

DIZAJN CENTAR

Hrvatska ima sirovine, ali uvozi većinu namještaja

Proizvođači, dizajneri i trgovci moraju surađivati

Piše Saša Jokić

Dizajn za održivi razvoj prvi je projekt dizajna u drvenu industriju Hrvatske, koja posjeduje veliki sirovinski i izvozni potencijal, a cilj je potaknuti dijalog na temu dugoročne suradnje hrvatskih dizajnera i proizvođača iz drvne industrije, kako bi se uspostavili svi kriteriji profesionalne suradnje potrebne za konkurentan nastup na domaćem i inozemnom tržištu.

- Mladi su dizajneri nastupom na ovogodišnjoj Ambienti željeli pokazati kako postoji potencijal za suradnju između proizvođača namještaja, dizajnera i trgovaca namještajem - govori dizajn menadžer Hrvatskog dizajnerskog društva Tatjana Jallard.



Mladi su dizajneri na Ambienti željeli pokazati kako postoji potencijal za suradnju s proizvođačima i trgovcima

Tranzicija u Hrvatskoj nije obuhvatila dizajn te je on kao alat za povećanje dodatne vrijednosti, a time i konkurentnog gospodarstva, u potpunosti ostao neiskorišten, a posebice produkt dizajn

Na Ambienti je Hrvatski dizajn centar imao štand, koji su obišli mnogobrojni posjetitelji, izražavajući pozitivne reakcije na naše prototipove i radove studenata. Pozvani su također na sajmove namještaja u Frankfurt i Stockholm.

90 % uvoznog namještaja

Jedino tako Hrvatski dizajn centar može konkurirati inozemnom namještaju, koji je ove godine bio u 90 posto paviljona Zagrebačkog velesajma.

- Štandovi su bili uglavnom trgovački i inozemni. Jako je malo bilo hrvatskih proizvođača s domaćim proizvodima, a da ne govorimo o hrvatskom dizajnu - ustvrdila je Jallard.

Želi li se hrvatski proizvod izdvojiti kao konkurentan i time biti prepoznat na globalnom za-

sićenom tržištu, osim kvalitete svojih sirovina, ipak mora investirati u svoju različitost, osobitost i pojavnost kroz politiku dizajna kao kraljevicu gospodarskog razvoja, misao je vodilja menadžmenta Hrvatskog dizajn

centra. Cilj je stvoriti od hrvatskog dizajna prepoznatljiv i često korišten brand na domaćem i inozemnom tržištu zbog svoje jedinstvene kvalitete. Tranzicija iz javnog u privatno vlasništvo u Hrvatskoj nije u svojem procesu obuhvatila dizajn te je on kao alat za povećanje dodatne vrijednosti, a time i konkurentnog gospodarstva, u potpunosti ostao neiskorišten. Posebice produkt dizajn kao test postojanja svakog uspješnog gospodarstva, odnosno proizvodnje.

Hrvatski dizajn centar, odnosno dizajn, treba postati projekt hrvatskog gospodarstva i Vlade u ostvarivanju cilja razvoja konkurentnosti nacionalne ekonomije, što proizlazi iz same misije HDC-a. A to je Hrvatska okrenuta dizajnu s proizvodima koji su svojim kvalitetnim oblikovanjem istaknuti na globalnom tržištu.

Ubrzavanje modernizacije

Hrvatsko dizajnersko društvo je nakon 20 godina postojanja, i 45 godina nakon što je pionir hrvatskog dizajna pokustva Bernardo Bernardi ustvrdio da "u sadašnjoj fazi razvoja naše industrije postoji neotkloniva nužnost da se industrijsko oblikovanje uključi kao integralni dio cjelokupnog proizvodnog procesa", pokrenula inicijativu za Hrvatski dizajn centar, kako bi se uspostavio mehanizam između dizajna, gospodarstva i Vlade. Struka dizajna posjeduje moć ubrzanja modernizacije Hrvatske, jer je ključno sredstvo za poticanje razvoja novih proizvoda i usluga.

DIZAJN UTJEČE NA KONKURENTNOST

Uključivanjem dizajna u nacionalne strateške ciljeve ubrzalo bi se povećanje konkurentnosti. Budući dizajn kao integrirani dio razvojnog procesa proizvoda i usluga direktno utječe na šest od sveukupno sedam područja za povećanje konkurentnosti, identificiranih od Nacionalnog vijeća za konkurentnost: 1. Obrazovanje za rast i razvoj, 2. Troškovna i cjenovna konkurentnost, 3. Razvoj inovativnosti i tehnologija, 4. Jačanje malog i srednjeg poduzetništva, 5. Regionalni razvoj i razvoj klastera, 6. Stvaranje pozitivnog stava i liderstva.