



PORTHOS



**MUZEUM
MODNIARSTWA i NAPARSTKÓW**

PORTHOS – MODA KAPELUSZNICZA XXI wieku

ZWYCZAJNI–NIEZWYCZAJNI

Moda początku XXI wieku postawiła na zwyczajność. Nakrycia głowy dają przede wszystkim komfort noszenia.

KOLEKCJA MŁODZIEŻOWA



Młodzież – jej swoista subkultura mody wyraża się niespodziewanymi fasonami kolorowych beretów, kaszkietów, dziewczęcych czapeczek i małych kapelusików oraz zgrabnych, wydobywających owal twarzy pilotek. Tkaniny tego sezonu to **sztruks sztandarowa tkanina Unii Europejskiej** (w kontrofensywie do amerykańskiego džinsu), a także filc, wełna dziana i wełna gotowana. Młodzież wie, że bez trudu można wyróżnić się kolorem, dlatego w tym, co nosi, dominują czerwienie, indygo, fiolety, cyklamen. Kolor dodaje radości życia właścicielce i wszystkim, którzy na nią spojrzą.

KOLEKCJA MŁODZIEŃCZA



Młodzięczość – oznacza, że wszystkie osoby w nakryciach głowy z tej kolekcji czują się młodo. Spokojna elegancja, podkreśla naturalny wdzięk i kobiecość. Obszerniejsze berety, toczeni, kapelusze z nieco większym rondem odwijane do góry, a także różnorodność główek, wszystko to przyczynia się do atrakcyjności kapelusza noszonego blisko głowy i przydaje każdej sylwetce indywidualności. Odpowiedni szalik do kompletu – obowiązkowy. Dominują kolory: zielenie, biele, melanże, chociaż nosi się także tradycyjne szarości, brązy i czernie. Materiały to: filce, wełny, dzianiny. Bardzo popularne stają

się kapelusze filcowe nawiązujące do stylu męskiego, ale inaczej sprasowane, co ma wpływ na różnorodność fasonów. Paniom zmotoryzowanym polecamy nowość: kapelusiki „samochodowe” – modele nie przeszkadzające w prowadzeniu aut, a chroniące głowy przed pluchą i wiatrem po wyjściu z samochodu.



TEATR NA GŁOWIE

SZYK I ELEGANCJA – kapelusze na wielkie wyjście: popołudniowe, wizytowe, ślubne. Rozszerza się obyczaj noszenia nakryć głowy na wszelkiego rodzaju uroczystościach, spotkaniach biznesowych i okolicznościowych galach. Nakrycie głowy jest przy takich okazjach obowiązkowym uzupełnieniem ubioru, a wystąpienie bez kapelusza staje się poważnym uchybieniem grzecznościowym.

Dobór nakrycia głowy jest sprawą indywidualną, obowiązującą jednak pewne żelazne zasady. Musi się ono komponować nie tylko z kształtem i rysami twarzy, ale z pozostałymi częściami ubioru. Na przykład: do prostego płaszcza, wbrew pozorom, pasuje strojny ekstrawagancki kapelusz, a do wyszukanej kreacji – coś skromnego. Nakrycie głowy można dobierać kolorystycznie do reszty stroju, ale – uwaga! – w tym samym odcieniu, nigdy w tym samym kolorze. Interesująco wyglądają zestawienia kontrastowe, np.: czerwona kreacja – czarny kapelusz. **Najważniejsze, żeby kobieta w tym teatrze mody miała modną duszę i czuła się psychicznie swobodna.**

PORTHOS – TWÓJ INDYWIDUALNY STYL



PORTHOS SKLEP i MUZEUM MODNIARSTWA

SZTUKA MODNIARSTWA jak wszystkie dziedziny związane z modą – jest ulotna jednak jako fragment kultury materialnej reaguje na potrzeby swojej epoki, a tym samym ją współtworzy.

Przez ponad **pół wieku istnienia naszej Firmy** staraliśmy się zaspakajać oczekiwania naszych klientek, współtworzyć trendy mody kapeluszniczej, przynieść na polski grunt tendencje światowe i wnosić do nich elementy rodzime.

Wypracowaliśmy też własną, w znacznej części ręczną, technologię do dziś wyróżniającą nasze kolekcje.

Od dwóch pokoleń dokumentujemy nasze doświadczenia. Powiększające się zbiory wymagały odpowiedniego miejsca do ich eksponowania. W sposób naturalny był nim **SALON KAPELUSZ I CZAPKA** na ul. Marszałkowskiej 9/15 w Warszawie.

Dzisiaj udostępniamy te zbiory w postaci stałej, ciągle poszerzanej ekspozycji. W poszukiwaniu wzorów podobnej działalności odbyliśmy wiele podróży **Szlakiem Kapeluszy Dla Biednych i Bogatych**. Do tej pory trafiliśmy na małe zbiory hobbystyczne włoskiej firmy Borsalino i muzeum kapeluszy

w Nowym Icinie w Czechach związane z fabryką kapeluszy Tonak (dawny Huckel) lub wystawy czasowe.

Przekonaliśmy się też, że rękodzieło pokazywane w muzeach etnograficznych jest nudne i martwe.

Stąd pomysł pokazania zbioru o charakterze muzealnym w sklepie w bezpośrednim sąsiedztwie sprzedawanych najmodniejszych nakryć głowy.

Plan sklepu, elementy architektury i wystrój wnętrza wynikają ze z góry przyjętego założenia – połączenia funkcji salonu sprzedaży z ekspozycją zbiorów. Pokazujemy swoje zainteresowania, fascynacje, sposób myślenia i odczuwania. A swoistą ciekawostką jest ciągle powiększająca się kolekcja naparstków z całego świata.

Jest to przedsięwzięcie marketingowe, ale także próba wydobywania ciągłości tradycji i ożywienia historii.

Marzy nam się, że nasza ekspozycja stanie się jedną z Warszawskich ciekawostek umieszczaną w renomowanych przewodnikach...

Wkrótce nowa lokalizacja...





Od lewej od góry – grupa organizacyjna:
Janusz van Gollik, Mirosław Głuchowski, Ryszard Wrzesiński Porthos, Kazimierz
Marczak, Bogumił Wtorkiewicz, Bogdan Jarosiński, Wojtek Wrzesiński.

krycie głowy posiadają. „Porthos” to stopy pomysłów na każdą szlachetną głowę, a czapki i kapelusze dopełnią jej wizerunku - i już!

*Bogumił Wtorkiewicz
projektant mody awangardowej*

Dlaczego noszę czapki Porthosa?

Nakrycie głowy jest niezbędnym elementem rozpoznania człowieka. Nasz wzrok, jak wytrawny snajper, kierujemy: nakrycie głowy – twarz, nakrycie głowy – sylwetka, nakrycie głowy. Tak, nareszcie wybór został dokonany: teraz tożsamość osoby jest rozpoznawalna.

Jako wytrawny znawca i koneser eleganckiego stylu, noszę czapki „Porthosa”. Jest to firma gwarantująca mi wysoką jakość produktu i wyszukaną elegancję. Kiedy zakładam czapkę „Porthosa”, moja twarz staje się bardziej inteligentna, oczy z mądrością patrzą w przyszłość i – na drugiego człowieka, który natychmiast zadaje mi pytanie: gdzie kupiłem tę piękną czapkę?

Polecam warszawski Salon przy ul. Marszałkowskiej 9/15, który zawiera w sobie rewię kapeluszy podobną do spotkań elity towarzyskiej podczas słynnych wyścigów konnych w Ascot w Anglii. Tutaj każda dama czy dżentelmen znajdą nakrycie głowy odpowiednie dla ich indywidualnej aparycji, a gdy jeszcze jej nie posiadają – poprzez na-

Ponad pół wieku temu założony przez Marię Wrzesińską zakład modniarski to dziś **duże i nowoczesne przedsiębiorstwo**, Manufaktura Kapeluszy „**PORTHOS**”. Produkcja oraz główna siedziba Firmy mieszczą się przy ul. Kacpury w Warszawie-Rembertowie.

Firma „**PORTHOS**” jest **LAUREATEM** wielu prestiżowych nagród i wyróżnień, należy do grupy liczących się producentów damskich nakryć głowy w Europie.

Na przykładzie udokumentowanej historii Firmy „**PORTHOS**” niejednokrotnie ukazywano – w mediach i na branżowych wystawach – przeobrażenia polskiego modniarstwa w ostatnim półwieczu.

SALONOWE ŻYCIE



Występ Teatru Druga Strefa przed Salonem PORTHOSA

Salon firmowy PORTHOS KAPELUSZ I CZAPKA prowadzi podwójne życie

za dnia jest sklepem z kapeluszami, a wieczorem zamienia się w centrum życia towarzyskiego i artystycznego. Na piętrze mieści się galeria sztuki. **Odbywają się tu liczne wystawy, pokazy i wernisaże.** W salonie można podziwiać ekspozycję przeobrażenia polskiego modniarstwa na przełomie ostatniego półwiecza.

Cały czas coś się tutaj dzieje. **Nie jest to zwykły sklep – artystyczny charakter widoczny jest tu na każdej ścianie...**



WSTRZĄSY I TRANSFORMACJE

Ta część ekspozycji wita przybysza u progu Salonu. Na lewo od wejścia – wojskowe czapki różnych formacji i pamiątki z Powstania Warszawskiego, którego uczestniczką była Maria Wrzesińska. Również metalowy szkielet lampy ulicznej jest pamiątką tamtego czasu – wydobyto go z gruzów, zburzonego przez hitlerowców po Powstaniu, Starego Miasta. Wątki patriotyczne, symbolika harcerska z jednej strony, z drugiej – niełatwe nie tylko dla rzemiosła czasy sygnowane m.in. „Kartką na cukier”. A także – wspomnienie „żelaznej kurtyny” i zimnej wojny – odłamek Muru Berlińskiego...

Nawiązaniem do niedawnej przeszłości jest też – w salce obok na wprost od wejścia – Instalacja pt. TRANSFORMACJA IDEOLOGII. Popiersia Włodzimierza Lenina, które niegdyś zdobyły urzędy, szkoły i sale narad, dziś w Polsce możemy kupić głównie na... targach staroci. Przemysłnie zmontowane krany, rurki, przewody i uchwyty symbolizują procesy zmian



zachodzące w świadomości społecznej – proces trwa, a my nadal w nim uczestniczymy. Korespondują z tematem inne eksponaty, jak np. „Czapka ostatniego komunisty”, czy zabytkowy powielacz służący do produkowania gazetek i ulotek – eksponowane między witrynami w głębi sklepu.

MORSKIE OPOWIEŚCI

Lata funkcjonowania Firmy na Pomorzu Środkowym, m.in. w Słupsku, zostawiły trwałe ślady w postaci zauroczenia morzem i żeglarstwem. Uczestnictwo Ryszarda Wrzesińskiego w Operacji Żagiel' 75 na jachcie „Gryfita” to już historia, ale udział w 2003 r. w Festiwalu Karaibskim w Kołobrzegu – imprezie inspirowanej przez aktorów-żeglarzy, Bogusława Lindę i Wojciecha Malajkata – świadczy o chętnym korzystaniu z okazji powrotu do marzeń o dalekich lądach i rozległych oceanach.

Żeglarze byli, są i będą bliscy PORTHOSOWI.



KAMERA – STOP!

W dzisiejszych czasach funkcjonowanie firmy bez dokumentacji fotograficznej czy filmowej wydaje się nie do pomyślenia. Ale – kto jeszcze pamięta stare aparaty fotograficzne i kamery, czarno białe filmy i taśmy? Dla nich również znalazło się eksponowane miejsce w myśl zasady: Nie zapominajmy o starych przyjaciółach.

Gdy w 1990 roku znany artysta fotografik dokumentował kolekcję damskich nakryć głowy PORTHOSA

w czarno-białej technice, dano jej podtytuł: „W stylu retro”. (Cykl oprawionych fotogramów w prawym tylnym rogu Salonu). Dziś niektóre z tych fasonów są już rzeczywiście w stylu retro, ale – Świata nie zmienisz, kapelusze możesz! – głosi widniejące obok motto.

Od lat Firma PORTHOS dba o kontakt z mediami, które w minionym półwieczu dobrze się przysłużyły wizerunkowi Firmy. W archiwach Manufaktury Kapeluszy PORTHOS zgromadzono opasłe tomy, zawierające publikacje zarówno o zmieniającym się obliczu Firmy, jak i – zmieniającej się modzie w damskich nakryciach głowy. Te trendy obserwować można również w wyeksponowanych na ścianie za stoiskiem z kasami numerach Biuletynu prasowego PORTHOSA z minionych lat. Od pierwszego numeru pisma autorem jego szaty graficznej jest warszawski artysta grafik, Janusz Golik. Warto podkreślić, że jest to rzadko spotykany przypadek kompleksowej, długoletniej współpracy producenta z jednym i tym samym artystą czuwającym na zasadach wyłączności nad oprawą graficzną i symboliką Firmy.

MODA & JAZZ, GAL, „ARTMODE”

Po obu stronach wejścia prowadzącego na Antresolę-Galerię zgromadzono fotogramy i inne atrybuty artystycznych działań z PORTHOSEM: MODA & JAZZ to cykl imprez muzycznych organizowanych przy okazji pokazów kolekcji nakryć głowy PORTHOSA m.in. na Pomorzu Środkowym czy w Klubie AQARIUM Warszawie. Tu także znajduje się część instrumentów (klarnet, perkusja), należących do obecne-



go Szeffa PORTHOSA, Ryszarda Wrześcińskiego, w czasach jego kariery muzycznej (lata 60-te). „Kął” muzyczny sąsiaduje z reminiscencjami z okresu aktywności GAL-u – Grupy Artystyczno-Literackiej na Pomorzu Środkowym, której członkiem był Ryszard Wrześciński. Na ile tamte przyjaźnie artystyczne stały się inspiracją dla utworzenia działającego przy PORTHOSIE od kilku lat Europejskiego Stowarzyszenia Sztuki i Mody „artmode” (www.artmode.pl), trudno powiedzieć. Nie mniej – coś jest tu na rzeczy.

MUZEUM MODNIARSTWA I NAPARSTKÓW



Dyplomy, pamiątkowe medale, prestiżowe statuetki „Malw”, dawne narzędzia i urządzenia modniarskie oraz damskie nakrycia głowy, które przeszły do historii mody – zajmują pomieszczenie w głębi, na prawo od części sprzedażnej Salonu. Stanowią znakomite tło dla Kolekcji naparstków z różnych stron Europy i świata.

Kolekcja, zapoczątkowana w latach 90. podczas wyjazdów studyjno-turystycznych załogi PORTHOSA „Szla-

kiem kapeluszy dla biednych i bogatych” do krajów ówczesnej Unii Europejskiej – systematycznie wzbogacana. Sprzyjają temu liczne podróże handlowe i turystyczne pracowników, przyjaciół i sympatyków PORTHOSA. Stąd w kolekcji naparstki z różnych tworzyw i pochodzące nie tylko z krajów europejskich, ale także z innych kontynentów. Zbiór liczy w tej chwili ok. 400 eksponatów

Dlaczego właśnie NAPARSTKI? To proste – naparstek to symbol wszystkich zawodów parających się igłą.

Jako narzędzie, naparstki towarzyszą człowiekowi od zamierzchłych czasów. Pierwszy pojawił się zapewne krótko po tym, jak po raz pierwszy sięgnął po rybą ość, wykorzystał ją jako igłę i skaleczył się w palec. Czy można wyobrazić sobie świat bez tego przedmiotu?

PORTHOS

MUZEUM NAPARSTKÓW



Naparstek z New Ross w Irlandii z rysunkiem żaglowca *Dunbrody*
– „pływającej trumny” irlandzkich emigrantów

50 lat temu, naparstek był powszechnie używany w każdym domu. Z jego pomocą młode panienki i szacowne matrony szyły, haftowały i naprawiały odzież. Chronił delikatne palce kobiet przed ukłuciami. Dzisiaj natomiast, w dobie szycia szynowego i powszechnego braku czasu mało kto ma możliwość i ochotę na cerowanie skarpek, nicowanie kołnierzyka, czy naprawianie odzieży. Chociaż dziewczęta nie haftują już na tamborku, o naparstkowej tradycji przypominamy młodym adeptkom sztuki modniarskiej i kandydatkom na modystki. Bo w zawodach artystycznych, szczególnie modniarstwie gdzie ręka modystki nie daje się zastąpić żadną maszyną, naparstek jest nadal narzędziem pracy.

Czasy się zmieniły, życie się zmieniło, ale naparstek pozostał, tylko, że coraz bardziej zmienia się jego funkcja. Naparstek z użytkowego, staje się przedmiotem ozdobnym, niezwykle popularnym souvenir - zdarza się, że kiczowatym, ale też nierzadko małym dziełem sztuki. Zawsze zaś drogą sercu pamiątka z podróży.

Dla ludzi zawodowo parających się szyciem naparstek jest symbolem ich profesji, bliskim sercu przedmiotem. Pewnie dlatego kolekcja naparstków „ze wszystkich stron świata” tak ładnie rozwija się w naszej firmie. Jest oczkiem w głowie szefa, pracowników oraz wszystkich przyjaciół i znajomych PORTHOSA.



Polski napastrtek srebrny, oksydowany z bursztynowym oczkiem i spiralnym ornamentem

Kolekcja „NAPARSTKI Z CAŁEGO ŚWIATA”

firmy **Porthos** pozostaje w ścisłym związku z tradycją zawodu modniarskiego, w którym napastrtek jest nadal narzędziem pracy modystki. Zgodnie z nazwą mamy napastrtki z różnych stron świata:

Europa jest najliczniej reprezentowana. Mamy m.in. bardzo oryginalne napastrtki



z **Holandii**, metalowe i z białoniebieskiej ceramiki



piękne **włoskie** z weneckiego szkła



wiedeńskie z miniaturami cesarzowej Sisi

Ameryka to głównie eksponaty pamiątkowe przywiezione z podróży po **USA**.



Napastrtek z glinki w kształcie kapelusza z Las Vegas.



Ozdobny napastrtek z wyrzeźbionym z białego koralu albatrosem, z wyspy Key Largo na Florydzie.

Azję reprezentują w naszej kolekcji napastrtki **chińskie**. Są nadzwyczaj barwne.



Drewniane, metalowe i ceramiczne, inkrustowane masą perłową i laką. Niektóre mają aż 3,5 cm wysokości, jest też napastrtek w kształcie głowy ptaka.



www.porthos.com.pl