

Co nowego w branży wykładzinowej?

Potrzeba indywidualizacji wzornictwa oraz chęć uniknięcia wyprzedzący zbędnych stanów magazynowych spowodowały modę na nadruk indywidualny. Prawie każda większa fabryka ma teraz maszynę do nadruku indywidualnego – tzw. chromojeta.

Cezary Ławida

Różnica polega na tym, że większość używa tych maszyn do powielania w krótkich seriach produkcyjnych wzorów standardowych swoich kolekcji, a tylko kilka fabryk oddaje do rąk klientów realną możliwość zamawiania indywidualnych wzorów według własnych projektów klienta lub projektanta. Aby to umożliwić potrzebny jest specjalny dział obróbki i wdrażania projektów indywidualnych. Im większy dział w danej firmie i nowszy park maszynowy, tym krótsze terminy realizacji

Wykładzina a czas potrzebny na zamówienie

Dobrze jest zarezerwować sporo czasu na proces doboru wykładziny. Albo szukamy sami, albo mamy architekta, który szuka za nas. Tak czy inaczej, trzeba zrobić selekcję dostawców, wybrać wzory oraz skoordynować wybrane wzory z resztą wystroju – najlepiej jest stworzyć pokój wzorcowy, gdzie montujemy wszystko co nam się podoba i weryfikujemy nasze wybory w kontekście całego wnętrza. Trzeba pamiętać, że nasze własne osądy są subiektywne, więc warto konsultować wystroje wnętrz ze specjalistami lub osobami postronnymi, bo nie są zaangażowane emocjonalnie. Wnętrze hotelowe ma się podobać różnym typom gości przez wiele lat. Taki proces selekcji dostawców, wyboru wzorów, produkcja, dostawa i montaż – może trwać od 2 do 6 miesięcy. Większość inwestorów nie ma tej świadomości i zaczyna zbyt późno, a wykładzina to jeden z istotnych elementów wystroju wnętrza.

Wykładzina a produkcja i montaż

Cykl produkcyjny zamówienia indywidualnego to 3-4 tygodnie w zależności od ilości i stopnia skomplikowania. Warto o tym pamiętać planując remont hotelu lub wyposażanie nowego. Wykładziny o tym samym wzorze w ilości powyżej 1000 mkw. trudno znaleźć w dzisiejszych czasach „na magazynach”, czyli dostępne od ręki. Do tego dochodzą sprawy formalne związane z procesem zakupu: zamówienie, płatności, transport wyprodukowanej wykładziny, rozładunek, składowanie, wnoszenie na wyższe piętra oraz montaż.

Do zamówienia wykładziny potrzebny jest plan pomieszczeń, aby można było oszacować potrzebne ilości wykładzin. Najlepiej, aby wycień dokonała firma, która będzie montowała wykładzinę, gdyż wtedy mamy dużą pewność, że zamówione ilości wykładziny starczą na pokrycie całej powierzchni. Często się zdarza – jeżeli inwestor sam wycień zapotrzebowanie na wykładzinę, że jest jej

za mało. Wbrew pozorom, trzeba mieć spore doświadczenie, aby dobrze policzyć potrzebne ilości. Proszę pamiętać o uwzględnieniu odpowiedniego czasu na montaż wykładzin.

Wykładzina a kolor

Nowoczesne maszyny drukujące pozwalają zrealizować dowolne wzory na wykładzinie, nawet wydrukować ulubione zdjęcia. Stwarza to nieograniczone możliwości kreowania powierzchni płaskiej. Należy jednak pamiętać o podstawowych zasadach – moda jest po to, aby zwiększać sprzedaż, ale to co modne szybko staje się niemodne. Agresywne wzory i kolory szybciej się opatrzą i szybciej się znużą. Trzeba także pamiętać, że wykładzina się brudzi, im jaśniejsza, tym szybciej. Wiedzą o tym doświadczeni hotelarze, którzy mają świadomość, jakie wzory i kolory najdłużej wyglądają czysto i najwolniej się brudzą. Doświadczony hotelarz nigdy nie zainstaluje gładkiej wykładziny, niezależnie od tego w jakim kolorze. Chyba, że w apartamencie prezydenckim, gdzie można wymieniać wykładzinę co dwa lata.

Na pytanie: jakie trendy kolorystyczne obowiązują w wykładzinach hotelowych odpowiedź brzmi – to zależy to od charakteru hotelu i koncepcji wnętrza, ale ze względów pragmatycznych nie należy przesadzać z jasnymi kolorami, drobne melanże w stonowanych kolorach są bardzo na czasie. Kolorami steruje pragmatyka eksploatacji, czyli podatność na zabrudzenia.

Wykładzina a wzór

Wzór na wykładzinie powoduje, że zużycie jest mniej widoczne, ponadto maskuje zabrudzenia, plamy i pyłki. Drobny stonowany wzór dobrze wygląda na wykładzinie, im mniej agresywny, tym wolniej się opatrzy. Ponadto należy pamiętać, że im większy wzór, tzn. raport wzoru, tym większe zużycie wykładziny z uwagi na większy odpad przy pasowaniu. Duży wzór można stosować w dużych pomieszczeniach, natomiast w pokojach lepiej jest wybrać mały raport.

Wielu inwestorów zapomina o tym, że pokój jest w 3/4 zastawiony łóżkiem i meblami i widzimy tak naprawdę tylko wycinki wykładziny dookoła łóżka i w korytarzu – stąd wzór powinien być dopasowany do wielkości powierzchni, na której będzie widoczny dla gościa hotelowego. Jedno z lepszych rozwiązań to ładny wzór na odcinku od drzwi do okna, tzw. szlaku komunikacyjnym, a reszta stonowana, zharmonizowana, z pozostałymi kolorami ścian, narzuty czy zasłon.

Wykładzina a specyfikacja

Na polskim rynku jest wiele podmiotów oferujących „wykładziny hotelowe”. Większość z nich robi to przy okazji sprzedaży innych wykładzin – i nie przywiązuje wagi do tego, że w hotelu wykładzina musi starczyć na 10 lat. Liczy się szybka sprzedaż i prowizja handlowca. Stąd jest bardzo ważne, aby znaleźć firmę, mogącą się pochwalić dużą liczbą realizacji, które możemy zweryfikować pytając właścicieli o opinie. Ważne jest także uważne zapoznanie się ze specyfikacją techniczną wykładziny. Po to jest specyfikacja, aby ją dokładnie przeanalizować i porównać wykładziny o zbliżonych parametrach z ich cenami. Szybko się okazuje, że mają one zbliżone ceny. Trzeba wnikliwie czytać specyfikację, aby zrozumieć, skąd się bierze wyższa cena. Trzeba też zwracać uwagę na uproszczone specyfikacje, przedstawiane przez firmy oferujące tańsze wykładziny, i nie słuchać wyjaśnień przedstawicieli handlowych. Specyfikacja to są twarde fakty – konkret, z którego wynika co kupujemy. Trzeba tylko umieć ją czytać.

Najważniejsze parametry specyfikacji technicznej

WŁÓKNO

– Włókno nylon 6.0 – oznacza markowe, licencjonowane włókno poliamidowe robione według oryginalnej receptury firmy Du Pont, aby było dobre powinno być kupowane od markowego producenta (w Europie firma Radici i Aquafil). Tańsze firmy np. tureckie lub belgijskie stosują podobne włókna, ale niemarkowe, słabsze (często oznaczając je nazwą Tralon 6,0, aby obniżyć koszty produkcji). Pozornie wyglądają podobnie, różnica w jakości wychodzi po kilku latach użytkowania.

– Nylon 6.6 – oznacza włókno o podwyższonej trwałości i odporności na brud, są to włókna bardzo dobre, ale rzadziej używane ze względu na wysoką cenę

– Welur saxony – oznacza włókno trwale skręcone, mające większą elastyczność i pamięć kształtu, lepszy komfort chodzenia i dłuższą trwałość.

KLASA ŚCIERALNOŚCI – do użytku hotelowego nadają się tak naprawdę dwie klasy: 32 – na pokoje, 33 – na korytarze. Klasy 23–31 to są klasy wykładzin mieszkaniowych lub pseudo-kontraktowych. Uwaga: producenci tańszych wykładzin podają czasem w klasie ścieralności zakres 23–33, a handlowcy tych firm tłumaczą, że wykładzina nadaje się do wszelkich obiektów, w tym hotelowych. Oznaczenie: klasa 23–33 oznacza, że wykładzina spełnia na pewno wymogi najniższej klasy. Może być oczywiście stosowana w hotelach, ale nie znaczy to, że na pewno posiada klasę ścieralności 33. Ponieważ normy produkcyjne ewoluują i specyfikacje techniczne też, należy patrzeć na datę specyfikacji – nie powinna być starsza niż 4-5 lat.

GĘSTOŚĆ RUNA – podawana w tzw. nopków na mkw., generalnie im większa gęstość wykładziny tym lepiej, ale należy od razu spojrzeć na wysokość włókna.

Gęstość można zwiększać obniżając wysokość włókna, a wysokość daje nam komfort użytkowania, przy czym jeżeli włókno będzie zbyt wysokie, to będzie się „kładło” i szybciej się udepcze, więc musi być zachowana odpowiednia równowaga pomiędzy wysokością włókna a gęstością wykładziny. Rekomendowane parametry to wysokość runa rzędu 5,5-7 mm, a gęstość – około 200 tys. nopków na mkw. Im wyższe włókno i rzadsze, tym szybciej wykładzina się położy.

Wykładzina a cena

Ceny obiektowych wykładzin hotelowych w większości wahają się w granicach 14–20 euro/mkw. w zależności od gramatury oraz wielkości zamówienia. Cena zależy w dużej mierze od jakości runa, kraju pochodzenia, ilości pośredników, roli architekta. Z uwagi na spadkową tendencję w ilości sprzedawanych wykładzin dywanowych marże producentów są małe, stąd możliwości negocjacji cenowych są ograniczone.

Najlepiej jest porównać ceny 2–4 dostawców, przy czym należy rozmawiać z bezpośrednimi przedstawicielami danego producenta. Proszę przy tym pamiętać, że są producenci wykładzin oferujący

Dobrze jest zarezerwować sporo czasu na proces doboru wykładziny. Albo szukamy sami, albo mamy architekta, który szuka za nas. Tak czy inaczej trzeba zrobić selekcję dostawców, wybrać wzory oraz skoordynować wybrane wzory z resztą wystroju

wykładziny domowe oraz także wykładziny do hoteli jakościowo mniej lub bardziej odpowiednie, głównie wzory standardowe bez możliwości modyfikacji oraz producenci specjalizujący się w wykładzinach produkowanych pod zamówienia na rynek hotelowy posiadający dział projektowania i oferujący usługę tzw. wydruków próbnych – do obejrzenia przed docelowym zamówieniem.

Ceny tych ostatnich z uwagi na koszty przygotowania produkcji są z konieczności wyższe, ale przy większych zleceniach od 1,5 tys. mkw. cena wykładziny na zamówienie jest zbliżona do ceny wykładziny standardowej, oczywiście przy porównywalnych parametrach jakościowo technicznych. Bierze się to stąd, że w cenie wykładziny standardowej „na magazyn” jest wliczony wyższy koszt transportu, koszty magazynowania, ekspozycji handlowej oraz koszt wyprzedaży, jeżeli kolekcja jest nietrafiona, podczas gdy wykładzina na zamówienie jest wysyłana bezpośrednio od producenta do klienta, nie generując dodatkowych kosztów handlowych.

Wykładzina a komfort

Podstawowy powód, dla którego stosuje się wykładziny w hotelach, to poczucie komfortu oraz potrzeba wytłumienia hałasów związanych z przebywaniem dużej liczby osób na małej powierzchni; osób często zmęczonych podróżą, pragnących odpocząć i zregenerować siły. Wykładzina dobrej jakości, odpowiednio utrzymana, jest w stanie zapewnić taki komfort przez okres średnio 7–10 lat. Taki okres eksploatacji przyjmuje się średnio w hotelach sieciowych. W ciągach komunikacyjnych szczególnie narażonych na

Wykładzina dobrej jakości, odpowiednio utrzymana jest w stanie zapewnić komfort przez okres średnio 7- 10 lat. W ciągach komunikacyjnych szczególnie narażonych na intensywną eksploatację i duży stopień zabrudzenia należy wymieniać je co 5 - 7 lat, a przy wejściu do hotelu nawet częściej

intensywną eksploatację i duży stopień zabrudzenia należy wymieniać wykładziny co 5- 7 lat, a przy wejściu do hotelu nawet częściej.

W celu podwyższenia komfortu lub zniwelowania głośnej konstrukcji budynku przenoszącej ponadnormatywną ilość hałasu (np stare budynki bez odpowiedniej izolacji poziomej) można stosować dodatkowe wygłuszenia pod wykładziną w postaci podkładu gumowego lub filcowego, ewentualnie podkładu z gąbki. Przy podkładach z gąbki trzeba pamiętać, że słabsza gąbka wykrusza się z czasem i zanika. Podkład filcowy albo jest zбитy od początku albo zbija się z czasem i poczucie komfortu zanika, natomiast filc cały czas dobrze wytłumia hałasy. Dla zwiększonego poczucia komfortu najlepszy i najbardziej trwały jest podkład z gumy falowanej elastycznej, który długo utrzymuje sprężystość – nadający się na pokoje hotelowe albo podkład z gumy litej – nadający się na korytarze hotelowe. Podkłady te niestety są drogie i znajdują zastosowanie głównie w hotelach sieciowych wyższych kategorii.

Wykładzina a podłogi twarde

Ostatnia moda na rynku hotelowym to podłogi twarde w pokojach hotelowych – w tańszych są to panele podłogowe, w droższych podłogi drewniane lub parkiety. W tych tańszych jest to kwestia obniżenia ceny za pokrycie podłogowe i wygoda utrzymania w czystości, w tych najdroższych jest to kwestia stylu i elegancji.

Niezależnie od kategorii pręcej czy później podłogi twarde wymuszają dokupienie dywanów do położenia przy łóżku, gdyż gość hotelowy nie lubi stawić bosej nogi na twardej podłodze. W drogich hotelach są to specjalnie zaprojektowane, ekskluzywne dywany dodające uroku wystrojowi wnętrz, ceną często przewyższające koszt wykładziny na cały pokój.

Bez względu na kategorię hotelu inwestorowi polecam przeprowadzić następujący eksperyment: proszę zaplanować wizytę w hotelu z panelami podłogowymi lub parkietem, położyć się do łóżka po całym dniu biegania np. o 1 w nocy i nastawić budzik na 5 rano, tak aby zdążyć na poranny samolot. Następnie proszę poprosić, aby w pokoju nad naszym piętro wyżej o dowolnej godzinie

między 2 a 4 w nocy weszła pani na wysokich obcasach i pochodziła po pokoju przez 30 minut. Zapewniam, że takie doświadczenie realnie pozwoli spojrzeć na kwestię podłóg twardej w pokojach z innej perspektywy. Taki przypadek przydarzył mi się w hotelu 4-gwiazdkowym w Finlandii. O dziwo, na korytarzu była położona wykładzina na miękkim podkładzie, więc ktoś tam pomyślał o tłumieniu hałasu, ale o pokoju zapomniał. W opisanym hotelu nie było dywanika przy łóżku, więc ranne wstawanie było bardzo nieprzyjemne.

Wykładzina a obłożenie hotelu

Generalnie w biznesie hotelowym chodzi o to, aby klient skorzystał ponownie z naszych usług lub polecił nasz hotel znajomym. Im więcej pozytywnych uczuć doznaje gość hotelowy podczas pobytu w hotelu, tym chętniej skorzysta ponownie z jego oferty. Im więcej rzeczy w hotelu przypadnie gościom do gustu, tym lepiej. Sieci hotelowe długo eksperymentują z wnętrzami badając satysfakcję klientów. Po stworzeniu wnętrza, które uzyskuje bardzo dobre oceny, powielają ten koncept w pozostałych obiektach sieci, gwarantując swoim klientom powtarzalny znajomy standard w różnych miejscach na świecie. Wykładzina jest elementem wzorniczo-kolorystycznym współtworzącym charakter wnętrza hotelowego. Jest także czynnikiem zwiększającym komfort chodzenia oraz tłumiącym hałasy, czyli zwiększającym komfort pobytu. Wszystko, co zwiększa komfort pobytu, powinno być ważne dla hotelarza. Ponieważ wykładzin się nie zmienia co roku, należy mądrze wybierać i dbać, aby długo dobrze wyglądała.

Wykładzina a wymiana

„Kupię tanią wykładzinę a jak wszystko będzie dobrze szło, to po paru latach wymienię na lepszą”. Często słyszymy taką argumentację przy wyborze wykładziny. Nic bardziej mylnego. Wymiana wykładziny jest wbrew pozorom bardzo uciążliwa i powoduje duże komplikacje organizacyjno-logistyczne w hotelu.

Trzeba wyłączyć część hotelu z eksploatacji. Przed wymianą wykładziny trzeba wynieść wszystkie meble i gdzieś zmagazynować. Zerwanie starej wykładziny prawie zawsze pociąga za sobą konieczność frezowania podłoża i szpachlowania ubytków. Ponieważ trzeba także zerwać cokoły przypodłogowe okazuje się, że przy okazji wypada pomalować ściany. Czyli wchodzimy w normalny proces budowlany, co rzadko wpływa dodatnio na obłożenie pozostałych części hotelu. Z uwagi na uciążliwy charakter i stosunkowo długi okres trwania, wymiana wykładziny w hotelu jest odkładana przez inwestora z roku na rok aż nie ma wyboru. Wykładziny są tak zużyte, że goście hotelowi piszą złe opinie na portalach internetowych. Dlatego doświadczony inwestor hotelowy wymienia wykładzinę na taką, która długo poleży i będzie zawsze wyglądała dobrze. Konsultuje się z kolegami z branży, aby zweryfikować ich opinie z tym, co mówi handlowiec danej firmy. Kupując jakość, kupujemy czas, czyli dłuższy okres eksploatacji. Warto policzyć koszt mkw. wykładziny w stosunku do zakładanego okresu eksploatacji, czyli koszt mkw./rok. Dodając do tego częstsze koszty wymiany wykładzin warto trochę dolożyć i kupić naprawdę dobrą wykładzinę.

Budujące jest to, że większość hotelarzy kupując wykładziny drugi lub trzeci raz posiada już niezbędną wiedzę, aby dokonywać właściwych wyborów. Szkoda, że zaczynając swoją przygodę inwestycyjną nie chcą słuchać i płacą za swoje błędy podwójnie. •

Cezary Ławida. Przedstawiciel M2 Carpets



M2 CARPETS

WYKŁADZINY HOTELOWE

**bogata oferta
wzorów i kolorów**

**indywidualny
nadruk**

**dowolna
ilość kolorów
na wykładzinie**

**wydruk zdjęć
na wykładzinie**

**realizacja
– od 15 m²**

fachowy montaż

**gwarancja
5 lat**

**Maltzahn
Carpets**

**tel. kom.
695 101 172
c.lawida@
maltzahn.pl**

www.m2carpets.pl

