szkoleń ze środków publicznych oraz z Europejskiego Funduszu Społecznego. Ponadto doskonałą rekomendacją jest najwyższy poziom kształcenia wynikający z nieustannego doskonalenia umiejętności instruktorów prowadzących szkolenia.

KILKA SŁÓW O POCZĄTKACH TANATOPRAKSJI

Firma Hygeco Polska Sp. z o.o. jest filią francuskiej firmy Hygeco SA. Jacques Marettte, założyciel Hygeco, wprowadził do Europy kontynentalnej zabieg tanatopraksji. Było to w latach 60. XX wieku. Po odbyciu wielu praktyk po drugiej stronie kanału La Manche, opracował metodę higienicznej konserwacji zwłok i stał się autorytetem w tej dziedzinie nie tylko we Francji, ale również w Europie – przygotowywał po śmierci ciała Edith Piaf, Jeana Cocteau i Francois Mitterranda. Jest on również autorem terminu „Tanatopraksja” – nowoczesna metoda czasowej konserwacji zwłok (potocznie „balsamacja”). Był również jednym z twórców założycie-

li największej obecnie na świecie organizacji tanatologicznej FIAT-IFTA, powołanej do życia w 1970 roku w Monako. IFT – Francuski Instytut Tanatopraksji powołany w 1963 roku jako pierwsza w Europie kontynentalnej szkoła tanatoprakserów, do dziś jest ważną i opiniotwórczą instytucją w europejskim środowisku funeralnym. W Polsce po raz pierwszy pojęcie „tanatopraksja” zostało zaprezentowane podczas targów funeralnych we Wrocławiu w 1994 roku. Środowisko lekarskie natomiast zostało zapoznane z tą metodą konserwacji zwłok w 1996 r. na konferencji w Wojskowej Akademii Medycznej w Łodzi, zorganizowanej z okazji powstania firmy HYGECO POLSKA. Pod koniec lat dziewięćdziesiątych XX w. HYGECO POLSKA zaczęło organizować profesjonalne szkolenia dla branży pogrzebowej. Wśród pierwszych wykształconych adeptów tanatopraksji są m.in. patomorfolog dr Krzysztof Dach, śp. Piotr Czosnowski, Ireneusz Migdał, Piotr Bartczak, Adam Ragieli, Franciszek Maksymiuk, Gabriel Smoleński i wielu innych. Profesjonalne szkolenia HYGECO POLSKA do tej pory ukończyło blisko 800 osób. 

Więcej informacji o szkoleniach:



HYGECO POLSKA SP. Z O.O.

ul. Partyzantów 34, 05-092 Łomianki

 **+48 22 751 37 44; fax +48 22 751 08 15**

 **info@hygeco.com.pl**

www.tanatopraksja.pl

Poznaj partnerów biznesowych

Zapraszamy do zapoznania się z wizytówkami wybranych producentów trumien, akcesoriów i galanterii pogrzebowej, dostawców usług i wyposażeniadlaczmentarzy, kaplic, kościołów, domów i zakładów pogrzebowych, pro-sektoriów oraz firm oferujących usługi: szkoleniowe, informatyczne oraz przewozów międzynarodowych.



www.bongo.com.pl

BONGO MIĘDZYNARODOWE USŁUGI POGRZEBOWE

tel.: + 48 22 831 00 36, 22 635 21 93 | fax: + 48 42 630 54 00

Najstarsza i najlepiej rozpoznawana polska marka pogrzebowa na arenie międzynarodowej. Jesteśmy członkiem wielu organizacji polskich i międzynarodowych (m.in. FIAT-IFTA, EFFF). Nasz personel jest do Państwa dyspozycji przez 24 h. Wyróżnia nas m.in. szeroka gama nowych karawanów, doświadczenie personelu i odpowiednie zaplecze (chłodnie, sala sekcyjna, krematoria w Łodzi i Krakowie). Jesteśmy rzetelnym partnerem, posiadamy referencje m.in. od: Polskiego Związku Lekkiej Atletyki, Polskiego Komitetu Olimpijskiego, Ambasady Sri Lanki. Zapraszamy właścicieli firm pogrzebowych do zawarcia umowy z BONGO. Proponujemy dogodne warunki współpracy.



CARMEN Sp.J. | ul. Choiny 7 | 20-816 Lublin
tel.: +48 742 94 40 | tel. kom.: +48 502 680 287

Producent galanterii i akcesoriów pogrzebowych. Firma oferuje: okucia, wybicia trumienne, odzież dla zmarłych oraz odzież dla pracowników zakładów pogrzebowych, worki na zwłoki oraz worki ekshumacyjne, urny, poduszki pod urnę, tabliczki plastikowe i aluminiowe, nekrologi, chorągwie, dewocjonalia, oprawy na dokumenty, obrazy wspomnieniowe.



www.funer.com.pl
www.uslugipogrzebowe.com.pl

FUNER.COM.PL | BRAINBOX WOJCIECH KUDELA
ul. Śląska 53 / C203 | 81-304 Gdynia
tel. +48 501 759 267

FUNER.com.pl oraz UsługiPogrzebowe.com.pl to platformy internetowe skupiające zakłady pogrzebowe, kamieniarzy, krematoria oraz dostawców produktów i usług dla branży funeralnej. Portale służą pomocą osobom, które w sytuacji śmierci bliskiej osoby szukają kontaktu z zakładami pogrzebowymi. Funer.com.pl to również miejsce wymiany ogłoszeń i kontaktów branżowych.



www.tanatopraksja.pl

HYGECO POLSKA SP. z o.o. | ul. Partyzantów 34 | 05-092 Łomianki
tel.: +48 22 751 37 44 | fax +48 22 751 08 15
e-mail: info@hygeco.com.pl

Hygeco Polska od wielu lat jest kompleksowym dostawcą wyposażenia i szkoleń dla branży pogrzebowej. Oferuje m.in. urny – od najtańszych po najbardziej wyrafinowane, komory chłodnicze, stoły sekcyjne i oświetlenie do prosektorium, źródnicowane wystroje kaplic, duży wybór środków dezynfekcyjnych i kosmetyków.

Jako jedyny organizator kursów dla branży funeralnej spełnia standardy państwowej certyfikacji usług szkoleniowych.



www.mitko.pl

Mitko Sp. z o.o. | Osiedle 1 Maja 16G | 44-304 Wodzisław Śląski
tel.: +48 32 444 66 16
e-mail: kontakt@mitko.pl

Firma Mitko to ceniony producent namiotów pogrzebowych z ponad 25-letnim stażem. Na potrzeby branży pogrzebowej opracowaliśmy rozmiary namiotów dostosowane do wymiarów grobów: 2 x 3; 2.2 x 3.3, 2.5 x 3.75, 2.7 x 4.05 m. Nasze stelaże posiadają nawet 5 lat gwarancji. Wykonujemy dowolne nadruki reklamowe, również w kolorze złotym i srebrnym.



AKCESORIA POGRZEBOWE

www.plastmetrypin.pl

PLASTMET Sp. z o.o. | Ławy 24c | 87-500 Rypin
tel./fax: +48 54 280 75 90
e-mail: biuro@plastmetrypin.pl

Europejski lider w produkcji i sprzedaży akcesoriów pogrzebowych. Zapewniamy klientom najwyższą jakość w przystępnej cenie. Naszym celem jest tworzenie trwałych wartości, niezmiennej jakości w oparciu o tradycję i nowe technologie. Dostosowujemy ofertę do potrzeb rynku i naszych klientów.



www.firma-piechota.pl

FIRMA PIECHOTA | ul. Czereśniowa 1 | 67-400 Wschowa
tel.: +48 65 540 73 73 | tel. kom.: +48 601 591 203
e-mail: biuro@firma-piechota.pl

Jesteśmy firmą rodzinną z blisko 30-letnim doświadczeniem i marką rozpoznawalną na terenie Europy. Nasza działalność dalece wybiega poza schemat panujący powszechnie w branży funeralnej. Z powodzeniem łączymy świadczenie międzynarodowych usług pogrzebowych z produkcją wysokiej klasy trumien o niepowtarzalnym wzornictwie.



www.psf.pl

POLSKA SZKOŁA FLORYSTYCZNA | ul. Pawłowskiego 6 | 60-681 Poznań
tel. kom.: +48 697 087 226 | +48 609 087 226 | tel.: +48 61 87 10 799
fax: +48 61 87 10 798 | e-mail: sekretariat@psf.pl, psf@psf.pl

Pierwsza w Polsce zarejestrowana przez Wydział Oświaty szkoła florystyczna wydająca dyplomy uznawane w Unii Europejskiej. Autorskie programy nauczania są zgodne z wytycznymi Ministerstwa Edukacji Narodowej w zawodzie florysta oraz ze standardami kwalifikacji zawodowych i modułowych Ministerstwa Pracy i Polityki Społecznej. Dostosowane są również do norm edukacji europejskiej, zgodnie z zasadami Międzynarodowego Stowarzyszenia Profesjonalnych Wykładowców Florystyki (FEUPF). Wykładowcami szkoły są wybitni floryści.



www.topmetalfunerals.pl

TOPMETAL | ul. Niewodniczańskiego 19A | 30-698 Kraków
tel.: +48 509 241 588
e-mail: kontakt@topmetalfunerals.pl

Firma zajmuje się produkcją zniczy gazowych oraz katafalków pod trumny. Nowością w ofercie są podstawy pod urny. Katafalki, które wykonujemy są mobilne, łatwe w użytkowaniu. Zarówno znicz gazowy, jak i katafalk pod urnę mają regulowaną wysokość. Wszystkie produkty wykonane są ze stali nierdzewnej, kwasoodporne dzięki czemu są bardzo trwałe.



www.polskiestowarzyszeniepogrzebowe.pl

POLSKIE STOWARZYSZENIE POGRZEBOWE
ul. Sokołowska 4 | 01-136 Warszawa
tel.: +48 22 834 84 60 | fax: +48 22 412 17 17
e-mail: biuro@stowarzyszeniefuneralne.pl

Polskie Stowarzyszenie Pogrzebowe powstało w 1998 r. i było odpowiedzią na potrzebę integracji środowiska usług funeralnych. Zajmujemy się wszelkimi aspektami funkcjonowania cmentarzy i firm pogrzebowych. Organizujemy szkolenia, opiniujemy projekty ustaw i rozporządzeń, wydajemy periodyk DF MEMENTO. Na stałe współpracujemy z organizacjami samorządowymi.



www.vitabri.pl

VITABRI Sp. z o.o. | ul. Niewodniczańskiego 19A | 30-698 Kraków
ul. św. Rocha 89 | 42-200 Częstochowa | tel.: +48 34 3697139
e-mail: info@vitabri.pl

Producent wysokiej jakości namiotów pogrzebowych. Na rynku istnieje od ponad 30 lat i od samego początku jest ściśle związany z branżą pogrzebową. Namioty VITABRI charakteryzuje najmocniejsza konstrukcja V3 na rynku – w 100% aluminiowa. Firma wykonuje nadruki na namiotach, również w kolorze złota oraz srebra. Projekt graficzny namiotu pogrzebowego w 3D jest bezpłatny. Najlepszą wizytówką firmy są stali klienci w postaci zakładów pogrzebowych i ich pozytywne opinie o namiotach pogrzebowych VITABRI. Zapraszamy do współpracy wszystkie zakłady pogrzebowe i cmentarze komunalne.

JESIEŃ 2018

TARGI FUNERALNE
memento
P O Z N A Ń
im. Wojciecha Krawczyka

IX EDYCJA

Jedyne Targi
z rekomendacją



Targi dla przedsiębiorców z branży
pogrzebowej z najdłuższą tradycją

- 20-procentowy wzrost profesjonalnych zwiedzających
- Targi, które podążają za trendami
- Sprawdzone rozwiązania
- Atmosfera sprzyjająca kontraktom
- Udział osób decyzyjnych

**Pokaż nowości,
zaprezentuj ofertę**

**DOŁĄCZ DO
WYDARZENIA!**

W tym
samym
czasie:



Sakralia



glass
1922

Organizatorzy:



Międzynarodowe
Targi
Poznańskie



marka od 1958

MIĘDZYNARODOWY TRANSPORT ZMARŁYCH INTERNATIONAL FUNERAL SERVICES



Dołącz do sieci partnerskiej i zarabiaj z nami.



*Here to help.
Jesteśmy aby pomagać.*

Warszawa 02-643, ul. Etiudy Rewolucyjnej 48, oddział: Łódź 94-247, ul. Solec 3/5
tel. +48 22 831 00 36 | +48 22 635 21 93

www.bongo.com.pl

Należymy do Światowych Organizacji:

