

NEISKORIŠTEN POTENCIJAL DIZAJNA U RH

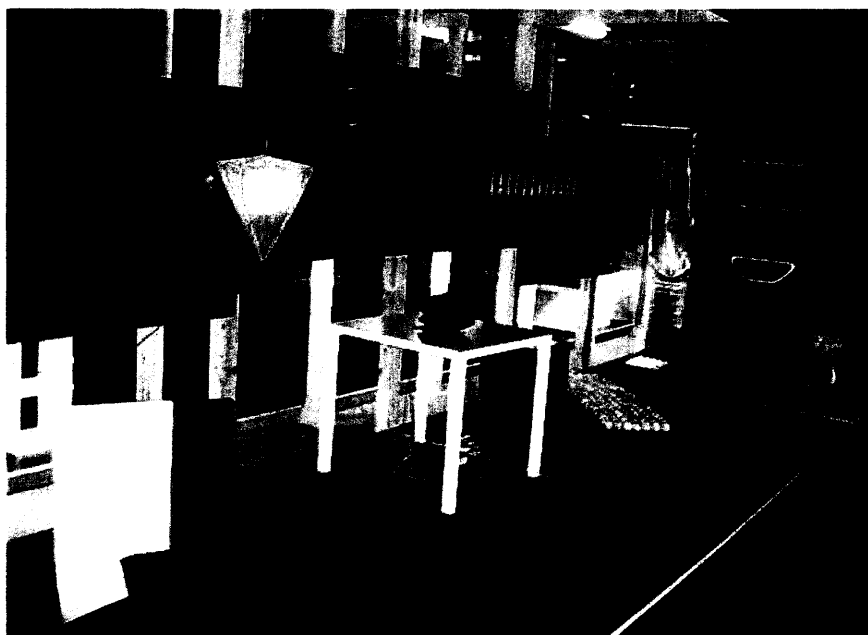
Dizajn mora biti nacionalni prioritet

U hrvatskoj 150 mladih dizajnera radi po marketinškim agencijama

Proteklog je tjedna krovne hrvatske institucije za dizajn - Hrvatski dizajn centar i Hrvatsko dizajnersko društvo izvijestilo javnost da se prvi projekt HDC-a, kojem je cilj bila implementacija dizajna u drvenu industriju Hrvatske, neće nastaviti u 2005. godini. Razlog tome je neinteres i nemar Ministarstva poljoprivrede, vodnog gospodarstva i šumarstva, nadležnog za razvoj drvene industrije, koje je u nekoliko navrata, zastupano od tadašnjega državnog tajnika g. Josipa Bartolčića, na javnim skupovima obećalo financiranje nastavka ovog projekta planiranog za izvođenje sljedećih pet godina, minimalnih za uspostavljanje sustava suradnje na relaciji dizajn - proizvodnja. U Hrvatskoj postoji oko 150 mladih visoko kvalificiranih industrijskih dizajnera koji zbog neprepoznavanja njihove stručnosti rade po marketinškim agencijama ili prodajnim salonima.

ALAT ZA KONKURENTNOST

Ako tome dodamo podatak o 40-postotnoj pokrivenosti Hrvatske najočuvanijim prirodnim šumama u Europi, jasno je zašto je inicijativa dizajn centra isprva naišla na široku podršku, kako deklarativnu, tako i financijsku. Hrvatsko dizajnersko društvo je je prošle godine osnovalo Hrvatskog dizajn centra. Iz profesionalne potrebe za definiranjem pojma i mehanizama dizajna u sklopu hrvatskog gospodarstva - kulturnog miljea koji u sustavu slo-



Svojim rješenjima naši dizajneri plijene pažnju diljem Svijeta

bnog tržišnog razvoja i komunikacija nije usvojio dizajn kao elementarni dio svojih strategija, HDD je, kao krovna strukovna udruga za dizajn u Hrvatskoj, odlučila sama inicirati zasnivanje dizajn centra kako bi započelo poticanje uporabe dizajna pri oblikovanju novih proizvoda i usluga.

No, činjenica je da HDC ne treba dizajnerima već gospodarstvu ove zemlje koja još uvijek nije posegnula za potencijalom dizajna kao jednog od najtemeljnijih alata za konkurentnost. Prvi dizajn centri su u svijetu zasnivani odmah nakon 2. Svjetskog rata kako bi se revitalizirala poslijeratna ekonomija tih zemalja i stvorio originalan i prepoznatljiv proizvod. Politika

dizajna stvorila je, primjerice od Finske, Danske, švedske, SAD-a, Japana i Koreje, danas najkonkurentnije zemlje svijeta.

PROFESIONALIZACIJA DIZAJNA Problemi na koje nailaze u pokušaju profesionaliziranja industrijskog dizajna, ne iznenaduje inicijatore projekta. Direktorica Hrvatskog dizajn centra Tatjana Jallard za to djelomice krivi i lošu percepciju dizajna u Hrvatskoj: da je dizajn jedan styling, kozmetički tretman, i dizajner se općenito poziva samo da oblikuju vanjsku ljusku proizvoda. Treba se shvatiti da je dizajn jedna investicija i da se ne mogu očekivati vrlo brzi efekti angažiranja dizajnera, i da zapravo dizajn treba zaživjeti u svakom domu. Dizajn jest

ekskluzivan proizvod, sve je oko nas izdizajnirano od mobitela, olovke, četkice za zube do nacionalnog identiteta..." Zbog rubnog položaja profesionalnih dizajnera, krovne udruge su i pokrenule spomenuti projekt.

Tatjana Jallard ističe kako se radi o: "...esencijalnoj potrebi korištenja dizajna u svakodnevnom poslovanju u cjelokupnom malom, srednjem i velikom poduzetništvu iz razloga što je Hrvatska izuzetno nisko rangirana na ljestvici globalnog izvješća o konkurentnosti u lanjskom je Hrvatska pala za 10-ak mjesta. No čini da unatoč tome još nije sazrela svijet u društvu o nužnosti razvoja industrijskog dizajna.

(AGENCIJE, P. R.)