

AMBIENTA

Na Zagrebačkom velesajmu do nedjelje je otvoren najveći sajam namještaja u ovom dijelu Europe

Kupuje se socijalni namještaj ili beskrajno skupi brandovi

Ljudi misle da će se srušiti kada čuju za cijenu namještaja koji se radi po narudžbi. No, postoji samo fiksni cjenik prema tipu materijala, ostalo je sve prilagodljivo kupcu koji ima cjenovnu granicu

Piše i snimio **Saša Jokić**

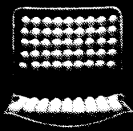
Pilane u Hrvatskoj niču kao "gljive poslije kiše" i riječ je o vrlo unosnom poslu, no zakonodavac će od sljedeće godine zabraniti pilanama izvoz poluproizvoda, jer dopuštanjem strancima kupovanje trupaca po popularnim cijenama, da bi kasnije od njih kupovali skupi namještaj, kod domaćih proizvođača stvara vrlo loše uvjete, pa čak i ogorčenje.

- Već desetljećima se ništa ne mijenja, u resornom ministarstvu slušamo samo obećanja - kaže Zvonko Čiček, vlasnik tvrtke iz Zlatar Bistrice, koja se stolarijom bavi već sedamdeset godina, žaleći se na slabu kvalitetu trupaca koji se prodaju domaćim proizvođačima parketa i namještaja. Domaća industrija namještaja najveći problem ima u naplati finalnih proizvoda. Sljedeći problem s kojim se su-



Projektom Dizajn za održivi razvoj, Hrvatski dizajn centar (imaju štand na Ambienti) nastoji ublažiti posljedice rasta uvoza namještaja

HRVATSKI STOLAC I MADRAC KOJI SVIRA



Kao izvorni hrvatski proizvod predstavljena je stolica Slog - model 0.93. Sustav upletenih kuglica na stolcu odlikuje se izuzetnom ergonomskom kvalitetom. Mreža s kuglicama savršeno se prilagođava ljudskom tijelu, amortizira nagle pokrete i vibracije, te potiče cirkulaciju.

Kao jedna od novosti predstavljen je i madrac koji svira. Krevetni sustavi Bernarda implementirali su zvučnike i vibroakustične elemente u ležaj-madrac koji proizvode zvuk i vibracije te potiču opuštanje organizma.



sreću proizvođači namještaja je atestiranje repromaterijala, i time što domaća prateća industrija namještaja nije razvijena.

- Veletrgovine moraju atestirati repromaterijal (okove, ručnice, vodilice, alu profile, nogice za namještaj), koji se uvozi iz EU i koji je tamo već atestiran - kaže Darko Špiljarić, direktor tvrtke Inkea, dodajući kako bi bilo logično da imamo iste standarde kao i EU. Na hrvatskom tržištu danas postoje dvije vrste kupaca - oni koji kupuju tzv. socijalni namještaj (niske cijene, niska kvaliteta), te kupovanje branda (skuplji namještaj, bolja kvaliteta).

- Hrvatski namještaj može parirati inozemnom - tvrdi Špiljarić iz Inkee. Da je tome tako potvrđuje petogodišnje uspješno egzistiranje na tržištu tvrtke Duplić i Duplić, koja proizvodi kuhinje prema narudžbi.

- Od ostalih proizvođača kuhinja razlikujemo se po fleksibilnosti. S kupcem dogovaramo mjere, dizajn, isporuku, pa čak i cijenu - kaže Denis Marotić sa štanda u Duplić i Duplić, dodajući kako je kriva predodžba o izradi "po narudžbi".

- Ljudi misle kada se radi po narudžbi da će se srušiti kad čuju za cijenu. Postoji samo fiksni cjenik prema tipu materijala, ostalo je sve prilagodljivo kupcu koji ima cjenovnu granicu - kaže Marotić. Duplić i Duplić inače, proizvedu od 10 do 50 kuhinja mjesečno. Iako se izradom namještaja bave više od deset godina, tvrtka Lapibus ove je godine prvi put izašla s ekološkim namještajem, čime je stekla atribut prve u Hrvatskoj koja se ovime bavi.