

NOVI TREND OVI U OBLIKOVANJU NAMJEŠTAJA I STAMBENOG PROSTORA



imm cologne, Köln, 2009.

Svake godine sredinom siječnja *International Möbelmesse* Köln, skraćenim nazivom *imm cologne*, ne bez razloga atributiran kao najveći sajam namještaja i prateće opreme u Europi, ima čast otvoriti novu sezonu i promovirati novitete i trendove u oblikovanju namještaja i stambenog prostora za sljedeće razdoblje. Trendovi definirani upravo na tom sajmu kao da već uvriježeno postaju diktat svim slijedećim, tematski sličnim svjetskim sajmovima u godini.

Godinama gradeći svoj imidž, *imm cologne* je prerastao osnovnu funkciju održavanja sajmova. Danas je to sajam koji ima karakter izložbe dizajna i noviteta te prezentacije i prodaje vlastitog *branda*.

Kao i do sada, i ove je godine potvrdio umijeće zavidne organiziranosti i preglednosti, te u sedam dana svim sudionicima omogućio uvid u to tko je tko u području dizajna, kvalitete, inovacija i kreativnosti. Samo na *Cologne Design Weeku* zabilježeno je više od 250 000 posjetitelja.

Godina 2009 u cijelom je svijetu označena kao krizna. To se osjeća na svakom koraku, a mora se priznati, u nekim segmentima nije zaobišla ni *imm cologne*.

Sajam je razgledalo oko 100 000 posjetitelja iz stotinjak zemalja, što je znatno manje od prosjeka prošlih godina, uključujući oko 23 000 u otvorenim danima za posjetitelje. Zabilježen je osjetno manji broj posjetitelja iz tzv. rastućih tržišta svijeta, kao i iz zemalja članica EU. Upravo to može biti znak opreza i zabrinutosti u smislu kupnje i potrošnje. Općenito, oko 40% trgovaca posjetitelja na *imm* je doputovalo iz inozemstva, dok je većina bila iz Njemačke. Smanjeni broj posjetitelja potvrdili su i izlagači, no kako kažu, kupaca i trgovaca bilo je manje, ali svi koji su došli bili su konkretniji i poduzetniji u svojim zamislima, a upravo to budi optimizam. To su potvrdile i tvrtke proizvođači iz Hrvatske, koji su izlagali na zajedničkom štandu, u organizaciji Hrvatske gospodarske komore.

I na sajmu je bilo poprilično vidljivo kako recesija djeluje na europski kontinent, jer je bilo 25% manje izlagača nego prošle godine, a mnogi su izlagači otkazali svoj nastup, posebice iz Španjolske i Italije. Neki paviljoni nisu bili otvoreni, a neki nisu bili dokraja popunjeni, što su organizatori dovitljivo oblikovali u dobrodošle prostore za predah.

Ipak, 1057 izlagača iz 47 zemalja svijeta, premda s manje euforije i skromnijim performansama i promidžbenim materijalima (ove su se godine na malo kojem štandu mogle uočiti vrećice i katalogi), ostalo je dosljedno vlastitom imidžu te su, prema izjavama nakon sajma, bili zadovoljni ili vrlo zadovoljni postignućima, ostvarenim prezentacijama i ugovorenim poslovima za iduću sezonu.

Proizvođačima nije nedostajalo, ako ništa drugo, funkcionalnosti i tržištu orijentiranih proizvoda prikazanih na izuzetno domišljat i profinjen način. U većine proizvođača moglo se uočiti određeno ponavljanje u mnogim rješenjima, dakle svojevrstan nedostatak inovacije. No, ciljajući na već poznate i privržene kupce, ti su proizvođači ostali pri svojim već dobro uhodanim oblicima i rješenjima u masovnoj proizvodnji. Znatniji razvoj proizvoda i noviteta u velikih i poznatih tvrtki nije zamijećen, no upravo spomenuta dosljednost i kvaliteta izrade poznatih rješenja obogaćivali su gotovo svaki izložbeni prostor.

Njemačko se tržište pokazalo stabilnijim od inozemnog, što se moglo dobro vidjeti po broju stranih izlagača, od kojih su neki, kako smo spomenuli, u posljednji trenutak otkazali svoj nastup. No prema riječima organizatora sajma i vodećih stručnjaka, industrija namještaja i dalje s optimizmom gleda u iduću godinu, te se, unatoč globalnoj ekonomskoj krizi, vide pozitivna zraka kretanja u sektoru proizvodnje namještaja i pratećih industrija. Štoviše, uvjerali su se da je usprkos recesiji koja je zahvatila cijeli svijet, *imm cologne* zatvorio svoja vrata u pozitivnom ozračju i s optimizmom.

Ove je godine, što su dobro primijetili gotovo svi posjetitelji i izlagači, sajam zračio mirom, ne pretjeranom atrakcijom, a osjećala se štednja i rezerviranost u mnogim, do tada neizmjereno „prpošnim“ i neobuzdanim segmentima. Ipak, bez obzira na okruženje, *imm* je i dalje ostao dosljedan u prikazu noviteta, kvalitete i funkcionalnih proizvoda okrenutih osviještenom dizajnu.

Prije tri godine usvojen je novi koncept izlaganja, u kojemu su izlagači selektirani prema proizvodima koje izlažu i koji je svim sudionicima, svojom pravilnom organizacijom, jednostavnim prikazom te izuzetno jasnim oznakama svakog paviljona, omogućio prije svega uštedu u koracima i vremenu. Uz usmjereno i

planirano kretanje posjetitelji su ciljano mogli obilaziti paviljone jednostavnih imena: *Basic* (osnove), *Prime* (početak), *Solid* (masivan), *Comfort* (udobnost), *Smart* (domišljatost), *Sleep* (spavanje), *Pure* (čistoća) te zasebno izdvojene dizajnerske talente [*d³*] *design talents*, među kojima su se „skrivala“ tri događaja - [*d³*] *contest*, [*d³*] *professionals* i [*d³*] *schools*.

U svemu tome jasno su se profilirali određeni smjerovi budućeg razdoblja, kao i stvorio cjelovit dojam sajma glede izložaka. Kao i uvijek, *imm cologne* je trebalo doživjeti i proživjeti, bez obzira na sva predviđanja i samo tako shvatiti priču i bit izlaganja, kao i vrhunsku kvalitetu, dizajn te dobro osmišljen koncept izloženih proizvoda.

Dizajn-projekti na imm 2009

Nekoliko je događaja na ovogodišnjem *immu* plijenilo pozornost gotovo svih posjetitelja i izlagača. Tri glavna projekta, dijelom transformirana iz nekadašnja četiri *I*, dijelom nastala kao nova potreba sudionika, novinara i kritičara da jednostavnije i brže uoče novitete, a dijelom ostala dosljedna potrebi za promoviranjem mladih dizajnera; sva tri projekta - *Informed by cologne*, *Hit guide* te [*d³*] *design talents* sadržavala su sva pitanja budućih trendova, kreativnosti i smjernica koje će buditi zanimanje svih korisnika. U temelju svih triju događaja i pratećih priredaba glavne su riječi *dizajn* i *novitet*, *ekološka osviještenost* i *društvena odgovornost*.

Informed by cologne

Korisnikove navike i potrebe danas su najčešće podijeljene u nekoliko stilova, a najčešće, s obzirom na stajališta, izgrađeni sustav vrijednosti, kulturološka zaleđa, osjećaje i navike razlikujemo nekoliko formulacija koje odgovaraju kulturnim kategorizacijama odnosno, da upotrijebimo drugi izraz, stilovima života.

Koji će trendovi prevladati u ovoj godini? pitanje je koje zanima svakog proizvođača, distributera i kupca. Upravo je projekt *Informed by cologne* nosio u sebi *trendovski manifest* slijedećeg razdoblja te dao odgovore na postavljeno pitanje.

Informed by cologne osmišljen je prije nekoliko godina upravo da bi publici na jednostavan, razumljiv i kompaktan način predstavio viziju budućnosti, barem do iduće godine. Vizionarski zadatak definiranja trendova nije nimalo jednostavan ako se uzme u obzir brzina previranja globalnog tržišta, zahtjevnost kupaca glede zadovoljavanja vlastitih navika, ukusa i potreba, kao i individualnost naglašena na svakom koraku. Novonastale vrijednosti u društvu, koje danas više ne možemo definirati isključivo kao trendove, ostavljaju prostor za nekolicinu različitih stilova, oblika i pojavnosti koje zbuñuju sve sudionike – i kupce, i distributere, i proizvođače.

Zadatak internacionalnoga stručnog povjerenstva (*trendboarda*), sastavljenoga od pet članova profesionalaca s područja dizajna namještaja, dizajna tekstila, novinara i savjetnika za dizajn iz različitih zemalja, bio je i ove godine definirati i predstaviti dominirajuće vi-

zionarske smjerove koji oblikuju suvremeno okruženje. Izdvojili su četiri vrijednosti u oblikovanju unutrašnjeg prostora i namještaja za 2009. godinu, što se može uočiti kao različita kategorizacija unutar rješenja proizvoda koji ima obilježja pretjerivanja, bliskoga i dalekoga, nomadske kulture ili ponovnog vraćanja vremena. Kategorizacije su nastale na temelju analize prošlogodišnjih trendova i dostignuća, kao i prijedloga za razdoblje koje dolazi, a prozvani su *Extra Much*, *Near and Far*, *Tepee Culture* i *Re-run Time*, te su ispisani poput svojevrsnog "manifesta". Prema mišljenju povjerenstva, u idućem će razdoblju ti smjerovi označavati obilježja proizvoda i biti sadržani u namještaju i stambenom prostoru.

EXTRA MUCH. Taj smjer ne prihvaća minimalizam, no prihvaća jednostavne oblike pune dekora i jednostavnog šarma, ali u različitim kombinacijama gotovo do prenatrpanosti. Istražuje nove tehnologije i oblicima ulazi u novu eru (sl. 1).



Slika 1. Informed by cologne; Extra much

NEAR AND FAR. U prirodi postoji sustav koji kao da prati savršeni dizajn, no taj je sustav nevjerojatno kompleksan i funkcionira samo na osnovnim i temeljnim artefaktima i sam je sebi dovoljan. Približavanjem prirode sebi stvaramo mikrostrukture i makrostrukture u bliskom i dalekom okruženju. Zapravo, stvaramo novu prirodu (sl. 2).

TEPEE CULTURE. Oslobođeni urbane džungle, bježimo u prirodu sa željom da spontano razapnemo šator i prenoćimo. Tražimo mjesto gdje nas u potpunosti okružuje i dodiruje priroda, gdje je sve samo po sebi na svome mjestu i gdje postoji savršeni sklad. Jednostavne i čiste linije nas smiruju, a priroda upija u sebe (sl. 3).

RE-RUN TIME. Vrijeme kao da se ponavlja, stvari kao da su već videne, no u nekom drugom okruženju. Zapravo, predmeti tog stila toliko su jednostavni i savršeni da se čini kao da su oduvijek bili tu, pokraj nas i neprestano nas stavljaju u to savršeno vrijeme (sl. 4).

Hit guide 2009

Dizajn i funkcionalnost u mnogim tvrtkama i dalje imaju prevlast. No to nije dizajn kakav nam je ostao u percepciji prije nekoliko godina – šokantan, lucidan, inovativan i pomalo *trendseterski*. Današnji dizajn, a



Slika 2. Informed by cologne; Near and far



Slika 3. Informed by cologne; Teepee culture



Slika 4. Informed by cologne; Re-run time

time i proizvodi, okrenuti su korisniku, zrače težnjama za humanošću, održivim razvojem i ekološkom orijentiranošću, inovativnošću u materijalima i funkcijama, kao i socijalnom osviještenošću.

U masi takvih proizvoda na ovogodišnjem su se *immu* u nekolicine proizvođača izdvajali dizajnerski noviteti, bilo u oblikovnome, funkcionalnome ili teh-



Slika 5. Osebnina izložba inovativnih dizajnerskih proizvoda, izdvojenih u *Hit guideu* 2009 bila je pravi vodič za, jednostavno rečeno, dobre proizvode; *Hit guide, imm cologne* 2009

nološkom smislu. Ti su noviteti posebno prikazani pod okriljem *Hit guidea*, koji je izdvojio nekoliko najzanimljivijih i vrlo inovativnih proizvoda među izlagačima (sl. 5). Kriterij za odabir ovoga puta nije bio isključivo dizajn, već su promatrani brojni drugi parametri proizvoda – tehnička inovativnost ili mogućnost daljnjeg istraživanja i razvoja, novi materijali, dobar koncept i razumljivost proizvoda. Ukratko, ove je godine *imm cologne*, dosljedan sam sebi u definiranju trendova za iduće razdoblje, okupio i predstavio neobične, inovativne, profinjene i domišljate proizvode, i to na svakom području, u gotovo svim paviljonima (*Prime, Comfort, Smart, Sleep, Pure* te *Solid*).

Izdvojeno je nekoliko izuzetnih i dobro osmišljenih proizvoda, od stolica, naslonjača, ormarića, krevetnih sustava, namještaja za kupaonice i ostalih elemenata. Pojedinačno, svaki je prostor (paviljon) zračio svojim šarmom i dahom kvalitete i elegantnog dostojanstva ili pak inovativnosti i hrabrog istraživanja.

Prime

U paviljonu *Prime* (početak) mogao se vidjeti cijeli spektar različitih dizajnerski dobro osmišljenih proizvoda u različitim životnim okruženjima. Osnovna krilatica tog paviljona jest *raznolikost je adut*, koja se provlači kroz sve prostorije unutar stambenog prostora pojedinca – individualca, bez obzira na to je li riječ o namještaju za spavaću sobu ili za dnevni boravak, o policama, naslonjačima, primjeni rasvjete, tekstila ili opreme i neizbježnih dodataka u prostoru. Neobičan dizajn, jedinstveni oblici i funkcije u osnovi su skrivali osnovnu temu – smisao postojanja i življenja, svedenu na osnovne i elementarne oblike. Koncept je zorno vidljiv na primjeru zanimljivoga i neobičnog rješenja sjedala (sl. 6), koja se na zabavan i neuobičajen način prenosi iz dekoracije na zidu u jednostavnu kotrljajuću plohu za sjedenje.

Comfort

Zaista udobno. Udobnost je zauzela čak četiri paviljona. Mogli ste se udobno zavaliti u naslonjač *Heaven*, *Moon chair* ili *Supersonic* i osjećati se kao da lebdite u zrakopraznom prostoru, iako je sve vrvjelo posjetiteljima oko vas. Zamamne kombinacije boja i tkanina



Slika 6. Stolac ROLL ON; dizajn i proizvodnja WILLISAU SWITZERLAND – Tisch und Stuhl Willisau AG, Švicarska; *Hit guide 2009*

koje klize pod dodiranjem ruke, mekane ojaštucene garniture s posebnim i decentnim dodacima na rukonaslonima ili osloncima za glavu,... nijanse poput crne i bijele hrabro su prekidane dodatkom ljubičaste ili plave. No prevladavala je elegantna smeđa, nježno ljubičasta, siva i tople boje pijeska. Koža je bila nezaobilazna, kao i ekološke i „pametne“ tkanine. Na prvi pogled možda nezanimljiva rješenja privlačila se dodiranjem, funkcijom ili, jednostavno, mekoćom. Uistinu čaroban primjer jest naslonjač *James*, tvrtke Koinor (sl. 7). Na slici i nije toliko poseban (autorica teksta namjerno je potražila ovaj proizvod u *hit guide vodiču!*), na štandu skriven u „treći plan“ (i jedva ga našla na štandu!), no kada sjednete u nj, shvatite što znači riječ profinjen i elegantan komad namještaja. Šarmantna tkanina, mekana i reljefna na dodir, sa srebrnastim odsjajem u ružama, zrcalila se u poliranim nogarima od nehrđajućeg čelika koji imaju sofisticiran detalj – dio mekane tkanine implementirane u naslone za ruke. Malen, ali profinjen element u prostoru koji zrači neodoljivim šarmom.

Primjera individualnosti, modularnosti i fleksibilnosti, koja se toliko naglašava na svakom koraku, nebrojeno je mnogo. Raznobojni i veseli taburei *Zapallo* tvrtke Signet (sl. 8), naslonjač tvrtke Intertime AG



Slika 7. Naslonjač JAMES; proizvođač Koinor Polstermöbel GmbH & Co.KG, Njemačka; *Hit guide 2009*



Slika 8. Jednostavan i veseo tabure *Zapallo*; proizvođač Signet Wohnmöbel GmbH & Co.KG, Njemačka; *Hit guide 2009*

(sl. 9) ili sustavi za sjedenje tvrtke Tom, d.d. iz Slovenije (sl. 10), a primjeri bi se mogli dalje nizati. Sjedalo *Moon* tvrtke Tom, d.d. jednostavna je, vrlo funkcionalna fleksibilna kombinacija naslonjača predviđenih za sjedenje, polusjedenje, ležanje, oslanjanje,... položaja koje postizete samostalno namještavajući poluokrugli umetak naslonjača prema sebi. Neobično, umetak ničim, osim domišljato upotrijebljenim materijalom, nije pričvršćen za postolje. Jednostavnim trenjem koje ne dopušta klizanje materijala i elemenata jednoga uz drugi, elementi ostaju u stalnom položaju, prema vašoj želji. Garnitura za sjedenje namijenjena je kućnoj uporabi, javnim prostorima poput muzeja, čekaonica i sličnih prostorija, čak i u vanjskim prostorima, uz odgovarajuću primjenu materijala otporih na atmosferilije. Jednostavno, udobno i domišljato.

U tom paviljonu udobnost je posebno označena novim sloganom: „Sjedni i udobno se smjesti uz, narav-



Slika 9. Modularni naslonjači *Myon*; proizvođač Intertime AG, Švicarska; *Hit guide 2009*



Slika 10. Sjedalo *Moon*; proizvođač Tom, d.d., Slovenija; *Hit guide 2009*



Slika 11. *Athena*, ojaštuceni namještaj za multimediju; proizvođač ARTANOVA Horst AG, Švicarska; *Hit guide 2009*

no, multimediju!“ Primjer je prva multimedijaska ojaštucena garnitura, klasičnog dizajna, no zato suvremenog sadržaja, nazvana *Athena* (sl. 11). U sebi skriva sve medijske aplikacije na dohvat ruke, od e-maila do televizije, a već samim izgledom jamči neizbježnu udobnost sjedenja.

Smart

„Domišljati“ paviljon skrivao je nekolicinu zanimljivih i privlačnih rješenja. Takav je primjer naslonjač krevet *Bifrost* tvrtke Innovation Randers A/S, elegantnog dizajna, nadasve funkcionalan, privlačan u jednostavnim detaljima poput drvenih naslona za ruke, koji pri preklapanju ležaja postaju uzglavlje i donožje. Posebnost čini tanki madrac *Icomfort Excess* debljine 25 cm ispunjen oprugama s džepičastom jezgrom (sl. 12).

Drugačiji primjer domišljatosti bila je neobično funkcionalna, vesela i praktična kocka *Cubi-Q*, s kojom dječja igra postaje još veselija kad se krenu otkrivati sve mogućnosti koje stanu u dimenzije 50x50x50 cm



Slika 12. *Bifrost* naslonjač ležaj; proizvođač Innovation Randers A/S, Danska; *Hit guide 2009*



Slika 13. *Cubi-Q* praktična kocka za igru; proizvođač Formion GmbH, Njemačka; *Hit guide 2009*

(sl. 13). Pomicanjem pojedinih elemenata dobivaju se zasebni pretinci, police i kutije za pohranu u čak deset igračih i spremišnih funkcija namijenjenih razvoju dječje motorike, kreativnosti i kombinatorike. Namijenjen je djeci do desete godine, no i onima u pubertetu, i ne gubi svoju funkciju kao noćni ormarić uz uzglavlje kreveta.

Sleep

Paviljon *Spavanje* ove je godine bilo neobično „budan“. Noviteti poput podiznih podnica ležaja madraca *SENSOflex* tvrtke Rummel Matratzen GmbH, ispunjenih posebnim staklenim vlaknima koji nude optimalno prilagođivanje spavaču i osjećaj lebdenja u zraku (sl. 14) jednako su snažan primjer kao i ležaj *Vela*, koji u sklopu korisnikove potrebe za zdravim spavanjem nudi umirujuće i relaksirajuće okruženje uz pomoć jednostavnog detalja – sjenila (sl. 15). *Vela* nudi mir i



Slika 14. Sistem podnica *SENSOflex*; proizvođač Rummel Matratzen GmbH & Co KG, Njemačka; *Hit guide 2009*



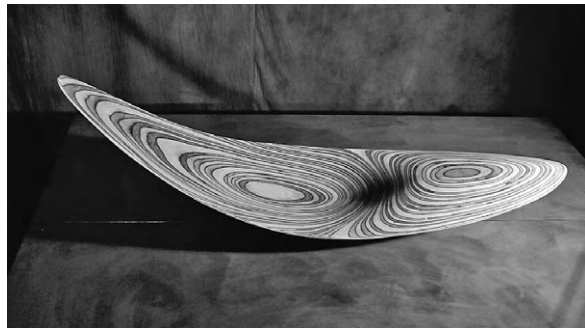
Slika 15. *Vela*, wellness ležaljka; proizvođač Joka-Werke, Johann Kapsamer GmbH & Co KG, Austrija; *Hit guide 2009*

moguće izdvajanje od svijeta, ovisno o individualnom korisniku, u položaju sjedenja ili ležanja, prema želji.

Pure

Najposjećeniji su bili upravo paviljoni pod nazivom *Pure*, koji su zauzeli cijela tri kata paviljona 11. Čistoća i jednostavnost dizajnerskih uradaka plijenila je pozornost svakog promatrača. Multifunkcionalni sustavi s pametnim detaljima i dosjetljivim kombinacijama mogu naći mjesto u svakom domu, čak i nekoliko njih, jedan do drugoga a da si međusobno neće smetati. Naprotiv, jedinstvenost svakog elementa, bilo da je riječ o stolici, stolu, policama za odlaganje, tepihu ili naslonjaču, izvedenoga u najčudnijim kombinacijama boja, oblika i novih materijala, samo potiču kreativnost korisnika u opremanju vlastitog prostora. Inovativne sirovine i reciklirajući materijali odlična su kombinacija prirodnosti, ali i svojevrsnog raskoša.

U tom paviljonu sve vrvi od istraživanja – materijala, oblika, sadržaja... Jednostavni oblici dobivaju snagu primjenom novih tehnologija i obrada, poput „simfonije drva“ prikazane na slici 16, ili svoju jednostav-



Slika 16. Neobičan naslonjač od drva; dizajn i proizvodnja Alexander Curtius, Švicarska; *Hit guide 2009*



Slika 17. Stalac za HiFi i TV *Two Vision*; proizvođač Bacher Tische GmbH, Njemačka; *Hit guide 2009*

nost oblika osnažuju višefunkcionalnim sadržajem proizvoda koji rotira oko dvije osi (sl. 17).

Jednostavni naslonjači složivi u nebrojeno mnogo kombinacija bili su nezaobilazni u tim paviljonima. Tople tkanine, decentne boje s kontrastno naglašenim detaljima u plavoj, žutoj, svijetloljubičastoj..., poput modularne ojastučene garniture na slici 18. Elementi za odlaganje, police, ormarići različitih, gotovo nevidljivih spojeva, u različitim materijalima i obradama, transformiraju se u ovisnosti o samom korisniku i prostoru u kojem se nalaze. *E15*, godinama poznata kao dizajnerska tvrtka koja je ponovno otkrila neobičnu uporabu cjelovitog drva za obične elemente namještaja, ove je godine prvi put izložila varijabilnu policu od pločastoga drvnog materijala dizajnera Arika Levyja (sl. 19).

Bile su nezaobilazne i nove tkanine, dekoracije i tepisi. Hanna Korvela izložila je jednostavan i inovativan vodootporni vuneni tepih (sl. 20), dok je tvrtka *Création Baumann, Weberei & Faerberei AG* pokazala inovativne dekorativne tkanine protkane srebrnim nitima, koje svojim svojstvima reguliraju utjecaj svjetlosti i topline (sl. 21).

Solid

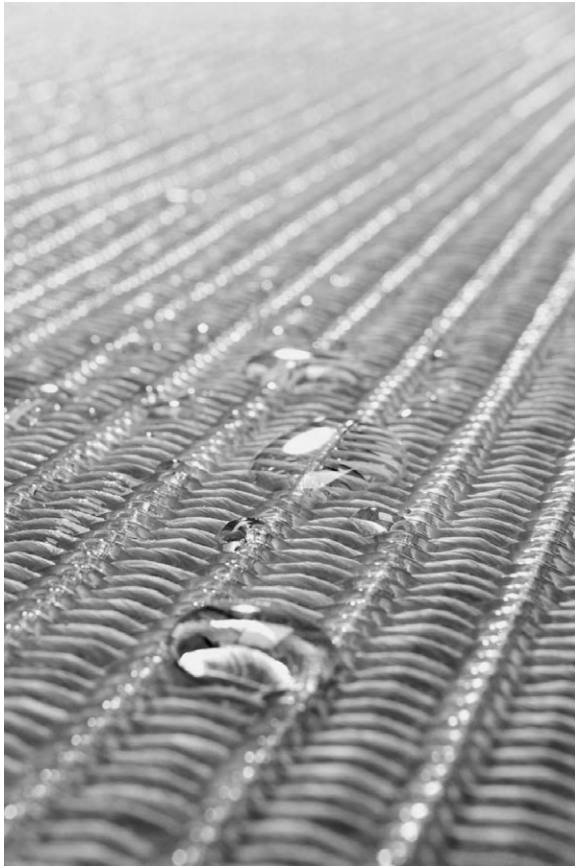
Neobična rješenja mogla su se pronaći i u paviljonu u kojemu je drvo – prvo. No to nisu bili bilo kakvi elementi drva, i ne bilo kakva primjena tih elemenata. Naglašena ekološka osviještenost dizajnera, kao i prim-



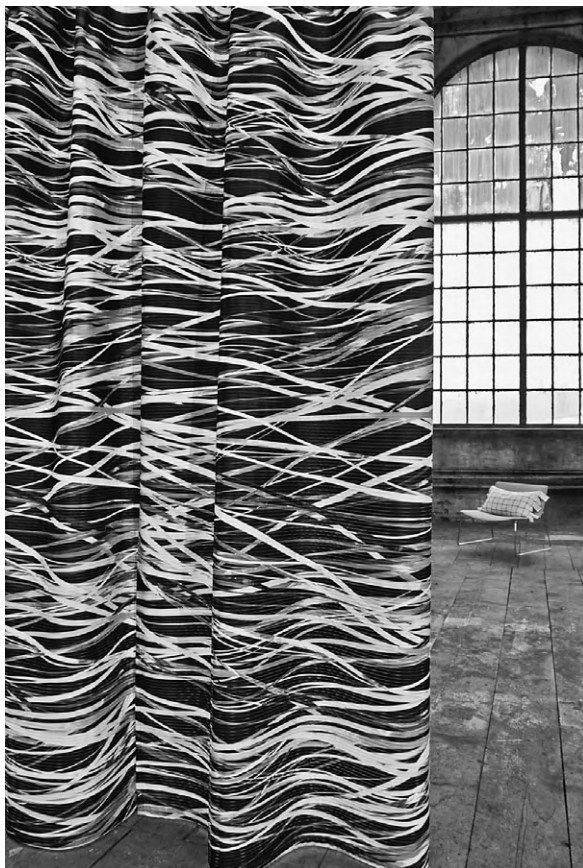
Slika 18. Modularna ojastučena garnitura *KELP*; proizvođač COR Sitzmöbel Helmut Lübke GmbH + Co KG, Njemačka; *Hit guide 2009*



Slika 19. Polica *SH05*; E15 Design und Distributions GmbH, Njemačka; *Hit guide 2009*



Slika 20. Tepih *AQUA*; dizajn i proizvodnja Hanna Korvela Design, Finska; *Hit guide 2009*



Slika 21. Funkcionalne dekorativne tkanine *Silver&Steel Collection*; proizvođač Création Baumann, Weberei & Faerberei AG, Švicarska; *Hit guide 2009*



Slika 22. Stol od betona i drva; dizajn Michael Beck; proizvođač Fairfix – Loft&Lounge, Holtztechnischer Fachbetrieb, Njemačka; *Hit guide 2009*



Slika 23. Stol VITRUV; proizvođač SELTZ S.A, Francuska; *Hit guide 2009*

jena drva u kombinacijama s različitim, kontrastnim (hladnim) materijalima dala je poseban naglasak vrijedneme materijalu koji je i te kako cijenjen. Slika 22. prikazuje zanimljivu i hrabru uporabu betonskog nožišta u kombinaciji s cjelovitim drvom oraha. Sljedeći primjer na slici 23. izuzetno uspješno odgovara na pitanje kamo s drvom koje popularno zovemo otpadom: posebno dizajnirana linearna struktura nogara za stol na kojemu lagano lebdi, u ovom primjeru, pravokutni komad stakla. Prema riječima autora, stol *Vitruv* inspiriran je strukturama Leonarda da Vincija i njegovim *Vitruvijskim čovjekom*. Stol je vrlo praktičan i fleksibilan, a svojom laganom, ali čvrstom konstrukcijom može podnijeti različite ploče i oblike, od drva, metala, stakla,...okrugle, ovalne... Mašti i kombinacijama nikad kraja!

[d³] dizajnerski talenti - [d³] contest, [d³] professionals i [d³] schools

[d³] design talents događaj je koji se na *imm cologne* jednostavno nije smio zaobići. Na gotovo svakom svjetskom sajmu čija je tematika dizajn izlažu i mladi kreativni autori, bilo da je riječ o profesionalnim dizajnerima ili studentima dizajna i sličnih fakulteta. U svakom slučaju, paviljon u kojem oni izlažu redovito vrvi posjetiteljima, u zraku se osjeća kreativni, možda ne osobito komercijalno zasićeni duh, neobične ideje, nesputanost, znatiželja i gotovo dječja radost.

Imm je ove godine u istom paviljonu predstavio tri događaja - **[d³] contest, [d³] professionals i [d³] schools** te predočio viziju budućnosti iz očiju, ruku i duše mladih, talentiranih kreativaca.

[d³] contest

Međunarodno natjecanje mladih dizajnera, koje se sve do 2007. nazivalo *Inspired by cologne*, ove je godine



Slika 24. Atmosfera na [d³] contest



Slika 26. Atmosfera na [d³] design professionals



Slika 25. Neobičan ormar, dizajn Natkan Wierink i Tineke Beunders, studio Ontwerpduo, Nizozemska; [d³] contest

obuhvatilo čak 827 različitih idejnih rješenja na području namještaja, rasvjete, opremanja i dekoracije, rad 475 studenata i mladih diplomanata dizajnera iz čak 38 država svijeta. Ove je godine izdvojen 31 rad, bilo da je riječ o prototipovima ili realiziranim proizvodima. Zanimljiva rješenja odabranih radova, kao i atmosfera u izložbenom prostoru dijelom se može vidjeti i na slici 24. Gotovo sve odabrane radove ove godine obilježava svojevrsno samopropitkivanje forme, funkcije materijala ili vlastite percepcije. To je šarmantan i neobičan primjer kako vlastita percepcija predmeta katkad i ne mora biti onakva na kakvu smo naučili, te moramo imati posebno razvijene instrumente koji našu percepciju vraćaju u općeprihvaćenu, i obrnuto. Takav je, primjerice ormar nizozemskog dizajnerskog tima Ontwerpduo (sl. 25).



[d³] professionals

Čak 108 mladih profesionalnih dizajnera i dizajnerskih studija našlo se unutar prostora [d³] professionals. S koje god strane štanda stajali, imali ste priliku vidjeti i osjetiti ideje i koncepte budućnosti (sl. 26). No konceptualni radovi profesionalaca nisu samo vizionarski, životni i inteligentni, oni su prikazali i skroman doprinos ekološkim rješenjima i nastojanjima koja vode održivom razvoju proizvoda, kao i socijalizaciji čovjeka. Upravo u tom području tema poput komunikacije, pokretljivosti i radnog okruženja imaju posebno značenje. Uz, naravno, nezaobilaznu dizajnersku neobuzdanost i zabavu. Više o radovima i dizajnerima možete pogledati na <http://www.designboom.com/weblog/cat/8/view/5231/imm-cologne-09-d3-design-contest-part-2.html>

Otuđenje u javnom životu potiče na razmišljanje kako oblikovati urbanu opremu da potakne komunikaciju između prolaznika i korisnika opreme. Dobar je primjer namještaj za sjedenje SONNTAG, dizajnera Tima Kerpa (sl. 27), fleksibilno i vizualno neobično rješenje koje kao da djeluje na atmosferu i fizičke odrednice prostora, čime utječe i na ponašanje korisnika.

[d³] schools

U sklopu projekta [d³] schools predstavili su se studenti dizajna, dizajna interijera i arhitekture sa sveučilišta iz Njemačke i ostalih država svijeta. Taj projekt već niz godina povezuje mlade studente dizaj-



Slika 27. SONNTAG, namještaj koji potiče komunikaciju. Dizajn Tim Kerp, Design Development, Njemačka; [d³] design professionals



Slika 29. Kreatian, ali prirodan nered na štandu studenstkih radova s Hyupsung University, Korea; [d³] schools



Slika 28. Miran i oblikovno elegantan štand Akademie Gestaltung Münster, Njemačka; [d³] schools



Slika 30. Radna atmosfera na štandu Fachakademie für Raum- und Objekten Garmish-Partenkirchen, Njemačka; [d³] schools

nere i industriju, počevši od proizvodnje, ekonomije i trgovine do ostalih područja državnoga gospodarstva. Do sada smo svake godine imali priliku susresti već poznate i prepoznate škole i akademije dizajna poput *Staatliche Hochschule für Gestaltung Karlsruhe*, *Fachhochschule Coburg*, *Universität Dortmund* i druge. Njihovi su štandovi uvijek imali određeni naboj i bili puni događaja (sl. 28 - 30).

Ove godine na sajmu nisu sudjelovale velike škole poput *ECAL Lausanne* ili *Fachakademie GAP*, no uz spomenute izlagače, bilo je zanimljivo pogledati radove studenata iz *Virginija Polytechnic University*, *SAD* i *Anadolu Üniversitesi Yıllık Bilgileri* iz Turske, čiji je projekt *Godina 2020 – Turski čovjek u kuhinji* rezultirao zanimljivim rješenjima na području suvremenih pomagala i pribora u kuhinji budućnosti kojom će se podjednako koristiti i muškarac i žena.

Imm cologne 2009 - otkrivanje noviteta i novih smjernica

Individualnost – odgovornost – svrsishodnost – ekološka osviještenost

Svjesni smo intenzivnih promjena u svakodnevnom životu, a upravo ta svijest i odgovornost izravno utječu na naša shvaćanja dizajna proizvoda i svega što nas okružuje, što se odražava i na uređenje našeg doma.

Današnje doba je doba raznolikosti, individualnosti, moralne i socijalne odgovornosti, svrsishodnosti i ekološke osviještenosti. Te temeljne odrednice društva zrcale se u obilježjima suvremenih proizvoda, dijelom viđenih i na *imm cologne 2009*.

Dakle, današnji dizajn proizvoda odražava socijalne promjene, promjene u prirodnoj ravnoteži i svakodnevnom životu, kao i u osjećaju za osobni razvoj. Ljudi se ponovno vraćaju starim, obiteljskim stvarima koje (pre)poznaju, a kombinirajući ih na nov način, stvaraju nove vrijednosti i inovativni dizajn. Pri tome su novonastale vrijednosti utjecale na izgradnju novih pravila i kriterija vrednovanja. Struktura doma, jednako kao namještaj i različiti koncepti unutrašnjeg uređenja govore o dinamičnoj svakodnevnic i promjenama u svakidašnjem načinu života.

Šetnjom kroz *imm cologne 2009* uočljivo je da se neki trendovi ponavljaju, no bitno je primijetiti da jedinstvenog stila koji bi obilježio iduće razdoblje i dalje zapravo nema. Oblikovanje stambenog prostora već dulje vrijeme ne obilježava jedan *stil* ili, kako su kritičari znali reći, jedinstveni *trend* koji se pojavljuje jedanput u godini i onda nestaje. Trendove je sve teže definirati. Danas su oni transformirani u novonastale suvremene vrijednosti koje odgovaraju svakom pojedincu posebno. Nove su vrijednosti utemeljene na cjelovi-

tom pristupu pojedinca u izgradnji vlastite osobitosti na svim područjima života. Tako osnovna vrijednost svakog pojedinca, njegova individualnost, osobitost i emotivnost postaju primjena tradicije i inovativnosti u procesu razvoja vlastitoga duhovnog i fizičkog bića.

Švedski arhitekt i dizajner *Eero Koivisto*, jedan od članova povjerenstva za definiranje ovogodišnjih trendova na području oblikovanja namještaja i uređenja stambenog prostora izjavio je da su trendovi poput valova na oceanu. Napreduju i povlače se polako, pomiču se istodobno na nekoliko razina, i to s različitim intenzitetom. Slično je s previranjima u opremanju prostora. Nakon nekog vremena trendovi se vraćaju u neznatno drugačijem izričaju i oblicima. Zapravo, ako bolje pogledamo, ni sami valovi nisu ništa drugo doli nove forme istog sadržaja koji su u konstantnom previraju. Poput trendova. Mi kao korisnici samo „plivamo“ nošeni strujom na određenoj, nama odgovarajućoj razini. Tako, slikovito rečeno, izgleda i opremanje vlastitoga stambenog prostora, koji je danas postao mješavina našega privatnog i javnog života.

Odrednice u oblikovanju namještaja i stambenog prostora

Dom pod okriljem raznolikosti

Stručnjaci koji se bave analizom trendova ističu da ljudi u današnje doba osjećaju veliku neizvjesnost i nesigurnost te da se upravo zato povlače u sigurnost svoja „četiri zida“, gdje imaju svu širinu i slobodu iskazivanja vlastite kreativnosti. Oni jasno i jednoznačno odabiru proizvode koji su daleko od jeftine proizvodnje. Štoviše, za sve je proizvode jasna orijentacija prema kvalitetnom namještaju od izuzetnih i visokocijenjenih, često ekoloških materijala, prema kvalitetnoj doradi i ugodnom dizajnu koji se u oblikovnome smislu može protezati sve do neobičnoga i ekscentričnoga.

No kako god pokušali raščlaniti ukuse i pojave, uvijek postoje namještaj i oprema koji spajaju ritam određenoga prošlog vremena i budućih smjerova.

U svakom smislu, utjecaji vanjskog svijeta odražavaju se na unutrašnji stambeni prostor, što rezultira udobnom i ugodnom atmosferom doma i određenim zahtjevima korisnika glede proizvoda i proizvođača. Sve se više traži udoban, mekan i profinjen namještaj. Miješaju se funkcionalne jedinice stana, dnevni boravak postaje slušaonica, čitaonica i radni prostor, spavaonica i blagovaonica, a sve više nestaje ravne crte između kupaonice i ostalih prostorija. Zahtjevi su toliko različiti kolika je i razina razvojnih mogućnosti pojedinca i prostora.

U svakom segmentu namještaja i opreme, ali i prostora u kojem će se oni nalaziti, traže se fleksibilnost i kreativnost. Nisu promjenjive samo naše navike. Stambeni prostor također je podložan izmjenama i fleksibilnim formama. Svi dijelovi stana, osobito prostori između ulaznog prostora i kuhinje, terase i dnevnog boravka danas su fluidni i promjenjivi.

I ove su godine sveprisutni dovtljivi oblici i funkcije elemenata namještaja, potpuno novi materijali te načini izrade pojedinačnih dijelova. Ipak treba naglasiti

da je prezentacija dizajnerskih uradaka i noviteta bila znatno slabija nego proteklih godina. Stolice, stolovi, naslonjači ili police nisu više samo spoj skulpturalnog ukrasa i funkcije, izvedeni od raznovrsnih plastičnih materijala, metala, stakla ili čak betona, već redovito imaju dodatnu skrivenu funkciju, demontažne dijelove ili jednostavnu uporabu materijala s jasno naznačenom namjenom proizvoda.

Dnevni boravak

Dnevni boravak je prostor koji poprima polujavni karakter. U njemu se komunicira s vanjskim svijetom, no on još uvijek mora zadržati toplinu kućnoga gnijezda. Odiše harmonijom, udobnim i višefunkcionalnim ojaštanim garniturama, namijenjenim multimedij-skoj kućnoj zabavi i gledanju televizije. Gosti se po pravilu smještaju za prostrane blagovaoničke stolove ili za visoki pult, gdje se razgovara dok domaćini pripremaju objed. Funkcionalnost elemenata odražava se i u najnovijim tehnikama okivanja – od podiznih liftova, gotovo nevidljivih spojnica, do pričvršćivanja dekorativnih fronti (najčešće staklenih), na drvene podloge.

Zapravo, gotovo sve prostorije stana funkcioniraju kao prolazni koridori. Stoga prostor postaje neizmjereno cijenjen, osobito kada se može pretvoriti u odvojenu garderobnu prostoriju, a ne samo u garderobni ormar.

Korpusni namještaj u dnevnom boravku poštuje određene parametre kao što su boja, oblik, materijal i površina. Pritom svakako valja istaknuti činjenicu da se pojedini proizvodi prepoznaju kao izuzetno usklađeni s trendovima i dostignućima IT tehnologije, multimedije i digitalnog stila života, poglavito ravnih LCD-ova i plazma TV ekrana. Pri tome je integracija pojedinih funkcionalnih područja objedinjena u multifunkcionalna rješenja, pa se nerijetko unutar istog ormara ili komode skriva nekoliko funkcija. Skriveni elementi pojavljuju se jednim pritiskom na daljinski upravljač, a aktiviranjem i pomicanjem cijelog sustava iz komode ili ormarića otkriva se ekran, DVD-a ili zvučnici kućnog kina. Na ovogodišnjem *immu* skriveni su kamini u policama ili stolovima bili pravo otkriće u domišljatoj uporabi materijala, okova i vatre, stvarajući poseban ugođaj u prostoru (sl. 31) i otkrivajući svoje čari jednostavnim pritiskom na gumb daljinskog upravljača.



Slika 31. Kamin skriven u klub-stoliću; Schulte Design, Njemačka

Uporaba staklenih vrata u kombinaciji s cjelovitim drvom u multimedijском pločastom namještaju pravi je hit, osobito ako se promatraju tvrtke koje su već godinama učvrstile svoj položaj kao vrhunski, ekološki i zdravstveno svjesni proizvođači namještaja od ekološkoga cjelovitog drva provjerenog podrijetla. Sada su na redu hrabre kombinacije drva s novim medijima i ostalim prirodnim materijalima (staklo, kamen...).

Kuhinja

Kuhinja je već odavno „ušetala“ u dnevni prostor te i dalje graniči s njim samo visokim pomičnim pultom na kojemu se sve češće smještaju električni uređaji ili sudoperi. Kuhinja je danas poprimila novu razinu uporabe, bazirane na visokotehnologiziranoj i informatičkoj opremi, jednostavnosti i čistoći linija, uporabi hladnih materijala (poput čelika, aluminija i plastike) koji, u kombinaciji s toplim drvom i drvnim materijalima, stvara vrlo profinjeno mjesto uživanja u ritualu pripreme hrane. Suvremenu kuhinju više ne odlikuje samo njezina visoka funkcionalnost, udovoljavanje ergonomskim zahtjevima i novi materijali. Emocije i zdravo životno ozračje, od pripreme hrane do načina njezina konzumiranja, sežu u povijesne, duhovne i filozofske sfere. U dosljednom shvaćanju kuhinje mješavina individualnosti i savršenosti postaje glavna točka. Sve je pomično, podizno i fleksibilno, kao i u ostalim dijelovima stana (sl. 32).



Slika 32. Kuhinja k7, s inovativnim podiznim pultom; proizvođač Team 7, Njemačka

Dječja soba

Kutak namijenjen djeci mjesto je neprestane igre i zabave. U tom prostoru mašti nema kraja. Boje, oblici, uporaba tkanina, toplog drva, ... čine iznenađujuće kreativnu atmosferu koja zrači optimizmom i dizajnerskom smjelošću. No treba napomenuti – ne u svim sobama. Dok poznati i priznati proizvođači dječjih soba oblikuju taj prostor s konceptualnom idejom da malom korisniku prepuste slobodnu i maštovitu igru stvaranja svijeta oko sebe oblikujući mu samo osnovne elemente (ljestve, tkanine, kupole, zastore, police,...) (sl. 33), nekolicina ne toliko poznatih tvrtki proizvođača orijentirana je na jednokratnu uporabu vlastitog proizvoda, koristeći se trenutačnim uspjehom pojedinog lika iz crtića ili filma. Fronte namještaja imaju otiske poznatih likova ili umetnute tkanine koje asociraju na gusarski brod,



Slika 33. Kreativnost i funkcionalnost ovih dječjih soba ne nadmašna je; Paidi Möbel GmbH, Njemačka



Slika 34. Dječja soba u stilu Spiderman-worlda; od stolice, ormara, stola sve do kreveta

čime se mali korisnik brzo poistovjećuje s ponuđenim likom, a budući da je to trenutačno njegov omiljeni karakter, soba je kupljena. No pitanje do kada je djetetu zanimljivo biti Barbika ili gusar i spavati s Izbaviteljima? Nagadate što se događa kad Spidermana u igri zamijeni neki drugi lik (sl. 34).

Radni prostor

Prostor za rad unutar stana fleksibilan je i zahtijeva sve veću samostalnost. Novi koncepti rada sadržani su u obliku privlačnih modularnih stolova koji se prema potrebi pretvaraju u blagovaoničke stolove ili zatvorene ormare. Budući da je zabilježen znatan porast broja bračnih parova bez djece, sve je više prostora koji je već u samom arhitektonskom projektiranju označen kao radni. Nekada je dio tog prostora zauzimala dječja soba. Sada se rad sve više shvaća kao samostalna djelatnost u mirnom kutku, s predviđenim prostranim radnim stolom i vitrinama za knjige. Nasuprot tome, obitelji s više članova sretno su ako radni kutak mogu smjestiti u manji prostor spavaće sobe ili dnevnog boravka. U dnevnom se boravku nerijetko kućno radno mjesto izmjenjuje s nosačem za LCD televizor i popratnim multimedijским sadržajima, fleksibilan je i, dakako, pomičan jednim pritiskom na gumb, ili je pretvoren u transparentni ormar kao primjer home officea *i-panel* tvrtke Voglauer (sl. 35). Sajam je prikazao rješenja za oba tipa korisnika.



Slika 35. Home office *i-panel*, proizvođač Voglauer Möbelwerk Gschwandter & Zwilling GmbH & Co.KG, Austrija

Terasa

Loggia i terasa postaju nedjeljivi dio stana ili kuće, koji se oblikuju ravnopravno sasvim ostalim prostorijama. Vrtni je namještaj prostran, udoban, izveden od toplog drva, šibe, ratana ili pruća, prekriven s mnogo jastuka i ojastučenih pomičnih dijelova. Suncobran ili element koji nas štiti od jakog sunca nezaobilazan je detalj.

Kupaonica

Kupaonice se pretvaraju u prave sobe sve većih dimenzija. To nisu, kao nekoć, male prostorije obložene pločicama, u koje smo jedva stali nakon što smo smjestili sve potrebne elemente, uključujući i stroj za pranje rublja. Danas su kupaonice beskrajno ugodne i prostrane oaze ispunjene eteričnim uljima i namještajem od cjelovitog drva, s toplim podom i tapetama umjesto hladnih keramičkih pločica. Nerijetko i s odvojenim zahodom. Prevladava drvo, voda, staklo i opuštajući mirisi koji relaksiraju sve mišiće tijela nakon napornog dana.

Prostor spavaće sobe i kupaonice međusobno su tijesno povezani, nerijetko integrirani jedan u drugi, pri čemu djeca ili gosti imaju zasebnu prostoriju s tušem i umivaonikom. Pri tome je spavaća soba oaza mira, tišine i sofisticiranih detalja.

Spavaća soba

Zdrav san u posljednjih je nekoliko desetljeća jedno od važnijih područja interesa proizvođača namještaja i opreme, a prije tri godine tu su spoznaju prvi put istak-



Slika 36. Krevetni sustav *Frolexus_viado*; proizvođač FROLI Kunststoffwerk GmbH & Co. KG, Njemačka



Slika 37. *Private Cloud*, dizajn i proizvodnja M. Kloker Design, Njemačka

nuli i na *imm cologneu*, posvetivši cijeli paviljon samo jednoj temi: *Sleep*. Svijet snova i koncept spavanja – "pametne" i tehnološki do savršenstva razrađene konstrukcije ležaja-madraca otvorile su područje zdravog spavanja kao potpuno samostalnu kategoriju, kao kombinaciju potpuno novih koncepata i ideja zdrave kulture življenja te novih ukusa i navika korisnika.

Nevjerojatno, za razliku od ostalih paviljona, u kojima se osjećao lagani dašak mira i zabrinutosti (osim dizajnerskih), taj je paviljon vrvio znatizeljnim posjetiteljima.

Posljednjih nekoliko godina cjelokupni je segment spavanja poprimio "znanstveno-tehničku" konotaciju, zahvaljujući nizu tehnoloških i multifunkcionalnih inovacija na području oblikovanja krevetnih sustava. Profesionalni i cjeloviti proizvodi za zdrav san, bez obzira na to što katkad naglašavaju isključivo zdravstvenu komponentu, i dalje nezaobilazno zrače emocijama, čineći proizvod poželjnim, te istodobno „zdravim“ i „nužnim“. Posebno se ističu konstrukcije zračnih ili vodenih kreveta, tehnološki savršene i digitalizirane varijante podnica, koje se uz pomoć električnih motora i daljinski vođenih upravljača prilagođuju željama i potrebama korisnika (sl. 36), jastuci različitih oblika i ispuna te prateći detalji. Da bi se osigurao miran san, osnovna se konfiguracija dopunjava dodatnim elementima poput sjenila, krova ili sličnih detalja (sl. 37).

Ojastučeni namještaj

Ojastučeni namještaj prati trendove u oblikovanju prostora – višefunkcionalan je, fleksibilan i pomičan, za čas se pretvori u ležaj ili se jednostavno „ljulja“ i pomiče. I dalje prevladavaju veće dimenzije, no bez

pretjerivanja i predimenzioniranja. Funkcionalnost i antropometrija na prvom su mjestu. Slijede ih vizualne igre tkaninama i oblicima, koji su u službi udobnosti.

Različite vrste, teksture i kvalitete materijala za ojašteni namještaj ove su godine mirnih nijansi, nježnih i prirodnih tonova, sive, smeđe, krem i bijele, sa slabijim akcentima jakih i naglašenih boja, poput crvene, svijetloplave i ljubičaste. Više nego ikada zamjetna je široka paleta različitih dekorativnih materijala za ojašteni namještaj, za razliku od nekadašnjih trendovskih diktata. Jednostavni, ravni i geometrijski oblici ojašenih garnitura koji već godinama plijene pozornost mnogih posjetitelja stoje rame uz rame s toplim, zaobljenim organskim formama vrhunske izvedbe.

U funkciji poticanja na zdrav život, nude se mekane i udobne tkanine poput lana i pamuka. Koža je i dalje dosta zastupljena. Velik udio na tržištu umjetnih vlakana ima i mikrofibra. Najava uporabe nanotehnologija pri izradi tzv. pametnih materijala sve se više u svijesti suvremeno i futuristički orijentiranih kupaca doživljava kao pozitivna kategorija u izradi tkanina za ojašteni namještaj.

Materijali i boje u oblikovanju stambenog okruženja

Većina proizvođača na *immu* pozornost pridaje visokokvalitetnim materijalima za izradu proizvoda koji odiše elegancijom i besprijeornim izgledom. Zahvaljujući novim tehnologijama izrade i obrade drva i drvnih materijala, dobar dizajn također je otvorio put u područje pločastog namještaja, koji je usmjeren u vizualno jednako atraktivne, ali cjenovno pristupačnije proizvode. No određeni je broj izlagača pokazao dosljedan pristup u obradi cjelovitog drva, s prirodnim ekološkim premazima poput svile na površini, što je privuklo ekološki orijentirane kupce. Stolice oblikovane u duhu high-techa izrađene od reciklirane plastike, mogu biti jednako ekološke i „zelene“ ako su napravljene od cjelovitog drva ili recikliranog papira.

Na području oblikovanja i proizvodnje namještaja za odlaganje (ormari, police,...), te stolova i stolica, drvo i drveni materijali i dalje su najčešće upotrebljavani materijali, koji se oslanjaju na emotivnu, ekološku, ali i unikatnu komponentu pri opremanju i uređenju doma. Česta su traženja novih oblika ili konstrukcijskih detalja. Nove tehnologije omogućavaju nova istraživanja oblika i svojstava materijala. Inovativna



Slika 38. Stolice inovativnih oblika naslona od MDF-a; proizvođač Varangis, Grčka

obrada MDF-a rezultirala je maštovitim rješenjima stolica tvrtke Varangis (sl. 38). Namještaj od cjelovitog drva ili furnirane površine pločastog namještaja (MDF, honey-comb ploča,...) pozicionirao se u samom vrhu piramide kad je riječ o kvaliteti finalnih proizvoda. Osim drva i drvnih materijala u proizvodnji te vrste namještaja često se rabe metal, staklo i plastika.

Prevladavaju umirujući tonovi, siva, krem i bijela boja, uz detalje crne, srebrne ili zlatne. Ako se i upotrebljavaju jarki tonovi, poput crvene ili ljubičaste, one su dopunjene monokromatskim i tonski ujednačenim elementima kojima se postiže harmoničnost i smirenje.

Kombinacije materijala

U skladu s uravnoteženjem energija u prostoru, plastika se pri izradi namještaja većinom nastoji izbjeći ako se želi postići energetska stabilnost i kvaliteta okruženja. No ako se sagledavaju parametri inovativnost i dizajn, onda ona u nekim segmentima postaje nezaobilazan materijal u kombinacijama s drvom ili metalom, najviše na stolicama, stolovima i frontama ormara. Toplo drvo zahtijeva kontraste, pa su najčešće kombinacije s hladnim, bijelo obojenim staklom i metalom, posebice s nehrđajućim čelikom, aluminijem ili kromom, a nerijetko i sa sirovim betonom. Te odlične i vizualno nikad pogrešne kombinacije moguće je vidjeti na stolovima, ormarima ili policama, a, naravno, i na stolicama.

Drvo je glavna odrednica za ekološki i zdrav namještaj

Namještaj izveden od cjelovitog drva dobiva sve veće značenje ponajprije zahvaljujući trendu zdravog življenja i *green* dizajna. Dominira orah, a prate ga hrast, trešnja i bukva (kern).

Drvo je vizualno „ojačano“ staklom u boji ili mliječnim staklom i stoji naslonjen na svijetle zidove. Razina uporabe tamnih vrsta drva pojačana je u kombinacijama sa svijetlim detaljima i metalom. Umirujuće i nježne kombinacije mliječnoga ili bijelo obojenog stakla na drvenim frontama nezaobilazni su detalj u većine izlagača.

Glede površinske obrade, uz poznata ulja i voskove na prirodnim osnovama, lakovi su sve traženiji, a na proizvodima stvaraju dojam visokokvalitetnoga i elegantnog detalja.

Sofisticirana tehnologija – jednostavniji i ugodniji život

Tehnologija je već odavno postala naša neizostavna pratnja, čak i onda kada nije oku vidljiva. Sve nepotrebne stvari skrivaju se i zatvaraju iza glatkih fronti ili se jednim pritiskom na gumb integriraju u nekom drugom obliku.

Nenadmašne glatke površine otvaraju mogućnost apliciranja dekorativnih elemenata i uzoraka različitih boja ili tekstura. Funkcionalni detalji umješno nestaju iza pomičnih stijena. Upravo je ta karakteristika odraz želje za redom, čistoćom i perfekcionizmom korisnika. To svakome daje osjećaj kontrole nad stvarima, ali i kontrole nad vlastitim životom, u uvjetima kad nas okružuje kaos.

Sve je i dalje dopušteno i ništa nije u neskladu. Nekadašnja shvaćanja o nespojivosti prirode i tehnologije, znanosti i konceptualnih ili duhovnih i emotivnih doživljaja negirana su novim dizajnom proizvoda. Novi oblici duhovnosti osvajaju naš životni prostor i prostor u kojemu spavamo, i to neobičnim i neuobičajenim pristupom oblikovanju. Stolovi izrazito tankih drvenih nogu ili namještaj konstruiran od kristalinih materijala ili sačastih ploča unose dašak prirode u naš dom na jedan sasvim drukčiji način.

Spiritualnost, *feng shui*, indijske tehnike i ostali pristupi i pravila o uređenju doma kombinirani su s tehnički vrhunski oblikovanim okvirima, kompjutorski kontroliranim konstrukcijama i tehnologijama, bezmirisnim premazima i sličnim nanoelementima koji oblikuju prostor u opći koncept modernoga, ekološki orijentiranog doma.

Istaknute smjernice za 2009.

Uočljive značajke ovogodišnjeg sajma mogu se sažeti u nekoliko glavnih odrednica.

- Donedavno spajanje prostora dnevnog boravka s kuhinjom sada se proširuje na prostor spavaće sobe i kupaonice.
- Stiliziranja ojastučenog namještaja naginju općem feminističkom ozračju. Zaokružene i mekane linije potvrđuju želju korisnika za udobnošću.
- Bijela je i dalje sveprisutna boja. Barokni detalji i ornamenti pojavljuju se na ojastučenim namještaju kao dizajnerski retro-detalj za prizivanje emocija.
- Svatko istražuje temu *House and Home (Kuća i dom)*. Opremanje oplemenjeno visokosofisticiranim tehničkim detaljima neizostavna je komponenta svakog prostora i namještaja.
- Toplina doma odražava se u nezaobilaznim kamini- ma koji, zahvaljujući suvremenim okovima, izranjaju iz ormarića, stolova i ostalih elemenata namještaja u dnevnom boravku, kupaonici ili spavaćoj sobi.
- Ekološki namještaj zahtjev je svih područja opremanja stambenog prostora. Obnovljive sirovine i materijali te mogućnost njihova recikliranja važan je kriterij u promidžbi i prodaji za većinu kupaca.

Ove godine u području oblikovanja namještaja i opreme moguće je izdvojiti:

- udobne i raskošne naslonjače smirenih boja
- multifunkcionalne sustave s profinjenim detaljima i kombinacijama rješenja
- namještaj za odlaganje u novim varijantama i kombinacijama, uz snažan povratak klasike

- kombinacije regala, visokih ormara i niskih ormarića u zamjenu za uobičajene zidne stijene za odlaganje
- raznolikost kombinacija ojastučenog namještaja i samostalnih naslonjača: osnovni je zahtjev kreativnost
- naslonjače za odmor i masažne fotelje u neizmjenim kombinacijama oblika i tipova, za vanjsku i unutrašnju uporabu
- vrtni namještaj u duhu kućnog okruženja (moj vrt, moj dom)
- namještaj za kućno kino i multimediju za vesele kućne zabave
- neobične palete boja stolova i stolica
- elegantne prostore i kutije za plamen kamina u formatu prijenosnih računala
- klasične oblike iz 1980-tih u kromu i crnoj izvedbi
- LED svjetlosnu tehnologiju kao neizostavnu u garderobnom prostoru (velika preglednost)
- organske forme, pjenušav dizajn (šupljine i mjehurići)
- demokratičan dizajn za mlade (niskobudžetni vrhunski dizajn)
- zdravo življenje u skladu s prirodom, s odgovarajućim ritmom spavanja i potpuno osmišljenim sustavima za spavanje.

Na području materijala i boja izdvajamo ove trendove:

- tamni orah u kombinaciji sa staklom i nehrđajućim čelikom
- obojeno bijelo staklo na frontama u dnevnom boravku, kuhinji i spavaćoj sobi
- bjelina je i dalje megatrend (sjajne fronte i bijele vidljive površine namještaja za odlaganje)
- profinjene i elegantne vrste drva poput oraha, hrasta i trešnje
- namještaj s emocijama – efektne strukture i vizualni detalji na pozlaćenim baroknim materijalima
- klasične kombinacije crnoga i bijeloga osvježene jakim i kontrastnim detaljima
- tamnocrvena, plava i ljubičasta na namještaju za sjedenje
- ojastučeni namještaj u svim varijantama - od mirnih tonova sive, smeđe i bež sve do ružičaste, ljubičaste i indigo plave
- održivost i ekologija – inovativni prirodni materijali, reciklirani materijali i reciklirajući materijali za površinske obrade.

Danijela Domljan, dipl. dizajnerica
prof. dr. sc. Ivica Grbac

Izdvojeni kutak – štand hrvatskih izlagača na *imm cologneu* 2009

Na sajmu su i ove, kao i posljednje dvije godine sudjelovale hrvatske tvrtke proizvođači, u organizaciji Hrvatske gospodarske komore i uz financijsku potporu resornog ministarstva regionalnog razvoja šumarstva i drvne industrije. Na 300 m² sedam je tvrtki (Lapibus, Inkea, DI Sekulić, Mundus, DIN Novoselec, Tora i Spin Valis) izložilo svoje proizvodne programe, većinom od cjelovitog drva hrasta. Prevladavao je namještaj za blagovaonice (sl. 1 i 2), dnevni boravak (sl. 3) i ured (sl. 4), modernog dizajna, jednostavnih linija, uz dopunu elegantnih ojastučenih garnitura. Sajam i hrvatske izlagače prvi je put posjetio i ministar regionalnog razvoja šumarstva i drvne industrije gospodin Petar Čobanković, želeći vidjeti kako on sam i resorno ministarstvo mogu poduprijeti taj sektor. Na poslovnom sastanku održanome prvog dana sajma dao je nadu domaćim izlagačima glede poticajnih mjera i strateških odluka za iduće razdoblje, poglavito zato što, uz proizvođače parketa, i drvna industrija postiže uspjehe u izvozu te joj je nužna značajna pomoć, osobito u ovom nesigurnom razdoblju koje ne zrači prevelikim optimizmom ni na jednom svjetskom gospodarskom području zahvaćenom krizom.

Štand hrvatskih proizvođača bio je smješten, možda po inerciji, ali sigurno i po određenoj prepoznat-



Slika 1. Štand hrvatskih proizvođača; proizvodni program tvrtke Lapibus, Velika Gorica



Slika 2. Štand hrvatskih proizvođača; proizvodni program tvrtke DIN Novoselec, Novoselec



Slika 3. Štand hrvatskih proizvođača; proizvodni program tvrtke DI Sekulić, Nova Gradiška



Slika 4. Štand hrvatskih proizvođača; proizvodni program tvrtke Inkea, Zagreb

ljivosti hrvatskih proizvoda, u paviljon *Solid*, s brojnim izlagačima ekološkog namještaja od cjelovitog drva. To može biti i određena pohvala, no ako izdvojimo jedinu hrvatsku tvrtku – *Intera* iz Zagreba, koja nije izlagala u sklopu zajedničkog nastupa, već je uz vlastite (i ne baš male) troškove bila smještena u mnogo zanimljivijem dizajnerskom paviljonu *Pure*, izloživši dizajnerski oblikovan namještaj (*Element*) od također hrvatskoga, ekološkog cjelovitog drva (hrasta), rad hrvatskih di-

zajnera (Numen), proizveden u hrvatskoj tvornici namještaja (DI Novoselec), mogli bismo se upitati koju poziciju u području industrije namještaja trenutačno ima Hrvatska, a koju bi možda htjela imati i ostvariti.

Na to pitanje dijelom je odgovorio i g. Špiljarić, direktor tvrtke *Inkea* iz Zagreba, koja je izložila jedan jedini eksponat u sklopu zajedničkog nastupa HGK. „Vrlo je važno za hrvatski drvnoprerađivački sektor da se i ove godine, u kontinuitetu, pojavio na ovakvom sajmu. Takva tradicija, koja možda nema dugu povijest, mora imati dugoročno planiranu budućnost. No u sljedećim nastupima hrvatski bi se proizvođači i izlagači trebali profilirati i odlučiti na koji način žele ostvariti svoj nastup i koji im je krajnji cilj. Žele li privući veći broj interesenata, pretežno trgovaca, koji će ih opsjedati pitanjima koliko određeni proizvod košta i koliko ih komada u mjesecu ili godini mogu što povoljnije proizvesti, ili žele ostvariti kontakte s višom kategorijom kupaca - predstavnika koji traže visokokvalitetne dizajnerske proizvode određene prepoznatljivosti i kulture. Također se mora unaprijed definirati na koji način i s koliko eksponata izlagači žele nastupati. Te ključne stvari moramo planirati već sada, a ne nakon ljeta ili *Ambiente* u Zagrebu. Prema mojemu mišljenju, više bi trebalo ulagati u dizajn proizvoda i kvalitetnu promidžbu, te si tako omogućiti pozicioniranje u atraktivnijim, dizajnerskim paviljonima i na dizajnerskim natječajima u sklopu sajma. Za ovakvo je međunarodno tržište neizmjerljivo važno i to da su na izlagačkom prostoru prisutne kompetentne osobe, ali da postoji i određena doza akcije, dogovorenog performansa i

kampanje koja plijeni pozornost. Nije dovoljno samo izložiti proizvod i ostaviti štand „tihim“. To si mogu priuštiti već prepoznate tvrtke. Mi se svojom domišljatosti, domaćim dizajnom, kvalitetom proizvodnje i ekološkom sirovinom tek trebamo pokazati i dokazati na ovakvom prostoru, a proizvodima posvjedočiti vlastitu inventivnost i kulturu. Upravo bi zato veliko značenje imao nastup mladih hrvatskih dizajnera i dizajnerskih škola i fakulteta. Mala smo država, no imamo snage i kreativnosti, samo nam nedostaje malo hrabrosti i mnogo planiranja i kompromisnog dogovaranja. To znači da već sada treba početi planirati nastup na idućem *immu*.“

Dakle, trebamo proizvoditi i izvoziti osmišljeno dizajnirane proizvode u kojima su otjelovljeni naš duh, kultura, inventivnost i kvaliteta, te time stvarati konkurentnost i prepoznatljivost svake tvrtke, ali i države u cjelini. No, prije svega, premda se ne smijemo posustati u osvajanju inozemnog tržišta, nikako ne bismo smjeli zapustiti domaće tržište, na kojemu trenutačno ima više od polovice uvoznog namještaja. Pomažući domaćim proizvođačima pomazemo i domaćem gospodarstvu. Ukratko, izrađujemo namještaj od hrvatskog drva i primjenjujući domaću kreativnost, osigurajmo tom drvu mnogo višu prodajnu vrijednost, kako na stranome, tako i na domaćem tržištu u prepoznatljivim i kreativno osmišljenim hrvatskim prodajnim salonima namještaja i prateće opreme.

Danijela Domljan, dipl. dizajnerica
prof. dr. sc. Ivica Grbac