



# IMM COLOGNE 2012 METROPOLA ZA POSLOVNE ELITE

Premda je sajam IMM Cologne daleko iza nas i dijeli nas već gotovo pola godine otkako je ta manifestacija završena (kao podsjetnik, IMM - International Möbel Messe, tradicionalno se održava svake godine sredinom siječnja u Kölnu), svakako treba zabilježiti utjecaj toga najvećeg međunarodnog sajma namještaja i prateće industrije, koji uistinu postavlja i diktira najnovije trendove.

U paviljonima IMM-a sve je samo ne hladno (sl. 1). Naprotiv, živa vrela promatrača i izlagača, noviteti na svakom koraku, boje, materijali... pomalo vam se, ako niste navikli na svu tu gužvu i vrevu, počne vrtjeti u glavi od novosti i vizualno-slušnih „napada“. Uz sve što gledate, ne treba zaboraviti da je IMM mjesto susreta s poslovnim partnerima, središte razgovora i, vrlo često, poslovnih dogovora iz kojih kasnije bivaju lansirani brojni proizvodi na globalno svjetsko tržište. Tu se ostvaruju kontakti poslovnih subjekata iz svih područja trgovine i industrije, susreću se poslovni stručnjaci, stručnjaci za arhitekturu i interijer te stručnjaci iz mnogih drugih sektora, posebice mladi profesionalci i dizajneri koji se žele etablirati i naći svoje „mjesto pod suncem“. Poslovni posjetitelji na sajam dolaze s namjerom da posluju, a nerijetko to i ostvare.

*Living Interiors* već je neko vrijeme novi oblik „sajmovanja“, pri čemu se posjetitelju prikazuje savršeno postavljen svijet unutrašnjeg uređenja stambenoga i javnog prostora koji se sastoji od namještaja, kupaonica, podova, zidova i rasvjete. Na taj se način žele privući novi kupci koji svake godine proizvođačima i trgovcima postavljaju nove prezentacijske zahtjeve. U Kölnu takav pristup doseže vrhunac inventivnosti.

Ukratko, Köln je i ove godine, unatoč krizi o kojoj se već toliko priča da o tome i „vrapci znaju“, zaobljesnuo u novome, entuzijazmom obojenom ozračju.



Slika 1. Službena naslovnica ovogodišnjeg sajma

Kao dokaz govore i brojke: sajam je posjetilo više od 138 000 posjetitelja iz 128 zemalja svijeta. Poslovno ili privatno, oni su mogli razgledati izložene proizvode 1 213 izlagača iz 48 zemalja svijeta.

Za početak, prošetajmo sajamom uz kraće natuknice i neke zanimljivosti...

## Das Haus - interijeri na pozornici

Pod naslovom *Das Haus - interijer na pozornici*, Imm Cologne nastavlja tradiciju idealnih kuća, „iako bez usvajanja apstraktne dimenzije prostora za život“, objašnjava Dick Spierenburg, pod čijim je vodstvom kreativni tim Koelnmessea razvio i proveo taj projekt. Umjesto toga, Imm Cologne je želio povezati stvarne uvjete gradeći most između industrije opremanja proizvoda i progresivno kreativnih tvrtki koje pokreću internacionalna dizajnerska imena.

Projekt se ove godine fokusirao na izradu umjetnih životnih situacija na samom sajmu i na stvaranju osobnoga životnog prostor što su ga dizajnirali Nipa Doshi i Jonathan Levien.

U sredini paviljona *Pure Village* bio je podignut prezentacijski prostor od 180 m<sup>2</sup> kako bi se promovirali svi sadržaji i postavi novih načina prikazivanja interijera.

*Das Haus - Interijer na pozornici* prikazuje strukturu koja je potpunosti u skladu s korisnikom (sl. 2. i 3). Dizajner postavlja i prezentira ideju, arhitektonski element, unutrašnjost i vanjski prostor, postave namještaja i elemenata za opremanje tako da individualno



Slika 2. *Das Haus* – interijeri na pozornici



Slika 3. *Das Haus* – interijeri na pozornici

oblikuje prostor prema svačijoj mjeri. *Das Haus - interijer na pozornici* predstavljen je s jedinstvenom namjerom da se prikaže mogućnost vlastite ekspresije u oblikovanju privatnih svjetova.

### Nova sinergija

Zapitamo li se katkada kako izgleda pozadina svakoga velikog događanja, kada se posjetitelji prepuste euforiji koja ih ponese i kada zajedno zavibriraju tisuće ljudi koji su došli s ushićenjem pogledati što ima novo? Kada u stvarnosti doživimo tu rijeku, tek onda možemo reći da smo bili, vidjeli i uistinu ostali zatečeni.

Razgovarajući s organizatorima sajma, dolazimo do zaključka da je recesija stanje svijesti u kojemu se može zateći društvo bez jasnog cilja. Sajam kao da se nalazi na drugom planetu koji ne želi prihvatiti može-bitnu stvarnost. On izlaže i promiče nove koncepte, nove pristupe uređenja prostora i mijenja stajališta svih korisnika (sl. 4).



Slika 4. Novi koncepti uredskoga i školskog sjedenja

Frank Haubold, glavna i odgovorna osoba sajma, donio je odluku da sajam postane dio motora koji će pomoći da lokomotiva koja mora povući kompoziciju iz recesije bude uspješna. I uspio je.

„Rast je ključna riječ koja opisuje naš poslovni plan“ – riječi su Franka Haubolda. Možda ne toliko fizički rast sajma, ali sigurno rast ponude i mogućnosti kojima treba privući pozornost klijenta, kako poslovnih, tako i privatnih klijenata koji na sajam navraćaju samo da bi opremili privatni prostor. „Tvrteke kao da su zanemarile malog kupca na sajmovima, a sajam se u biti i organizira da bi proizvođači i trgovci prodali svoj proizvod krajnjem korisniku.“

Usmena predaja i preporuka najbolja su reklama. Kupac će prihvatiti ili odbaciti pojedini proizvod, a prikupljanje podataka o tim procesima možda je najbitniji

segment jer kupac na taj način određuje što će postati trend, a što nikada neće izaći na globalno tržište.

### [D<sup>3</sup>] Dizajn talenti

#### [D<sup>3</sup>] - Design talents

Sedmi put kreativni i inovativni mladi dizajneri na Imm Cologne predstavili su svoje ideje i koncepte u natječaju [D<sup>3</sup>] - *Dizajn talent*.

#### [D<sup>3</sup>] Contest

Deveti put međunarodno priznato natjecanje u dizajnu [D<sup>3</sup>] nudio je studentima i tek diplomiranim autorima iz cijelog svijeta mogućnost da svojim projektima nadahnu međunarodnu scenu dizajna. Oni koji od Imm Cologne dobiju poziv za sudjelovanje već su pobjednici jer biva odabrano samo 28 proizvoda od više od 650 prijava, 32 dizajnera iz 11 nacija.

#### [D<sup>3</sup>] Professionals

Na području [D<sup>3</sup>] *Professionals* mladi, neovisni dizajneri i dizajnerski studiji predstavljaju prototipove i proizvode koji se prodaju zasebno. Taj paviljon uistinu je oličenje kreativnosti, instancije, pozitivnog duha i nade u slobodu djelovanja i stvaranja (sl. 5).



Slika 5. *Cloud stool*

### Istaknuti trendovi na IMM-u 2012

Drvo je i dalje u trendu, osobito prirodni izgled drva. Najčešće se upotrebljava izbijeljeni, svijetli hrast, čija je površina gruba, “hrapava” i naglašeno prirodna. Ako se rabe druge vrste drva, trendovi daju prednost svjetlijim bojama i vidljivim godovima. Osim drva kao prirodnog materijala namještaja, omiljena dekoracija postaju jelenji rogovi u prirodnome ili stiliziranom izdanju. No u nedostatku tih rogova, poslužiti će rogovi drugih životinja. Lovci tim hitom konačno dolaze “na svoje”.

Važnu ulogu imaju i dekorativne tkanine, a preferiraju se karirani i prugasti uzorci. Cvjetni se pojavljuju samo u detaljima. Popularni su i printovi u krupnom mjerilu. Takve su tkanine osobito preporučljive za ojaštuceni namještaj dječjih i mladenačkih soba. Sjedeće garniture moraju zadovoljiti uvjete zdravoga i odmarajućeg sjedenja i ležanja, pa su redovito većih dimenzija ili s multifunkcionalnim dodacima koji ih pretvaraju u ugodan ležaj. Modularnost im omogućuje različite načine slaganja u prostoru. Uz njih se postavljaju neizostavni čupavi ili kožni tepisi.

Omiljene su boje i dalje bijela, u mat i sjajnoj verziji, siva u svim nijansama, zagasito smeđa – od nijansi bijele kave do tamnijih, plava, pogotovo u petrolej nijansi, te ljubičasta, a smjelo se pojavljuju nijanse ružičaste, narančaste i zelene, koje svojom zastupljenošću daju jake naglaske.

Posljednjih nekoliko godina postaju popularne i zidne obloge. Različite vrste kamena i tapeta i dalje su u modi, ali obloge s 3D efektom, kao odraz Interzuma, koje zidovima daju novu dimenziju, postaju nezaobilazan detalj. Te se obloge mogu postavljati u svim prostorima, od ulaza do spavaće sobe ili kupaonice, a efekti se pojačavaju rasvjetom. I dalje su u trendu velika rasvjetna tijela, kao i LED rasvjeta unutar namještaja.

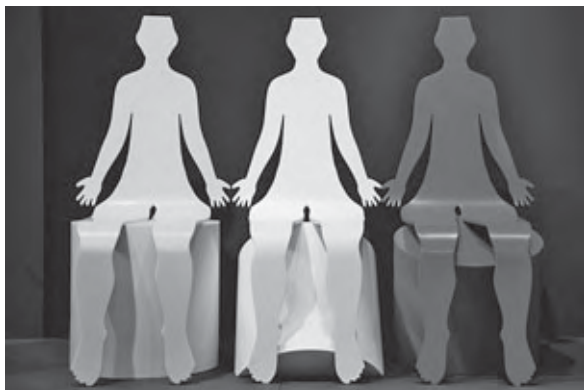
U svakom slučaju, ovogodišnji su trendovi ostavili priličnu slobodu u odabiru stila, boja i materijala te time ostali dosljedni ideji koju promiču, a to je mogućnost kreiranja prostora prema individualnim potrebama. To je svakako najveća vrijednost novih trendova!

Koncept i integracija - dva su pojma koja objašnjavaju trendove i smjernice današnjice. Danas ljudi gledaju TV u kuhinji, kade se integriraju u spavaće sobe, stari se namještaj kombinira s novim, a ako to netko poželi, hodnik vlastitoga doma može pretvoriti u prostor za zabavu i tulum. Taj osjećaj slobode unutar vlastita četiri zida pruža brojne mogućnosti za izražavanje nečijega individualnog identiteta i neovisnog smisla za dizajn (sl. 6 i 7).

Udobnost prostora kao u dvoranama 4.1, 5.2, 6 i 10.2, toliko ojastućenog namještaja koji u svojoj punini dočarava svaki aspekt udobnosti – nećete naći nigdje drugdje. Svake godine tijekom IMM-a to se područje pretvara u globalnu meku za ojastučeni namještaj. Wi-



Slika 6. Neki oblici samo mijenjaju boju, ali ćud ostaje



Slika 7. Antropomorfni furnirski otpresci



Slika 8. Novitet iz tvrtke Schillig



Slika 9. Nova generacija ležajeva-madraca

Ili Schillig predstavio je novi dizajnerski vokabular na primjeru “16650” sjedala, model iz *boogie* serije (sl. 8). Osim u obliku, ključni su aspekti tog sjedala različite funkcije, koje postaju vidljive tek na drugi pogled i čini se da su nužne svakom kupcu nakon što on isproba te nove koncepte. *Ergolux* - ergonomski i luksuzan naslon za ruke dokazuje svoju vrhunsku kvalitetu na IMM Cologneu 2011, a sada se uspješno primjenjuje u modelu “16650”.

Snovi posjetitelja zasigurno su se ostvarili kada su vidjeli proizvode u dvorani 9 (sl. 9). Od ležaja-madraca i sustava za spavanje, posteljine i drugih srodnih proizvoda, taj pregled proizvoda obuhaća proizvođače iz cijelog svijeta. Dva potpuno nova koncepta vodenog kreveta mogla su se vidjeti na štandu *Aqua* vodeni kreveti, u dvorani 9.1. Danski dizajner Per Weiss razvio je dizajnerski koncept visokokvalitetnih *boxspring* ležajeva-madraca, kao i široku paletu dodatnih proizvoda, uključujući noćne ormariće, police i različite vrste zaglavlja kreveta.

*Dynaglobe* je cijele sezone pripremao iznenađenja i potvrdio da su voda i zrak ne samo dva elementa nužna za čovjekov život već i za dizajn sustava za ležanje i spavanje.

Noviteti tvrtke *Kluso*, pod imenom *Cubana* – *Beds in motion*, prikazani su na slici 10. Mogućnost regulacije sustava za spavanje uz pomoć iPhone aplikacije? Zaista, multimedija osvaja sve pore života.

Mnogi se drugi koncepti provlače kroz cijeli prezentacijski dio, a dizajneri, proizvođači i trgovci iskorištavaju svaku priliku da u svoj asortiman uključe neku novotariju koja će privući kupca. Konkurencija je neumoljiva i uspijevaju samo najveći, najjači i najsnažljiviji.

U posljednje se vrijeme bilježi i porast razvojnih dizajnerskih studija koji svoje usluge nude velikim proizvođačima. Nipa Doshi i Jonathan Levien dvojac



Slika 10. Krevetni sustav tvrtke Kluso



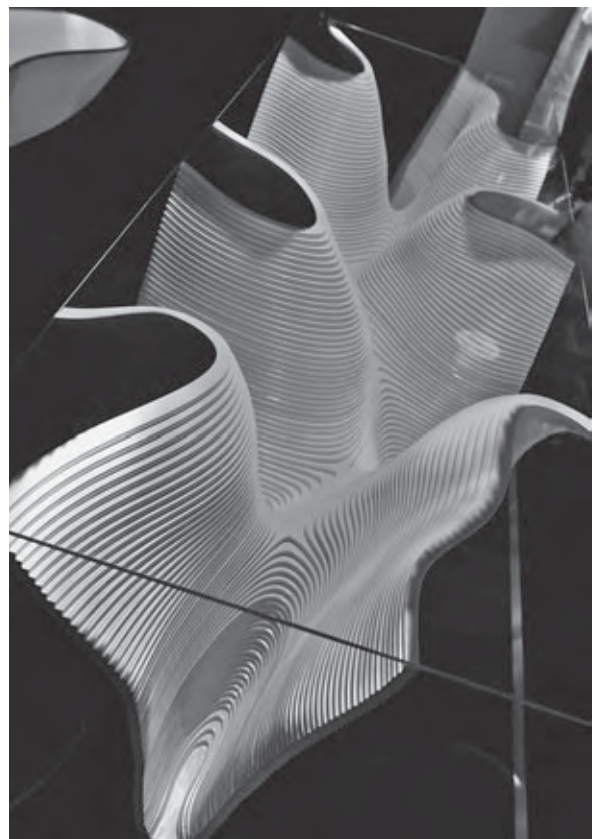
Slika 11. Nipa Doshi i Jonathan Levien

je koji se uspinje upravo prije spomenutim pravcem. Puristički dizajn i egzotični šarm ono su što opisuje njihov rad. Odabrani slučajno iz cijele vojske kreativaca okupljene na sajmu, možemo reći i da su svojevrsni predstavnici novih tendencija u razvoju dizajna interijera (sl. 11).

Promišljenost, ekonomičnost, ekološkičnost, ergonomija, znanost isprepletena s umjetnošću – tržište je odlučilo da ponovno želi pomno promišljen proizvod s pozadinskom pričom, kupac traži legendu koju može prepričavati dok s društvom sjedi na svojoj novoj garnituri u dnevnom boravku, koji je zapravo dio kuhinje, ali se noću pretvara u disko klub koji nakon odlaska gostiju polako sniva spavaću sobu.

Noviteti su na svakom koraku, od novih materijala, konstrukcija, oblika, sve do načina oblikovanja namještaja i opremanja prostora (sl. 12 - 15).

Ukratko, mogli bi se izdvojiti sljedeći trendovi za 2012. godinu.



Slika 12. 3D ploče, reljefno postolje stolića



Slika 13. Stolice od furnirskih otpresaka

#### Što ostaje u trendu

- Bijela kao glavna boja za ojaštucenje i vidljive površine namještaja
- Dnevni boravak s LCD monitorima te dugačkim, visokim i niskim ormarićima
- Kuhinja – blagovaonica – dnevni boravak spojeni u jedinstveni životni prostor



Slika 14. Namještaj od MDF i furnirskih ploča

- Namještaj detaljno obrađen sa svih strana, s mogućnošću samostalnog postavljanja u prostoru
- Dominiraju čiste, jednostavne boje kao obložne tkanine
- Šarene pruge ili apstraktne grafike popularan su izbor za naglašavanje
- Podesivi ojastučeni namještaj prema individualnim potrebama
- Udobni blagovaonički stolci i pravokutni stolovi
- Bijela tehnika koja štedi energiju

#### Što postaje trend

- Unikatan i izuzetno obrađen *green design* namještaj
- Prirodni tonovi i jarke boje, osobito ružičasta, zelena i plava
- Pokrivne tkanine na ojastućenom namještaju prema uzoru na „bakin stil“ prepun cvjetica i ručnog veza
- Koloristički akcenti pojačani LED rasvjetom u kuhinji, ormarima i garderobi; ta štedna rasvjeta ispunjava većinu garderobnih ormara, regala, bočne stranice i vitrine i ima dvije funkcije: daje svjetlost i stvara određeni ugođaj
- Privatne spa oaze između kupaonice i spavaće sobe
- Tamno i svijetlo drvo (orah, hrast) u kombinaciji sa staklom i čelikom
- Nanopremazi na površinama
- U segmentu kože – gusta, jedva obrađena prirodna koža s opipljivim, primamljivim karakterom posebno je popularna



Slika 15. Direktna aplikacija vizuala na MDF ploče digitalnim tiskom

- Dnevna soba kao privatni prostor – dominiraju mir i masažne fotelje
- Održivost i filozofija održivog razvoja preuzela je glavnu ulogu u izradi namještaja. Drvo postaje popularnije, ne samo za kuhinjski namještaj i namještaj za pohranu, već i za udobne stolce i ležaljke te kao vidljivi dio gotovo svakog komada namještaja. Drvo vraća svoj prijašnji status u proizvodnji i osmišljavanju svih dijelova interijera.
- Svijetlo drvo kao da u kontrastu s tamnim ili potamnjenim vrstama stvara živi prirodni kontrast
- Organske forme uobličene od furnirskih otpresaka dovode drvo u sasvim nove funkcionalne i dekorativne dimenzije

Glavni trend koji će se provlačiti kroz ovu sezonu jest potreba da se izraziti smjer razvoja i prepoznatljivosti trendova „smekšava“.

Prilagođivanje individualnom kupcu čimbenik je koji definira pojedini proizvod. Sloboda i liberalizacija oblika, boja i funkcija možda je najbolji način da opišemo dolazeće trendove.

prof. dr. sc. Ivica Grbac  
dr. sc. Danijela Domljan, magistrica dizajna  
Ivan Littvay dipl. ing.

Fotografije: prof. dr. sc. Ivica Grbac i  
Press imm cologne

# Izdvojeni kutak hrvatskih izlagača na IMM Cologne 2012

U organizaciji HGK, Sektora za poljoprivredu, prehrambenu industriju i šumarstvo i Sektora za trgovinu, u suradnji s Ministarstvom poljoprivrede, Upravom za drvenu industriju i Ministarstvom gospodarstva na Međunarodnom sajmu namještaja IMM COLOGNE 2012, u Kölnu se, na sajmu IMM, predstavilo šest hrvatskih tvrtki s područja drvnoprerađivačke industrije koje se bave proizvodnjom namještaja.

Na zajedničkom štandu površine 150 m<sup>2</sup>, u paviljonu 5.1, na štandu A-060 i B-061, svoje proizvode predstavili su sljedeći izlagači: Malagić d.o.o., Stribor oprema d.o.o. (sl. 1) i Modo interijer studio d.o.o. (sl. 2).

Također, na navedenom su se sajmu, u sklopu infopulta HGK, putem promidžbenih materijala predstavili i Drvotokarija d.o.o., kao i Grupacija proizvođača namještaja.

Uz potporu navedenih samostalno su nastupili Prima namještaj d.o.o. (sl. 3) i DI GELI d.o.o.

Ove je godine na IMM-u prvi put samostalno izlagala i tvrtka Kvadra. Kvadra, hrvatski dizajnerski brand ojastućenog namještaja na sajmu je uistinu pomaknuo granice interesa međunarodne industrije namještaja. Prezentiranjem svoje prve kolekcije na međunarodno tržište Kvadra je prepoznata po kvaliteti i inovativnom dizajnu proizvoda. Nije slučajno što je direktor Kvadre g. Tomislav Knezović sa svojim poslovnim timom odabrao upravo IMM kao mjesto za izlaganje svojega novog branda, kao i za pokretanje izvoza svoje kolekcije ojastućenog namještaja (sl. 4 – 9). Prema pokazateljima i dojmovima sa sajma – uspio je u naumu!

Nove narudžbe koje pristižu u tvrtku postavljaju Kvadru na mjesto prve hrvatske tvrtke koja u novijoj hrvatskoj povijesti počinje izvoziti finalni ojastućeni proizvod pod vlastitim brandom, noseći potpis hrvatskog dizajna.

Prisjetimo se sajma Ambianta u Zagrebu, kada je Kvadra prvi put prikazala novitete. Kvadrinu kolekciju lansiranu na sajmu u Kölnu čine naslonjači *Elegance*, *Nimble*, *Basic*, *Combo* i *Easy* (dizajn: kućni dizajnerski tim), sofa *Revolve* (dizajn: Numen/ForUse + Bratović&Borovnjak) i naslonjač te dvosjed *3angle*



Slika 1. Izložbeni prostor tvrtke Prima namještaj



Slika 2. Prezentacija novih proizvoda tvrtke Kvadra d.o.o.

(dizajn: studio Grupa - Filip Despot, Ivana Pavić, Tiha-na Gotovuša).

Tomislav Knezović, direktor tvrtke Kvadra d.o.o., nakon izlaganja iznosi svoje dojmove i ostvarene rezultate: „Glavni razlog zašto smo odlučili izlagati u Kölnu bio je ogroman značaj IMM Köln za globalno tržište namještaja. Nigdje drugdje izloženi raspon ojastućenog namještaja nije veći i ljepši, i nigdje drugdje trendovi nisu tako smisljeni i namjenski predočeni. Sajam zasigurno pruža mogućnost pozicioniranja na tržištu na način koji dostojno predstavlja naš proizvod. Mi želimo postavljati trendove drugima, a kvalitetom i dovoljnim prezentacijskim prostorom to možemo i uspjeti!“ Kvadra ima cilj čvrsto se afirmirati i pokazati da Hrvatska proizvodi ne samo dobar dizajn, već da može iznjedrati i vrhunsku kvalitetu, ističe g. Knezović. „Strah od neprihvatanja hrvatskog branda s kvalitetnim proizvodima bio je neopravdan. Dogodilo se suprotno. Mnogi su mislili da smo skandinavski dizajnerski brand, što nam laska. Kada su saznali da smo iz Hrvatske, nisu na to loše reagirali. Rezultati su nadmašili naša očekivanja. Kvadrina kolekcija doživjela je veliki interes zemalja koje su kolijevke dizajna i kvalitetne izrade poput Danske, Njemačke, Belgije, Francuske i Austrije. Osim europskih zemalja, prihvatile su nas i ostale kulture – Libanon, Izrael, Južna Koreja, Sjeverna Amerika i Australija. Cijela kolekcija Kvadre pobudila je interes među posjetiteljima, premda je sofa *Revolve* bila hit. Dizajneri tog proizvoda oblikovali su i štand kojim se Kvadra suvremeno predstavila međunarodnoj publici.“

Strah da hrvatski dizajn možda neće biti prepoznat na međunarodnom tržištu nestao je već tijekom prezentacije proizvoda na sajmu, kada se pokazalo upravo suprotno: naše stvaralačke dizajnerske snage, u suradnji s kvalitetnim i osviještenim proizvođačima, imaju otvoren put i svoje mjesto na europskom tržištu namještaja. Kao dokaz uspješnosti, proizvod je osvojio *Red dot*, prestižnu nagradu za dizajn, kvalitetu i inovaciju. Iskrene čestitke! Samo naprijed!

prof. dr. sc. Ivica Grbac  
dr. sc. Danijela Domljan, magistrica dizajna  
Ivan Littvay, dipl. ing.