

MIEMENTO

Dwumiesięcznik Funeralny

Tytuł od 1997

Nr 6/2014

ISSN 1427-8456



Czasopismo administratorów cmentarzy, przedsiębiorców pogrzebowych i producentów sprzętu pogrzebowego, akcesoriów i urządzeń techniki cmentarnej. Kołportaż wyłącznie w prenumeracie.



Karawan pogrzebowy na bazie nowego modelu Mercedes Benz V-Klasse

Karawan pogrzebowy na bazie nowego modelu Mercedes-Benz Vito

Firma Kuhlmann-Cars życzy Państwu zdrowych i pogodnych świąt Bożego Narodzenia oraz szczęśliwego Nowego Roku 2015



Kuhlmann Cars®

Oficjalny przedstawiciel na Polskę

Grzegorz Bartoszek • G&G Company • ul. Dolna 1 • 44 171 Pławniowice • Telefon: 0665 103100 • www.kuhlmann-cars.de
Kredyt, leasing, ubezpieczenie zapewniamy kompleksową obsługę.

Carmen



*Dziękujemy za spotkania, rozmowy,
wspólny czas na targach Memento 2014 w Poznaniu
Z okazji zbliżających się Świąt Bożego Narodzenia
życzymy zdrowia i wszelkiej pomyślności
Zespół Carmen*

www.carmen.lublin.pl



TARGI FUNERALNE

memento

POZNAŃ

im. Wojciecha Krawczyka

Dziękujemy za udane targi!

Wszystkim obecnym i przyszłym Wystawcom
oraz Zwiedzającym życzymy zdrowych,
spokojnych i pełnych rodzinnego ciepła
Świąt Bożego Narodzenia oraz wielu
sukcesów w nadchodzącym roku.

**Do zobaczenia na targach
MEMENTO POZNAŃ
w 2016 ROKU!**

Zespół Targów MEMENTO POZNAŃ

www.mementopoznan.pl

Organizatorzy:



Międzynarodowe
Targi
Poznańskie

Patronat Medialny:

MEMENTO
STOWARZYSZENIE FUNDACJI TYTUŁ III 1997

USLUGIPOGRZEBOWE.COM.PL
POMOC W TRUDNEJ CHWILI...

Jedyne Targi w Polsce z rekomendacją





- Łatwy transport
- Wodoszczelność
- Montaż w 5 minut
- Złote i srebrne wykończenia
- Dowolne nadruki reklamowe

5 lat gwarancji

- gwarancja dotyczy konstrukcji Premium

tel. 32 720 63 56
www.mitko.pl



Wesołych Świąt

*Spokojnych i radosnych świąt
spędzonych w gronie najbliższych osób,
a także zdrowia, szczęścia i wielkiej radości,
w imieniu*

GRAVERLINE.com

życzy Tadeusz Moczarski

Dlaczego to takie ważne?

stowarzy
szenie

Krzysztof Wolicki

prezes Polskiego Stowarzyszenia Pogrzebowego

SZANOWNI PAŃSTWO,

Święta to czas szczególny, gdzie powinniśmy w rodzinnym gronie zapomnieć o naszej pracy, codzienności i sprawach zawodowych. Chciałbym w tym duchu złożyć Wam wszystkim, w imieniu własnym, Polskiego Stowarzyszenia Pogrzebowego i redakcji „Memento”, najserdeczniejsze życzenia zdrowych, spokojnych Świąt, w rodzinnej atmosferze. Niech to będzie dla nas czas na odpoczynek i odbudowę sił przed nadchodzącym Nowym Rokiem, który stawia przed nami kolejne wyzwania i możliwości. Obyśmy wszyscy wykorzystali je jak najlepiej, do budowania naszych więzi rodzinnych i zawodowych. Niech nadchodzący Nowy Rok 2015 będzie czasem, który pozwoli nam realizować nasze marzenia i doskonalić naszą branżę oraz jednoczyć się we wspólnych działaniach. Dlaczego to takie ważne?

ŻYCIE BLISKO ŚMIERCI

My „ludzie od śmierci” często tracimy dystans do naszej pracy. Przestajemy dostrzegać wyjątkowość naszej drogi i trudności jakie przed nami stoją. Dopiero kiedy spotykamy się z ludźmi spoza branży, okazuje się jak niezwykle są nasze zadania. Prowadząc wielokrotnie rozmowy z dziennikarzami, czy ze specjalistami, zaczynam sam zdawać sobie sprawę, że nasze życie blisko

śmierci, jest w pewien sposób naznaczone wyjątkową odpowiedzialnością i obarczone wieloma zagrożeniami. Dlatego jednoczenie się i wspólne działania w naszym środowisku, tym bardziej powinny być dla nas priorytetem. Wykorzystując ten wyjątkowy czas, zwracam się do wszystkich o zaniechanie walki, osobistych niechęci i uprzedzeń. Jednoczmy się i wytyczajmy sobie cele, które nas wzmocnią jako ludzi i przedsiębiorców. Jestem przekonany, że to uzdrowi naszą całą branżę pogrzebową i wspólnie będziemy tworzyć jasną i mocną przyszłość dla naszego wspólnego rozwoju zawodowego, biznesowego i osobistego.

NASZA BRANŻA NA ŚWIECIE

Miniony rok dla naszej branży możemy uznać za czas wykorzystanych możliwości. Polskie Stowarzyszenie Pogrzebowe staje się poważnym partnerem na europejskim, a nawet światowym rynku. Po raz pierwszy w historii mamy swojego przedstawiciela w Światowej Organizacji Firm Pogrzebowych FIAT-IFTA. Wiceprezydentem tej organizacji został w tym roku Marek Cichewicz, wiceprezes naszego Stowarzyszenia. To otworzyło przed nami nowe możliwości na promocję naszej branży w świecie. Należymy także do Pogrzebowej Grupy Wyszehradzkiej V4. Wspólnie z Czechami, Słowacją i Wę-

grami będziemy, w kolejnych latach, tworzyć wspólny model działań w celu podniesienia jakości naszych usług pogrzebowych. Słowem jesteśmy tam, gdzie możemy nawiązywać współpracę i nowe kontakty branżowe, wymieniać się i korzystać z doświadczeń, sukcesów i błędów innych państw w tworzeniu np. nowego prawa pogrzebowego.

Za sukces minionego roku można uznać także przygotowanie i wprowadzenie na nasz rynek „Ubezpieczenia na pogrzeb”. Zostaliśmy partnerem polisy francuskiej firmy ubezpieczeniowej Group Prevoir i wspólnie stworzyliśmy produkt ubezpieczeniowy, który zapewnia finansową przyszłość pochówków. Wszystkie firmy pogrzebowe należące do naszego Stowarzyszenia mogą pośredniczyć w sprzedaży polisy i czerpać z niej realne korzyści.

TARGI MEMENTO NASZYM SUKCESEM

Tegoroczne Targi Memento Poznań im. Wojciecha Krawczyka są sukcesem całej branży. VII edycja Targów przekroczyła nasze najśmielsze oczekiwania i przyciągnęła rekordową liczbę 2,5 tys. zwiedzających. Imponująca była nie tylko frekwencja, ale przede wszystkim bogata oferta firm, jakość polskich produktów i nowe technologie w usługach pogrzebowych. Dziękuję wszystkim wystawcom i firmom za to,



że wspólnie udało się nam zaprezentować naszą branżę w europejskim stylu, podnosząc tym samym rangę polskiej branży pogrzebowej na arenie międzynarodowej.

Także nasz dwumiesięcznik funeralny „Memento” otwiera się na nowych czytelników. Jego rozwój to dodatkowa szansa na jeszcze bardziej efektywne tworzenie pozytywnego wizerunku przedsiębiorców oraz społecznego zaufania do rynku usług pogrzebowych.

W JEDNOŚCI SIŁA

Zapytacie Państwo, co z nowym prawem pogrzebowym? Otóż powodzenie naszych działań na rzecz wprowadzenia niezbędnych zmian w polskim prawie, będzie w dużej mierze zależało od dalszej aktywności i zaangażowania całej branży. Nieustannie pracujemy nad realnym wpływem na te decyzje. Tym bardziej zachęcam wszystkich przedsiębiorców do czynnego udziału w tworzeniu naszej wspólnej przyszłości i wstępowania w szeregi naszego Stowarzyszenia. Tworząc spójną politykę naszych działań, i mówiąc jednym głosem, będziemy mieli jeszcze większe możliwości działania w Nowym Roku.



Członek FIAT-IFTA:
Status Międzynarodowej
Organizacji Pozarządowej



Konsultant w zakresie
Niematerialnego Dziedzictwa
Kulturowego UNESCO

MEMENTO

DWUMIESIĘCZNIK FUNERALNY

Czasopismo administratorów cmentarzy,
przedsiębiorców pogrzebowych,
producentów sprzętu pogrzebowego,
akcesoriów i urządzeń techniki cmentarnej.

Rok XVII, Numer 5

Nakład do 1000 egz.

WYDAWCA

POLSKIE STOWARZYSZENIE POGRZEBOWE POLISH FUNERAL ASSOCIATION

02-643 Warszawa, ul. Etiudy Rewolucyjnej 48

tel./fax 22 834 84 60; kom. 501 552 889

biuro@stowarzyszeniefuneralne.pl

NIP 118-142-98-58

Konto: PKO BP S.A. 39 1020 1013 0000 0502 0125 2386

ZARZĄD

Prezes – Krzysztof Wolicki

Wiceprezes – Franciszek Maksymiuk

Wiceprezes – Marek Cichewicz

Skarbnik – Jan Szczuciński

Sekretarz – Adam Ragiel

Członek Zarządu – Marian Sarniak

Członek Zarządu – Arkadiusz Durek

REDAKCJA

Redaktor Naczelny:

p.o. Krzysztof Wolicki

604 286 073

Sekretarz Redakcji:

Marta Irena Kosnowska

redakcja@stowarzyszeniefuneralne.pl

Korekta:

Magda Wolicka

Współpracownicy:

Marian Kolczyński, Anna Domina, Małgorzata Łukawska, Aleksander Głowacki,
Joanna Gwiazda-Weczera, Prof. dr hab. Ireneusz Światała – Uniwersytet Pedago-
giczny w Krakowie, Ks. dr hab. Aleksander Sobczak, Ks. dr Piotr Zamaria

PRENUMERATA I REKLAMA

Barbara Zawadzka

22 834 84 60, biuro@stowarzyszeniefuneralne.pl

DTP & DRUK

P.P.H. „IWONEX”, 08-110 Siedlce, Ujrzanów 289

www.iwonex.com.pl

Okładka rys. Karolina Ber

Wydawca nie ponosi odpowiedzialności za treść reklam i ogłoszeń.

Wydawca nie zwraca materiałów nie zamówionych oraz zastrzega sobie prawo do skrótu i redakcyjnego opracowania tekstów przyjętych do druku.

Sprzedam tanio urnę po dziadku

felieton

W naszym rodzinnym grobie zmieści się jeszcze z 70 urn. Kogo nie stać zapraszamy do nas. Co z pochówkami ludzi ubogich? Czy nasze nowe prawo pogrzebowe, podobnie jak węgierskie, ominie ten temat?

Na chwilę przed śmiercią podobno ma się tylko jedno marzenie. Najgorsze byłoby gdyby coraz więcej ostatnich marzeń dotyczyło pogrzebu. Nie mam na myśli tych marzeń o szklanej trumnie. Chodzi o te, żeby w ogóle mieć pogrzeb. Prawo które nakazuje pochówek zmarłego, kiedy rodziny na pogrzeb nie stać, jest prawem okrutnym, które odbiera godność żywym i umarłym.

PODZIEMNY RYNEK POGRZEBOWY

Węgrzy mają już nowe prawo pogrzebowe, które wejdzie w życie od stycznia 2015 roku, a już nie wiadomo z czyjej kasy pokrywać będą pochówki ludzi, których na pogrzeb nie stać. Jak będzie u nas? Otwartym pozostaje nadal pytanie: czy wszystkie babcie w urnach w regale będą nielegalne? A jeśli do tego przemilczymy temat pochówków ludzi ubogich, czy powstanie podziemny rynek pogrzebowy? Ludzie będą wymieniać się urnami. Dziadka rozsypie się (nielegalnie?) w rodzinnych stronach nad stawem, w którym lubił łowić ryby, i da się ogłoszenie o treści: sprzedam tanio urnę

po dziadku. Może się okazać, że nasze groby przestaną być grobami rodzinnymi, jeśli ludzie ludziom okażą serce.

Bo mówienie, że wszyscy jesteśmy równi wobec śmierci, niewiele tutaj znaczy. Nawet pogrzeb jest wyrazem zamożności i statusu społecznego. Ci, którzy nie znaleźli sposobu jak być bogatymi, także w grobie będą musieli obyć się bez luksusów. Ważne jednak, by nie tylko ludzie ubodzy, ale także samotni i bezdomni mieli prawo do godnego pochówku.

LUDZKIM GŁOSEM

Nadchodzące Święta to czas, kiedy wszyscy przemówią „ludzkim głosem”. Przy tej okazji warto też wspomnieć o sprawie

ludzi umierających w więzieniach. Zgodnie z polskim prawem, jeżeli zwłoki więźnia nie zostaną odebrane przez rodzinę lub osoby bliskie, informuje się właściwego starostę o możliwości przekazania ciała publicznej uczelni medycznej do celów naukowych. I to starosta decyduje, czy człowiek zostanie pochowany, czy też jego ciało posłuży eksperymentom medycznym. Może czas to zmienić? Bo czy starosta naprawdę powinien mieć prawo o tym decydować?

Zgodnie z tradycją, w naszych polskich domach, także w tym roku na wigilijnym stole nie zabraknie dodatkowego talerza. Nasze nowe prawo pogrzebowe powinno, nie jeden raz w roku, ale zawsze, pamiętać o „dodatkowej trumnie”. I nie może to być tylko romantyczny gest, ale realne finanse. By wszyscy, którzy odchodzą, mieli prawo do godnej ostatniej drogi. Nawet jeśli w życiu grzeszyli, i nawet jeśli nie mogą sobie sami pogrzebu kupić. Na święta życzę naszym parlamentarzystom spełnienia marzeń, szczególnie tych obywatelskich.



Marta Irena Kosnowska
dziennikarka,
sekretarz
redakcji
„Memento”

Media o nas

DZIENNIK
GAZETA PRAWNA

A kto umarł, ten nie żyje. Kto zaradny ten zarabia.

Dziennik „Gazeta Prawna” opublikował obszerny tekst Miry Suchodolskiej o sytuacji w polskiej branży pogrzebowej. Autorka wycenia nasz biznes funeralny na ponad 1,5 mld złotych. Próbuje liczyć cmentarze w Polsce z Krzysztofem Wolickim, o trumnach rozmawia ze Zbigniewem Lindnerem, a Adama Ragiela pyta o rekonstrukcje pośmiertne. A także o kontrolach sanepidu w zakładach pogrzebowych, zalewie chińszczyzny i rynku kamieniarskim, czytamy w artykule „A kto umarł, ten nie żyje. Kto zaradny, ten zarabia”. Polecamy.

POLITYKA

Polityka: Rząd chce rozsypywania prochów

Tygodnik „Polityka” dotarł do opinii rządu do ustawy o chowaniu zmarłych. W artykule „Rząd chce zezwolić na rozsypywanie prochów zmarłych” pisze o rządowych planach dot. m.in. „ogrodów pamięci”. W artykule czytamy: „Tymczasem coraz więcej osób, również ze względów ekonomicznych, decyduje się na kremację, na czym branża funeralna na pewno traci.”

TVP INFO

Przepis na prawo

W programie TVP info „Przepis na prawo” w całości poświęconemu cmentarzom i chowaniu zmarłych, prezes PSP i redaktor naczelny „Memento” Krzysztof Wolicki wraz z Janem Szczucińskim skarbnikiem PSP opowiedzieli o sytuacji na cmentarzach, kosztach pogrzebu, rozsypywaniu prochów i potrzebie wprowadzenia nowego prawa pogrzebowego.

TVP 2

Pytanie na śniadanie: kremować czy grzebać?

Prezes PSP Krzysztof Wolicki, 28 października był także gościem porannego programu TVP2 „Pytanie na śniadanie”. Zaproszenie do studia przyjęli także Anna Sarnowska właścicielka zakładu pogrzebowego „Apokalipsa” w Legionowie i ks. Bogdan Bartoń proboszcz katedry św. Jana Chrzciciela w Warszawie. Dyskutowano na temat coraz bardziej popularnej w naszym kraju kremacji, kosztach pogrzebu urnowego, a także o stanowisku Kościoła katolickiego.

Wszystkie rozmowy i artykuły dostępne na stronie
polskiestowarzyszeniepogrzebowe.pl

Choinki Pamięci



W USA tradycją jest wręczanie bliskim zmarłego choinki.

Do drzewka dołącza się karteczkę z kondolencjami lub informacjami o osobie zmarłej.

Rodzina sadi choinkę na cmentarzu lub w przydomowym ogrodzie, a ta staje się symbolem życia osoby zmarłej, oczywiście jeśli się przyjmie... ten pomysł w Polsce?

SUKCES CAŁEJ BRANŻY

Relacja z Targów Memento
>> str. 12



ŚMIERĆ *na Alasce*

świat

Czapka, kurtka i rękawiczki

Współcześni Eskimosi umierają najczęściej przed trzydziestym rokiem życia. Przyczyną tak wczesnych zgonów są samobójstwa, utonięcia, zawały serca i zabójstwa. Policja przybywa na miejsce zgonu by sporządzić raport. Potem samolotem przewozi się ciało do najbliższego szpitala na sekcję zwłok. Po kilku tygodniach, **ciało zmarłego wraca do wioski w prowizorycznej skrzyni.** Z lotniska saniami rodzina transportuje trumnę do domu, gdzie ubiera ciało zmarłego m.in. w czapkę, kurtkę i rękawiczki.

Plandeka i sznurek

Współcześni Eskimosi na Alasce mieszkają w małych wioskach do tysiąca mieszkańców. Ich głównym transportem są skutery śnieżne. Jeśli jest naprawdę zimno ludzie nie wychodzą z domów. Zima trwa tu przez 9 miesięcy w roku, a **temperatury sięgają nawet do minus pięćdziesięciu stopni.** Prowizoryczną skrzynię z ciałem Eskimosa zawija się plandeką i obwiązuje sznurkiem. Zostawia na zamrożonej ziemi i czeka do roztopów...

Otwarta trumna

Na Alasce **do trumny wkłada się świecę** i kilka osobistych rzeczy zmarłego. Wieczorem i w nocy sąsiedzi, krewni i rodzina spotykają się by śpiewać pieśni pożegnalne i wspominać zmarłego. Kiedy rodzina uzna, że wszyscy już dojechali na pogrzeb, ciało zmarłego przewozi się do kościoła. Tam każdy może jeszcze raz osobiście pożegnać zmarłego, przed zamknięciem trumny.

Tańce po stypie

Procesja żałobników pieszo i na skuterach śnieżnych z kościoła udaje się na cmentarz. Do trumny przywiązany jest sztuczny wieniec kwiatów. **Trumnę pozostawia się na zamrożonej ziemi w oczekiwaniu na roztopy.** Oczywiście nikt w takich warunkach atmosferycznych nawet nie próbuje zapalić znicza. Rodzina i krewni organizują w domu stypę. Późnym wieczorem urządzą tańce...



prezen-
tacje

Album fotograficzny „Cmentarz Stary w Radomsku”

Ten album to artystyczna i nostalgiczna podróż śladami sztuki cmentarnej, kultury i historii mieszkańców Radomska. „Pozostawimy po sobie jakiś ślad. Z przerażeniem patrzę jak niewiele po nas zostaje.” – mówi Roman Walas kierownik Starego i Nowego Cmentarza Katolickiej Parafii św. Lamberta w Radomsku.

Album powstał z funduszy darczyńców. Jest publikacją non-profit. Trafia do mieszkańców Radomska bezpłatnie, a każdy kto wyrazi wolę pomocy, proszony jest o wpłacenie



dowolnej kwoty na konto Fundacji Drobne Kroki, wspierającej dzieci niepełnosprawne.

Cmentarz fotografowali Czesław Polcyn i Jacek Kaszyński. Autorami projektu są Łukasz Walas i Jan Przepiórkowski.

Nas pomysł i realizacja zachwyca. Prezentujemy do naśladowania.

Fot. Anna Szczęśniak

*„Targi Memento Poznań wpisują się w najważniejsze spotkanie branżowe na świecie.
Te Targi są spojrzeniem w przyszłość. Niech żyje Memento Poznań 2014!”*

Petr Rambousek
Prezes Europejskiego Stowarzyszenia Firm Pogrzebowych



SUKCES CAŁEJ BRANŻY

Targi Memento Poznań im. Wojciecha Krawczyka

Rekordowa liczba 2,5 tys. zwiedzających,
nowoczesne wzornictwo i najnowsze technologie.
Goście ze świata, prezentacja oferty liderów na rynku pogrzebowym,
ważne debiuty polskich firm i nowości branży,
a także polscy artyści i architekci wkraczają do gry,
czyli podsumowanie VII edycji Targów Memento Poznań.

Chociaż podczas targów nie odnotowano żadnego zgonu,
przez trzy dni na powierzchni ponad 1350 m²,
w nowoczesnych targowych halach Poznania,
wszystko kręciło się wokół ceremonii pogrzebowej.

Architekci gwiazdami Targów Memento

Trzech młodych architektów zadało sobie pytanie: jak zawrzeć w małym naczyniu całą pamięć o człowieku i stworzyli „urny łyzy”, czyli pamięć zawartą na zawsze w zastygłej kropli. Mówili, że obawiali się jak przyjmie ich polska branża pogrzebowa i czy na Targach Memento spotkają się z uznaniem. Tymczasem podczas wieczoru branżowego odebrali nagrodę w kategorii dizajn za trumnę Cristal (na zdjęciu), inspirowaną kryształem, symbolem czystości i perfekcji. Ze swoimi funeralnymi dziełami sztuki zaczęli w pierwszej kolejności od rynków zagranicznych. Podbój Polski rozpoczęli od Targów Memento, wprowadzając nową jakość do polskiej branży funeralnej. Panowie architekci z pewnością trafią ze swoją



Trumny inspirowane kryształem budziły także zainteresowanie mediów

ofertą do największych zakładów pogrzebowych w kraju. Projektują i realizują także indywidualne nagrobki z systemem podświetlania. „Już po pierwszym dniu byliśmy zaskoczeni pozytywnym odbiorem. Okazało się, że Targi Memento to niesamowita możliwość rozwoju firmy oraz nawiązania świetnych kontaktów współpracy. Fajna atmosfera, wszystkim polecam.” Robert Kowalczyk Aeon Form (na zdjęciu).



Versal wśród trumien

Trumna z naturalnego kamienia wyścielana drapowaną satyną to szansa na pogrzeb w królewskim stylu. Wykonana z granitu, z ciekawym kamieniem wiekiem jest niemal wieczna. To pierwsza tego typu trumna na świecie! Jej autorem jest Piotr Socha, posiadający dokumenty urzędu patentowego. Oczywiście wśród zwiedzających pojawiało się pytanie o wagę kamiennej trumny. Okazuje się, że wieloletnie doświadczenie producenta w obróbce kamienia, pozwoliło na stworzenie trumny, która znacznie nie odbiega ciężarem od tych wykonanych z twardych gatunków drewna. Cena trumny zaczyna się od 6500 pln do nawet kilkunastu tysięcy w zależności od wzoru, rodzaju okuć i granitu. Trumny wykonuje Zakład Kamieniarski Socha z Łańcuta.



Granitowa trumna z patentem na Targach Memento i... odważny, żywy model



Warsztaty rekonstrukcji twarzy podczas Targów Memento

Piękni w trumnie

Warsztaty rekonstrukcji twarzy, produkty do zabezpieczania i dezynfekcji zwłok, balsamacja, kosmetyka i makijaż, a nawet perfumy dla zmarłego, czyli droga do efektu, w którym ciało po śmierci wygląda jak we śnie. Stoisko Polskiego Centrum Szkolnictwa Funeralnego, znanego polskiego balsamisty Adama Ragiela, należało do najczęściej odwiedzanych. Pytany przez media co myśli o Targach Memento, odpowiedział: „Jak to? Targi Funeralne Memento to najlepsze targi funeralne w Polsce! My oświecamy i szkolimy ludzi branży jak profesjonalnie zająć się ciałem osoby zmarłej, dlatego tu jesteśmy, bo tutaj naprawdę warto się zaprezentować.” W styczniu 2015 roku kolejna odsłona pracy mistrza. W książce pt. „Bez strachu. Jak umiera człowiek”, Adam Ragiel zdradzi czytelnikom fizyczne i metafizyczne tajemnice śmierci.

Biały rydwan Śmierci

W światowym stylu zaprezentowała swoje luksusowe karawany niemiecka firma Kuhlmann Cars. Wszystkich zachwycała wyjątkowej klasy biała limuzyna, obok której nikt nie mógł przejść obojętny. Oficjalny przedstawiciel firmy w Polsce Grzegorz Bartoszek zapewniał, że Targi Memento „są dla firmy najważniejsze w Polsce, tutaj zadebiutowaliśmy

dwa lata temu i odnieśliśmy sukces w postaci dobrych wyników sprzedaży. W tym roku też pełen sukces i nowi klienci, którzy zamawiają nasze modele limuzyn unikatowych.” Samochody przeznaczone do wyjątkowo uroczystych ceremonii pogrzebowych wzbudzały zachwyt zwiedzających, a potencjalnych klientów nie odstraszała nawet ich cena, bo z takim karawanem każda firma pogrzebowa może uczciwie pokonać konkurencję i stać się na rynku numer jeden.





Lot do sukcesu

Od lewej:

Tomasz Kobierski - wiceprezes Zarządu MTP,
Marek Cichewicz – laureat nagrody specjalnej,
Krzysztof Wolicki – prezes PSP

W podniebnej aranżacji zaprezentowała się firma BONGO specjalizująca się w międzynarodowym transporcie zmarłych. Firmę reprezentował jej dyrektor Marek Cichewicz, jednocześnie wiceprezydent światowej organizacji pogrzebowej FIAT-IFTA. Ta światowa organizacja pogrzebowa zrzesza ponad 80 krajów świata. Jej narodowym członkiem jest Polskie Stowarzyszenie Pogrzebowe. Targi Memento Poznań im. Wojciecha Krawczyka odbywają się pod prestiżowym patronatem FIAT-IFTA, co nadaje im międzynarodową rangę i wpisuje Targi Memento w kalendarz najważniejszych światowych wydarzeń funeralnych. Podczas otwarcia Targów Marek Cichewicz dziękował całej branży mówiąc, że „nasz kraj został zauważony na arenie międzynarodowej i to zasługa naszych przedsiębiorców i Targów Memento. Wielokrotnie na świecie gratulują mi jakości naszych produktów.”

Za swoją działalność w kraju oraz promocję polskiej branży funeralnej w świecie, otrzymał specjalną nagrodę Targów im. Wojciecha Krawczyka. Nikt się temu nie dziwił, bo kariera Marka Cichewicza to prawdziwy lot do sukcesu.





Najnowsze trendy florystyki funeralnej

Liście buku i owoce eukaliptusa

Prawdziwie artystyczną oprawę Targów zapewniła Polka Szkoła Florystyczna. W alei lipowej, przez trzy dni, artyści na scenie prezentowali najnowsze pomysły i trendy w kwiatowych aranżacjach funeralnych. Hitem były dekoracje z suszonych liści buku. Ich nostalgiczny charakter idealnie pasuje do florystyki pogrzebowej. Ciekawą propozycją było także wykorzystanie kwiatów hortensji bukietowej oraz gałązek i owoców eukaliptusa. Co ciekawe, okazało się, że kształt wieńca na Mazowszu różni się od tego w Wielkopolsce. Florystyczna podróż po Polsce była okazją do poznania kwiatowych tradycji i nowości.

POLSKA
JAKOŚĆ

nowość!

Trumna podświetlana

Zaskakującą nowością na Targach Memento była kamienno-szklana trumna z podświetleniem wewnątrz polskiej firmy kamieniarskiej Sjenpol. Zanim naciśniesz guzik może się wydawać, że kamień i hartowane szkło to wszystko czego możemy się spodziewać. Tymczasem kiedy się zaświeci, wewnątrz widzimy ciało zmarłego. To kontrowersyjne rozwiązanie przyciągało bardzo dużo zwiedzających. Zmarłego można wreszcie pożegnać bez podnoszenia wieka.

debiut

Urny z duszą

Na Targach Memento i jednocześnie na rynku zadebiutowała polska pracownia artystyczna BEA STONE. Po raz pierwszy można było zobaczyć urny kute i rzeźbione, patynowane i srebrzone, mosiądzowane i polerowane. To kolekcja „urn z duszą” dla prawdziwych indywidualistów, bo każdy pojedynczy egzemplarz jest niepowtarzalny. Niech hasło firmy nie zmyli nikogo, chodzi oczywiście o wykonanie z duszą, a urny są na prochy.

ZAVADZKI URNS

nowość!

Każda urna tej firmy powstaje we współpracy z polskimi artystami wzornictwa. To produkty o nowoczesnych, prostych formach, wysokiej klasy i w bardzo dobrej cenie. Idealna propozycja dla naszych zakładów pogrzebowych. Urny wykonane są z ceramiki szklanej, ze szkła i szlachetnego gipsu. Firma ma w ofercie nawet znicze nawiązujące formą do nocnej lampki. I tu okazuje się, że produkty luksusowe nie muszą być drogie. Zavadzki.pl

Park Pamięci Animals i diament z pupila

Do Lublina zaprasza pierwsze i jedyne w Polsce krematorium dla zwierząt. Tu dokonuje się kremacji naszych małych przyjaciół. Park Pamięci Animals prowadzą lekarze weterynarii. Wprowadzili na rynek także luksusową gamę urn dla czworonogów, a także usługę Diament „zawsze razem”. Proces wyrobu diamentu z pupila trwa 13 tygodni. Zdradzili nam, że dokonali już także kremacji królików i tchórzofretki. W planach mają stworzenie cmentarza dla zwierząt i otwarcie kolejnego krematorium. Na Targach Memento reprezentowali Life Urns i całą gamę urn luksusowych dla ludzi i zwierząt.



Na słówko

czyli wystawcy o Targach Memento

Targi Memento to dobry sposób na biznes. W tym roku przygotowaliśmy dwa stoiska; jedno z akcesoriami pogrzebowymi, drugie to bogata oferta galanterii pogrzebowej, zarówno dla zmarłych jak i dla obsługi. Warto się wystawiać, bo tutaj poznajemy oczekiwania klientów.

Aneta Zdyb
Carmen

Jesteśmy od pierwszej edycji tych Targów. Działamy prężnie i mamy kompleksową ofertę dla zakładów pogrzebowych, a tu spotykamy naszych klientów.

Cezary Świtkowski
dyrektor **Hygeco Polska**

Wystawiamy się już na trzeciej edycji Targów. W tym roku mamy nowości i premiery czyli wyjątkowe pojazdy, które prezentujemy w Polsce po raz pierwszy. Po tym jak widzimy jaka jest tegoroczna frekwencja i zainteresowanie naszymi karawanami, na pewno będziemy tu za dwa lata.

Zbigniew Pytel
INTERCAR Modena



SAKRALIA i KAMIEŃ po sąsiedzku

Hitem Targów SAKRALIA było nowoczesne wyposażenie kościołów. Nam przypadły do gustu drewniane ławki z podgrzewaniem elektrycznym, także kłęcznika. Naszym zdaniem powinny być obowiązkowe w każdym kościele, szczególnie podczas pogrzebów o tej porze roku. Za to na Targach Branży Kamieniarskiej STONE królowały najnowocześniejsze światowe technologie do perfekcyjnej obróbki, cięcia i pracy w kamieniu.

Krzysztof Wolicki Prezes Polskiego Stowarzyszenia Pogrzebowego zapewnił, że „Targi Memento im. Wojciecha Krawczyka są ukoronowaniem pracy polskich przedsiębiorców i producentów, a Poznań jak widać jest idealnym miejscem do tego typu przedsięwzięć. W tym roku mamy po sąsiedzku Targi Branży Kamieniarskiej STONE i Targi SAKRALIA. To doskonałe rozwiązanie, żeby poszerzać nasze kontakty, dlatego za dwa lata planujemy znowu połączyć siły.”

FUNERAL



FINANCE

FINANSOWE WSPARCIE BRANŻY POGRZEBOWEJ

WYPŁATA ZASIŁKU
POGRZEBOWEGO
W 24H

ZAUFALY NAM
62 ZAKŁADY
POGRZEBOWE!!!

FINANSUJEMY JUŻ
1054 USŁUG
MIESIĘCZNIE!!!

PIERWSZY ZASIŁEK GRATIS!!!

SPRAWDŹ JAKIE TO PROSTE! REFUNDACJA KOSZTÓW
POGRZEBU OD WIĘNCA PO POMNIK WŁĄCZNIE !

ZADZWOŃ DO NASZEGO
PRZEDSTAWICIELA
TEL. +48 509 731 236

FUNERAL FINANCE SP. Z O.O.
59-220 LEGNICA
UL. KARDYNAŁA BOLESŁAWA KOMINKA 9
TEL. 76 721 65 47, FAX 76 723 72 12
TEL.KOM.: +48 509 731 236
WWW.FUNERALFINANCE.PL

ZŁOTE TRUMNY MAFIOZÓW, POGRZEB BEZ NIEBOSZCZYKA i PROCHY W KOSMOSIE

sztuka
reklamy

Jak sprawić
by reklama pogrzebowa
przyciągała jak magnes
i była jak winda?

O światowych
trendach w
marketingu
funeralnym
w rozmowie z
Lilianą Soją
art. dyrektorem
i kreatorką
strategii reklamy,
właścicielką Studia
Direct Design.



Patrzy Pani na reklamy naszej branży pogrzebowej i jakie ogólne wrażenie?

Reklama funeralna w Polsce to jeszcze wciąż ziemia nieodkryta. Nie umiemy mówić o umieraniu, a to przekłada się na brak właściwej oprawy reklamowej.

Najlepsza reklama polskiej branży pogrzebowej.

Wysoko oceniam pomysł połączenia kampanii społecznej z reklamą usług pogrzebowych. Myślę o reklamie jednej z polskich firm z Mazowsza: „Zwolnij, do nas zawsze zdążysz”. To jest pomysł trafiony. Ważne żeby bez wyraźnego celu nie epatować śmiercią. Jeśli już straszymy, to dla bezpieczeństwa i podniesienia społecznej świadomości o zagrożeniu na drodze. W Rzymie jedna z agencji pogrzebowych także prowadzi podobną kampanię. „Nie jedź zbyt szybko, wcale nam się nie spieszy, żeby Cię zobaczyć”, albo „Jeśli chce Ci się spać, zatrzymaj się natychmiast. Lepiej odpocząć w aucie niż u nas”. Pożyteczne i buduje zaufanie.

Na Targach Memento w Poznaniu można było zobaczyć złotą trumnę, w jakiej został pochowany Michael Jackson. Pogrzeb osoby znanej w trumnie naszej firmy to musi być bardzo dobra reklama.

Wśród wpływowych, bogatych ludzi dziś złota trumna, w której pochowano króla Pop, faktycznie jest numer jeden. W trumnie pokrytej warstwą 14 karatowego złota został pochowany australijski przywódca mafii Carl Williams i król soulu James Brown, a złotych pochówków dokonują także najwięksi

współcześni kryminaliści świata np. mafia rosyjska tzw. „wory w zakonie”. Dzięki telewizyjnej transmisji pogrzebu króla Pop na cały świat, faktycznie miliony ludzi mogły zobaczyć jeden z najbardziej luksusowych modeli firmy. To darmowa reklama. I jest to niesłychanie sprytny sposób wykorzystania sytuacji przez firmę pogrzebową, a efekty są natychmiastowe. Tylko trzeba pamiętać o tym, że firma zapracowała na to budując swoją wieloletnią, przemyślaną strategię. By osiągnąć prawdziwy sukces, wszystko musi być dopracowane w zakresie własnego wizerunku w najdrobniejszych detalach. Zaczyna się od strategii, a kończy na wyjątkowo eleganckiej wizytówce będącej najdrobniejszym elementem całej kampanii wizerunkowej firmy. Tu nie może być miejsca na przypadkowy projekt znajomej siostry brata żony właściciela.

A jak reklamować piec kremacyjny?

Tak jak piec na to zasługuje :). W branży reklamowej, tak jak wszędzie, są ludzie zdolni i zdarzają się zupełnie pozbawieni marketingowego wyczucia rynku. Dlatego nie ma gwarancji, że jeśli powierzymy komuś wykonanie reklamy, to nasze obroty zwiększą się o 100%. Dlatego ważny jest wybór odpowiednich specjalistów, którzy stworzą przede wszystkim strategię marketingową, a potem przełożą ją na język sztuki wizualnej. Robienie reklamy, żeby tylko była, mija się z celem, bo to potencjał niewykorzystany i wyrzucone pieniądze. A potem dziwimy się, że biznes się nie rozwija. Oczywiście reklama może być windą do sukcesu.

Od czego zależy, na którym piętrze wysiadziemy?

Od pomysłu i jego realizacji. To co decyduje, to jest indywidualność i oczywiście konsekwentne budowanie pozycji i zaufania. I wcale nie trzeba szokować. Chodzi o świeżość pomysłu i wyjście ze stereotypów. Firmy branży pogrzebowej zamiast się wyróżniać upodabniają się do siebie. Ci co wchodzą na rynek chcąc odnieść sukces muszą wykreować swój indywidualny wizerunek. Także firmy z tradycjami powinny szukać nowoczesnych pomysłów na lifting. To bardzo ważne dla dalszego rozwoju firmy. Reklama to także aranżacja wnętrza siedziby. Powinna być urządzona z gustem, w odpowiedniej kolorystyce, niekoniecznie czarnej, fioletowej czy złotej. Dyskretna, elegancja i estetyka, to przede wszystkim powinno otaczać całą branżę oraz ludzi pogrążonych w największej rozpaczce tego świata.

Amerykanie reklamują „urny z głową zmarłego” wykorzystując wizerunek Obamy. Ale chyba nawet w Ameryce nie zachęcają jeszcze żeby umierać?

Tam pożądane jest wszystko czego jeszcze nie było. Ameryka rozumie, że reklama to sztuka przyciągania uwagi. Mają najlepszych profesjonalistów w tej dziedzinie. I tam nawet Obama się nie obrazi. Jedną z amerykańskich firm ma w swojej ofercie już nawet kosmiczne pochówki. Próbkę prochów zmarłego wysyłają na orbitę ziemską, księżyc lub poza system słoneczny. USA to rynek szczególny, bardzo otwarty na nowości i przekraczanie granic. Reklamę traktuje się tam jak być albo nie być firmy.

To rynek rywalizacji, nowatorskich pomysłów i ryzyka. Dużo mniej poważnie podchodzimy do reklamy i wizerunku. W konsekwencji u nas wszystko kręci się wokół tzw. bezpiecznych projektów bez ryzyka.

W Polsce, nasz światowy potentat wśród trumien firma Lindner, reklamuje trumny z nagimi modelkami. Już chyba blisko do Ameryki?

Owszem to trochę w stylu amerykańskim, coś jak funeralny kalendarz Pirelli, tylko, że Pirelli zatrudnia najlepsze modelki i najlepszych fotografów świata. Autorem kalendarza na 2015 jest Steven Meisel, jeden z najlepszych fotografów modowych. Każde wydanie kalendarza Pirelli jest rewolucyjnym wydarzeniem artystycznym. Warto podkreślić, że to pomysł sprzed 50 lat! Natomiast nie da się ukryć, że kalendarz Lindnera jest szokujący, a firmie nie brakuje odwagi. Trzeba jednak pamiętać, że konserwatywnie to też niekoniecznie znaczy nudno. Warto podkreślać tradycje firmy i doświadczenie. Włosi, inaczej niż my, od lat wychodzą z reklamą do szerokiego odbiorcy. Jest elegancka urna, sypie się piach z plaży, muszelki i do tego hasło „Domagaj się kremacji z certyfikatem”. Są też hasła reklamowe w stylu „Umiera się tylko raz”. Ale myślę, że nie powinniśmy mieć tzw. zachodnich kompleksów. Powinniśmy robić swoje.

Myśli Pani, że stać nas na to? Ile kosztuje dobra kampania, która zrobi z firmy lidera na rynku?

Cena profesjonalnej kampanii w dużej mierze zależy od jej zasięgu. To zleceniodawca decyduje o tym jakie fundusze chce przeznaczyć na reklamę i wtedy dostosowuje się strategię i jej zasięg do możliwości finansowych firmy. Zgadza się, że największe i najbogatsze światowe marki mają najlepsze

i najdroższe kampanie o zasięgu międzynarodowym. Oni wiedzą, że dobra reklama zaprocentuje w biznesie, a poniesione koszty szybko się zwrócą. Co jednak ciekawe, realizacja dobrego pomysłu niekoniecznie wiąże się z ogromnymi nakładami finansowymi. Na tym polega dobry pomysł.

Są grzechy reklamy, których wybaczyć się nie da?

Zły pomysł albo zupełny jego brak. Człowiek, który obsługuje komputer nawet perfekcyjnie, może być technicznie bardzo dobry, ale nie mieć zmysłu artystycznego i umiejętności przełożenia założeń strategicznych na przekaz. Chodzi o to, że dużo operatorów oprogramowania może nie posiadać wyczucia kompozycji, koloru, formy i typografii. A jest to najistotniejsza umiejętność, która decyduje o sukcesie reklamy. W efekcie dobra reklama przyciąga przecież ciekawym, oryginalnym obrazem.

A co Pani sądzi o wrocławskim domu pogrzebowym Game Over. To też jest forma reklamy?

To jest pomysł ciekawy. Świat reklamy powinien posługiwać się językiem modnym i dostosowanym do odbiorcy. Nie znam we Wrocławiu żadnego zakładu pogrzebowego, a ten zapamiętam właśnie dzięki nazwie. Pytanie, czy chciałabym z jego usług skorzystać.

I chciałaby Pani?

Tak, ponieważ wyczuwam tu ludzi z otwartą głową :).

Właśnie zakończyły się Targi Funeralne Memento w Poznaniu. Targi to dobra reklama dla branży, czy przeceniamy ich znaczenie w biznesie?

Targi są bardzo ważne. Musimy zbudować także prestiż naszej firmy w branży i to najlepsza okazja by się zaprezentować i porównać się z kon-

kurencją. Oczywiście to także bardzo dobra forma reklamy. Przedsiębiorcy o tym doskonale wiedzą. W Polsce targi pogrzebowe budzą jeszcze społeczne zaskoczenie. Wciąż niedostatecznie osławiamy śmierć. Wyganiamy ją z naszego życia, gdzieś do smętnych szpitali i cmentarzy. Proszę zwrócić uwagę, że nawet branża budowlana ma swoją gazetę na ogólnym rynku wydawniczym. A branża pogrzebowa tylko dla swoich, w prenumeracie. To o czymś świadczy. Podobnie targi są typowym, zamkniętym forum branżowym. Pamiętam jak przed laty miałam okazję zwiedzać targi pogrzebowe w Paryżu. Tam monumentalne hale Grand Palais prezentowały różne sposoby traktowania tematu śmierci np. rodem z Meksyku, gdzie wszystko co dotyczy śmierci jest kolorowe i radosne. Dało się również zauważyć zróżnicowanie kulturowe np. znaczenie koloru śmierci, czerni - w naszej kulturze euroamerykańskiej, biel - na Wschodzie, niebieski - w Iranie.

Czy jest coś, co mówi Pani wszystkim swoim klientom?

Zawsze powtarzam moim klientom, że chodzi o to, żeby się wyróżnić. Najważniejsze jest kreatywne poszukiwanie nowych pomysłów wynikających z błyskawicznego wychwytywania nowości rynkowych i trendów. Jeśli chcesz się upodobnić do innych to szkoda twoich wyrzuconych pieniędzy na kampanię reklamową. Wchodzą nowe media i należy je wykorzystywać. Tu już odgrywa rolę inteligencja i świadomość biznesowa, i to jest właściwa droga do sukcesu firmy. A teraz tak sobie myślę, że biznes funeralny bez dobrej reklamy jest jak... pogrzeb bez nieboszczyka.

rozmawiała

Marta Irena Kosnowska



Drukarnia na miarę XXI wieku

XXI wiek wymaga od firm dużej elastyczności, analizowania oczekiwań klientów, by nie odeszli do konkurencji, stawiania i osiągania ambitnych celów. Jest to możliwe tylko dzięki zaangażowanym pracownikom i wybitnym liderom na każdym poziomie organizacji.

Mija dokładnie rok od śmierci założyciela drukarni spół. Edwarda Księżopolskiego. Ten czas pokazał jak zamysł konkretnego człowieka przekłada się na obecny rozwój firmy.

Dzięki wielkiemu zaangażowaniu, ogromnemu poświęceniu, pracowitości i determinacji właściciela firmy, mała firma przekształciła się w duże przedsiębiorstwo zatrudniające kilkadziesiąt osób, zdobywając jednocześnie zaufanie wielu klientów oraz zyskując miano solidnego partnera w biznesie.

Po niespodziewanej śmierci właściciela drukarni Iwonex, firmą zarządza żona wraz z córką kontynuując wieloletnie, tworzone z pasją i oddaniem dzieło.

Firma Iwonex poprzez usilne starania i trwałą pracę realizuje rozpoczęte przez spół. Edwarda Księżopolskiego projekty i inwestycje. Poprzez zakup nowej maszyny fleksograficznej drukarnia Iwonex poszerzyła wachlarz świadczonych usług oraz stała się jeszcze bardziej konkurencyjną drukarnią na rynku poligraficznym.

Wieloletnie doświadczenie w branży oraz nowoczesne technologie pozwalają zaoferować przez drukarnię Iwonex wysokiej jakości druk offsetowy, fleksograficzny, cyfrowy oraz wielkoformatowy klientom z całego kraju.



Wszystkim naszym
Klientom i Partnerom
składamy życzenia
spokojnych i radosnych
Świąt Bożego Narodzenia
oraz pomyślności i sukcesów
w Nowym Roku

foto
reportaż

Wieczny Dom Francji

Nekropolia Père Lachaise w Paryżu

Kolumbarium Père-Lachaise w kolorze kości słoniowej



Napoleon Bonaparte nakazał pochować tu serce swojej kochanki Marii Walewskiej i przenieść prochy najwybitniejszego komediopisarza Francji, Moliera. Tutaj snem wiecznym odpoczywają m.in. Honoriusz Balzak i jego polska żona, szlachcianka Ewelina Hańska, Marcel Proust, Oskar Wilde, generał Wojska Polskiego Józef Wysocki, no i oczywiście Fryderyk Chopin.

Cmentarz „Ojca Lachaise”
to największa nekropolia Paryża.
100 tys. grobów na 44 hektarach zieleni.
Paryskie miasto zmarłych powstało
w 1804 roku, na terenach należących
do jezuitów François de Lachaise.
Posiadłość i ogrody z willą,
ojciec Lachaise otrzymał od Ludwika IV,
bo był jego spowiednikiem...

Na nagrobku **Fryderyka Chopina** widnieje jedynie data śmierci. Dlaczego nie ma daty urodzenia? Otóż nadal nie ma pewności czy Chopin urodził się 22 lutego czy 1 marca 1810 r. Nagrobna inskrypcja głosi „A Fred Chopin”. Czy Francuzi z wielkiego kompozytora zrobili Fredzia, tylko dlatego że autorem nagrobka był Jean-Baptiste Clesinger, zięć George Sand?

Edith Piaf na Père-Lachaise w 1963 roku żegnało 40 tys. ludzi. W swoim słynnym „Hymnie miłości” śpiewała: „Gdy pewnego dnia życie Ciebie mi wyrwie, jeśli umrzesz będąc daleko ode mnie, nie obchodzi mnie to jeśli mnie kochasz, ponieważ ja umrę również, będziemy ze sobą na wieczność, w wielkości błękitu, w niebie nie ma problemów...”

Grób **Jima Morrisona**, urodzonego na Florydzie legendarnego poety i muzyka The Doors jest jednym z najczęściej odwiedzanych grobów na Père-Lachaise. Informacja o jego śmierci została podana do publicznej wiadomości dopiero po 8 dniach. Prawdopodobnie przedawkował heroinę. Nie przeprowadzono sekcji zwłok, a jego przedwczesna śmierć została owiana legendą. 7 lipca 1971 roku, niewielkie grono przyjaciół odprowadziło artystę na Père-Lachaise. Zmarł w wieku 27 lat. Czy dlatego tak przejmująco śpiewał: „Powiedz mi, że będziemy musieli umrzeć.” ?

Grobowiec **Allana Kardeca** (1804-1869) twórcy alfabetu do porozumiewania się z duchami.

Ten zapomniany autor „Księgi duchów”, francuski pedagog, do swoich 50. urodzin wykładał anatomię, fizykę, matematykę, chemię i astronomię. Potem zainteresował się zjawiskami niewyjaśnionymi i postanowił naukowo zba-



dać ich przyczynę. Pisał: „Człowiek nie składa się jedynie z materii; jest w nim składnik myślący połączony z ciałem fizycznym, które porzuca, tak jak porzuca się zniszczone ubranie, a zmarli mogą porozumiewać się z żywymi bądź bezpośrednio, bądź za pośrednictwem medium w sposób widzialny i niewidzialny”. Epitafium na grobowcu Kardeca brzmi: Narodzić się, umrzeć, odrodzić ponownie i wciąż się rozwijać – takie jest prawo.

W Brazylii, współcześnie 2 mln osób kultywuje pamięć Kardeca, tworząc środowisko ludzi otwartych na kontakty ze światem pozagrobowym. W Polsce kilka lat temu powstało pierwsze po wojnie wydawnictwo spirytystyczne, które tłumaczy m.in. książki brazylijskiego medium Chico Xavier. To autor 400 książek, które podyktowały mu... duchy! Od lat intryguje badaczy i literaturoznawców, wszyscy są zgodni, że jego książek nie mógł napisać jeden człowiek. Podobne tajemnice skrywa ks. Francois Brune. Ten wykładowca teologii na Sorbonie, przy poparciu zwierzchników Kościoła, zajmuje się nagrywaniem głosów zmarłych.

Marta Irena Kosnowska

Fot. Krzysztof Wolicki

Ubezpieczenie NA POGRZEB

stowarzy
szenie

W poprzednim numerze DF MEMENTO pisaliśmy o nowej polisie ubezpieczeniowej francuskiej firmy Grupe Prevoir, stworzonym wspólnie z Polskim Stowarzyszeniem Pogrzebowym pod nazwą NA POGRZEB.

Podpisanie umowy
od lewej: Tomasz Salski – Prezes KLEPSYDRA z Łodzi
i Wojciech Mądrowski – Grupe Prevoir



Nowy produkt ubezpieczeniowy wzbudził bardzo duże zainteresowanie zarówno wśród potencjalnych klientów jak i zakładów pogrzebowych. W przeciągu dwu pierwszych miesięcy sprzedano przez sieć agencyjną kilkadziesiąt polis. Umowę o współpracę z firmą Grupe Prevoir na sprzedaż polisy NA POGRZEB podpisali między innymi byli prezesi Polskiego Stowarzyszenia Po-

grzebowego Tomasz Salski z Łódzkiej firmy KLEPSYDRA jak i Franciszek Maksymiuk firma HADES z Białej Podlaskiej. Z informacji jakie uzyskaliśmy od Wojciecha Mądrowskiego z Grupe Prevoir wynika, że dokumenty niezbędne do podpisania umowy na sprzedaż ubezpieczenia złożyło P.P.U. „Zieleń” Sp. z o.o. z Gdańska kierowane przez prezesa Jarosława Kammera oraz Przedsiębior-

stwo Usług Komunalnych z Krakowa z prezesem Januszem Kwaterą.

Mądrowski otrzymuje zapytania o możliwość przystąpienia do programu czy też odnośnie szczegółów polisy.

Należy podkreślić, iż stworzone przez Grupe Prévoir ubezpieczenie „NA POGRZEB” jest pierwszym na polskim rynku produktem przygotowanym wspólnie z branżą pogrzebową, uwzględniającym oprócz rodziny również interes Zakładu Pogrzebowego.

W polisie beneficjentem głównym jest Zakład Pogrzebowy wybierany z listy firm rekomendowanych przez Polskie Stowarzyszenie Pogrzebowe, który znajduje się w najbliższej okolicy, gdzie klient chce być pochowany. Dopiero Uposażonym dodatkowym jest ktoś z bliskich wyznaczony przez ubezpieczonego.

Procedury związane z polisą „NA POGRZEB”:

- Klient, który zakupił polisę wyznacza konkretny Zakład Pogrzebowy jako wykonawcę usługi pogrzebowej po swojej śmierci.
- Klient może wyrazić zgodę na kontakt z nim ze strony Zakładu Pogrzebowego. W tym przypadku PSP powiadomi konkretny Zakład Pogrzebowy o tym fakcie oraz prześle mu dane kontaktowe do Klienta. Do obowiązku Zakładu będzie należało skontaktowanie się z Klientem,

umówienie spotkania oraz ustalenie wszystkich spraw związanych z realizacją polisy.

- Po wykonaniu usługi pogrzebowej, Zakład wystawia (na druku Groupe Prévoir) potwierdzenie wykonania usługi wraz z wysokością poniesionych kosztów. Koszty te potwierdza członek rodziny zmarłego.
- Wybrana przez Ubezpieczonego suma ubezpieczenia zostanie przekazana na konto Zakładu pogrzebowego.

Osoby odpowiedzialne za współpracę:



ze strony Grupy Prévoir:
Wojciech Mądrawski
Partnership Development Manager
tel. kom. 512 947 235
wojciech.madrowski@prevoir.pl



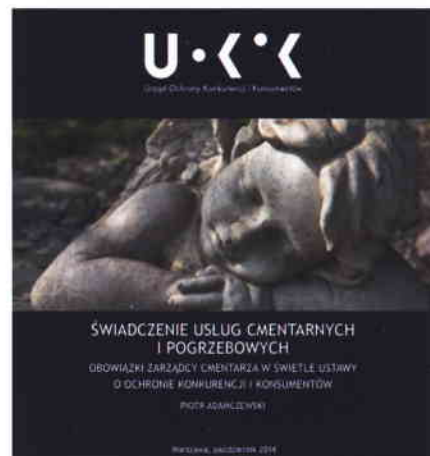
ze strony PSP:
Krzysztof Wolicki
Prezes Zarządu
tel. kom. 604 286 073
prezes@stowarzyszeniefuneralne.pl

Współpraca Stowarzyszenia z Urzędem Ochrony Konkurencji i Konsumentów

Polskie Stowarzyszenie Pogrzebowe podjęło współpracę z Urzędem Ochrony Konkurencji i Konsumentów. Udostępniamy na stronie internetowej stowarzyszenia www.polskiestowarzyszeniepogrzebowe.pl po dwukrotnym kliknięciu na znaczkach UOKiK Poradnik "Świadczenie usług cmentarnych i pogrzebowych – obowiązki zarządcy cmentarza w świetle ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów", który jest skierowany zarówno do władz kościelnych, jak i komunalnych zarządców cmentarzy.

Poradnik zawiera:

- przykłady najczęściej pojawiających się problemów związanych z ograniczeniem swobody świadczenia usług pogrzebowych na terenie cmentarzy, wraz z odwołaniami do uzasadnień prawnych,
- omówienia wybranych zagadnień prawa konkurencji,
- charakterystykę rynku usług cmentarnych i pogrzebowych w Polsce oraz wybranych krajach,
- wskazówki dotyczące tego jak należy postępować, by nie wejść w konflikt z prawem.



Zachęcam do lektury
Krzysztof Wolicki Prezes PSP

Listy do zarządcy cmentarza

Jeszcze o opłacie po 20-tu latach

Jakiś czas temu usłyszałem pogląd, że opłatę przedłużającą po 20-tu latach za grób ziemny należy liczyć od dnia jej wpłaty niezależnie od tego jaki czas upłynął od daty wygaśnięcia poprzedniej opłaty. Pogląd ten, jak mi mówiono wygłosił prelegent na szkoleniu w Katowicach. Krótco po tym otrzymałem pismną, potwierdzającą ten pogląd opinię biura prawnego. Poglądy te uważam za niewłaściwe. Przedstawię poniżej swój punkt widzenia.

Pochówek osoby zmarłej odbywa się na podstawie cywilno prawnej ustnej umowy o pochowanie. Na podstawie tej umowy znana z imienia i nazwiska osoba zmarła jest chowana w określonym miejscu cmentarza i w określonym grobie. Stronami umowy są: działający w imieniu właściciela cmentarza pełnomocny zarządca cmentarza i ktoś bliski lub krewny osoby zmarłej wymieniony w art. 10 ust. 1 ustawy o cmentarzach i chowaniu zmarłych. Prawo do pochowania krewni zmarłego uzyskują z mocy prawa w momencie jego śmierci. Grono osób nabywających prawo do pochowania jest bardzo szerokie. Pochówkiem zajmuje się zwykle jedna z wymienionych osób. Jest to

zwykle osoba najbliższa zmarłemu. Pozostałe osoby swego prawa do pochowania nie wykorzystują akceptując, aby prawo to wykonała osoba najbliższa.

Można by sądzić, że po pochowaniu zwłok prawo do pochowania staje się bezprzedmiotowe i przestaje istnieć gdyż zwłoki zostały pochowane i nikogo już pochować nie można. W tej sytuacji skoro pochówek się odbył, osoba zmarła została pochowana, to i umowa o pochowanie wygasła. Gdyby przyjąć, że umowa wygasła, to rzeczywiście po 20-tu latach dalsze istnienie grobu uzależnione byłoby od zawarcia nowej umowy i wtedy uiszczana przy

REKLAMA



CENTRUM URN POGRZEBOWYCH
MADE IN POLAND
WWW.PAULURNY.PL
PAKIETY – PROMOCJE – OKAZJE
TEL. + 48 661 126 446



tej okazji opłata mogłaby być liczona dopiero od dnia zawarcia umowy.

Pogląd o wygaśnięciu umowy zawieranej przy pochówku i zawieraniu po 20-tu latach nowej umowy jest błędny. Umowa o pochowanie zawarta przed pochowaniem zwłok nie wygasa po ich pochowaniu. Z umowy o pochowanie wynika nie tylko zgoda na pochowanie, ale także zgoda na postawienie nagrobka i urządzenie wystroju grobu a także na czczenie pamięci zmarłego. Należy przyjąć, że z zawartej przed pochówkiem umowy wynika, że grób może istnieć przez 20 lat, a po tym okresie na wniosek kogokolwiek, jego dalsze istnienie będzie możliwe pod warunkiem, że umowa zostanie przedłużona poprzez złożenie zastrzeżenia i uiszczenie opłaty jak za pochowanie. Z inicjatywą przedłużenia umowy wystąpić ma ktokolwiek, a zarządca cmentarza nie może się temu sprzeciwić jeżeli nie występują przeciwwskazania obiektywne. Grób definitywnie przestaje istnieć (i prawo do grobu wygasa definitywnie) dopiero wtedy gdy w grobie tym zostanie pochowana inna osoba zmarła.

Jeżeli więc wnoszenie po 20-tu latach zastrzeżenia wraz opłatą jest kontynuacją umowy zawartej przed pochówkiem, to musi być zachowania ciągłość umowy. Nie może to być nowa umowa bo wtedy pojawi się kwestia kto jest uprawniony do zawarcia takiej umowy, na jakiej podstawie, komu przysługują prawa i jakie?

Opłatę przedłużającą (i zastrzeżenie) może uiścić ktokolwiek. Jeśli byłaby to nowa umowa to by oznaczało, że osoba zawierająca umowę uzyskuje jakieś prawa dla siebie, a to przecież nieprawda.

Prawo do pochowania, po pochowaniu staje się prawem do grobu. Prawo do pochowania wykorzystała jedna z uprawnionych osób. Prawo do powstałego w ten sposób grobu mają osoby, którym ustawa o cmentarzach... pierwotnie przyznała prawo do pochowania czyli osoby wymienione w art. 10 ust. 1, niezależnie od tego kto pochówku dokonał. Przy prawie do pochowania należy przyjąć, że pierwszeństwo mają osoby wymienione wcześniej (w art.10 ust.1). Przy prawie do grobu takiego pierwszeństwa przyznawać nie należy. Podobnie jest przy prawie do ekshumacji. Zgodę na ekshumację muszą wyrazić osoby wymienione w art.10 ust.1 bez prawa pierwszeństwa. Jeśli nie ma zgody wszystkich, to jest spór który musi rozstrzygnąć Sąd, a do tego czasu ekshumacji dokonywać nie wolno.

O umowie o pochowanie będzie szerzej w następnym numerze.

Marian Kolczyński

kolczynski@op.pl

695 403 872

R E K L A M A



AKCESORIA FUNERALNE





*Życzymy wszystkim wspaniałych
Świąt Bożego Narodzenia
oraz Szczęśliwego Nowego Roku*

PRIMA-TECH S.C.
ul. Górna 2A
42-262 Poczesna k/Cz-wy

**PRIMA
TECH**

tel./fax/ +48 34 328 51 48
e-mail: primattech@op.pl
www.funeralne.com

Matka Boża Dobrej Śmierci

religia

Historia obrazu Matki Bożej Dobrej Śmierci słynącego łaskami sięga XVI wieku. Obraz Madonny w złotych owocach i liściach granatu symbolizujących miłość i śmierć, podarowali nam prawdopodobnie Rosjanie. Dlaczego zatem nie był ikoną? I dlaczego spłonął w Powstaniu Warszawskim mimo, że ocalało wnętrze kościoła w którym się znajdował?

Obraz Matki Bożej Dobrej Śmierci aż do Powstania Warszawskiego otoczony był przez Polaków czcią i słynął łaskami. Warszawiacy i pielgrzymi szukali pomocy i pocieszenia w modlitwie do Matki Bożej Dobrej Śmierci.

Do dziś w kościele pw. Wniebowzięcia Najświętszej Maryi Panny i św. Józefa przy Krakowskim Przedmieściu 52 mieści się Sanktuarium Matki Bożej Dobrej Śmierci. To bardzo mało dziś znane sanktuarium maryjne, wciąż skrywa swoje wielkie tajemnice...

MATKA BOŻA DOBREJ ŚMIERCI PŁONIE W POWSTANIU WARSZAWSKIM

Kroniki odnotowują, że obraz trafił do Polski z kościoła w Moskwie. Jeśli tak, zdumiewające jest, że nie był wykonany techniką ikony. Madonna z Dzieciątkiem Jezus była namalowana temperą na desce. Autor obrazu pozostał nieznany. Wiemy tyle, że obraz otrzymał w darze król Jan Kazimierz. Następnie podarował go prefektowi mennicy królewskiej. Ten z kolei przekazał go swojemu synowi. Duchowny, Ojciec Innocenty w 1664 roku ofiarował obraz warszawskiemu kościołowi.

W czasie Powstania Warszawskiego obraz jako szczególnie cenny został zabezpieczony i ukryty w piwnicy klasztornej. Mimo to spłonął, chociaż duża część wnętrza kościoła ocalała... Ludność Warszawy na gruzach zrównanej z ziemią stolicy, opłakując śmierć tysięcy dzieci, młodzieży, ludności cywilnej i swoich bohaterów, którzy oddali życie w obronie miasta, odebrało spłonięcie obrazu jako znak z niebios Matki Bożej Dobrej Śmierci.



Trudno się dziwić, że kiedy w 1963 r. doprowadzono do rekonstrukcji obrazu, Warszawiacy pamiętający Powstanie, oryginał i jego historię, nigdy nie zaakceptowali jego nowej, do tego niedoskonałej wersji. Dopiero w 1990 roku przy współpracy z konserwatorami z Wawelu wykonano kolejną próbę odtworzenia wiernej kopii obrazu. Udaną rekonstrukcję autorstwa Mariana Paciorka, konserwatora obrazów średniowiecznych, wystawiono na tradycyjnym miejscu w kaplicy, gdzie niegdyś wisiał oryginał.

W dawnym kalendarzu liturgicznym święto Matki Bożej Dobrej Śmierci przypadało na 22 dzień października. Na tą pamiątkę 22. dnia każdego miesiąca w Sanktuarium Matki Bożej Dobrej Śmierci odbywają się wieczorne uroczyste nabożeństwa. Przywrócono także dawny zwyczaj odprawiania przed obrazem Mszy świętych prymicyjnych. Przy ołtarzu wierni pozostawiają także kartki z prośbami, a każdego 22 dnia miesiąca wpisują swoje prośby do księgi. Ks. Prałat Wiesław Kądziela tłumaczy, że, ludzie tutaj nie tylko proszą o dobrą śmierć, ale przede wszystkim o dobre życie, które przygotowuje ich do odejścia z tego świata.

Chociaż obraz nie istnieje w oryginale, Matka Boża Dobrej Śmierci nadal pociesza człowieka, prowadząc nas w miłości do nieodgadnionej, wielkiej tajemnicy śmierci.

Rafał Ochmański

Bractwo Dobrej Śmierci

Od XVII wieku w warszawskim Sanktuarium Matki Bożej Dobrej Śmierci przy Krakowskim Przedmieściu w Warszawie, działało Bractwo Dobrej Śmierci. Członkowie Bractwa mieli obowiązek każdego dnia modlić się za konających i zmarłych oraz przygotowywać wiernych do ostatniej drogi. W duchu największych chrześcijańskich wartości prowadzili z chorymi rozmowy o śmierci i pilnowali przyjęcia przez nich sakramentu namaszczenia. Aż do połowy XIX wieku Bractwo Dobrej Śmierci uczestniczyło także w pogrzebach wiernych i paliło świece przy trumnach w kościele.

*Czarodziejskich chwil, ciepłej, rodzinnej atmosfery,
uśmiechów, zdrowia, pyszności na stole, cudownych prezentów,
spełnienia marzeń, wyjątkowego Sylwestra i wszystkiego,
co najlepsze w Nowym Roku
życzy*

 **ambsoftware**



Targi Pogrzebowe TANEXPO

w Moskwie

НЕКРОПОЛЬ

МЕЖДУНАРОДНАЯ ПОХОРОННАЯ ВЫСТАВКА

W dniach 28-30 października br. na zaproszenie przesłane do biura FIAT IFTA przez Prezesa targów Necropolis w Moskwie Pana Sergeja Jakushina miałem możliwość uczestniczyć w święcie branży pogrzebowej w Rosji. Targi Necropolis są największą wystawą funeralną w tym kraju. Tegoroczna wystawa była wyjątkowa, ponieważ po raz pierwszy wystawa została zorganizowana przy współpracy z organizatorami Tanexpo z Włoch.

Necropolis zostało zorganizowane bardzo profesjonalnie i dopracowane w każdym szczególe. Co wyróżniało tą wystawę od innych to pokazy mody oraz konkurs obsługi pogrzebu o charakterze państwowym. Zasiadając w jury miałem możliwość przyjrzenia się z bliska 2 ekipom złożonym z czterech panów każda, które musiały zaliczyć część teoretyczną i praktyczną. Konkurs przykuł uwagę wielu zwiedza-



jących i był bardzo emocjonujący do samego końca.

Organizatorzy poprosili mnie oraz Pana dr. Rolfa Lichtnera z EFFS o przedstawienie standardów jakie panują w Unii Europejskiej odnośnie działań

branży pogrzebowej. Podczas mojego wystąpienia zaprezentowałem zgromadzonej na sali niemal setce słuchaczy historię polskiej branży pogrzebowej oraz jej obecny stan. Uczestników konferencji najbardziej zainteresował temat partnerstwa publiczno-prywatnego, które może okazać się dla rosyjskiej branży pogrzebowej doskonałym rozwiązaniem.

Choć rynek rosyjski nie jest najłatwiejszym i ciężko jest się na nim zaistnieć to moim zdaniem polscy przedsiębiorcy mają duże szanse odniesienie sukcesu w tej części Świata.

W imieniu organizatorów targów funeralnych Necropolis zapraszam na kolejną edycję w dniach 21-23 października 2015.

Marek Cichewicz
Wiceprezydent FIAT-IFTA





Dusza żegna się z ciałem

„Žywcem pogrzebany” Antoine Wiertz, 1854

Mediolan stolicą kremacji

Niemiecki wynalazca Fryderyk Siemens już w latach 70. XIX w. skonstruował pierwszy elektryczny piec do spopielenia zwłok osoby zmarłej. Ale to Włosi jako pierwsi dokonali w 1876 roku kremacji ciała po śmierci. Oczywiście w Mediolanie.

Angielskie tony rtęci

Naukowcy z Wielkiej Brytanii alarmują, że jedno krematorium wydziela rocznie nawet kilka ton rtęci. Na terenie Wielkiej Brytanii, gdzie znajduje się dziś już prawie 250 obiektów do spopielenia zwłok, badania wykazały, że ludzie zamieszkujący w pobliżu krematoriów narażeni są na bardzo niebezpieczne dioksyny. Dużym problemem okazały się dentystyczne plombi, które wydzielają rtęć podczas spalania...

Prochy Francuzów

44% Francuzów deklaruje dziś, że po swojej śmierci chce pochówku w urnie. Możliwość kremacji we Francji istnieje od 1886 roku. Bardzo popularne jest tam rozsypanie prochów zmarłego w przyrodzie. Istnieją specjalne rejestry w gminach, które prowadzą dokumentację „osób rozsypanych”.

Greckie tabu

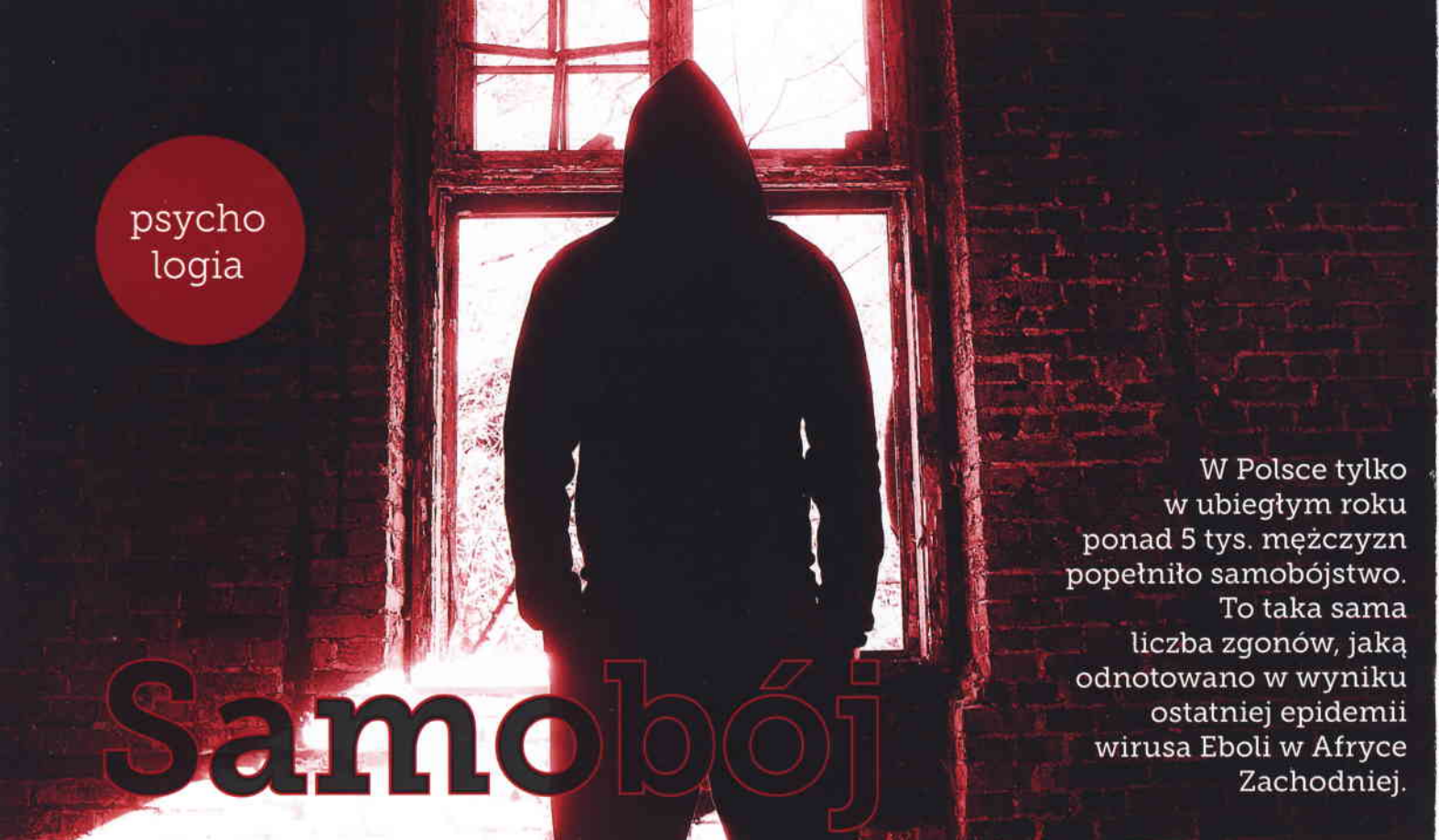
Kremacji zwłok zabrania islam, judaizm i prawosławie. Hinduizm i buddyzm nakazuje, a katolicyzm zezwala. W prawosławnej Grecji istnieje tylko jedno krematorium. Dopiero w tym roku Dekret Prezydencki wprowadził prawo kremacji i rozsypania prochów nad morzem lub na obszarze krematorium w tzw. miejscu pamięci, które jest ogrodem z fontanną.

Europa prochami podzielona

W Hiszpanii całkowita wolność. Urnę z prochami zabierasz do domu i robisz z nią co chcesz. W Niemczech wciąż tradycyjnie. Od 1934 roku prawo nakazuje pochówki na cmentarzu. Tymczasem już w 17 państwach Unii Europejskiej można przechowywać urny z prochami poza cmentarzem.

Co po kremacji?

Kiedy u nas kremacja to wciąż dla wielu Polaków forma pochówku nie do przyjęcia, Amerykanie chcą wprowadzić na rynek nowy sposób na to jak dusza pożegna się z ciałem. W ciągu kilku godzin ciało zmarłego zamienia się w zielono-brązową ciecz przypominającą syrop...



psycho
logia

Samobój

W Polsce tylko
w ubiegłym roku
ponad 5 tys. mężczyzn
popęłniło samobójstwo.
To taka sama
liczba zgonów, jaką
odnotowano w wyniku
ostatniej epidemii
wirusa Eboli w Afryce
Zachodniej.

Polska jest krajem o największej dysproporcji między samobójstwami mężczyzn i kobiet. Gdy jedna kobieta popełnia samobójstwo, towarzyszy jej 6 mężczyzn. Dlaczego? Czym jest depresja? Czy japońskim katarem duszy? A może odpowiedzią człowieka na świat, w którym żyje?

Różne prawdy i statystyki

Na jednym z portali pomocy psychologicznej czytamy, że „statystyczny polski samobójca jest mężczyzną w średnim wieku mieszkającym na wsi lub w małym miasteczku, pracującym fizycznie lub bezrobotnym, od niedawna owdowiałym lub rozwiedzionym.” Tymczasem w tygodniku „Newsweek” czytamy, że nasz samobójca to raczej mężczyzna z dużego miasta, a kończy ze sobą z powodu straty stanowiska, pieniędzy, firmy, pozycji, kochanki czy rodziny. Komu wierzyć? Czy każdy szyje samobójcę na własną miarę? A może

w mediach chodzi o depresję i kampanie firm farmaceutycznych oraz zdobywanie rynku zbytu? W Japonii leki przeciwdepresyjne reklamuje się już pod hasłem „przeziębienie duszy” lub „katar duszy”. A dwór cesarski podał do publicznej wiadomości informację, że na depresję choruje nawet sama księżniczka. Żyjemy w czasach, w których trudno o prawdę. Już 97% najważniejszych badań klinicznych finansowanych jest przez koncerny farmaceutyczne. Więc jeśli nie statystyki i badania, to pozostaje nam sprawę rozważyć psychologicznie.

Mężczyzna czyli kto?

Mężczyzna w sposób zadaniowy widzi swoje życie. Jest z natury zdobywcą, chce posiadać i znaczyć. Na tym buduje swoją wartość. Myśli w sposób logiczny i celowy. Inaczej niż kobieta, stworzona do wychowania potomstwa, mężczyzna nie posługuje się emocjami. Oczywiście przeżywa emocje, ale

w odróżnieniu od kobiety, emocjami nie jest. Dlatego, że nosi w sobie archetyp łowcy, musi być zatem czujny jak na polowaniu i skupiony na przetrwaniu. Prawdopodobnie dlatego mężczyźni brakuje podzielności uwagi i umiejętności robienia kilku rzeczy jednocześnie. Mężczyzna radzi sobie za to doskonale, w zadaniach wymagających zaradności, siły i koncentracji. Sprawa bytu i przetrwania wcześniej czy później całkowicie zdominuje jego życie.

Także potrzebę spotykań w męskim gronie przy piwie czy na meczu tłumaczy się tym, że niegdyś przed i po polowaniu mężczyźni zbierali się w grupy, tworzyli systemy, które nawzajem chroniły ich przed niebezpieczeństwem. Nadal faceci mają silną potrzebę omawiania swoich spraw i wyczynów. Dlatego duże znaczenie w budowaniu samoceny mają komentarze kolegów. Większość mężczyzn podkreśla, że nie ma nic gorszego niż kobieta, która ocenia i krytykuje swo-

jego partnera w towarzystwie. Utrata honoru, plama na męskości, słabość czy przegrana, to czynniki, które mogą sprawić, że silna męska psychika, może okazać się bardzo krucha.

To szumi rzeka podziemna

Tomasz Jastrun, poeta i pisarz, w „Newsweeku” opowiedział o swojej depresji: „Wisi się nad przepaścią wszechświata, wokół groza i zimno. Oto zdycham ale potrafię dowlec się do komputera i opisać stan, w którym jestem, chociaż co prawda mam problem, żeby trafić palcami w klawisze, to działanie leków plus depresja.” Lubię Jastruna, przed laty czytałam jego „Rzekę podziemną”. Myślałam, że sobie ją wymyślił, a teraz przyznał się w mediach, że był i jest chory, a rzeka podziemna w nim płynie.

Depresja jest dziś jak wirus, przenosi się na sportowców, celebrytów i pisarzy. Coraz częściej sławni ludzie ujawniają się ze swoją chorobą. Nikt jednak nie mówi czym jest ta choroba? Wszystkie nasze problemy, obniżenie nastroju, złe samopoczucie łatwo zdiagnozować jako depresję. Zaleca się wizyty u psychologa i psychiatry. Przekonuje się, że trzeba tylko dobrać właściwe leki i życie znowu będzie do zniesienia. Tymczasem strata osoby bliskiej, bezsilność wobec rzeczywistości, osamotnienie, brak zajęcia i bezcelowość to czynniki, które każdego człowieka szybko sprowadzą na ścieżkę ciemności. Inne czynniki chorobotwórcze to długotrwały lęk, stres, krytykanctwo, złe nastawienie do ludzi, nałogi i leczenie farmakologiczne. W mediach nieustannie mówi się o depresji, a zgonów z powodu samobójstw jest już dwa razy więcej niż z powodu wypadków drogowych. Ludzie nadal szukają rozwiązania w tabletkach. Czy dlatego, że

ich stan nie pozwala im szukać gdzie indziej? Jastrun przekonuje, że „żeby popełnić samobójstwo trzeba być gdzieś między depresją umiarkowaną a ciężką, bo w ciężkiej depresji człowiek nie ma siły na nic”. Ludzie z depresją wszystko by oddali żeby pewnego dnia świat stał się ciepły i jasny. Ale przyjęcie w stosunku do choroby postawy metafizycznej jest wciąż postrzegane jako szaleństwo. Tymczasem nikt na tym świecie nie potrafi naukowo zaprzeczyć, że nasze emocje i myśli wpływają na nasze zdrowie.

Zabójcze media

Współczesny świat kreują media. Wiedza dotycząca prawdziwych problemów człowieka i informacji o tym kim jesteśmy, co i jak przeżywamy, w oficjalnych mediach właściwie nie istnieje. Jesteśmy zalewani informacjami, które niosą ze sobą bardzo złą energię. Katastrofy, morderstwa, patologie, choroby. Media kreują idealnego mężczyznę sukcesu z jednodniowym zarostem i idealną kobietę, która je na śniadanie sześć włoskich orzechów na włosy i paznokcie. Ludzkie problemy sprowadza się do orgazmu w sypialni i tabletek na wzdęcia. Ludzie od rozwoju duchowego i energii twierdzą, że żyjemy na poziomie przetrwania. Staliśmy się społeczeństwem konsumpcyjnym, które kupi wszystko. Trudno dziś o udane małżeństwa, przyjaźnie sąsiedzkie, dobre relacje w rodzinach i szczęśliwych ludzi. Większość ludzi żyje w obawie o to, że mogą stracić to co już zdobyli. To odbiera swobodę i radość życia i pochłania wielkie pokłady naszej energii. Kiedy Jan Paweł II mówił do ludzi „Nie lękajcie się” niewielu z nas rozumiało o czym mówi. Tymczasem wszystkie systemy oparte są na lęku, także nasze codzienne życie, cały świat i nasze mi-

kroświaty, które tworzymy. Strach sprawia, że ludzie godzą się na wszystko, poddają, siedzą cicho i nie protestują. A sukces? Przez lata napompowany przez media i konieczny dla każdego, okazał się zabójczy, jeśli jest i jeśli go nie ma. Trudno się dziwić, że mamy gotowego statystycznego samobójcę. Dlaczego mężczyznę? Sięgając do odległych czasów, mężczyzna był rezonansem, który wyczuwał zagrożenia, oceniał sytuację i chronił ognisko domowe od świata zewnętrznego. Widać współczesny świat, życie w ciągłym zagrożeniu i chronicznym lęku o przetrwanie, dla mężczyzny okazały się nie do zniesienia.

Jest taka chińska zabawa. Samuraj przyłożył ci do szyi miecz i zadaje pytanie, jeśli odpowiesz źle zginiesz: Co w tym świecie, w którym żyjesz, i który tu poznałeś, możesz z czystym sumieniem nazwać, że było prawdziwe?

Zastanawiam się czy masz jeszcze głowę? Bardzo dużo ludzi ją podczas tej zabawy straciło odpowiadając miłość, natura, życie. Samuraj nie ścina głowy tym, którzy odpowiadają: „Ja”.

Biorąc jednak pod uwagę, że jestem kobietą i rozumiem jak kobieta, może się okazać, że zabawa z samurajem to dla logicznie myślącego mężczyzny, który lubi jasne komunikaty, będzie za mało. Dlatego, mężczyzno, może się okazać, że zamiast na wymarzone wakacje na Bali będzie cię stać tylko na bilety do ZOO. Nawet jeśli przyjdzie dzień, w którym będziesz musiał przesiąść się z mercedesa do tico – to jeszcze nie koniec świata. Męskość nie polega na tym czym jeździsz i gdzie jeździsz, ale jak jeździsz. Męskość to trudne zadanie. To bycie sobą, niezależnie od okoliczności. A umrzeć, przecież wszyscy zdążymy.

Marta Irena Kosnowska

MAKABRYCZNE POCHÓWKI

historia

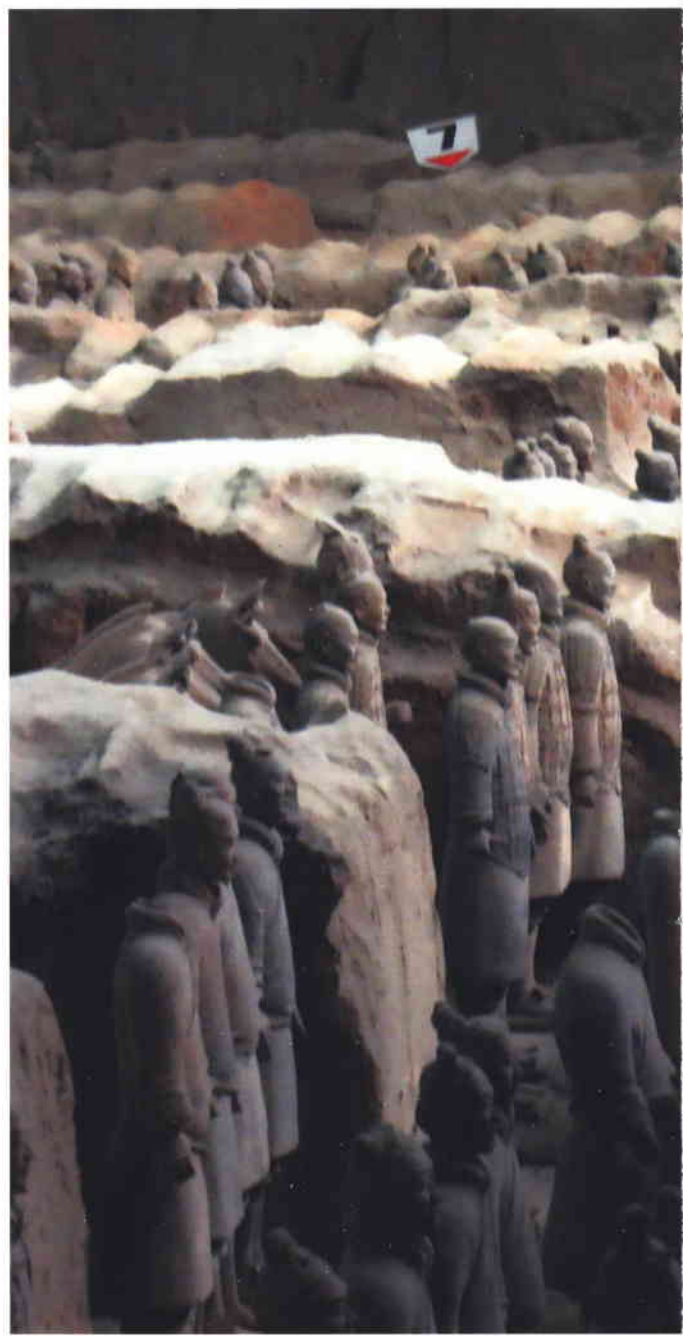
Trackich wozów chowano w przepychu z rydwanami, końmi, bronią, a także żonami... Chiński cesarz zabierał do grobu swoje konkubiny. Władców sumeryjskich grzebano jednocześnie ze służbą i królewską gwardią. Makabryczne pochówki są jak wrota do starożytnych wierzeń.

Jesteśmy w Ur, kwitnącym mieście sumeryjskim w Babilonii, tysiące lat temu. Długi kondukt Sumeryjczyków opuszcza miasto i zmierza w kierunku gigantycznego grobowca zmarłego władcy. Żołnierzom i służbie towarzyszą grajkowie. Oficerowie dumnie prezentują swe insygnia. W tym barwnym pochodzie jadą też rydwany zaprzężone w woły i osły, przy których kroczą stajenni. W królewskim grobowcu, przy akompaniamencie muzyki rozpoczyna się tajemnicza ceremonia pogrzebowa. Przybyli żałobnicy zanurzają w miedzianym kotle gliniane naczynia. I wypijają specjalnie przygotowany na tę okazję, śmiertelny napar... Następnie kładą się na matach i zasypiają snem wiecznym, z którego już nigdy się nie zbudzą. Po ceremonii robotnicy zamurują wejście do grobowca. Lud wierzy, że ich król, którego uważają za boga, jedzie teraz na pogrzebowym rydwanie, wraz z lojalnymi sługami i członkami królewskiej gwardii.

W południowym Iraku, na terenie starożytnego Ur archeolodzy odkryli 16 królewskich grobowców przypominających ten opisany powyżej. Odkryto makabryczne ofiary z ludzi i zwierząt. Ale jak się okazuje groby starożytnego Ur nie były wyjątkiem. W wielu prastarych kulturach arystokracja i członkowie rodzin królewskich dopuszczali się przerażających okrucieństw podczas ceremonii pogrzebowych. Ich groby pełne arcydzieł i skarbów często w niczym nie ustępowały pałacom, w których mieszkali za życia. Dzisiaj zarówno te okazałe, jak i te skromniejsze grobowce, stanowią wrota do przeszłości, dające nam wgląd w wierzenia, kulturę oraz artystyczne i techniczne umiejętności starożytnych ludów i wymarłych cywilizacji.

Umarł cesarz – umierają konkubiny

W roku 1974 niedaleko chińskiego miasta Xi'an rolnicy kopiąc studnię, odkryli fragmenty glinianych figur, kusze z brązu i groty strzał. Wtedy jeszcze nie wiedzieli, że natrafili na mającą 2100 lat



siedmiotysięczną armię żołnierzy i koni... z terakoty — większych rozmiarów niż w rzeczywistości i stojących w idealnym szyku bojowym! Tę część największego grobowca cesarskiego w Chinach, nazwano terakotową armią Ts'in. Mauzoleum budowało 700 000 osób przez 38 lat i jest ono podziemnym pałacem, który miał zapewnić cesarzowi pełnię chwały i potęgę po śmierci. Razem z 400 przyległymi mogiłami grobowiec stanowi obecnie część ogromnego muzeum. Razem ze zmarłym władcą pogrzebano w nim

m.in. jego bezdzietne konkubiny, a jak informują historycy, wraz ze śmiercią cesarza zginęło wielu ludzi z jego otoczenia.

Na północny wschód od stolicy Meksyku znajdują się ruiny starożytnego miasta, z miejscem zwanym Drogą Zmarłych. Znajduje się tam Piramida Słońca i Piramida Księżyca, zbudowane w I wieku n.e.. Historycy uważają, że wewnątrz Piramidy Słońca mogło być komnatą grobową dla dostojników i kapłanów, a ludzkie szczątki odnale-

zione w pobliskich masowych grobach wskazują, że na ofiary składano wojowników, którzy po śmierci mieli chronić zmarłych. Odnaleziono tam także szczątki 200 zmarłych, w tym dzieci, które jak się przypuszcza, także były składane w ofierze podczas pochówków dostojników.

Kto chce umrzeć z Wikingiem?

Wojowniczy żeglarze ze Skandynawii, którzy tysiąc lat temu terroryzowali Europę, także pragnęli się cieszyć wyśawnym życiem po śmierci. Wierzyli, że zmarli jadą konno lub płyną łodzią do innego świata, dlatego w miejscach ich pochówków odnaleziono szkielety zabitych koni i kadłuby łodzi. Wojownicy wikingowie byli przekonani, że jeśli zginą w walce, trafią do domu bogów — Asgardu. Wierzyli, że będą tam całe dni spędzać na bojach, a noce na ucztach. Na pogrzebach wikingowie również składali ofiary z ludzi. Kiedy umierał wódz, pytano niewolników i sług, kto chce umrzeć razem z nim.

Dawni Celtowie zamieszkujący północną Europę wierzyli, że w zaświatach nawet dług zachowuje ważność, co było bez wątpienia sprytnym sposobem wymigania się od jego spłacenia za życia. W Mezopotamii dzieci grzebano razem z zabawkami. W starożytności w niektórych rejonach Brytanii do grobów żołnierzy wkładano udźce jagnięce, aby w następnym życiu nie zaznali głodu.

Joanna Gwiazda – Weczera

fot. GFDL, Creative Commons

Terakotowa armia.
Mauzoleum chińskiego cesarza
Ts'in Szy Huang-ti.

MEMENTO PRENUMERATA ZAMÓWIENIE

Cena prenumeraty rocznej wynosi - 192,60 zł (w tym 8% VAT), cena egzemplarza pojedynczego – 38 zł.

Nazwa firmy, imię i nazwisko:

Imię i nazwisko zamawiającego:

Adres:

Telefon, e-mail:

NIP Firmy:

Zamawiam roczną prenumeratę od nr, na rok 2015, pojedynczego egzemplarza nr

Dane do przelewu: Polskie Stowarzyszenie Pogrzebowe, ul. Etiudy Rewolucyjnej 48, 02-643 Warszawa.
KONTO Nr 39 1020 1013 0000 0502 0125 2386

Oświadczam, że jestem uprawniony/a do otrzymywania faktury VAT. Upoważniam Państwo do wystawienia faktury VAT bez mojego podpisu. Wyrażam zgodę do zamieszczenia moich danych osobowych w bazie wydawnictwa MEMENTO i wykorzystanie ich w celach marketingowych, zgodnie z Ustawą z dnia 29.08.1997 r. o ochronie danych osobowych (Dz. U. z 2002 r. Nr 101 poz. 926 z późniejszymi zmianami)

Data i podpis

Zamówienia prosimy składać:

Tel/Fax 22 834 84 60 lub e-mail: biuro@stowarzyszeniefuneralne.pl



Wyłączny Dystrybutor w Europie



FRIGID FLUID CO.
CASKET LOWERING DEVICES
©1997-2004, van der Werf vzw, 2005

JUNKIN

*Spokojnych i radosnych
Świąt Bożego Narodzenia
spędzonych w gronie najbliższych,
a także zdrowia, szczęścia
i wielkiej radości
życzy*

Sams Supplies Sp. z o. o.

Cierlicka 11, 02-495 Warszawa
tel (22) 667 71 63, kom. 602 551 444
officesamsupplies@gmail.com
www.sam-supplies.com

Windy pogrzebowe firmy Frigid Fluid oraz Junkin Safety zostały wykonane z materiałów o wysokiej jakości i zaprojektowane tak, aby zapewnić bezawaryjną i wieloletnią pracę. Nie posiadają silników i akumulatorów, a jedynie mechanizmy odśrodkowe oraz przekładnie.





MIĘDZYNARODOWY
TRANSPORT ZMARŁYCH



W imieniu całej firmy życzę

*Spokojnych Świąt
i samych sukcesów
w Nowym Roku 2015*



Marek Cichewicz
Dyrektor
kom. +48 604 066 152

BONGO Międzynarodowe Usługi Pogrzebowe s.c.
Siedziba: Etiudy Rewolucyjnej 48, 02-643 Warszawa
Filia: Solec 3/5, 94-247 Łódź

tel. +48 22 831 00 36 kom. +48 604 066 152
tel. +48 22 635 21 93 kom. +48 506 155 499
fax +48 22 831 79 96 kom. +48 509 024 007

www.bongo.com.pl biuro@bongo.com.pl



Bojar Tuning, 51-420 Wrocław, ul. Szczygła 12,
tel./fax: 71 325 41 74, kom. 501 371 537, 501 154 750,
e-mail: biuro@bojar-tuning.eu, www.bojar-tuning.eu



Firma Bojar Tuning zajmuje się przerabianiem samochodów na specjalne - pogrzebowe.

Dzięki naszemu wieloletniemu doświadczeniu (od 1994 roku), jesteśmy elastyczni w pracach oraz przebudowach jakie wykonujemy, jesteśmy w stanie dostosować samochód do Państwa potrzeb i wykonać niektóre elementy oraz dodatki, według Państwa gustu i uznania. Nasza firma posiada pełną dokumentację i zezwolenia, na wszelkiego rodzaju zabudowy, przebudowy, zmiany konstrukcyjne, zmiany przeznaczenia samochodów oraz wykonywanie konstrukcji ram samochodowych. W ofercie posiadamy wersje 2 i 5-osobowe.

Zapraszamy do galerii zdjęć oraz naszej oferty na stronie: www.bojar-tuning.eu

NAJLEPSZE ROZWIĄZANIE W NIE NAJLEPSZYCH CZASACH



FIAT SCUDO KARAWAN POGRZEBOWY Z ZABUDOWĄ FIRMY BAUTEX JUŻ OD 63 000 ZŁ

- SILNIKI EURO 5 O MOCY OD 90 KM DO 163 KM
- ZABUDOWA FIRMY BAUTEX – OD 2 DO 5 MIEJSC SIEDZĄCYCH
- KOLORY: SREBRNY, SZARY, GRAFITOWY, ŻŁOTY ORAZ CZARNY

MÓWIMY O KONKRETACH

LEASING JUŻ OD 929 ZŁ • WPŁATA WŁASNA TYLKO 20%



www.fiatprofessional.pl

Prezentowany samochód stanowi jedynie ilustrację. Podana cena netto dotyczy wersji Scudo 1,6 Multijet 90 KM (272,4L6.0) Furgon z zabudową firmy Bautex. Podana kwota 929 zł to miesięczna rata leasingowa netto skalkulowana dla ww. wersji. Leasing w FGA Leasing: okres 48 miesięcy, wpłata własna 20%, wykup gwarantowany przez dealera 27%, suma czynszów leasingowych (bez wykupu) 89,32%. Klient ma możliwość przesunięcia spłaty jednej raty leasingowej w roku na koniec okresu leasingowania – bez ponoszenia dodatkowych kosztów. Oferta specjalna skierowana jest do przedsiębiorców. Liczba samochodów w promocji ograniczona. Fiat Scudo Furgon: emisja CO₂ - od 179 do 186 g/km; zużycie paliwa w cyklu mieszanym od 6,8 do 7,1 l/100 km. Informacje dotyczące odzysku i recyklingu samochodów wycofanych z eksploatacji znajdują się na stronie www.fiatprofessional.pl