

NOVI IZAZOVI I TREND OVI NA AMBIENTI 2008.

Nakon šest dana trajanja sajma na Zagrebačkom velesajmu završio je jubilarni, 35. međunarodni sajam namještaja, unutarnjeg uređenja i prateće industrije Ambiena, najveći do sada. Taj je sajam utjecajno okupljalište svih značajnih subjekata iz drvnoprerađivačke industrije i industrije namještaja, proizvođača, stručnjaka, dizajnera, znanstvenika, poslovnih ljudi, krajnjih potrošača i specijaliziranih medija. Velik marketinški poticaj razvoju domaće drvne industrije i industrije namještaja, ponovno se i ove godine potvrdio kao poslovno vrlo uspješan međunarodni sajam, zanimljiv poslovnim i stručnim posjetiteljima iz zemlje i inozemstva te nezaobilazan poslovni i marketinški događaj, kao sajamska priredba koju drvna industrija i industrija namještaja tradicionalno unapređuje s ciljem svoje promidžbe. Od 14. do 19. listopada svoje su najnovije proizvode, usluge i tehnologije s tog područja na više od 51 500 m² izložbenog prostora predstavila 744 izlagača, od čega 361 domaći i 383 inozemna, iz 31 zemlje. Najbolji pokazatelj sve uspješnije i sve veće Ambiente ogleđa se u tvrdnji izlagača da je važno nastupiti na toj prestižnoj manifestaciji. I broj posjetitelja iz godine je u godinu sve veći i davno je premašio broj od 55 000.

Otvarajući Ambientu, ministar regionalnog razvoja, šumarstva i vodnoga gospodarstva Petar Čobanković istaknuo je kako stanje drvnog sektora potvrđuje svakogodišnji rast izvoza tog sektora. Činjenica da je Vlada prihvatila pokroviteljstvo ovogodišnje jubilarne, 35. Ambiente potvrđuje da je drvnoindustrijski sektor važan dio hrvatskoga gospodarstva.

Prema mišljenjima izlagača posljednjih nekoliko godina, hrvatska drveno-prerađivačka industrija i indu-



Izložbeni prostor tvrtke Spin Valis

strija namještaja smatraju je najvažnijim godišnjim događajem drvne industrije. Namještaj je, kao i ostali proizvodi i usluge za uređenje doma, roba trajne vrijednosti te je stoga jedno od vrlo snažnih područja interesa i zadovoljenja osnovnih potreba svih slojeva stanovništva kao krajnjih korisnika.

Zbog toga sajam, osim poslovnoga ima i snažan promotivni karakter i stvarno je mjesto susreta ponude i potražnje, proizvođača, trgovaca, stručnjaka, poslovnih ljudi te krajnjih korisnika i medija. Ambiente je, s nizom te brojnim posjetom, posebno važna za razvoj kulture stanovanja uopće.

Jedan od najpoznatijih svjetskih sajmova, hano-verski Domotex, na ovogodišnjoj je Ambienti na konferenciji za novinare predstavio svoj program tepiha, prostirki, tekstilnih podnih podloga, parketa, laminata, vlakana, pređe, tkanina, jednom riječju - svega što se ugrađuje, kao i ostalih podnih obloga, podloga u interijeru i eksterijeru. Sljedeća priredba Domotexa održat će se od 17. do 20. siječnja sljedeće godine. Prema riječima projekt menadžera, u 18 izložbenih paviljona, na površini od 92 500 m², svoje će proizvode i usluge predstaviti 1 350 izlagača iz cijeloga svijeta. Među njima ove će se godine predstaviti 15 izlagača iz Hrvatske. Na 450 m² izložbene površine uglavnom će se predstaviti hrvatski proizvođači parketa, koji su se već etablirali na njemačkome, ali i na svjetskom tržištu.

Devetnaestu godinu zaredom Šumarski fakultet Sveučilišta u Zagrebu, u suradnji sa Zagrebačkim velesajmom, u sklopu Ambiente organizira međunarodni znanstveno-stručni skup na kojemu



Ministar u obilasku sajma



Neki izlošci od keramike i stakla

najeminentniji stručnjaci govore o recentnim temama značajnim za unapređenje drvne industrije u svim segmentima, s ciljem unapređenja proizvodnje, razvojnih proizvoda i plasmana na domaće i svjetsko tržište.

ATRAKCIJE ZA POSJETITELJE

MIKS 08 – Međunarodna izložba keramike i stakla

Suvremeni ambijent u kojemu se stanuje ili bori tijekom rada te u trenutcima odmora i druženja treba udovoljiti mnogim funkcionalnim, civilizacijskim, kulturološkim, ali i estetskim datostima. Stoga je i na 35. Ambienti održana Međunarodna izložba umjetničke keramike i stakla na kojoj je izloženo više od sto unikatnih djela trideset autora iz Hrvatske, Italije, Maroka i Slovenije te, kao posebno ugodno iznenađenje, djela više suradnika Udruge za promicanje inkluzije, tzv. uri keramike. Sva ta djela mogu znatno pridonijeti skladnom izgledu novodizajniranih, ali i postojećih interijera te su istodobno zbog vrlo raznolikih rješenja svojevrsan prozor u svijet suvremene umjetničke keramike i stakla. MIKS je ujedno i najposjećenija izložba suvremenoga likovnog stvaralaštva u Hrvatskoj.



Ivan Generalić (1914-1992), SELO, 1936.



Mladen Veža (1916), ASOCIJATIVNA MASLINA, 1969.

Predaukcijska izložba i aukcija umjetnina

Na ovogodišnjoj Ambienti održana je 24. javna *Jesenska aukcija umjetnina* i *Predaukcijska izložba Aukcijske kuće Kontura*. Oko 100 umjetničkih radova (grafika, slika i skulptura) bilo je ponuđeno i izloženo na Predaukcijskoj izložbi u Kineskom paviljonu (paviljonu 11) od početka sajma 14. listopada pa do subote 18. listopada u 17 sati, kada je aukcija i održana. Donijela je velik broj kvalitetnih i zanimljivih umjetničkih djela, radove u pastelu, gvašu i ulju najpoznatijih hrvatskih slikara 20. stoljeća.

Izložba radova učenika strukovnih škola

Agencija za strukovno obrazovanje predstavila je ove godine u sklopu 35. međunarodnog sajma nam-

ještaja, unutarnjeg uređenja i prateće industrije Ambianta '08 strukovne škole obrazovnog smjera Šumarstvo, prerada i obrada drva. U paviljonu 11d predstavilo se osam škola, svaka na sebi svojstven način, s temom "*Hrvatska baština*". Uz uradak na koji se izložba tematski oslanja, škole su izložile suvenire, različite uporabne predmete, dijelove namještaja i građevne stolarije. Uz prezentaciju kojom je predstavljen tijekom nastajanja izloženog uratka, škole su predstavile postojeća drvodjeljska zanimanja radi približavanja struke neupućenima i znatiželjima.



Dio izložbe strukovnih škola

Povijest drvene industrije

Hrvati su kroz povijest pokazali da se znaju služiti drvom. Višestoljetna tradicija u preradi drva ima niz uspješnih i dojmljivih primjera. Parlamenti, crkve, prestižni hoteli i luksuzne vile u svojim promidžbenim materijalima danas navode da ih uz venecijansko murano staklo krase i hrast iz Slavonije. To je rezultat dobrih trgovačkih veza za vrijeme Austro-Ugarske, te početka ozbiljnog i promišljenog gospodarenja našim šumama i razvoja pilana tijekom 19. stoljeća. Preradu drva u razdoblju nakon Drugoga svjetskog rata pa do devedesetih godina (kojemu je posvećena ovogodišnja izložba) obilježava snažna industrijalizacija, koja stvara niz velikih prerađivačkih sustava.



Dio izložbe Povijest drvene industrije

Razvoj je očit, primjenjivala se je tadašnja moderna tehnologija, a finalni su proizvodi, većinom namještaj, izvoženi na najzahtjevnija tržišta.

Početak devedesetih karakteriziraju kaotične prilike prouzročene tranzicijom i gubitkom tržišta u okruženju, da bi se prilike popravile početkom ovog desetljeća. Prvi je puta zabilježen 2005. godine suficit cijeloga drvnog sektora, a trendovi oporavka vidljivi su sve do danas. Izvoz je prošle godine porastao za 29%, a taj se trend nastavlja i u ovoj godini.

Drvo je prvo



U sklopu ovogodišnje Ambiente nastavlja se kampanja DRVO JE PRVO pod nazivom *Šuma priča bajku o drvu*. Kampanja je započeta na lanjskoj Ambienti, a cilj joj je bio predstaviti brojne prednosti drva kao materijala te, što je još važnije upoznati javnost s racionalnim i održivim hrvatskim modelom upravljanja šumama.

Drvo pripada rijetkim hrvatskim sirovinским resursima. Šumovitost od 48%, odnosno površina pod šumom veća od 2 milijuna hektara osigurava drvnu zališu od preko 350 m³. Svake godine posiječe se oko 80% ukupnog prirasta pa se drvene zalihe stalno povećavaju. Tako održivo i trajno gospodarenje šumama svrstava hrvatsko šumarstvo u red zapaženijih u Europi.

Život ljudi prirodno je povezan s drvom. Ugodna i lijepa tekstura i topao osjećaj na dodir čine drvo materijalom koji mnogi odabiru za izradu predmeta što ih osjećamo i s kojima živimo. Cijela je kampanja trebala podsjetiti širu javnost na drvo kao materijal i približiti joj emotivnu vezu čovjeka i drveta, vezu koja predmetima od drva daje dodatnu vrijednost.

Kampanja DRVO JE PRVO daje prve rezultate, a oni se ogledaju u sve uspješnijem dizajniranju proizvoda, davanju prednosti drvu pred ostalim materijalima i podizanju svijesti o ekološkom pristupu od uređenja prostora do iskorištavanja biomase u energetske svrhe, a konačni je cilj povećanje upotrebe drva u svim segmentima života. Nužno je dodatno izgraditi imidž drva kao materijala koji znači višu razinu kvalitete života. Sustavno djelovanje svih segmenata kampanje dugoročno bi rezultiralo jačanjem tržišta drvnih proizvoda, razvoju drvnog sektora i šumarstva, povećanjem zaposlenosti u drvnjoj industriji i odgovornijim pristupom okolišu, šumi, drvu i proizvodima iz obnovljivih izvora.

MOBIL OPTIMUM 2008.

Na prigodnoj svečanosti održanoj na Zagrebačkom velesajmu, dodijeljene su zlatne, srebrne i brončane plakete za prestižnu nagradu *Mobil Optimum*, koja se dodjeljuje u obliku priznanja za najbolje ocijenjene pojedinačne proizvode ili asortiman proizvoda te garnitura ili skupina proizvoda iz programa namještaja i opreme za unutarnje i vanjsko uređenje.

Stručni ocjenjivački sud, kojim je predsjedao prof. dr. sc. Ivica Grbac dodijelio je zlatne, srebrne i brončane plakete i diplome te pohvale tvrtkama navedenim u tablicama 1-4.

Čestitajući nagrađenima, predsjednik Ocjenjivačkog suda prof. dr. sc. Ivica Grbac posebno je naglasio da su ovogodišnji natjecatelji za nagradu *Mobil Optimum* pokazali zavidnu razinu dizajna te je i kvaliteta proizvoda primjerena tome. Nagrade su priznanje za rad i napore, ali istodobno i obveza za sljedeću godinu.

Tablica 1. Dobitnici zlatnih plaketa i diploma

Izlagač	BRUNO-HAL, d.o.o., Sveta Nedjelja	SVEA, lesna industrija, Zagorje o/S, Slovenija	EDURO, d.o.o., Zagreb	INKEA, d.o.o., Zagreb
	za asortiman garnitura za opremanje dječjih soba	za uspješan razvoj kuhinjske garniture	za uspješan dizajn odmičnih staklenih vrata	za novi koncept i dizajn uredskog namještaja
Proizvod	dječji namještaj PLANET	kuhinjski namještaj OLEA	vrata EDURO KAMENGLAS	Wellness office – zdravi ured
Proizvođač	ALPLES, Železniki	SVEA, lesna industrija	EDURO, d.o.o.	INKEA, d.o.o.
Autor	Katarina Globočnik, dipl.ing.arh.	Irena Kajnč	Vladimir Šafarić i razvojni tim Eduro	dizajnerski tim INKEE



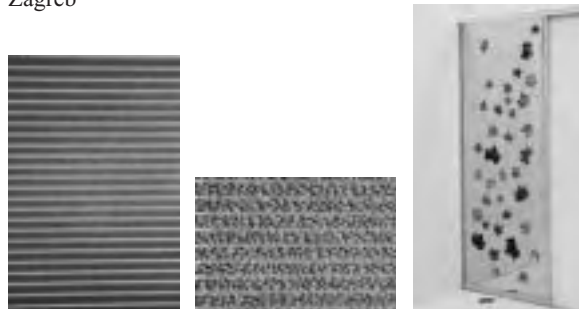
Garnitura dječjeg namještaja PLANET, Alples, Železniki, Slovenija



Garnitura uredskog namještaja WELLNESS OFFICE, Inkea, Zagreb



Garnitura kuhinjskog namještaja OLEA, Svea, Zagorje ob Savi, Slovenija



ISPUNA PIJESAK ISPUNA ŠLJUNAK ISPUNA JESENSKO LIŠĆE

Odmična staklena vrata EDURO KAMENGLAS, Eduro, Zagreb

Tablica 2. Dobitnici srebrnih plaketa i diploma

Izagač	FINVEST-CORP, d.d., Čabar	SPIN VALIS d.d., Požega	STILLES, d.d., Sevnica, Slovenija	VLADIĆ, d.o.o., Zagreb
	za uspješno ostvarenje ojaštucene garniture za sjedenje	za uspješno ostvarenje garniture dnevnog boravka	za visoku kvalitetu sobnog namještaja	za uspješno oblikovanje ojaštucene garniture za sjedenje
Proizvod	garnitura MONDEO	Garnitura MICHELLE	namještaj spavaonice MANHATTAN	garnitura LEJLA
Proizvođač	FINVEST-CORP, d.d.	SPIN VALIS d.d.	STILLES, d.d.	SZR STIL CAZIN
Autor	razvojni tim FINVEST-CORPA	Razvojni tim SPIN VALIS	Jani Vozelj	Romana Vladić

Tablica 3. Dobitnici brončanih plaketa i diploma

Izagač	DIP, d.d., Karlovac	FERENČIĆ, d.o.o., Viškovo	KONTURA NOVA, d.o.o., Zagreb	ODEJA, d.d., Škofja Loka, Slovenija
	za uspješno ostvarenje asortimana podnih obloga	za uspješno ostvarenje namještaja za spavaonice	za uspješno ostvarenje vrtnog namještaja	za asortiman posteljne opreme
Proizvod	gotovi parket TATOO LINE	spavaća soba BARBARA CLASIC	HEAVEN COLLECTION	MYSTIC i ORIENT
Proizvođač	DIP, d.d.	FERENČIĆ d.o.o.	EMU Group Spa, Italija	ODEJA, d.d.
Autor	razvojni tim DIP d.d	Robert Arh, Elvis Sušanj	Jean-Marie Massaud	Lili Panjtar

Tablica 4. Dobitnici pohvala

Izagač	DEKO-KAMEN, d.o.o., Zagreb	GRAMAT, d.d., Zagreb	PERFECTA, d.o.o., Sv. Križ Začretje
	za uspješno oblikovanje građevnog materijala	za uspješan razvoj garniture dječjeg namještaja	za uspješno oblikovanje kreveta
Proizvod	asortiman DEKO OPEKA RUSTICA	garnitura DINO	krevet OVAL
Proizvođač	DEKO-KAMEN, d.o.o.	GRAMAT, d.d.	PERFECTA, d.o.o.
Autor	razvojni tim Deko-Kamen	razvojni tim GRAMAT, d.d.	razvojni tim PERFECTADREAMS



Prof. dr. sc. Ivica Grbac s dobivenim priznanjem

Posebno priznanje dobio je prof. dr. sc. Ivica Grbac kao predsjednik Organizacijskog odbora Međunarodnog sajma namještaja, unutaršnjeg uređenja i prateće industrije Ambianta za 15 godina nesebičnoga i samoprijegornog rada te za veliki doprinos razvoju, rastu i uspjehu tog sajma.

O IZLOŠCIMA

U masi tkanina sa životinjskim uzorcima, naslonjača u boji Pink Panthera, loših imitacija Starckovih stolica te kraljevski dizajniranih kreveta istaknuo se, ipak - hrvatski dizajn.

Minimalizam, ravne linije i jednostavne forme više nisu u trendu, a novi hit u uređenju interijera na hrvatski način jest kičasti i šareni namještaj, inspiriran barokom. To je rezime Ambiente cijenenog sajma koji je tijekom 35 godina održavanja u javnosti postao važan dio kulture stanovanja, uređenja interijera i drvene industrije.

Kao da nitko od izlagača nije mogao predvidjeti crne dane i recesiju. Jedini predstavnici *shabby-chic* namještaja u Hrvatskoj jest T. J. Elegans. Kristalno bijeli namještaj, koji čak i nije toliko *shabby-chic* jer uopće ne izgleda staro ni pohabano, teško bi se mogao uklopiti u dom modernog čovjeka jer ne djeluje praktično ni udobno, nego se dobiva dojam da je izrađen s namjerom da bude izložen u muzeju.

Slovenski proizvođač Meblo odavno je dio građanske tradicije uređenja stana u Hrvatskoj. I oni su pokazali svoje viđenje neobaroka, ali ipak na umjereniji i pristupačniji način. Najatraktivnije su bile velike



Kičasti i šareni namještaj



Shabby-chic namještaj

podne lampe. Vrhunac luksuza ponudio je Keyton. Stolica za masažu, po kojima su poznati, odlučili su uljepšati. Rezultat je stolica čiji je zadatak da vas opusti, dobro izmasira i relaksira sve mišiće, a uz to je i vrlo atraktivna. Naime, ukrašena je kristalima Swarovski, a ta "dodatna vrijednost" košta 50 000 kuna.



Dnevni boravak, Meblo

Jedna od zanimljivosti Mebla na ovogodišnjem sajmu Ambianta svakako je bila najnovija linija garnitura Delta Salotti s dekorativnim ispisom. Ta atrakcija od sada će biti dostupna i svim Meblovim kupcima, što znači da ćete u svoju garnituru moći "utkati" stihove, slike, sve prema vlastitim željama, ili odabrati neki od ponuđenih ispisa na uzorcima kože. Posebno mjesto na sajmu bilo je posvećeno talijanskom brandu Selva i njihovim novim linijama Fontana i Riviera, koji na poseban način interpretiraju prošlost u sadašnjosti.

Puno drvo, ručno obojeno i lakirano, s aplikacijama od srebrnih ili zlatnih listića, konstanta su Selvine kvalitete. Kao i uvijek, zaslužno mjesto na štandu dobio je program *Jogi za zdravo spavanje*, s novitetima u ponudi - antialergijskim madracima s bakrenim nitima i dodacima srebra, morskih trava te aromaterapeutskih premaza.

Velika je pozornost pridana i dekorativnom tekstu te tapetama poznatih svjetskih dizajnera Dedar, Sahco Hesslein, Kinnasand i Zimmer Rohde, uklopljenih u spavaću sobu i dnevni boravak, dakle onih koji interijeru daju završnu notu.

Ambiciju u sekciji uredskog namještaja iskazala je Inkea iz Zagreba koja je predstavila simpatičan poslovni prostor što bi istodobno trebao biti i wellness, a to ponudu čini vrlo zanimljivom (ergonomski radni stolci i taburei koji nalikuju na male robote). Zadatak koji si je postavio razvojni tim bio je unaprijediti radno okruženje. Naglasak je stavljen na zadovoljavanje fizičkih i psihičkih potreba radnika u uredskom okruženju, s ciljem unapređenja i očuvanja zdravlja i razvoja ljudskih potencijala.

Predloženi koncept ureda nazvan je *Wellness office* - zdravi ured, čime se želi istaknuti važnost kretanja i aktivnosti pri dugotrajnom radu u sjedećem položaju te naglasiti postojanje elemenata radnog mjesta koje treba uskladiti s rezultatima antropometrijskih mjerenja i ergonomskim zahtjevima.

Na ovogodišnjoj Ambienti predstavljena je kuhinja Olea proizvođača Svea iz Slovenije. Svea, prestižni brand u proizvodnji kuhinjskoga i ostalog nam-



Wellness office – zdravi ured, Inkea

ještaja jednostavno oduševljava na međunarodnim sajmovima namještaja. Svea ne bi bila Svea kad ne bi dobila najviša priznanja na takvim sajmovima. Olea je funkcionalna kuhinja čistog užitka. Sjajna bjelina kuhinje u kombinaciji američkog oraha pravo je osvježenje svakog doma. Dodatni čar daju joj dodaci u obliku linijskih, ali ekstravagantnih kvadratnih prihvatnika, moderne radne ploče, kao i rasvjeta u sklopu kuhinjskih elemenata koja osvjetljava unutrašnjost i površinu radnih ploča te je puna tehnoloških inovacija. Oleu su zapazili eminentni trgovci namještajem, kako hrvatski, tako i strani, te, naravno, oduševljeni posjetioци sajma.



Kuhinja Olea, Svea



Kuhinja Olea, Svea

Na prošlogodišnjoj, ali i na ovoj Ambienti glavno iznenađenje bio je definitivno paviljon 1, atraktivno uređen prostor koji se bogatim sadržajem i načinom uređenja definitivno vinuo do razine najpoznatijih svjetskih sajmova namještaja, unutarnjeg uređenja i prateće industrije. Organizirano je i natjecanje u polaganju parketa, koje postaje tradicija paviljona 1.

Osam najboljih hrvatskih polagača parketa prijavilo se za ovogodišnje natjecanje koje organizira gru-



Izložbeni prostor tvrtke PPS Galeković

pacija Drvo u graditeljstvu Hrvatske gospodarske komore. Natjecatelji su imali na raspolaganju dva sata da pokažu što znaju i umiju. Stručni sud ocjenjivao je brzinu rada, preciznost, kvalitetu izvedbe i maštovitost u kreaciji, dok su se za to vrijeme mnogobrojnim posjetiteljima koji su se uživo uvjerali u spretnost naših majstora podopolagača predstavile vodeće tvrtke za proizvodnju parketa u Hrvatskoj.

Gotovo svi stručnjaci koji se bave problematikom oblikovanja, proizvodnje ili prodaje namještaja suglasni su u jednoj činjenici: u budućnosti će biti gotovo nemoguće pouzdano prognozirati trendove u dizajnu i proizvodnji namještaja. Očito je da raznolikost oblikovanja i pratećih trendova stalno raste. Ipak, i dalje preostaje moguća identifikacija nekoliko razvojnih smjerova koji, ako se iniciraju u odgovarajućem vremenu i na primjerenome mjestu, mogu znatno povećati konkurentnost proizvoda i njegov položaj na tržištu.

Da bi osvijetlila ulogu i značenje drva i proizvoda od drva, Hrvatska je gospodarska komora prošle godine, u suradnji s Ministarstvom regionalnog razvoja, šumarstva i vodnoga gospodarstva te Hrvatskim šumama, započela kampanju *Drvo je prvo*. Kampanja je strateški podijeljena u tri cjeline: prva godina posvećena je edukativnom segmentu kampanje, druga emotivnome, a treća imidžu, kako bi sinergijski i sustavno djelovanje svih segmenata kampanje dugoročno rezultiralo jačanjem tržišta drvnih proizvoda, razvojem drvnog sektora i šumarstva, povećanjem zaposlenosti u drvanoj industriji i odgovornijim pristupom okolišu, šumi, drvu i proizvodima iz obnovljivih izvora. Prvi dio kampanje, edukativni, završen je te je kampanja *Drvo je prvo* slavila svoj prvi rođendan i krenula na drugi dio puta, emotivni. U edukativnom dijelu kampanje cilj je bio upoznavanje s drvom. Drvo je izuzetno fleksibilan, učinkovit i moderan materijal. Jedini je potpuno obnovljiv i stoga se sve češće odabire za gradnju i opremanje životnog prostora. Cilj edukativne kampanje jest predstaviti brojne prednosti drva kao materijala te, što je još važnije, upoznati javnost s racionalnim i održivim modelom upravljanja šumama koji se provodi u Hrvatskoj. Na ovogodišnjoj je Ambienti kampanja *Drvo je prvo* promovirala svoj drugi dio – emotivni smjer, u kojemu će podsjetiti širu javnost i približiti joj emotivnu vezu s drvom, vezu što predmetima od drva daje dodatnu vrijednost, koja je neporeciva, iako ju je gotovo nemoguće kvantificirati. Život ljudi prirodno je povezan s drvom.



Izložbeni prostor tvrtke Parketi Požgaj

Ugodna i lijepa tekstura i topao osjećaj na dodir čine drvo materijalom odabira za predmete koje dodirujemo i s kojima živimo. Sljedeće godine na redu je i treći, završni dio kampanje – izgradnja imidža. Cilj tog segmenta kampanje je dodatno povećanje percepcije vri-

jednosti drva kao materijala, čime se posredno utječe na čestoću odabira proizvoda od drva. Naime, cilj kampanje *Drvo je prvo* jest povećana upotreba drva u svim segmentima života, a da bi se to postiglo, nužno je dodatno izgraditi imidž drva kao materijala koji znači višu razinu kvalitete življenja.

Među ostalim, kampanja svojim ustrajnim i sustavnim obrazovanjem teži edukaciji i povećanju svijesti naše nacije o značenju uporabe drva i finalnih proizvoda od drva te održivoga gospodarenja šumama. Na toj svijesti uz pomoć svoje bogate prošlosti, možemo graditi svoju sadašnjost i budućnost jer posjedujemo neprocjenjivo blago – čiste i ekološki zaštićene šumske površine. Finalni proizvodi oblikovani od naših cijenjenih vrsta drva, ugrađeni u domaće i inozemne interijere, potiču svijest korisnika, uz ostalo i o nacionalnom identitetu te o očuvanju namještaja, prostora i zdravlja korisnika.

Jedan od bitnih parametara uspješnosti jest implementacija kreativnih potencijala i mašte u dizajn proizvoda, ali i poticanje sustavnih istraživačko-razvojnih procesa koji optimizacijom proizvodnih procesa dugoročno ostvaruju tržišnu konkurentnost i isplativost proizvoda. Svjetski međunarodni sajmovi pokušavaju odrediti bitna "trendovska" obilježja u dizajnu i industriji namještaja, a među njima je i Ambienta, koja je postala hrvatski brand.

Andrej Publić, dipl. ing.