



Na okupu je 14 odvažnih, upornih i posve različitih priča o razvoju proizvoda i proizvodnje, o afirmaciji djelatnosti koju u Hrvatskoj najčešće krivo razumijevamo



>>>

Dizajn je timski sport. Bavite se njime i bit će i proizvodnje i radnih mjesta

Produkt dizajn kod nas uglavnom više ne spava i afirmirajući ga tržišno, time slavimo i vlastiti identitet

*Piše *Tatjana Bartaković*
 fotografije *Jurica Galoić/Pixsell*

B

ez kulture ne posjedujemo ništa vrijedno obrane", poručila je Anne-Grete Strom-Erichsen, norveška ministrica obrane (da, obrane) u Oslu prilikom otvaranja nove zgrade Opere 2008. godine, izdižući ovom izjavom kulturu na razinu nacionalne sigurnosti. Već pri samom glasovanju u parlamentu odlučeno je kako ovaj objekt mora postati arhitektonskom znamenitošću i obilježiti Norvešku kao naciju kulture. Što mislite kada bismo mogli očekivati da se o ova-kvoj temi na sličan način govori u Hrvatskom saboru? Ali kako ćemo se od kulture najesti kruha i čime platiti režije ako kasni plaća ili je uopće više nema? Gotovo mi je neugodno sada zagovarati dizajn, često u nas shvaćen kao dekoracija i luksuz, i to samo iz razloga jer nije plod iskustva naše sredine, već nama skupa uvozna igračka iz nekog za nas, još uvijek nedostižnog standarda. Međutim, nemojmo se zavaravati da je "taj" standard isključivo financijskog predznaka. On proizlazi iz ideje o kvaliteti, koju je nama Hrvatima u jednom trenutku odstranjenja. Da bismo se pokrenuli, moramo prihvatiti da zaslužujemo bolje i da je promjena

moguća. Moramo zahtijevati kvalitetu kao svoj biološki minimum, prije nego iznova počnemo graditi ne samo ekonomiju, već prije svega duh naroda koji je pasivno izvjerio samoga sebe. Ta pomodna poštapalica "dizajn" zapravo je ogledalo dobre timske igre čija je posljedica uspješna proizvodnja nacionalnog gospodarstva. Dizajn je vrsta timskog sporta koja generira kulturu uspješne proizvodnje, kvalitetnu izradu i povećava broj zaposlenih. Mi nemamo za režije, ali od nekuda moramo početi generirati svoj rast.

NOVAC ĆE VEĆ DOĆI

Učimo od najboljih i ne zavaravamo se da nam nedostaju samo novci. Novac će doći kad naučimo djelovati kao timski igrači, i počnemo učiti od najboljih. "Finska ima dugu tradiciju dobre timske igre. Mi smo mala zemlja u kojoj se svi poznaju i vjeruju jedni drugima. A posebno smo dobri u stvaranju novih strategija i održavanju zajedništva u teškim vremenima" - naglasio je Yrjö Sotamaa, dugogodišnji rektor finskog Sveučilišta za umjetnost i dizajn (TAIK) u Helsinkiju, pokretač reforme finskog sveučilišta u 2010. U periodu najdublje krize u Finskoj od 1991. - 1994. godine, oni nisu nabili harač svojim građanima, već povećali financiranje za TEKES (Finska agencija za tehnologiju) što je doprinjelo da Finska izade iz krize još snažnija, da bi



na tim temeljima održavala svoju konkurentnost sve do danas. Kad Finac treba nož, ne ide ga kupiti u obližnji shopping centar jer je preudaljen i često odsječen ledenom zimom – ne čeka subvenciju od države koja će otopiti led, već ga sam izradi iz drveta. Za četrnaest takvih odvažnih, a posve različitih upornih priča o razvoju proizvoda i proizvodnje, primjetila sam da gotovo u istom trenutku, nakon dugogodišnjih peripetija, dolaze do svoje kulminacije. Radi jasnoće sam uprizorila izložbu Razum & Osjećaji koja njihove rezultate objedinjuje na jednom mjestu u jasnu sliku novonastale hrvatske kulture dizajna s nekoliko glavnih likova – investitora, proizvođača, dizajnera, arhitekta, prodaju i kupca, odnosno korisnika njihovih tržišnih kreacija.

NEPOŽELJNI U POGONIMA

Ova zajednička slika jasnije izražava potencijal i značaj zamijećene prekretnice - mogući zamašanjak kojeg oni predstavljaju za hrvatsko gospodarstvo. Nakon dvije dekade postojanja naše mlade zemlje, napokon imamo primjere koji su ujedno i vizija – jedini put zdravog razuma do održive budućnosti. Riječ je o prototipovima koji su (napokon) sazreli do proizvoda u svježe pokrenutim manufakturama dizajnera, zamahu industrijskog dizajna u razvoju namještaja i domaćem turizmu bogatijem za prvi dizajn hotel i hostel. Tako je nastao izvojni projekt Razum & Osjećaji koji će premijerno na Beogradskom tjednu dizajna početkom lipnja predstaviti hrvatsko znanje, razvoj kulture proizvodnje, prodaje i svježeg izvoza. I to pred urednicima i novinarima Wallpapera, Guardian, Icona, Monoclea, Financial Timesa, Framea, Architonica i drugih ključnih svjetskih medija za dizajn. Nakon otvorenja u zagrebačkoj galeriji Forum krajem lipnja, hrvatski dizajn po prvi će se put nuditi turistima u galeriji Loggia grada Hvara, jednog od ključnih turističkih destinacija u Hrvatskoj za turiste iz sjeverozapadne Europe – kolijevke dizajna. A krajem svibnja ćemo na Veleučilištu Vern, s kojim pripremamo prvi Design Business Forum, potaknuti sinergiju novih generacija mladih poduzetnika i menadžera s arhitektima i dizajnerima, integrirajući dizajn dublje u biznis. Do prije samo godinu dana hrvatski produkt dizajneri

bili su nepoželjni u proizvodnim pogonima s radovima koji nisu bili razvijeni do proizvoda, ostajući na razini hobija u izostanku interesa klijenta iz industrije koji bi doprinio njihovom kredibilitetu. Obilazili su godinama stolarske radionice i kemijske laboratorije koji su im više na prijateljskoj nego poslovnoj bazi dopuštali da isprobavaju svoje prototipove. Sami bez potrebnog kapitala živjeli su u "eri prototipova u potrazi za proizvođačem". I usred recesije koja je preokrenula globalno tržište naglavce i zakočila mnoge investicije, ti su dizajneri u Hrvatskoj odustali od investitora, okrenuvši se sebi – pronasavši mnogo teži, ali realniji način djelovanja kroz povratak manufakturnoj proizvodnji, angažirajući sami sebe kao menadžere – donedavnu kontradikciju i doslovno herezu. Prvi koji je probio led davne 2004. bio je Element, vlasnika Vladimira Mikića i Nataše Trbović, brend rođen da se suprotstavi masovnom izvozu slavenskog hrasta lužnjaka kojem su dizajneri iz Numen/ForUse minimalističkim dizajnom vratili izvornu kvalitetu i dostojanstvo izgubljeno u produkciji surogatnih oblika "masivnog namještaja". Element kao prvi domaći dizajn brend od masivnog drveta utemeljen na maloserijskoj proizvodnji, klasičan je primjer inozemnog brenda namještaja koji nema vlastitu produkciju, već za nju organizira druge proizvođače-dobavljače. Svoju je istinsku afirmaciju doživio implementacijom svoje kolekcije u prvi hrvatski Design Hotel Lone u Rovinju. Uprava istarske Maistre bila je dovoljno otvorena i spremna za izazov izgradnje hotela s predznakom dizajna u svakom aspektu, na prijedlog arhitekata iz 3LHD-a. Odluka je za sobom povukla angažman dizajnera iz Numen/ForUse koji su za interijer dizajnirali većinu namještaja. Među njima su u većoj mjeri iskorišteni postojećih proizvodi iz kolekcije Element, dok su neki razvijeni posebno za hotel: specijalne sklopive naslonjače za terase, ležaljke s integriranim suncobranom, ali i nova svjetiljka za sve sobe, nazvana po hotelu Lone. Ne pokazuje li dovoljno jasno ovaj primjer na koji način izgradnja turističko-ugostiteljskih objekata na principima dizajniranja sveukupnog iskustva može generirati rast industrije namještaja i popratne opreme originalno dizajniranim

proizvodima? Pored toga, rezultat je hotelsko ugostiteljski objekt privlačan turistima u svim sezonama jer on sam funkcionira kao željena turistička destinacija.

NASTAVAK U KAZALIŠTU

Međutim, pravi je zamašanjak industrijskom dizajnu u zemlji dala tek Kvadra, čiji je vlasnik uložio 20 milijuna kuna u pokretanje proizvodnje ojastučenog namještaja u Hrvatskom Zagorju. Nakon prvih sedam mjeseci proizvodnje Kvadra je lansirala čitavu kolekciju na međunarodno tržište poslije uspješnog nastupa na IMM Cologne u siječnju 2012. Pored toga, sofa Revolve Kvadra Designa, koju su dizajnirali Numen/ForUse u suradnji s Bratović & Borovnjak, već je u Beogradu 2011. na 49. međunarodnom sajmu nameštaja osvojila Zlatni ključ, da bi u ovoj godini osvojila i prestižni Red Dot Award. Ova nagrada za inovativni industrijski proizvod nove tvrtke u neproizvodnom kontekstu suvremene Hrvatske predstavlja novu paradigmu u zemlji. Doza ozbiljnosti u Kvadri kojom je posvećena kvaliteti u proizvodnji, a time i dizajnu, otvorila je širu i dugoročnu platformu za razvoj dizajna u tom segmentu industrije, postavši regionalnim liderom u dizajnu. Ovime je Hrvatska dobila i svojeg prvog Design Championa, Tomislava Knezovića, titulu obično rezerviranu za "nedizajnere" - biznismene, političare i promotore dizajna koji na širem planu utječu na njegovu implementaciju u svojoj zemlji.

Somewhere City, brend igrački i lutki dizajnera i ilustratora Gorana Lelasa, koji radi na relaciji Milano – New York – London – Zagreb, bio je prva globalno uspješna priča koju su prije par godina na tržište plasirali Strangeco i MOMA New York, s nastavkom u kazališnoj predstavi, a uskoro i animiranom filmu i TV emisiji. Potencijal prototipa međunarodno nagrađene didaktičke igračke Oblo (IDEA '08 – Gold, Red Dot Award, itd.) dizajnera Marka Pavlovića u Hrvatskoj nije znao prepoznati nitko, dok ga je kanadski brend Mark Cahnsensa, Great Circle Works, kao prva najbrže rastuća tvrtka u 2010. Godini, lansirao globalno. Ovakvu, gotovo filmsku priču o ranom uspjehu, nije još (!) doživjela Maja Mesić, koja je za svoje inovativne bojice Boya kao i Marko osvojila Red Dot Award, da



Filip Gordon Frank drži svoju stolnu lampu Mini Me



Mia Bogovac iz Manufakturnista s pladnjevima koji čine stolić Porthos



Svjetlana Despot sjedi na svojem stolcu HulaHula

MORAMO ZAHTIJEVATI KVALITETU KAO SVOJ BIOLOŠKI MINIMUM PRIJE NEGO IZNOVA POČNEMO GRADITI NE SAMO EKONOMIJU, VEĆ I DUH NARODA



Ivana Vučić iz Blablab osmislila je samoljepljivi kalendar



Maja Mesić crta sa svojim Boyama



Nikola Radeljković i Sven Jonke iz Numen/ForUse i Vladimir Mikić iz Intere sjede na svojoj kolekciji Element

Ovdje je dizajn često shvaćen kao luksuz, jer nije plod iskustva naše sredine, već je skupa uvozna igračka. No taj stav nije samo pitanje novca, već proizlazi iz ideje o kvaliteti koja je nama Hrvatima odstranjena



Maja i Mejra Mujičić iz Little Horse and Baby Beuys predstavljaju igračku u obliku zeca - Puppets with snap fastners

bi nakon nekoliko godina traganja (i neodustajanja) za producentom – odlučila pokrenuti vlastitu manufakturnu proizvodnju, nakon što je iz fonda Izvorno Hrvatsko i Inovatora Grada Zagreba primila djelomična sredstva za kupnju potrebne tehnologije za proizvodnju. Jednak su pristup preuzeli i drugi produkt dizajneri jer se uzletom u napretku tehnologije i interneta i globalno otvorio novi smjer koji objedinjuje dizajn i obrtništvo (design crafts), efikasna platforma za razvoj malih biznisa.

SVE SE RADI RUČNO

Brend Data by Despot, dizajnerice Svjetlane Despot sastoji se od čak šesnaest kolekcija sitnijeg namještaja, zidnih instalacija, ukrasnih jastuka i accessoriesa. Njihova je glavna karakteristika dizajn površinskih struktura kombinirajući visoku tehnologiju i tradicionalnu ručnu izradu, kojima postiže specifičnu estetiku i identitet. Little Horse and Baby Beuys dizajnerica Maje i Mejre Mujičić kolekcija je unikatnih odjevnih predmeta koje dizajnerice same ručno izrađuju. Riječ je o spoju odjevnog predmeta i igračke, gdje je lik zeca glavna igračka koja može biti i zavjesa ili čak ogrlica, a istovremeno je inspiracija za formu košulje, haljina i hlača s džepom za igračku-zeca, poistovjećujući odjevni predmet s bliskom igračkom. Svojevrnsne igračke za odrasle poput samoljepljivog kalendara, duhovitih pregača i majica te funkcionalnih torbi i podmetača od filca dolaze iz Blablab, ističući se svojim jednostavnim originalnim idejama koje su dizajneri Ivana Vučić i Orsat Franković transformirali u funkcionalan dizajn. Ovaj je dizajnerski tandem za svoj rad nagrađen gotovo svim međunarodnim nagradama za dizajn – od Good Design Award, iF Award, Art Directors Club NY i mnogih drugih. Manufakturna je vrlo svježi dizajn brand okupljen oko nove vlastite stolarske radionice u kojoj će dizajnirati i proizvoditi namještaj i druge funkcionalne uporabne predmete. Manufakturna čine Mia Bogovac, Matea Bronić, Dora Đurkesac, Maša Milovac i Kristina Volf, do sada su proizvele stolić Porthos od odvojivih pladnjeva koji se slažu jedan u drugi. Dok je njihova najnovija kolekcija Putešestvije, pametni komplet rekvizita kojima sami morsku vodu transformirate u sol (Zrno soli), W čaša ima vizualni marker za pravi omjer vode i vina u spravljanju bevanade, a osobni grijač Brr ispunjen je laganim pločicama cigle te ga nakon zagrijavanja u pećnici samo prislonite uz tijelo da vas grije. Svjetiljka Model iz Grupa Products već je svojevrsna ikona hrvatskog dizajna, koja je bila i dijelom izlaganja talijanskog Poliforma na ovogodišnjem Sajmu namještaja u Milanu, dok je površina njihova jastuka Pilot inspirirana origami uzorcima na vodootpornom materijalu Tyvek, čime su jastuci idealno rješenje za sjedenje na vanjskim prostorima. Filip Despot, Tihana Taraba i Ivana Pavić iz Grupe, svoje proizvode izrađuju sami ili u suradnji s obrtnikom. Filip Gordon Frank pokrenuo je istoimeni brend u sklopu kojeg ovog ljeta lansira svoju viziju idealne stolne svjetiljke nazvane Mini Me, koju će za njega proizvoditi Dekor iz Zaboka. Pored toga FGF je nedavno započeo i s ručnom proizvodnjom pepeljare Ashley od betona, savršene za mnoge eksterijere, ali i za interijere. A mlada je dizajnerica Ana Tevšić svoj uzlet doživjela na prošlogodišnjem Clerkenwell Design Weeku, pozvana da izloži stolčić Crooked i luster Twister. Nakon prezentacije i na London Design Festivalu, pokrenula je vlastitu proizvodnju čiji veći dio izvodi ona sama. A na vašem putu prema središnjoj i južnoj Dalmaciji nezaobilazan je Split u kojem ne smijete propustiti Design Hostel Goli & Bosi koji je Virtualtourist.com u 2011. proglasio drugim najboljim hostelom na svijetu. Na inicijativu investitora Ante Kotarca projektirali su ga arhi-

tekti Plejić-Pelivan iz zagrebačkog Studija UȦ, dok je dizajner Damir Gamulin, zajedno s copywriterom Nenadom Vukušićem, osmislio postojeći narativni vizualni identitet i hotelsku signalizaciju koja pripovijeda priču o Splitu, na tragu "hostela u gradu, ali i grada u hostelu". Na ovaj originalan način gosti se već pri samom dolasku u hostel, htjeli to ili ne, upoznavaju sa Splitom i samim time postaju pravi Splitsani barem na jedan dan. Ante Kotarac, poduzetničko je lice u svojim 20-ima koje stoji iza projekta Goli&Bosi realiziranog u 100 dana sredinom 2010., a nastalog kao reakcija na hiperprodukciju shopping centara i poplavu turističkog smještaja bez identiteta. Produkt dizajn u Hrvatskoj uglavnom više ne spava, i mi slavimo njegovu prvu i svježju tržišnu afirmaciju pričajući o njemu priče, jer one su odraz našeg identiteta.

DIO NACIONALNOG PONOSA

On je, jednako kao i arhitektura, dio ponosa svake zemlje jer su ogledalo njezine konkurentne proizvodnje koja za sobom povlači zapošljavanje, više nego očekivanu dobrobit u vremenima recesijskih turbulencija. Budite naš gost na izložbi u Zagrebu ili ovog ljeta u galeriji Loggia na Hvaru - ili u virtualnoj galeriji krajem svibnja na www.designagenda.me/common-senseandsensibility. A zašto? Iz neznanja. Ne znamo. "Oni ne znaju ili jako malo znaju o dizajnu" – nije bila poželjna rečenica u Nacrtu nacionalne strategije dizajna pripremljene u 2006., jer bi se "oni koji ne znaju" mogli uvrijediti ako im se saopći da ne znaju. A kako početi s uvodenjem određenog znanja, kako ga aktivirati ako se neznanice drži u uvjerenju da su znalci? Kako ih dovesti iz prošlosti u sadašnjost, saopćiti da je sve poznato nestalo, da u svojim srednjim godinama moraju učiti ispočetka ili svoje pozicije predati drugima? Prošla Vlada nije imala za to muda. Ili su ovu Strategiju odbili pometeni konstatacijom jednog svojeg člana na Sjednici odlučujućoj za potencijalnu revitalizaciju hrvatskog gospodarstva – "Što će nam Strategija dizajna, ako već imamo Zakon o industrijskom dizajnu?". I to nakon uvida koji ilustrativno povezuje zemlje s najviše rangom na globalnoj ljestvici za konkurentnost s njihovim nacionalnim programom ili strategijom za dizajn.