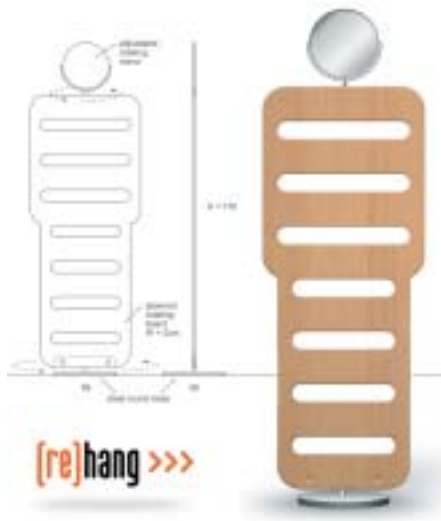


DIZAJN ZA KONKURENTNOST

DESIGN FOR COMPETITIVENESS

Piše/By **Tatjana Jallard Bartaković**



Neven Kovačić: RE - HANG

Želi li se hrvatski proizvod izdvojiti kao konkurentan i tako biti prepoznat na globalnome zasićenom tržištu, osim kvalitete svojih sirovina ipak mora uložiti u svoju različitost, osobitost i pojavnost preko politike dizajna kao osnove gospodarskog razvoja.

If the Croatian product is to be distinguished as competitive and thus be recognized on the surfeited global market, in addition to the quality of its raw materials it must also invest in its distinctiveness, uniqueness and presence through the design policy as the basis for economic development.



Nikola Radeljković, Sven Jonke: CONCEPT_6



Dinko Tolić: LEŽALJKA ZA
PLAŽU / DECKCHAIR

za svakoga uspješnoga gospodarstva nalazi se dizajn kao neizostavni dio konkurentnog proizvoda. Strategiju dizajna danas provode najrazvijenije zemlje poput Finske, Danske, Švedske, SAD-a, Velike Britanije, Njemačke, Japana, Koreje itd., a dizajnom se koriste još od kraja Drugoga svjetskog rata radi gradnje novoga, suvremenijega i održivoga gospodarstva. Tada su se počeli osnivati prvi dizajnerski centri u svijetu, a osnovna im je zadaća bila implementacija dizajna u gospodarstvo, odnosno poticanje razvoja novih proizvoda i usluga u kojima dizajn nije samo dio kozmetičkog tretmana, nego integrirani dio cjelovitoga razvojnog procesa, gdje se zbog postojećeg dizajna može govoriti o kvalitetno proizvedenom i kvalitetno oblikovanome proizvodu, a zato i o njegovoj dodatnoj vrijednosti kojom konkuruje na tržištu.

Finska je primjerice prije šezdesetak godina odlučila da dizajn bude dio njezina nacionalnog identiteta, stvarajući od nedostatka svojih prirodnih bogatstva prednost upravo s pomoću dizajna, koji je maksimalno iskoristio postojeće sirovine i oblikovanjem sagradio danas svjetski poznate proizvode obavijene legendom o finskom dizajnu.

Tranzicija iz javnoga u privatno vlasništvo u Hrvatskoj nije u svom procesu obuhvatila dizajn te je on kao sredstvo za povećanje dodatne vrijednosti, a time i konkurentne privrede, ostao potpuno neiskorišten. Posebice kao ispit postojanja svake uspješne proizvodnje.

Zato je Hrvatsko dizajnersko društvo kao krovna strukovna udruga pokrenula osnivanje Hrvatskog dizajn centra, komunikacijsko informacijskog prostora za dizajn kao posrednika između dizajna, gospodarstva i vlade. Pokrenut je i prvi ledolomalački projekt dizajna Hrvatskog dizajn centra, u suradnji s Centrom za razvoj i promicanje drvne industrije iz Rijeke, temeljen na uspješnom nordijskom primjeru, a usmjeren na implementaciju dizajna u domaću drvnu industriju koja uza svu kvalitetnu drvnu masu i osnovnu infrastrukturu za preradu sirovine, uglavnom izvozi samo sirovinu ili proizvode nižeg stupnja obrade, tako da čak i neki od najvećih hrvatskih proizvođača na-

mještaja značajan prihod ostvaruju upravo prodajom poluproizvoda ili drvne mase.

Projektu *Dizajn za održivi razvoj* pridružilo se tridesetak hrvatskih dizajnera, čiji je zadatak bio oblikovati dijelove opreme za stan i turističke objekte. Turistički je sektor još jedna od hrvatskih industrija što nije iskoristila svoj potencijal, unutar kojega je kvalitetno dizajniran namještaj domaćih dizajnera, koji su proizveli hrvatski proizvođači, nuždan za konkurentnost njezine ponude i uspostavu nacionalnog samopouzdanja. Legendarni finski dizajner prof. Yrjö Kukkapuro, jedan od utemeljitelja finskog dizajna, izabrao je one radove koji zadovoljavaju kriterije dobrog dizajna i stoga u sebi nose tržišni potencijal.

Odabrani proizvodi oblikovani su ne služeći se *stylingom* i brzim starenjem proizvoda, nego je težnja bila na istraživanju novih tipologija u potrazi za kvalitetnijim življenjem preko kvalitete dizajna, imajući na umu mogućnosti hrvatskih proizvođača i distributera te primjenom navedenih načela dugoročno smanjivati potrošnju i stvarati preduvjete za održivi razvoj i ekonomiju.

Dugoročni cilj ovoga petogodišnjeg projekta oblikovanje je prepoznatljive hrvatske drvne industrije koja će biti referentna kvalitetno oblikovanim i proizvedenim namještajem, te jasno pozicionirana na domaćem i inozemnom tržištu.

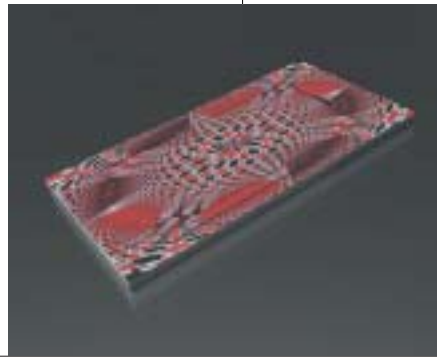
Želi li se hrvatski proizvod izdvojiti kao konkurentan i tako biti prepoznat na globalnome zasićenom tržištu, osim kvalitete svojih sirovina ipak mora uložiti u svoju različitost, osobitost i pojavnost preko politike dizajna kao osnove gospodarskog razvoja.

I stoga će Hrvatski dizajn centar educirati i poticati pravilnu uporabu dizajna pri razvoju novih proizvoda i usluga kao ključno strateško sredstvo za stvaranje konkurentnoga hrvatskog proizvoda, koji je ujedno i odraz njezine kulture. ■

Design is behind all successful economies, as an essential part of a competitive product. The design strategy is today applied by the most developed coun-

Lidija i Zoran Boševski: VITA LIGHT





Filip Gordon Frank: FLAT

Ana Banić, Zlatko Kapetanović:
LOUNGE CHAIR



Ivana Peko: BOX COLLECTION



tries such as Finland, Denmark, Sweden, USA, UK, Germany, Japan, Korea etc., and they have been using design since the end of World War II to build a new, more modern and sustainable economy. It was at that time that the first designer centers in the world were established, and their primary mission was to apply design to the economy, that is, to encourage the development of new products and services in which design is not just a part of the cosmetic treatment, but an integral part of a comprehensive development process, where the existing design allows one to talk about a well-produced and well-formed product, and therefore about the added value with which it competes on the market.

For example, some sixty years ago, Finland decided to make design a part of its national identity, creating an advantage from its lack of natural resources with the aid of design, using the existing raw materials to the maximum, and building products which are today well known around the world and shrouded in the legend of Finnish design.

The transition from public to private ownership in Croatia did not encompass design, and this therefore has remained completely underused as a means of increasing added value, and thus enhancing the competitive economy. Particularly as the test of existence of any successful production.

For this reason the Croatian Designers' Society, as the umbrella professional association, initiated the establishment of the Croatian Design Center, a communication and information design zone, functioning as the mediator between design, economy and the government.

The first ice-breaking design project of the Croatian Design Center was also started in cooperation with the Center for Development and Promotion of the Wood and Timber Industry in Rijeka, based on the successful Nordic example and aimed at implementing design within the Croatian wood and timber industry. This industry, despite the quantity of high-quality timber and a basic infrastructure for processing the raw material, exports mainly raw materials or products of





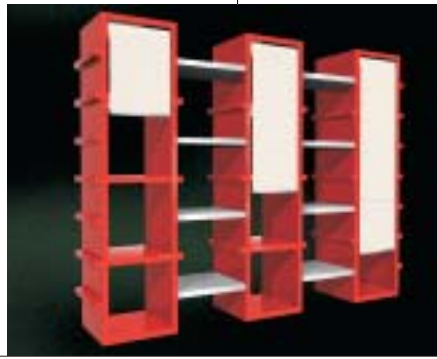
Vladimir Madunić: TULIP

Sanja Horvat: CLIMBER BED



Ivana Reić: OPEN SPACE





Gordana Golik: SISTEM
POLICA 1. / SHELF SYSTEM 1.

low processing levels, and thus even some of the major Croatian furniture producers earn a large part of their income from the sales of semi-finished products or timber bulk. About 30 Croatian designers joined the Design for Sustainable Development Project, and their task was to design parts of equipment for apartments and tourist facilities. The tourism sector is another Croatian industry which has not used

its full potential, and within it well-designed furniture by Croatian designers, produced by Croatian producers, is essential for the competitiveness of its supply and the restoration of national confidence. The legendary Finnish designer, Professor Yrjö Kukkapuro, one of the founders of Finnish design, selected the works meeting the criteria of good design and therefore holding market potential.

Selected products were designed without using styling and rapid product aging, but the aim was to explore new typologies in search of a better quality of living through a better quality of design. This project keeps in mind the possibilities of Croatian producers and distributors, and, through applying the above principles, aims at reducing long-term consumption and creating the conditions for sustainable development and economy.

The long-term goal of this five-year project is to shape a recognizable Croatian wood and timber industry which would be referential by its quality designed and produced furniture, and clearly positioned on the Croatian and international markets.

If the Croatian product is to be distinguished as competitive and thus be recognized on the surfeited global market, in addition to the quality of its raw materials it must also invest in its distinctiveness, uniqueness and presence through the design policy as the basis for economic development.

The Croatian Design Center will therefore educate and encourage the correct use of design in developing new products and services as the key strategic means for creating a competitive Croatian product, which will also reflect Croatia's culture. ■



Vladimir Madunić: SUNKING

gallo
restaurant

... gdje gost postaje prijatelj!

Zagreb, Hebrangova 34,
telefon 01 / 481 40 14, telefaks 01 / 481 40 13,
e-mail gallo@zg.btnet.hr, www.gallo.hr



Drive the **Revolution.**

Nova Mazda **RX-8**
s rotacijskim motorom.



ZOOM-ZOOM



Revolucionarno otvaranje. Revolucionarni četverosjed. Revolucionarni rotacijski motor.

Rotacijski motor u osobnom automobilu ipak nije inženjerska utopija!
Uvjerite se u uspjeh revolucionarne tehnologije u Mazdi RX-8.

Drive the Revolution.

