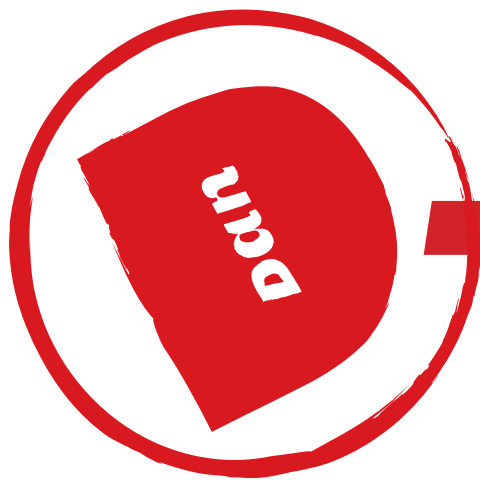




D-DAY NEWS!

SLUŽBENE NOVINE DANA D • STARA KLAONICA, ZAGREB, 11. – 12.6.2011. • CIJENA 10 KN
OFFICIAL D-DAY NEWSPAPERS • OLD SLAUGHTERHOUSE, ZAGREB, JUNE 11 – 12 2011 • PRICE €1.50

SVJEŽE! MLADO! KVALITETNO!

*Mladi dizajneri u fokusu: 63 osobne poruke
za budućnost regionalnog dizajna!*



FRESH! YOUNG! TOP-QUALITY!

*Young designers in spotlight: 63 personal statements
for the future of regional design!*



CHRIS KABEL NA DANU D!

CHRIS KABEL'S D-DAY LANDING

*'Opsežno istraživanje konteksta, tehnika i ma-
terijala za mene predstavlja nužni luksuz'*

*'A lengthy research of context, techniques and materials is a necessary luxury
for me', says Dutch designer*



SIMBIOZA INDUSTRIJSKE BAŠTINE I KULTURE

A SYMBIOSIS OF INDUSTRIAL HERITAGE AND CULTURE

D-MARKET, CROATIAN DESIGNERS' IMPACT, RE:PAIR, YOUNG BALKAN DESIGNERS, KAFANA, ZORAN JEDREJČIĆ...



DOBRODOŠLI NA DAN D!

Najuzbudljivije što nam je ostalo s prošlogodišnjeg Dana D u Staroj klaonici je sama atmosfera i dobra energija, što zvuči jako neodređeno i neuhvatljivo, ali upravo iza te ‘atmosfera’ zapravo stoje sve one bitne stvari koje čine Dan dizajna u njegovoj ideji i realizaciji. Prije svega, riječ je o ogromnom kreativnom potencijalu mladih dizajnera i dizajnerica, čiji radovi i ove godine preobražavaju napušteni industrijski kompleks u Heinzelovoj u živo središte dizajnerske produkcije, mjesto susreta, međusobnog upoznavanja i umrežavanja, edukacije i dobre zabave. I samo mjesto održavanja nosi sa sobom određenu čaroliju, slično kao kod brojnih svjetskih primjera gdje su se sretno spojile kultura i industrijska baština – od londonskog muzeja Tate Modern, do bliskog nam primjera sve većeg i masovno posjećenog festivala Mikser, čije je novo izdanje nedavno održano u Beogradu. Velika neprofitna izložba radova mladih dizajnera i dizajnerskih timova iz cijele regije, njih preko šezdeset, i dalje predstavlja najveću snagu festivala, koji postoji upravo zbog njih i za njih. Pritom mislimo na realnu sadašnjost i budućnost dizajna u regiji, dizajna u njegovom socijalnom i gospodarskom kontekstu, dizajna kao resursa, pokretačke energije i komunikacijskog kanala koji nas veže na nepredvidljive načine. Izložba pokriva trenutno najbolju produkciju u svim područjima dizajnerskog djelovanja, od vizualnih komunikacija i produkt dizajna, konceptata, do mode i novih medija, bez obzira jesu li naručeni ili samoinicirani, u proizvodnji ili fazi prototipa. U prvom izdanju nismo htjeli inzistirati na kompetitivnosti koja nas ionako prati u profesionalnoj svakodnevici, no ovog smo puta, osim nagrade publike, uveli međunarodni stručni žiri koji će dodijeliti nagradu najboljem autoru / autorici. Još jedna novost je *D-market*, prodajni dio sajma na kojem će svoje proizvode predstaviti dvadesetak različitih domaćih dizajnerskih brendova, proizvođača i izdavačkih kuća. D-market je profesionalno zrcalo *D-sajmu*, koji balansira snove i realnost u današnjoj dizajnerskoj produkciji. Posebnu nagradu za najbo-

lji štand na D-marketu dodijelit će novinarski žiri, sastavljen od autora koji sustavno prate dizajnersku scenu, i bez kojih ne možemo govoriti o pravom javnom diskursu o aktualnoj dizajnerskoj produkciji. Ugostili smo i tri izložbe koje domaća publika još nije imala priliku vidjeti, ali se o njima u proteklm mjesecima puno pričalo i pisalo. Jedna od njih je *Croatian Designers’ Impact*, posebna selekcija najzanimljivijeg hrvatskog produkt dizajna koja je nedavno bila postavljena u sklopu *Salone del Mobile* u Milanu, najvećeg svjetskog sajma namještaja i dizajna interijera. Vidjet ćemo kako su domaći dizajneri, u nedostatku jake industrije, uzeli stvari u svoje ruke i krenuli u kreativnu avanturu s malim serijama, malim proizvođačima i puno odlučnosti. *Young Balkan Designers* stiže nam također iz Milana te s *Mikser festivala* gdje je također predstavljena i odakle je kao inicijativa zapravo i krenula. ReAktorova radionica *Re:Pair*, na svježem je i perspektivnom tragu *do-it-yourself* pristupa u otvorenoj komunikaciji sa samim korisnicima, a tu je i *Kafana*, još jedan ‘produktaški’ projekt koji je okupio studente dizajnerskog odsjeka beogradske Akademije lijepih umjetnosti. Od inozemnih gostiju tu je nizozemska dizajnerska zvijezda Chris Kabel. Kontekst njegovom radu u publikaciji koju držite u rukama na neki način daje kritičarka dizajna Louise Schouwenberg, ali i program kratkih filmova o nizozemskom dizajnu. Svoj rad prezentira i Zoran Jedrejčić, hrvatski dizajner koji je karijeru izgradio u Milanu, a predstavnic organizacije Mikser iz Beograda uživo će nas uvesti u priču o srodnoj regionalnoj inicijativi.

Organizacijski tim Dana D

WELCOME TO D-DAY!

The most exciting thing that remained from last year’s D-Day in Stara Klaonica is the atmosphere and great energy, which sounds very vague and undetermined, but that ‘atmosphere’ is precisely what lies in the background of everything that forms the idea and realization of D-Day. Above all, we must mention the enormous creative potential of young designers, whose works have, for yet another year, transformed the abandoned industrial complex in Heinzelova Street into a vibrant design production center, a place for socializing, meeting and connecting with other people, and a venue for education and a good time. The very setting of the festival offers a certain magic, much like many other global examples where culture and industrial heritage have entered into a union – from the London Tate Museum to the ever-increasing and massively attended Mikser festival, whose latest edition was recently held in Belgrade.

The large non-profit exhibition of works by over sixty young regional designers and designer teams still represents the strongest part of the festival which exists because of them and for them. By that we mean the reality of the present and future state of design in the region, design in its social and economic context, design as a resource, and the driving force and communication channel that binds in ways we cannot foresee. The exhibition covers the currently best production from all areas of design, from visual communications and product design and concepts, to fashion and new media, regardless of whether the designs are commissioned or self-initiated, in production or in the prototype stage. In the first edition of the festival, we wanted to avoid the competitiveness that is already an integral part of our profession, but this time we have, along with the Audience Award, introduced an international expert jury which will award the best young author.

Another novelty of this year’s D-Day is *D-Market*, the sales part of the festival within which twenty various domestic designer brands, manufacturers and publishing houses will present their products. D-Market is set up as a professional mirror for *D-Fair*, as it will balance the dreams and realities of today’s designer production. The Journalist Jury Award will be awarded to the best D-Day exhibition stand by a jury composed of authors who systematically follow the designer scene, and without whom we wouldn’t have a true public discourse on the current designer production.

This year, we are also hosts to three exhibitions the domestic public has not yet had the chance to see, but which have been the object of professional interest for months. The first one is named *Croatian Designers’ Impact*. It represents a special selection of Croatia’s most interesting production designs and it was part of the Milan Salone del Mobile, the world’s largest furniture and interior design fair. We will have an opportunity to see the works of domestic designers who have, in the absence of a strong industry, taken things into their own hands and ventured on a creative adventure with small series, small manufacturers and a lot of will power. The *Young Balkan Designers* exhibition was part of the Milan fair, as well, but it was also featured at the *Mikser festival*, the venue from where the exhibition originated. ReAktor’s workshop *Re:Pair* trails along the fresh and promising path of the do-it-yourself approach, which is based on an open communication with users. We will also see the *Kafana* exhibition, yet another production design project, which includes students of the design section of the Belgrade Academy of Fine Arts.

Among the international guests, we should point out Dutch designer celebrity Chris Kabel. In the publication which is currently before you, the context of Kabel’s work is provided by the design critic Louise Schouwenberg, as well as the short film program on Dutch design. Zoran Jedrejčić, the Croatian designer who made a name for himself in Milan, will also present his works, and the representatives of the Mikser organization will take personally take us through the story about a joint regional initiative.

Organizer of D-Day



IMPRESSUM

IZDAVAČ / PUBLISHER
Hrvatsko dizajnersko društvo

ZA IZDAVAČA / FOR THE PUBLISHER
Ira Payer

GLAVNA I ODGOVORNA UREDNICA / EDITOR-IN-CHIEF
Ira Payer

IZVRŠNI UREDNIK / EXECUTIVE EDITOR
Marko Golub

NOVINARI / JOURNALISTS
Luciano Basauri, Dafne Berc, Ivana Borovnjak,
Ivana Fabrio, Marko Golub, Koraljka Vlajo

FOTOGRAFI / PHOTO BY
Domagoj Kunić, Tomislav Sutlar, arhiva autora

DIZAJN I PRIJELOM / DESIGN & LAYOUT
Luka Reicher, Marko Hrastovec

PRIJEVOD / TRANSLATION
Jezični laboratorij

MARKETING
Martina Matušin, Pepermint

TISKANO NA PAPIRU / PRINTED ON
Munken Print Cream 15 80 gr.

TISAK / PRINTED BY
Stega tisak, Zagreb

NAKLADA / COPIES: 1.500

TIPOGRAFIJA
National (Klim Type Foundry)
Marlene Pro (Nikola Djurek)

TYPONINE



MAJA MERLIĆ I IVAN ZANINOVIĆ (Zagreb)

SEX IN BAUHAUS je kreativni kolektiv nastao 2009. godine kao ideja nekoliko prijatelja, studenata na Arhitektonskom fakultetu u Zagrebu. Premda u početku glazbena grupa, željeli smo pokrenuti razne projekte vezane uz različita područja umjetnosti, glazbe i mode. Željeli smo raditi nešto drugačije van prilično pretrpanog rasporeda.

WEB: www.facebook.com/SEXINBAUHAUS, sexinbauhaus.tumblr.com
MAIL: sexinbauhaus@gmail.com

SEX IN BAUHAUS is a creative group, started in 2009 as an idea of close friends and students from the Faculty of Architecture in Zagreb. Even though we started off as a group of musicians, our goal was to initiate projects related to various areas - art, music and fashion. We wanted to do something different with the little free time we had.

IVA MARKOVAC (Zagreb)

Dobar dizajn kombinira ljudske potrebe, tehnologiju, kognitivan proces dizajnera i estetiku. Dizajniranje doživljavam kao priliku da pokažem svoja razmišljanja i stavove, ispričam svoju priču. Cilj mi je približiti stvari ljudima, da se vežu za njih i da ih doživljavaju kao dio sebe.

Quality design combines people's needs, technology, the cognitive process of a designer and esthetics. I see design as an opportunity to demonstrate my own thoughts and attitudes, tell my own story. My goal is to bring objects closer to people, to make them relate to them and experience them as a part of themselves.

HRVATSKO DIZAJNERSKO DRUŠTVO

Kratka biografija: vrijeme i kontekst formiranja?
Hrvatsko dizajnersko društvo osnovano je 1983. godine kad je skupina članova Sekcije za industrijsko oblikovanje ULUPUH-a, nezadovoljna tretmanom struke unutar matične institucije, odlučila osnovati vlastito udruženje. Spiritus movens te akcije bio je arhitekt i dizajner Bernardo Bernardi, uskoro i prvi predsjednik novog udruženja. Danas se djelatnost članova itekako proširila pa oni djeluju na području grafičkog dizajna, produkt dizajna, dizajna elektronskih medija, tipografije, fotografije, ilustracije, modnog dizajna, teorije dizajna te edukacije u dizajnu.

Koji su glavni ciljevi HDD-a?
Kao krovnom udruženju dizajnera Hrvatske, cilj nam je zastupanje interesa struke i članova HDD a to prije svega znači afirmacija i razvoj dizajna u Hrvatskoj.

Koje su glavne aktivnosti udruženja?
Djelatnosti HDD-a fokusirane su na nekoliko paralelnih područja. U svrhu osvještavanja javnosti o važnosti dizajna, HDD organizira velike i male izložbe, akcije i manifestacije poput Dana D. Organizacijom brojnih natječaja za dizajnerske projekte istovremeno educiramo naručitelje, štitimo struku i podižemo razinu kvalitete. Sudjelujemo u obrazovanju dizajnera organizacijom predavanja i stručnih skupova te izdavanjem stručnih publikacija.

Što smatrate svojim najvećim dosadašnjim uspjehom, a na čemu još treba puno, puno poraditi?
Među prvim velikim uspjesima HDD-a svakako je presudan upliv osnivača Društva u osnivanju Studija dizajna 1989. Također mislim da je dugogodišnji rad Društva na organizaciji brojnih izložbi, akcija i natječaja itekako zaslužan za povećan interes javnosti za dizajn. Posebno smo ponosni na nove prostore HDD-a, kako virtualne tako i real life. Uvijek aktualna web stranica *dizajn.hr* isprofilirala se u ključni internetski medij o dizajnu i dizajnerima u Hrvatskoj. Isto tako, zahvaljujući novom uredsko-galerijskom prostoru u Boškovićevoj ulici, napokon smo u prilici proširiti svoju djelatnost na manje izložbe i akcije poput *Dizajnerske početnice* tijekom čitave godine. Što se tiče planova i potreba, sanjamo još veću profesionalizaciju Društva i više uzbudljivih međunarodnih projekata. Nažalost,

takvi planovi uvjetovani su i većim budžetom. Nacionalna strategija dizajna također je jedan od velikih projekata koji bismo voljeli realizirati, ali za taj projekt potrebna je i dobra volja države.

Tko je prvi, a tko drugi smislio Dan D? Vi ili Pepermint? Priznajte!

Ideja o Danu D dugo se kuhala, ali bili smo svjesni da je projekt prezahtjevan za naše kapacitete. Zato kad je direktor Peperminta Tomo predložio da suorganiziramo neko dizajnersko događanje, sve se poklopilo!

Što je za vas Dan D?
Dan D je izvrsna prilika za afirmaciju dizajna u domaćoj javnosti, za promociju domaćeg dizajna u međunarodnim okvirima, za upoznavanje naših dizajnera s radom njihovih regionalnih kolega, i uza sve to, fantastična prilika za 24-satno druženje.

Zašto Stara klaonica?
Za manifestaciju poput Dana D potreban je specifičan prostor povećih kapaciteta a koji se ipak uklapa u naš prilično skroman budžet. Nažalost, takvih prostora u Zagrebu nema mnogo a Stara Klaonica se iskristalizirala kao najbolje rješenje. Ujedno, htjeli smo svrnuti pažnju javnosti na silni neiskorišteni potencijal ovog prostora. Klaonica je jedan od niza napuštenih industrijskih pogona u Zagrebu koji propadaju naočigled dok istovremeno mnogobrojne nezavisne kulturne i umjetničke udruge vape za prostorom. Prepuštanje Klaonice ili nekog njoj sličnog prostora udrugama koje će taj prostor reaktivirati za društvenu dobit bilo bi idealno rješenje.

Što je na horizontu? Koji su buduće perspektive Dana D?
Želimo da Dan D nastavi rasti iz godine u godinu, i što se tiče izlagača i što se tiče posjetitelja. Ove godine krećemo s prvim eksperimentalnim D-marketom pa sljedeće godine očekujemo još više izlagača. Nadamo se da će se povećati i broj država iz kojih nam dolaze dizajneri i dizajnerice. Nadamo se i većem budžetu koji će nam omogućiti i brojnija gostovanja stranih predavača i organizaciju popratnih događanja.



Short biography: the time and context of your founding?

The Croatian Designers Society was founded in 1983, after a group of members of the Section for industrial formation of the Croatian Association of Artists of Applied Arts (ULUPUH), unhappy with the treatment within the institution, decided to found their own organization. The main persona of the initiative was architect and designer Bernardo Bernardi, who soon became the organization's first president. Today the HDD members' professional scope covers graphic design, product design, electronic media design, typography, photography, illustration, fashion design, design theory and design education.

What are the main goals of the HDD?
As the main designer organization in Croatia, our goal is to represent the interests of the profession, as well as those of the members of the HDD, and that primarily means affirming and developing design in Croatia.

What are the organization's main activities?
The HDD's activities are focused on several parallel areas. In order to raise the public's awareness about the importance of design, the HDD organizes larger and smaller exhibitions, activities and manifestations, such as D-Day. By organizing competitions for designer projects we simultaneously educate the people who commission designs, protect our profession and improve quality. We also partake in educating designers by organizing lectures and professional assemblies, as well as by publishing professional publications.

What do you consider your greatest success so far, and what do you think needs more work?
Among the first great successes of the HDD is definitely the impact the founders of our organization had on the foundation of School of Design in 1989. I also believe that we have to thank the organization's

longstanding work on organizing various exhibitions, activities and competitions for the increase in the public's interest for design. We are particularly proud of HDD's new space, both the real life one and the virtual. The always up to date web page of the HDD has profiled itself as the key internet media on design and Croatian designers. Also, thanks to our new office/gallery space in Boškovićeve Street, we finally have the opportunity to expand our activities to smaller exhibitions and projects, such as the Dizajnerska početnica (Designer learning book), during the entire duration of the year. As for our plans and needs, we strive towards an even greater professionalization of our organization and even more exciting international projects. Unfortunately, our plans are determined by our budget. The National design strategy is also one of the bigger projects we would like to realize, but in order for that project to come to life, we need the support of the government.

Who came up with D-Day first? You or Pepermint? Admit it!
We had spent a lot of time thinking about the idea, but we were more than aware that the project was too demanding for our capacities. That's why everything fell into place when the Director of Pepermint Tomo suggested we organize a designer event.

What does D-Day represent?
D-Day is an excellent opportunity to popularize design locally, promote domestic design internationally, and introduce our designers to the works of our regional colleagues, as well as a fantastic place to spend 24h a day in good company.

Why Klaonica?
For a manifestation such as D-Day, we needed a specific area with somewhat larger capacities, but which would not be too large of a strain for our modest budget. Unfortunately, there aren't that many spaces that fit that description in Zagreb, so Klaonica seemed to be the best solution. We also wanted to direct the public's attention towards the immense potential that Klaonica has, but is not used. Klaonica is only one of Zagreb's many abandoned industrial facilities, which are becoming more and more dilapidated while numerous independent cultural and artistic organizations yearn for a space of their own. Handing Klaonica or some similar space to organizations that would reactivate that space and cause society to benefit from it is definitely the ideal solution.

What lies ahead? What will the future of D-Day look like?
We want D-Day to keep growing in terms of exhibitors, as well as in terms of visitors. This year, we are starting the first, experimental, D-market, so next year we expect to have even more exhibitors. We hope that the number of countries that participate via their designers will also increase. We also hope for a bigger budget which would enable us to invite even more foreign lecturers and organize even more activities.





PEPERMINT

Kratka biografija: vrijeme i kontekst formiranja?
Pepermint agencija je osnovana kako bi s novim projektima organiziranim na novi, svjež način, prodrmla ustalju hrvatsku stvarnost.

Koja je Pepermintova misija?
Osvježiti hrvatski komunikacijski, kulturni i zabavni prostor.

Koji su najvažniji event / festivali / treće / iza vas? Što im je zajedničko?
Organizirali smo Weekend Media festival – najveći regionalni medijski i komunikacijski događaj, Plavi Zub – regionalni festival filma snimljenog mobitelom, Dan D – regionalni festival mladih dizajnera, Minival – novi novi (ali mali) val – festival kojim pomažemo novim glazbenim nadama da izađu iz podruma i predstave se široj javnosti. Tu su još i organizacije velikih sportskih događaja – Svjetsko prvenstvo u rukometu, Europsko prvenstvo u vaterpolu i Azijske igre na plaži u Omanu, na koje smo posebno ponosni.



Gdje se Pepermintov tim našao u svemu tome? Što vas pokreće?
Strast i želja za promjenom.
Tko je prvi, a tko drugi smislio Dan D? Vi ili HDD? Priznajte!
Pepermint je prvi došao na ideju, HDD je dao ime i napravio koncept.

Što je za vas Dan D?
Budućnost regionalnog dizajna

Zašto Stara klaonica?
Kao i u svim dosadašnjim projektima, htjeli smo atraktivan originalan prostor.

Što je na horizontu? Koje su buduće perspektive Dana D?
Uključivanjem cijelog Zagreba u projekt, dizajn u centru grada, doslovno 24-satno bombardiranje dizajnom



Short biography: the time and context of your founding?
The Pepermint agency was founded in order to stir up things in the stale Croatian reality through new projects composed in a new and fresh manner.

What is Pepermint's mission?
To refresh the Croatian communication, cultural and entertainment scene.

What events/festivals/other have you previously organized? What do they all share?
We've organized the Weekend Media festival – the largest media and communication event in the region, Plavi Zub – a regional festival of films recorded by cell phone, D-Day – a regional festival of young designers, Minival – a festival through which we help young music talents to get out of their garages and present themselves to the public. We also organized several large sporting events – the Handball World Championships, the Water Polo European Championships and the Asian Games in Oman, of which we are especially proud.
What motivates the Pepermint team? What keeps you going?
Passion and the desire for change.

Who came up with D-Day first? You or the HDD? Admit it!
Pepermint came up with the idea, but the HDD named it and developed the concept.

What does D-Day represent?
The future of regional design.

Why did you decide to place the festival in Stara Klaonica?
As in all our projects, we wanted an attractive and original space.

What lies ahead? What will the future of D-Day look like?
We want to include the entire city of Zagreb in the project. We want to place design in the heart of the city, and literally bombard it with design.

DAN D 2011 / D-DAY 2011

ORGANIZATORI DANA D
/ ORGANIZERS OF D-DAY
Hrvatsko dizajnersko društvo / The Croatian Designer Society (konceptija i program / concept and program) i Pepermint (inicijativa i organizacija događanja / initiative and event organization)

ORGANIZACIJSKI TIM
/ ORGANIZATION TEAM
Ira Payer (HDD), Martina Matušin (Pepermint), Mirjana Jakušić (HDD), Ivana Borovnjak (HDD), Marko Golub (HDD), Koraljka Vlajo (HDD), Tomislav Ricov (Pepermint), Boris Kovaček (Pepermint)

DIZAJN VIZUALNIH KOMUNIKACIJA
/ VISUAL COMMUNICATIONS DESIGN
Tessa Bachrach-Krištofić, Marina Jukić, Luka Richter, Maja Subotić (studenti Studija dizajna pri Arhitektonskom fakultetu Sveučilišta u Zagrebu / students of the Design School at the Zagreb Faculty of Architecture)
MENTORI / MENTORS: Luka Borčić i Tomislav Vlainić

PROSTORNI KONCEPT, DIZAJN INTERIJERA I PRODUKTDIZAJN / SPATIAL CONCEPT, INTERIOR DESIGN AND PRODUCT DESIGN:
Ivan Levak, Matija Cvetković, Ana Rimac (studenti Studija dizajna pri Arhitektonskom fakultetu Sveučilišta u Zagrebu / students of the Design School at the Zagreb Faculty of Architecture): Ivan Škugor, Nikica Pavlović (studenti Arhitektonskog fakulteta Sveučilišta u Zagrebu / students of the Zagreb Faculty of Architecture)
Mentorica / Mentor: Sonja Tadej

Hrvatsko dizajnersko društvo i Pepermint zahvaljuju svim osobama, tvrtkama i institucijama na pomoći u realizaciji projekta Dana D.

The Croatian Designer Society and Pepermint thank all individuals, companies and institutions for aiding the realization of the D-Day project.



DARKO KUJUNDŽIĆ (Zagreb)

Pristupno, zanima me *analog to digital, cut & paste design* — recikliranje tiskanih materijala iz prošlosti u kombinaciji sa suvremenim grafičkim tehnikama te eksperimentiranjem pri samom tisku kroz improvizaciju i različita grafička istraživanja.

WEB: www.gigposters.com/designer/80118_Darko_Kujundzic
MAIL: darko@earwingrecords.com **MOB:** +38598659205

I am into analog to digital, cut & paste design — recycling old printed materials and combining them with modern graphic techniques, and experimenting with printing through improvisation and various graphic explorations.



MARKO PRPIĆ ZETS (Zagreb)

Malo je toga što dizajner neće napraviti za novac. Dizajn je prilika da drugima soliš pamet. U životu dizajnera ima i važnijih stvari od dizajna. Na primjer – život. I atomsku bombu je netko dizajnirao. Dizajneri su dobri ljudi jer zarađuju velike novce svojim poslodavcima.

There aren't many things a designer won't do for money. Design is an opportunity to talk down to others. There are more important things in a designer's life than design. For instance – life itself. Even the atomic bomb was designed. Designers are good people because they earn big bucks for their employers.



BOJAN KRIŠTOFIĆ (Zagreb)

Dizajn je univerzalna disciplina, idealan sukus većine mojih interesa. Snaga vizualne komunikacije je u stvaranju i razaranju simbola, u satiri i manipulaciji. Alati dizajna omogućuju pojedincu ili korporaciji masovnu komunikaciju njihove interpretacije stvarnosti.

MAIL: bojan.kristofic@gmail.com

Design is a universal discipline, an ideal combination of the majority of my interests. The power of visual communication lies in the creation and decomposition of symbols, in satire and manipulation. The tools of design enable an individual or a corporation mass communication of their interpretations of reality.



SANJA KUZMANOVIĆ (Samobor)

Dizajn je vrlo široko područje, a najzanimljiviji je kada je u njemu prepoznatljiv dizajner i njegova komunikacija kroz medij. Dizajn je zabavan kada je proces rada zanimljiv te kada i proces može biti završni produkt.

Design is a very wide area, and it is most interesting when it bears the mark of its designer and when it communicates through a medium. Design is fun and the work process is interesting and when the process itself can be the final product.

WEB: www.sanjakuzmanovic.com

'PRODUKTAŠI'

Studenti industrijskog dizajna i arhitekture: Ivan Levak, Ana Rimac, Matija Cvetković, Ivan Škugor i Nikica Pavlović
Mentorica: Sonja Tadej

PRIREDIO: Marko Golub

ELEMENTI POSTAVA

Razmišljajući o elementima postava fokusirali smo se na jeftinije materijale koje ćemo moći iskoristiti primijeniti i iduće godine. Kao lajtmotiv postavili smo nekoliko glavnih modula, pronašli konstrukcijski predložak koji funkcionira i samo ga multiplicirali na različite načine. Izlagačima je bilo važno ponuditi šablone koje mogu slagati kako žele i na taj način sami za sebe dizajnirati štand. Za postamente su kao materijal odabrane OSB ploče, zbog ekonomičnost, a moraju zadovoljavati sve osnovne funkcije izlaganja bilo kojeg tipa dizajnerske produkcije. Postoje četiri osnovne varijacije, s tim da je potpora uvijek ista - četiri osi drže glavnu nosivu ploču. Sve izgleda minimalistički čisto zbog potrebe da ne odvlači pozornost sa izložaka, no istovremeno je važno i da je atraktivno.

PROSTORNA ORGANIZACIJA

Prostor nam je bio u potpunosti zadan, ali unutar njega morali smo osmisliti organizaciju koja zadovoljava uvjete za zabavu i druženje te za izložbeni i prodajni dio. Tek nakon što smo postavili prostorni segment organizacije Dana D radili smo na idejama za postamente. Prošle godine izložbeni prostor bio je velika hala unutar koje se kretalo meandarskom putanjom, a glavni elementi bile su kocke, koje su više privlačile pažnju na sebe nego na predmete koji su bili izlagani. U ovom slučaju radili smo s linearnim prostorom hodnika u kojem su s obje strane štandovi opremljeni vrlo jednostavnim elementima. Ovog je puta arhitektura u pozadini, a dizajn je u prvom planu.

KUKE I LANCI

Htjeli smo poveznicu s izvornom funkcijom nekadašnje klaonice, koliko god je ona možda brutalna i simbolički i praktično. Sama ta grubost i improviziranje nekako je u duhu manifestacije, osim toga, lanci i kuke također su na neki način modularni element i mogu se, u različitim kombinacijama, iznova koristiti u narednim godinama.

PREGAČA / TORBA

Torba koja se transformira u pregaču, i obratno, nastala je tijekom komunikacije s timom grafičkih dizajnera koji su radili vizualni identitet, jer se nismo htjeli previše razići u konceptima. Sam predmet je jednostavnog kroja, s tim da smo određene dijelove, poput naramenica i trake za vezanje podebljali i učvrstili iz funkcionalnih i estetskih razloga. Kao i kod drugih elemenata, Pregača / Torba je funkcionalan i privlačan predmet koji će posjetitelji moći koristiti i izvan konteksta samog Dana D.

JASTUCI

Jastuci za sjedenje zapravo su proizašli iz jednog prošlogodišnjeg propusta. Dizajneri-izlagači na Danu D moraju biti prisutni pored svojih štandova cijeli dan, a tijekom poslijepodneva, u pauzi između dva velika vala posjetitelja, tražili su bilo kakvo mjesto za odmor i relaksaciju. Učili smo na prošlogodišnjim greškama i izradili jastuke na kojima se i oni i publika mogu zavaliti i odmoriti. Ideja s vrećama opet je ekonomična: punjene su sjeckanim papirom za reciklažu, koji će se nakon samog festivala zaista i vratiti u recikliranje.



PRODUCT DESIGNERS

Students of industrial design and architecture:
Ivan Levak, Ana Rimac, Matija Cvetković,
Ivan Škugor & Nikica Pavlović
Mentor: Sonja Tadej

EDITED BY: Marko Golub

EXHIBITION LAYOUT

Contemplating the exhibition layout elements, we decided to focus on cheaper materials which we could use and apply in the future. We set up several basic modules, found a construction pattern and simply multiplied it in various ways. The exhibitors wanted patterns which they could assemble according to their wishes and thus design the exhibiting stand in their own personal way. The pedestal is made out of an economic material called OSB boards, and it had to serve all basic purposes of exhibiting any type of designer production. There are four main variations, but the bearing support remains the same – four axes that hold up the main board. The general appearance is minimalist so attention is not drawn away from the exhibits, and it was also important to make the layout attractive.

SPATIAL ORGANIZATION

The space was predefined, and we had to organize it in a way that would both enable people to have fun and socialize there and serve as an exhibition and sales area. Only after we set up the spatial segment of organizing D-Day did we start work on ideas for the pedestal. Last year, the exhibition space was a large industrial hall within which people had to move along a meandering path, and the main elements were cubes which drew more attention to themselves than to the objects that were exhibited. This time, we worked with a linear space of a hallway in which both sides have stands equipped with only the most basic elements. This year, design will not be overshadowed by the architecture.

HOOKS AND CHAINS

We wanted to create a link with the original function of the slaughterhouse (klaonica), regardless of the possibility that it may be considered both symbolically and practically brutal. The brutality and improvisation suit the spirit of the entire manifestation, and besides, the hooks and chains are also in a way a modular element and can be, in various combinations, be used again next year.

APRON / BAG

The bag that transforms into an apron, and vice versa, was designed during a communication with the graphic design team in charge of the visual identity of the product, because we didn't want our concepts to differ. The item itself is simply tailored, however, certain parts, such as the shoulder straps and tying strings, were made stronger and tighter for functional and esthetic reasons. Same as all other elements, the Apron / Bag is a functional and attractive item which visitors can also use outside of the context of D-Day.

CUSHIONS

The sitting cushions actually represent a lesson we learned at last year's festival. For the duration of D-Day, the designers/exhibitors had to be present at their stands, and in the afternoon, during the break between the two waves of visitors, they needed a place to rest and relax. We decided to fix this by designing cushions for both the exhibitors and the visitors. The cushions are actually bags filled with shredded paper prepared for recycling which, after the festival, will be recycled.



STUDIO BORČIĆ / IAN I LUKA BORČIĆ (Zagreb)

Dizajnom pretvaramo apstraktne ideje, koncepte i vizije u opipljive, vizualno snažne poruke. Učiniti stvari atraktivnima jedan je dio našeg posla - dati im funkciju i dodatnu vrijednost je ostatak.

We use design to turn abstract ideas, concepts and visions into tangible, visually powerful messages. One segment of our work is to make things attractive - give them function and added value is the other.

WEB: www.trans-id.com



TEKSTILNI TIM URIHO / TAJANA RAJČIĆ, LIDIJA LOVRIĆ (Zagreb)

LOVRIC: Dizajn za mene je konceptualno istraživanje u kojem je potrebno puno rada da bi došli do inovativnog promišljanja i rješenja. Svakim novim radom moramo pomicati granice i dati cijelog sebe. RAJČIĆ: Dizajn je za mene uvijek novi izazov, te pronalaženje kreativnih i konceptualnih rješenja putem igranja i istraživanja.

LOVRIC: Design is a conceptual research in which it takes a lot of work to reach innovative thought and solutions. Every single design should push boundaries further and make the designer do his best. RAJČIĆ: Design has always been a challenge for me, finding creative and conceptual solutions through play and research.

MAIL: li_lovric@yahoo.com MOB: +385 91 895 73 16
MAIL: tajanarajcic@gmail.com MOB: +385 98 939 40 56



MATIJA CVETKOVIĆ (Zagreb)

Dizajn je kreativno organiziranje

Design is creative organization.



'GRAFIČARI'

Studenti dizajna vizualnih komunikacija: Tessa Bachrach-Krištofić, Marina Jukić, Luka Reicher i Maja Subotić
Mentori: Luka Borčić i Tomislav Vlainić

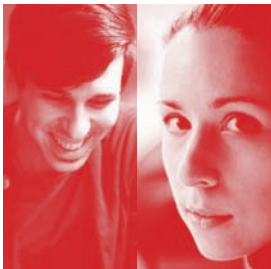
PIREDIO: Marko Golub

IDENTITET
Kod dizajniranja vizualnog identiteta sve nam je bilo otvoreno, osim što smo morali paziti da on u konačnici bude prihvatljiv širokoj publici kojoj se Dan D obraća, pa nismo smjeli otići u ekstreme. Sam prostor klaonice i sve što dolazi s njim nosi vrlo jak naboj, pa smo logično kre-nuli od toga. Logotip smo zadržali, ali smo ga ipak interpretirali drugačije i uklopili ga u naš koncept.

VEDRINA I SUROVOST
Dvosmislenost i samoironija ovdje jako dolaze do izražaja. Kako bismo povezali vedri karakter Dana D te hladnog i surovog prostora u kojem se odvija Dan D, osmislili smo koncept *Svježe, mlado, kvalitetno!* Neodoljiva estetika klaonice kao mjesta koja stvara i mesnica koja nudi iste, pružila je nam je tajni recept ovogodišnjeg Dana uz malo ironije, crnog humora i dašak entuzi-jazma koji prati slogan. Proširena poruka koja proizlazi iz samog konteksta manifestacije za-pravo je: *svježe ideje mladih dizajnera kroz kvali-tetna rješenja*. Žig koristimo kao element preuzet iz mesne industrije, gdje se prilikom provjere kvalitete mesa žigom potvrđuje kvaliteta.

SIGNALIZACIJA
Uloga signalizacije je ključna i prilično samo-razumljiva, no htjeli smo s njom istovremeno i obogatiti i vizualno razigrati prostor i razbiti njegovu surovost. Prilikom istraživanja, for-mat mape mesa s iscrtkanim linijama učinio nam se zgodnim, jer nam omogućava da 'seci-ramo' prostor na dijelove te ga kodiramo ovi-sno o rasporedu različitih sadržaja i događanja.

ESTETIKA
Pomalo anti-dizajnerska estetika preuzeta je iz načina na koji svoje proizvode komunicira me-sna industrija. Oni ne daju preveliku važnost dizajnu i oslanjaju se samo na tipografsku po-ruku o tome kakvi su njihovi proizvodi. Dakle, prisvojili smo taj način komuniciranja, ali dali smo mu i diskretan dizajnerski duh.



ULALA / MATIJA RAOS, MIRNA REINPRECHT (Zagreb)

#uLaLa! by design > www.ow.ly/56aon via @titomodesta / @mr_mirna #Dan_D

ULALA! STUDIO
WEB: www.uLaLa.hr
FACEBOOK: [uLaLa.by.design](https://www.facebook.com/uLaLa.by.design)
TWITTER: [uLaLa_studio](https://twitter.com/uLaLa_studio)
MAIL: hello@uLaLa.hr

MIRNA REINPRECHT
FACEBOOK: [mirna.reinprecht](https://www.facebook.com/mirna.reinprecht)
TWITTER: [mr_mirna](https://twitter.com/mr_mirna)
MAIL: mirna@uLaLa.hr

MATIJA RAOS
WEB: www.matijaraos.info
FACEBOOK: [TitoModesta](https://www.facebook.com/TitoModesta)
TWITTER: [TitoModesta](https://twitter.com/TitoModesta)
MAIL: matija.raos@me.com

GRAPHIC DESIGNERS

Students of visual communications design:
Tessa Bachrach-Krištofić, Marina Jukić,
Luka Reicher & Maja Subotić
Mentors: Luka Borčić and Tomislav Vlainić

EDITED BY: Marko Golub

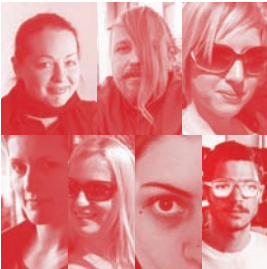
IDENTITY
When it comes to the visual identity, we basically didn't have any limitations, except that we had to make sure that it was acceptable to the wide audience of D-Day, and that prevented us from going to extremes. The space of Klaonica and everything that comes with it contain a powerful charge, so logically we determined that should be our starting point, and we also had to refer to D-Day as a historical event. We kept the logotype, but interpreted it differently and blended it into our own concept.

THE VIBRANCY AND GLOOM
The dualism and self-irony are truly present here. In order to connect the vibrant character of D-Day with the cold and gloomy space in which it is held, we came up with the concept of *Svježe, mlado, kvalitetno!* (Fresh, young, top-quality!). The irresistible esthetics of a slaughterhouse as a place which makes meat and the butcher's, where that same meat is sold, provided us with the secret recipe for this year's D-Day, and we spiced things up by adding a little irony, black humor and enthusiasm to the slogan. The real message that can be taken from the context of the very manifestation is: fresh ideas by young designers through top-quality

solutions. We made sure that all graphic materials bear a mark of quality in the form of a 'universal stamp.'

SIGNALIZATION
The role of signalization is vital and pretty self-explanatory, however, we wanted to use it to simultaneously enrich and visually liven up the space, and still be in accord with the visuals we previously used. During research, the format of a meat map with dotted outlines seemed to be best suited for the occasion, because it enabled us to 'dissect' the space into parts and then code it, depending on the placement of various contents and events.

ESTHETICS
The somewhat anti-designer esthetics was taken from the manner in which the meat industry presents us with its products. They don't place much importance on design and focus only on the typographic message about the quality of their products. Therefore, we decided to adopt the same manner of communication, but gave it a discrete essence of design.



NEFORMALNI SAVEZ ORGANIZAM / MARIJA JUZA, BERNARDA CESAR, FILIP PINTARIĆ, GOGA PAVLEK, TINA BAUER, ALEKSANDRA AJZENHAMER, PETAR NOVAK (Zagreb)

Bavimo se dizajnom atmosfere i kreiramo događanja koja odgajaju publiku budeći u njima senzibilitet prema umjetničko dizajnerskoj tradiciji i suvremenim pojavama u njihovom neposrednom okružju.

We are into designing atmospheres and creating events which educate the public by awakening a sensibility towards the artistic design tradition and modern occurrences in their surroundings.

WEB: www.babushke.com, www.sintoment.hr, www.ubu.hr
MAIL: organizam@ubu.hr



SANJA ROTTER (Zagreb)

Stvaram da ne uništavam.

I create not to destruct.

MAIL: sanja.rotter@gmail.com

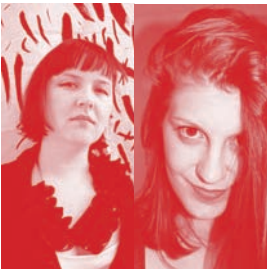


ŽQ3 / NEGRA NIGOEVIĆ, KATARINA PERIĆ, MARITA BONAČIĆ (Zagreb)

Bavimo se otkrivanjem već postojećeg i svim se silama trudimo promijeniti svijet. Iako možda ne razumijete što točno radimo, Vaše mišljenje nam je od iznimne važnosti.

We are into discovering all that already exists and we are doing our best to change the world. Although you might not understand what it is that we do, your opinion is very important to us.

MAIL: katarina.marita.negra@gmail.com



BB / ANA HRČAN, MIRNA OŠTARIĆ KERR (Rijeka)

Zabavljamo se dok od raznih materijala stvaramo nova čuda i time veselimo svoju okolinu. bbezbroja mijenja adrese da bi educirao i razveseljavao ljude oko sebe sa svojim nakitom.

We have fun while using various materials to create new wonders and make the people around us happy. bb wants its jewelry to educate and spread joy.

MAIL: bbezbroja@gmail.com MOB: +385 99 2194 383
WEB: www.bbezbroja.carbonmade.com MOB: +385 98 9361 787

INDUSTRIJSKA BAŠTINA KAO MJESTO ŽIVE KULTURE

Razlog velikog uspjeha svih događanja u Klaonici nije samo žeđ ili potražnja za (sub)-kulturom i dokolicom. Atmosfera igra ključnu ulogu. Nije slučajno da su kultura i napuštena industrijska postrojenja tako često isprepleteni

TEKST: Dafne Berc i Luciano Basauri • FOTOGRAFIJE: Tomislav Sutlar

Klaonica je izgrađena u periodu 1928. – 1931. kao jedan u nizu pogona za logističku podršku i industrijski razvoj grada. Ove izgradnje osmišljene su Regulacijskim planom iz 1889. u svrhu industrijalizacije istočne strane Zagreba, a neke od prostornih posljedica ove reforme bile su veće parcele s boljim pristupom koje su funkcionirale kao samostalni kompleksi s pomoćnim internim komunikacijama. Posebno je zanimljivo područje ograničeno današnjom Vukovarskom, Heinzelovom, Držićevom i Branimirovom ulicom na kojem su smješteni Katran (tvornica naftnih proizvoda), Plinara (spremnici plina i opskrbni sustav), Zavrtnica (tvornica papira), Istočni kolodvor (željeznički teretni kolodvor), Klaonica, Veterinarski fakultet, itd. Područje je imalo i željezničku prugu uz Radničku cestu koja je povezivala većinu kompleksa, ogranak željezničke mreže koja je opsluživala cijelu industrijsku zonu.

Od svih njih Klaonica je ne samo među najvećima, već vjerojatno i najsloženija. Komplex je bio zasnovan na tzv. integriranom procesu u kojem su se sve faze proizvodnje odvijale na jednom mjestu. Sjeverni dio imao je vodotoranj, odvojenu upravnu zgradu s laboratorijima, klaonicu s prostorijama za skidanje kože, klanje, zamrzavanje i distribuciju. Stočni sajam bio je na južnom dijelu. Izvorni intenzitet logističkih zahtjeva ustupio je mjesto prostornom organizacijskom načelu karakteriziranom mrežom konvencionalnih i automatiziranih¹ veza i bogatih odnosa unutarnjeg / vanjskog – otvorenih prostora raznih veličina i građevina ‘skrojenih’ za obav-

ljanje mnogobrojnih funkcija s različitim prostornim uvjetima, poput visokih hala, raznih spremišta, uredskih prostorija svih vrsta, itd. Ponašao se gotovo poput jedinstvenog organizma.

Iako je njemački arhitekt Walter Frese odgovoran za projekt Klaonice, izgradnja kompleksa bila je pod nadzorom Petera Behrensa² i Ivana Zemljaka³. Na početku je čitav obuhvat kompleksa sezao sve do Vukovarske ulice na jugu, gdje je bio smješten stočni sajam. Konačne granice uspostavljene su tek kad su stočne stajale pripojene tvornici boja Chromos i stočni sajam pretvoren u veletržnicu cvijeća. Danas se pejzažno uređenje, zgrada uprave i klaonice te vodotoranj smatraju baštinom i zaštićeni su od Gradskog zavoda za zaštitu spomenika kulture i prirode. Avangardni funkcionalistički ekspresionistički stil zaštićenih građevina, rijedak u zagrebačkoj povijesti arhitekture, predstavlja jedinstvenu kulturnu vrijednost.

Avangardni funkcionalistički ekspresionistički stil zaštićenih građevina, rijedak u zagrebačkoj povijesti arhitekture, predstavlja jedinstvenu kulturnu vrijednost. U međuvremenu su se dogodili brojni pokušaji iskorištavanja dijela vrijednosti nekretnine kompleksa. Ni jedan od njih nije konačno odobren ili proveden.



INDUSTRIAL HERITAGE AS A PLACE OF VIVID CULTURE

The reason for the huge success of all events in the slaughterhouse is not just a thirst or demand for the (sub)-culture and leisure. The atmosphere plays a crucial role. It is no coincidence that the culture and abandoned industrial facilities are often intertwined

TEXT BY: Dafne Berc & Luciano Basauri • PHOTO BY: Tomislav Sutlar

The Slaughterhouse or Klaonica was built in the period 1928-1931 as one of the many facilities conceived for the city's logistical support and industrial development. These developments were envisioned by the Regulation Plan of 1889 as a part of Zagreb's east side industrialization process. Some of the spatial consequences of this reform were bigger and better accessed lots, functioning as auto sufficient compounds with assisted interconnectivity. Specifically interesting is the area circumscribed by today's Vukovarska, Heinzelova, Držićeva and Branimirova Street, which allocated Katran (petroleum products factory), Plinara (gas tanks and supply system), Zavrtnica (paper factory), Istočni Kolodvor (cargo railway station), Klaonica, Faculty of Veterinary, etc. The area even had railway tracks along Radnička Street connecting most of the compounds. A branch of the railway network which was serving the whole industrial zone.

From all of them, Klaonica is not just among the biggest, but perhaps the most complex one. It was an integrated process based compound. The northern part had the water tower, separated administration building with laboratories, the slaughterhouse with the skinning, slaughter, freezing and distribution premises. The cattle fair was on the southern part. The original

Functionalist avant-garde expressionist style of protected buildings, rare in Zagreb's architectural history, presents a unique cultural value.

intensity of logistical requirements gave place to a spatial organizational principle characterized by a network of conventional and automatized¹ connections and rich indoor/outdoor relationships - open areas of various sizes as well as buildings tailored to perform different functions with different spatial conditions, such as high halls, storages of all size, office spaces of all kind, etc. Behaving almost as an *integral organism*.

Although German architect Walter Frese was responsible for the design of Klaonica, the construction of the compound was under the supervision of Peter Behrens² and Ivan Zemljak³. At first, the whole extension of Klaonica went all the way south to Vukovarska Street, where the cattle fair was located. It was not until the cattle barns were annexed to the paint company Chromos and the cattle fair turned into a wholesale flower market, that the definite boundaries of Klaonica were reestablished. Today, the landscape arrangement, the administration building, the slaughterhouse and the water tank are considered heritage

1 Jedna od zajedničkih logističkih karakteristika klaonica i kompleksa za pakiranje mesa su automatizirani prijevozni pojasevi za distribuciju komada mesa unutar prostorije.

2 Peter Behrens jedan je od predaka pokreta Moderne i glavni projektant tvornica i poslovnih zgrada u cigli, čeliku i staklu. Već je poznavao Zagreb, nakon što je redizajnirao pročelja poznate zgrade Elza Fluid na istočnoj granici Jelačićevog trga.

3 Ivan Zemljak jedan je od najutjecajnijih zagrebačkih arhitekata koji je u to vrijeme radio za Gradski ured za graditeljstvo.

4 Arhitektura uživo, predavanje Stealth.unlimited u organizaciji Platforma 9.81, 2002 · Džungla na asfaltu – arhitektura, teorija, aktivizam, predavanja i razne aktivnosti, UrbanFestival, 2002 · koncert elektronske glazbe u sklopu projekta Nevidljivi Zagreb, u organizaciji Groodanje i Platforma 9.81, 2003 · koncerti i zabave, dio programa Operacija:grad 2005, 2005 · Dan D, dizajnerski sajam u organizaciji Hrvatskog dizajnerskog društva (HDD), 2010 · Fashion.hr, modna revija, 2009 · komercijalni koncerti i glazbeni događaji: The White Stripes, 2009 · The Sisters of Mercy, 2006 · Type O Negative, 2007 · Mötörhead, 2006 · Serbus Rock Fest, 2010 · United Electronic Sound, 2010.

1 One of the common logistical features of slaughterhouses and meat packing complexes are the automatized carrier belts for distributing meat chunks within the premises.

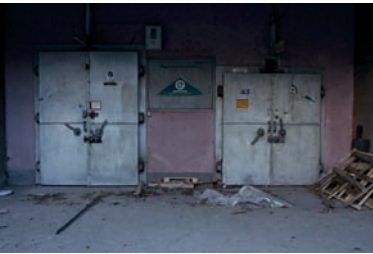
2 Peter Behrens is one of the forefathers of the Modern Movement and a major designer of factories and office buildings in brick, steel and glass. He was already familiar with Zagreb after being commissioned to redesign the façade of the famous Elza Fluid building on the eastern border of Jelačić (main) Square.

3 Ivan Zemljak is one of the most influential Zagreb architects, at that time working for the City Department for Construction.



Devastacije kulturne baštine

Devastation of cultural heritage



Očuvanje industrijske baštine u Zagrebu je hitan problem

Preservation of industrial heritage in Zagreb is a pressing problem

U međuvremenu su se dogodili brojni pokušaji iskorištavanja dijela vrijednosti nekretnine kompleksa. Ni jedan od njih nije konačno odo-bren ili proveden.

ALTERNATIVNO KORIŠTENJE I NASTANAK MJESTA KULTURE

Klaonica je aktivno poslovala sve dok se nije polako počela zatvarati; s radom je napokon prestala u 2000. Od 2002. počinje bivati mje-stom za nezavisne i komercijalne kulturne aktivnosti. U njoj su održana brojna događa-nja⁴ u rasponu od svih vrsta zabava do kon-cerata, uključujući i one mega bendova poput The White Stripes i sl. Ove inicijative također su obuhvaćale predavanja, radionice i izložbe kao što je Dan D. Takvi se događaji nisu po-kazali samo uspješnima, već i korisnima kao

pomoć sprečavanju krajnje degradacije s obzirom na neizvjesnost *statusa quo* Klaonice.

KLAONICA I INDUSTRIJSKO NASLJEĐE

Razlog velikog uspjeha svih događanja u Kla-onici nije samo žed ili potražnja za (sub)-kul-turom i dokolicom. Atmosfera igra ključnu ulogu. Nije slučajno da su kultura i industrij-ska postrojenja tako često isprepleteni. Čak do stupnja profilacije određene četvrti ili *brandi-ranja* grada. Prisjetimo se samo Meat Packing Districta na Manhattanu u New Yorku, ili in-dustrijskih prostora na obali Temze u Londonu, gdje je Tate Gallery postala jednim od najprofi-njenijih gradskih *brandova*. Popis se nastavlja⁵. Ovdje nije riječ o mogućnostima *brandiranja* muzeja, ili tzv. *Bilbao efektu*, već o razlozima snažne i korisne simbioze industrijske baštine

and therefore protected by the City Bureau for the Protection of Cultural Monuments and Nature. The avant-garde functionalist expressionist style of the protected build-ings, rare in Zagreb's history of archi-tecture, presents unique cultural value. Meanwhile, numerous attempts to exploit part of the compound's real estate value have happened. None of them finally ap-proved or implemented.

ALTERNATIVE USE & THE ORIGIN OF A CULTURAL VENUE

Klaonica was actively operating until it started to slowly close down; it finally stopped working in 2000. From 2002 the place started becoming a cultural venue for independent and commercial activi-ties. Although never proclaimed as such, numerous events⁴ were held there, rang-ing from parties of all kind to concerts that would even host mega bands such as The White Stripes, etc. These initiatives would also comprehend lectures, workshops, and exhibitions such as Day D. Not only have such events proved successful, but benefi-cial as help to prevent extreme degrada-

tion given the uncertainty of Klaonica's *status quo*. In stagnant conditions, these initiatives are better than nothing.

KLAONICA & INDUSTRIAL HERITAGE

The reason why all the happenings hosted at Klaonica are so successful is not just the thirst or demand for (sub)-culture and leisure. Atmosphere plays a key role. It is not by chance that culture and indus-trial facilities are so often intertwined. In fact, there are many examples in which cultural programs are used to recover industrial heritage. Even to the point of profiling a particular district or brand-ing a city. Think of Meat Packing District in Manhattan, New York or London's in-dustrial premises at Thames Riverbank, where Tate Gallery became one of the city's most refined brands. The list goes on⁵. The question here is not about the branding faculties of museums, or the so called *Bilbao Effect*, but the reasons behind the vigorous and beneficial symbiosis of industrial heritage and cultural activi-ties. Industrial premises are frequently organized by a sequence of roomy and

5 LX Factory, Lisbon · De Westergasfabriek, Amsterdam · Žitomlin, Beograd · Centro Cultural Estación Mapocho, Santiago · Kunsthaus Tacheles, Berlin · itd.

6 Nedavni događaji koji uključuju požar koji se proširio u Klaonici samo su neke od mnogih nesreća koje su mogle spriječiti proceduralnim protokolima održavanja.

LX FACTORY, poznata kao 'kreativni centar', nastanju-je napuštena skladišta u Alcântari, bivšoj industrij-skoj zoni Lisabona. Sve je počelo prije dvije godine, kad su novi stanari koji dolaze uglavnom iz područja umjetnosti, dizajna, oglašavanja i mode, počeli use-ljavati u prostorije koje su nekad koristile tvornica tekstila i tiskara. Najprivlačnija je bila niska najma-nina (6–12 €/m²). Danas ovaj kreativni hub ugošta-va desetke poduzeća i umjetnika u svom posebnom ugođaju nedovršenosti. Njegovo korištenje mijenja se s vremena na vrijeme — trenutno je popularan zbog svojih maloprodajnih trgovina odjećom, knjižare s umjetničkom galerijom, bistroa i vikend zabava.

MIKSER je multidisciplinarna manifestacija koja kombinira dizajnerski sajam, ljetni glazbeni festival, obrazovnu konferenciju i umjetničke izložbe. U dobroj tradiciji sanacije industrijske baštine, od 2006. Mik-ser je uspješno revitalizirao zonu bivših silosa Žitomli-na – neaktivni dio beogradske luke na obali Dunava.



4 Architecture live, Stealth.unlimited lecture organized by Platforma 9.81, 2002 · Asphalt Jungle - architecture, theory, activism, lectures and miscellaneous activities, UrbanFestival, 2002 · Electronic Music Concert, part of Invisible Zagreb program, organized by Groodanje and Platforma 9.81, 2003 · concerts and parties, part of Operation:city 2005 program, 2005 · Day D, design Fair organized by the Croatian Designers Society (HDD), 2010 · Fashion.hr, fashion show, 2009 · commercial concerts and musical events: The White Stripes, 2009 · The Sisters of Mercy, 2006 · Type O Negative, 200 · Mötörhead, 2006 · Serbus Rock Fest, 2010 · United Electronic Sound, 2010.

5 LX Factory, Lisbon · De Westergasfabriek, Amsterdam · Žitomlin, Belgrade · Centro Cultural Estación Mapocho, Santiago · Kunsthaus Tacheles, Berlin · etc.

6 The recent events involving the fire that spread at Klaonica are just some of many misfortunes that could have been prevented by procedural maintenance protocols.

LX FACTORY, known as 'creative centre', inhab-its the abandoned warehouses in Alcântara, the former industrial area of Lisbon. It all be-gan about two years ago, when new tenants coming mainly from the realms of art, design, advertising and fashion, started to move into the premises once used by textile factory and printing house. The biggest appeal was the low rent (6–12 €/m²). Today this creative hub hosts dozens of businesses and artists in its distinct unfinished feel. Its use changes now and then

— at the moment, it is well known for its retail clothes stores, a bookshop with an art gallery, bistros or eateries and weekend parties.

MIKSER is a multidisciplinary manifestation that combines a design fair, a summer music festival, educational conference and art exhibitions. In a good tradition of industrial heritage recovery, from 2006 Mikser has successfully revitalized the area of former Žitomlin wheat silos – inactive part of Belgrade port at Danube riverfront.



AMILA HRUSTIĆ (Sarajevo)

Dizajn je stanje uma.

Design is a state of mind.

WEB: www.amila.ba
MAIL: info@amila.ba

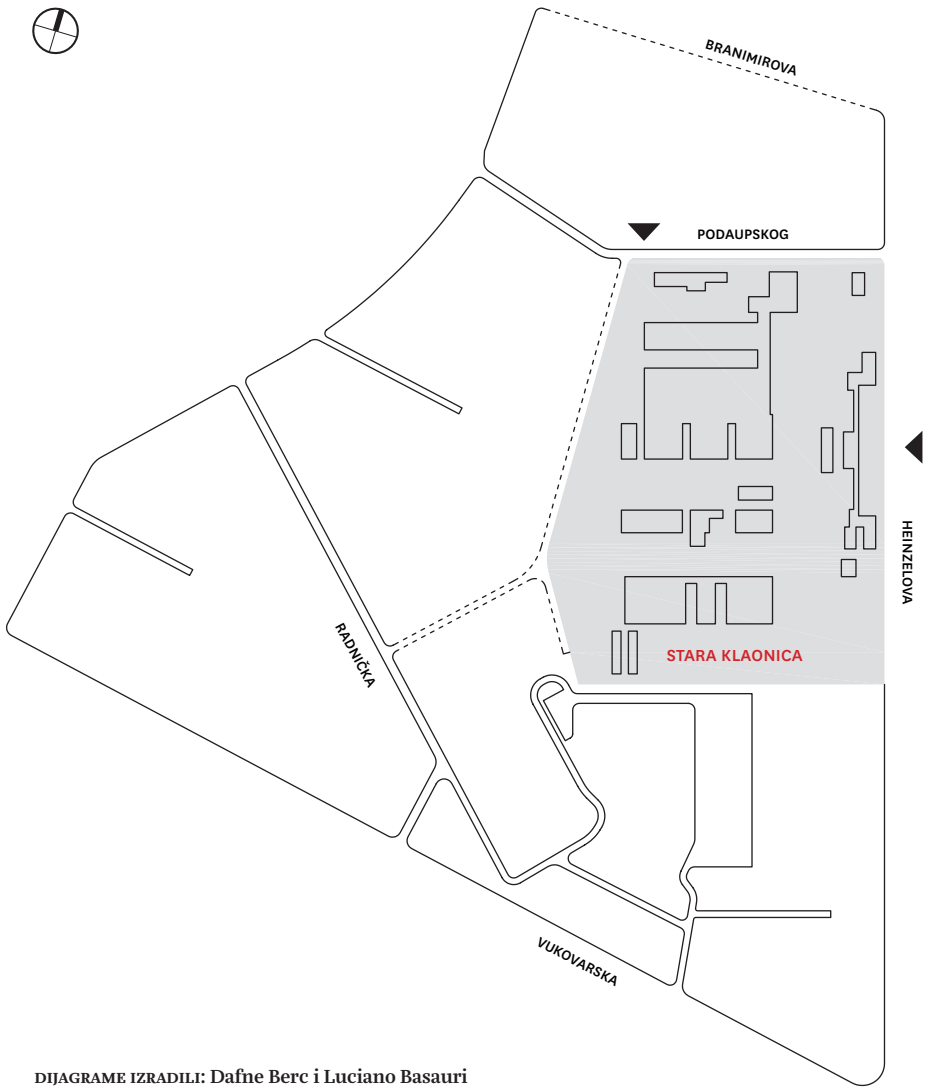


MILENA JANIČIJEVIĆ (Beograd/Belgrade)

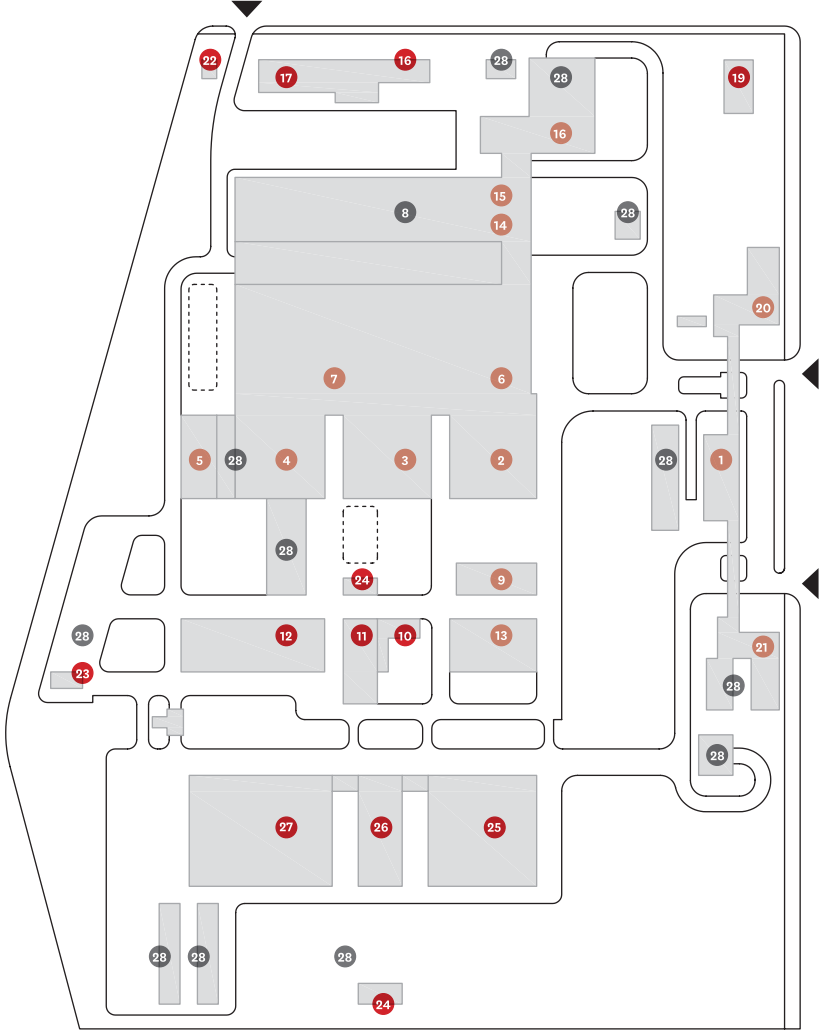
Grafički dizajner iz Beograda, završila FUD Megatrend. Voli tipografiju, papire i sladoled. Voli i boje, ali nekako uvek završi na bež i sivoj. Ako vam treba dobar ilustrator, onda ništa.

The design makes it an unstoppable natural human instinct to seal her change the world – make it better or different – depending on the individual.

WEB: www.flickr.com/photos/milenajan, www.milenajan.tumblr.com
MAIL: milena_jan@yahoo.com



DIJAGRAME IZRADILI: Dafne Berc i Luciano Basauri



DIAGRAMS BY: Dafne Berc & Luciano Basauri

- 01 Uprava i laboratoriji
Management and Laboratories
- 02 Klačnička hala za krupnu stoku
Slaughtering hall for cattle
- 03 Radnička praonica, garderobe i ambulanta
Workers bathrooms, wardrobes and policlinic
- 04 Klačnička hala za telad, sitnu stoku i svinje
Slaughtering hall for calves, small cattle and pigs
- 05 Trihinoskopija
Trichinoscopy
- 06 Tržna hala za meso
Market hall for meat
- 07 Hladionica, smržavaonica, eksportna hladionica
Refrigerator, deep freezer, exporting fridgeroom
- 09 Crevarnica za krupnu stoku
Sausage production hall for cattle
- 13 Klačnička staja za krupnu stoku
Slaughterhouse stable for cattle
- 14 Vodotoranj
Water Tank

- 15 Ledana
Icehouse
- 16 Kotlovnica, strojarnica, spremište, radionica
Boiler room, engine room, storage, workshop
- 20 Klačnička restauracija
Slaughterhouse restaurant
- 21 Uredske prostorije
Offices
- 08 Otpremna hala
Shipping Hall
- 31 Pomoćni objekti
Auxiliary facilities
- 10 Crevarnica za sitnu stoku
Sausage production hall for small cattle
- 11 Dvorana za kože i čišćenje
Hall for skinning and cleaning
- 12 Spremnica i trijem za rasprezanje
Storage and porch for decoupling
- 17 Klačnica za zaraženu stoku
Slaughterhouse for infected cattle

- 18 Klačnica za konje
Slaughterhouse for horses
- 19 Stanovi za veterinare
Flats for veterinarians
- 22 Javna mesnica
Public Butchery
- 23 Spremište gnoja
Repository manure
- 24, 29 Nužnici
Lavatories
- 25 Tržna hala za krupnu stoku
Market hall for cattle
- 26 Staja za tov krupne stoke
Stable for cattle fattening
- 27 Tržna hala za svinje i sitnu stoku
Market hall for pigs and small cattle
- 28 Prostor za istovar stoke
Space for unloading cattle
- 30 Kolna vaga
Vehicular scale

- Građevni fond spomeničke vrijednosti – izvorna građevna supstanca s visokim stupnjem očuvanosti povijesne strukture – restauracija i sanacija izvornog građevnog korpusa, prostornih, konstruktivnih, graditeljskih i oblikovnih svojstava
Building stock of historical value – the original building substance with a high degree of preservation of historic structure – restoration and repair of the original construction corps, spatial, structural, architectural and design properties
- Naknadne gradnje i prigradnje – obavezno uklanjanje
Subsequent annexed constructions – mandatory removal
- Građevna supstanca bez osobitih vrijednosti – izvorna građevna supstanca i uređaji s djelomično očuvanom obodnom i nosivom strukturom, izvan konteksta – rekonstrukcija ili mogućnost uklanjanja objekata uz obavezu izrade detaljnog arhitektonskog snimka
Construction substance with no exceptional value – the original building substance and the devices with partially preserved load bearing and peripheral structures, out of context – the possibility of reconstructing or removal of objects with the obligation to create a detailed architectural scan

i kulturnih aktivnosti. Industrijski prostori često su organizirani s nizom prostranih i prozračnih mjesta. Iznad svega, imaju prostorne i estetske vrijednosti koje bude ugodaj misterije, osjećaj bivanja izvan okvira društvenih normi – oslobađajuće obećanje ‘nepropisanog’ ophođenja. Osjećaj novine koji kulturna scena zna dobro iskoristiti. Zabave, koncerti, instalacije, predavanja, sajmovi, itd. su svi manifestacije kulturne proizvodnje, koje gotovo po definiciji naginju originalnosti. Na neki način, očekivanje novine nalaže iskušavanje novine. Očuvanje industrijske baštine u Zagrebu je hitan problem. Problem koji zajednički dijele čitava Evropa i koji se ne završava samo na kulturnom oporavku. Postoje mnogi primjeri u kojima je taj problem donio priliku da se udome ne samo mjesta kulture, već i radni prostori. Slučaj Zagreba je jedinstven, jer je većina njegovih industrijskih kompleksa iz 19. i 20. stoljeća izgrađena u blizini centra i nije ih toliko srušeno. Ovi uvjeti nisu dosad iskorišteni u svom punom potencijalu. Od zagrebačkog vrijednog industrijskog fonda jedino Tvornica duhana sa svojim već odobrenim planom ob-

nove, Katran i Močvara / Pogon (bivša tvornica pumpi Jedinstvo) prolaze kroz kontinuirano stanje sanacije. Dok Nada Dimić (bivša tvornica tekstila), Paromlin, itd. latentno čekaju da se nešto dogodi, Klačnica je negdje u sredini, s mnoštvom aktivnosti, ali ni s institucionalnom niti programskom konsolidacijom. Vjerojatno bi održivi oporavak Klačnice trebao uključiti sveobuhvatniji program, s trajnim i prolaznim aktivnostima koje se istovremeno događaju. Mistika i identitet Klačnice kao mjesta kulture mogli bi imati koristi od sanacije radnih postrojenja usmjerene k mladim kreativnim sektorima (umjetnicima, dizajnerima, arhitektima, copywriterima ili čak proizvodnji baziranoj na obrtima i sl.). Klačnica je pošten odgovor na potrebe širenja kulture, diversifikacije kulturnih mjesta i očuvanja naše industrijske baštine. No, iako se očuvanje najbolje provodi kroz održavanje koje ide uz korištenje⁶, događanja u Klačnici trebala bi se kombinirati sa stalnim aktivnostima.

airy places. Above all, they have spatial and aesthetic values that evoke a sense of mystery, a feel outside the frame of social norms – the liberating promise of non scripted behavior. A sense of novelty that the cultural scene is able to capitalize well. Parties, concerts, installations, lectures, fairs, etc. are all manifestations of a cultural production, which almost by definition tend to pursue originality. In a way, expectation of novelty commands experiencing novelty. Preserving the industrial heritage in Zagreb is a pressing problem. One that is commonly shared throughout Europe and one that does not end with cultural recovery alone. There are many examples in which this problem brought opportunities to host not only cultural venues, but office premises as well. The case of Zagreb is unique, for most of its 19th and 20th century industrial development was built close to the center and not so much has been torn down. Such conditions have not been exploited to their full extent. From Zagreb’s valuable industrial stock, only the Tobacco Factory with its already approved plans of restoration, Katran and Močvara/

Pogon (ex Jedinstvo pump factory) have gone through a permanent state of recovery. Whereas Nada Dimić (ex textile factory), Paromlin (ex steam mill), a big part of Blok Badel (ex alcohol refinery and other industries complex), Uljara (ex oil refinery), etc. are latently waiting for something to happen, Klačnica is in the middle, with plenty of activity, but with neither institutional nor programmatic consolidation. Perhaps, a sustainable recovery of Klačnica should encompass a more comprehensive program, with permanent and transitory activities happening simultaneously. The mystique and identity of Klačnica as a cultural venue could benefit from recovering working facilities targeting young creative sectors (artists, designers, architects, copywriters or even craft based production, etc). Klačnica is a fair answer to the needs of disseminating culture, diversifying its venues and preserving our industrial heritage. But, although preservation is best practiced through the maintenance brought by use⁶, then events happening at Klačnica should be combined with permanent activities.



Prostorno ambijentalne kvalitete proizvodnih pogona i danas su prepoznatljive
Spatial and ambient qualities of the production premises are noticeable even today



Ostaci proizvodne infrastrukture
Leftovers of production infrastructure



Ostaci ekspresionističke arhitekture
Leftovers of expressionist architecture



Zaboravljeni prostori
Forgotten spaces



 **eurolakat**



PETRA JELASKA (Zagreb)

Za mene je dizajn upoznavanje novog, istraživanje, eksperimentiranje. Stvaranje nečeg konkretnog, zanimljivog i prepoznatljivog. Funkcija je jedna od glavnih odrednica u stvaranju, no i estetika je ono što privlači i intrigira.

MAIL: petra.jelaska@zg.t-com.hr

Design is finding something new, researching, experimenting. Creating something specific, interesting and recognizable. Function is one of the main foundations of creation, but esthetics is what attracts and intrigues.



ŽELJKA KAVRAN (Zagreb)

Dizajner skuplja naoko sitne detalje iz svoje okoline, impresije svijeta koji ga okružuje. Pokušava uvijek iznova reinterpretirati duh vremena u kojem živimo, a pritom i ispričati svoju priču. Nikada ne smije prestati maštati.

The designer collects seemingly small details from his/her surroundings, impressions from the world that surrounds him. He/she always tries to reinterpret the spirit of the time we live in, and then tell his/her own story. The designer is never allowed to cease imagining.

DIZAJNERI BUDUĆNOSTI MOGLI BI DIZAJNIRATI ALATE, A NE KRAJNJI PROIZVOD

Intervju s Louise Schouwenberg

Louise Schouwenberg nizozemska je kritičarka dizajna, kustosica i profesorica na Design Academy Eindhoven. Redovito objavljuje u internacionalnim umjetničkim i dizajnerskim magazinima, autorica je niza knjiga, među kojima je recentna monografija *Hella Jongerius – Misfit* (Phaidon Press, 2010.). U kustoskom radu bavi se tankom granicom između dizajna i vizualne umjetnosti.

TEKST: Ivana Borovnjak i Marko Golub

Na čelu ste istraživačkog programa *Contextual Design* pri Design Academy Eindhoven. Što konceptualni dizajn u kontekstu zapravo znači? Ne usredotočujemo se isključivo na prona-laženje praktičnih rješenja na konkretna pitanja, nego većinom na razvoj zanimljivih koncepata. Istražujemo kontekste u kojima stvari nastaju i kontekste u kojima će se s vremenom naći. Proizvodi i veze s ljudima koje oni impliciraju djeluju kao značenjski markeri, ili zrcala, jedne ere. Iz tog razloga zaslužuju uporno istraživanje i koncepte kreativnih dizajnera koji gledaju (i ne boje se gledati) dalje od brzog ‘rješenja’ i dalje od granica svoje profesije. Našem je obrazovnom programu središnja točka istraživanje kulturalnih i društvenih značenja povezanih s proizvodima i kontekstima koji su se tijekom vremena razvili. To znači da će studenti provoditi vrijeme proučavajući novine na makro razini – društveni, ekološki, tehnološki i kulturalni procesi s kojima je svijet danas suočen. Uz to, studenti će se usredotočiti na novine na mikro razini, poput poznavanje funkcija, oblika, materijala, tehnika proizvodnje i njihovih značenja. Određene vrste konteksta zahtijevaju snažno autorstvo od strane dizajnera, a to je uloga koja ima mnogo veze s onom vizualnog umjetnika. Drugi konteksti mogu zahtijevati intenzivne suradnje, recimo s znanstvenim istraživačima, kreativnom industrijom, urbanim planerima, arhitektima ili profesionalcima. Unutar svake pojedine dizajnerske teme usredotočit ćemo se na pitanje: koju ulogu može dizajner preuzeti unutar ovog konteksta, unutar ove teme i unutar

ove suradnje? Koji valjani koncept nekog proizvoda ili strategije može on ili ona osmisлити temeljem pomnog istraživanja? (vidi: www.designacademy.nl)

Svjedoci smo hiperprodukcije u svijetu dizajna. Dizajneri se većinom bave simboličkim vrijednostima, a manje s funkcijom. Što je tomu razlog? Je li dizajn postao površan? Možete li predvidjeti u kojem će smjeru krenuti u narednim godinama? Od samih početaka discipline dizajna, uzrokovanih industrijskom revolucijom, dizajneri su uzimali u obzir čitav niz vrijednosti. Proizvodi su imali ujedno instrumentalnu funkcionalnost i druge vrste funkcionalnosti ili dodane vrijednosti, poput stila, imaginacije, statusa i sl. Čak su i modernistički dizajni koji su pratili misao *forma slijedi funkciju* nosili potpise pojedinih dizajnera. Ključna razlika kod suvremenog dizajna je naša svijest o postojanju svih tih dodanih vrijednosti. Zbog te povećane osviještenosti, dizajneri se ponekad toliko usredotočuju, na primjer, na koncept koji stoji iza proizvoda ili imaginaciju na koju se oslanja da pretjeruju s osnovnom funkcionalnošću. Znači li to da je dizajn postao površan? Ne nužno. Stekao je veću umjetničku ambicioznost. Mnogi dizajneri nisu u mogućnosti izraditi dizajnerske radovi koji bi bili vrednovani i od svijeta dizajna i od svijeta umjetnosti. Nekima to i pođe za rukom. No budimo iskreni, čak i kod najosnovnijih funkcionalnih dizajna, tek je nekolicina dizajnera zaista uspješna. Svaki se dizajner mora nositi s vremenom u kojem on ili ona živi, zahtjevima konteksta, stanjem

DESIGNERS OF THE FUTURE MIGHT BECOME THE DESIGNERS OF THE TOOLS INSTEAD OF END PRODUCTS

Interview with Louise Schouwenberg

Louise Schouwenberg is a Dutch design critic, curator and teacher at the Design Academy Eindhoven. She writes for international art and design magazines on a regular basis and has contributed to a range of books, one of the latest being the monograph *Hella Jongerius - Misfit* (Phaidon Press 2010). As curator, she focuses on the fine line that separates design and visual arts.

TEXT BY: Ivana Borovnjak & Marko Golub

You are head of the Research Programme Contextual Design at Design Academy Eindhoven. What does conceptual design in context mean exactly? We don’t merely focus on finding practical solutions for specific questions, but mostly on developing of interesting concepts. We research the contexts in which things are born and the contexts in which they will eventually land. Products and the relationships with people they imply act as meaningful markers, or mirrors, of an era. This is why they merit sound research and the concepts of creative designers who (are not afraid to) look beyond the quick ‘solution’ and beyond the boundaries of their own profession. Central to our educational program is the research into the cultural and social meanings attached to products and contexts that have developed over time. This means students will spend time studying developments on a macro level; the social, ecological, technological and cultural processes the world is currently facing. In addition, students will focus on developments at a micro level, such as knowledge of functions, shapes, materials, production techniques, and their meanings. Certain types of context demand a strong authorship from the designer, a role that may touch upon that of a visual artist. Others may demand intensive collaborations, for example, with scientific researchers, the creative industry, urban planners, architects or professionals. Within each design theme we will focus on the question: which role can the designer take on within this context, within this theme, and within this collaboration? Which valid concept for a product or a strategy can he or she come up with, based on thorough research? (see also: www.designacademy.nl)

We are witnessing an overproduction in the design world. Designers are mostly dealing with symbolic values and less with function. What do you think is the reason for this? Has design become superficial? Can you predict its direction in the next years? From the very start of the design discipline, which was caused by the industrial revolution, a variety of values were taken into account by designers. Products always had both an instrumental functionality and other functionalities or added values, such as style, imagination, status, etc. Even the Modernist designs that followed the adagio form follows function carried the signatures of specific designers. The main difference with contemporary design is our being aware of all these added values. Due to that increased awareness designers sometimes focus so much on for instance the concept underlying a product or the imagination it touches that it becomes too rich with basic functionality. Does that mean design has become superficial? Not necessarily. It has gained more artistic ambitions. Many designers are not able to make design works that can be valued both by the design world and by the art world. Some succeed. But let’s face it, even with very basic functional designs, only few designers are really good. Every designer has to deal with the times in which he or she lives, the demands of the context, the state of affairs in technological innovation, the state of affairs of cultural phenomena. Currently I see many young designers who search for

social relevance and for a redefinition of the essence of design, given the demands for sustainable design, for instance, and given the development of the digital media. Many investigate how to make the design process more democratic. Designers of the future might for instance become the designers of the tools and not the designers of the end products.

The Netherlands have become extremely famous for its design. Which circumstances have led to that? Is design a cultural mediator, and what are its potentials in that sense? Where do you position design in the current cultural production? The success of Dutch design is based on the combination of various factors. From the 1970s onwards there was hardly any industry in the Netherlands, so designers started to produce their own products and not wait for commissioners. They could do so because the Dutch government granted them subsidies for experimentation. As a natural result they focused more and more on their own fascinations and ideas and not so much on the demands of the market. The Dutch design education institutions also played an important role in this; they promoted the development of autonomous designers. Design became more and more self-reflective. With every piece, the designer implicitly tried to give an answer to the question ‘what is design?’ Due to that self-reflectivity the ideas were critical. Dutch designers reacted for instance to the downsides of consumer society and the role designers played within that society. What also helped, when the so-called ‘conceptual design’ started, the media loved the photogenic images, which the Dutch produced.

As a cultural phenomenon design can play a paramount role. When looking at art, for instance in an art gallery, people expect the unknown, the unfamiliar. When dealing with everyday items, they don’t expect ideas or imaginative narratives. The deeper meanings of design can enter their minds in unguarded moments. That might actually be its power.

Even the Modernist designs that followed the adagio form follows function carried the signatures of specific designers. The main difference with contemporary design is our being aware of all these added values

You are known as a design curator and writer. How did you decide to pursue this direction and what is the role of the curation in design today? Life is full of unforeseen coincidences. I was trained as an artist; subsequently I studied philosophy and accidentally started writing about design. I have a fascination for the way people act with physical objects, regardless whether it’s functional products or other objects. That I have curated a few exhibitions was a natural outcome of my writing. It kind of enabled me to see how my views on design might work out for real. Curating a design exhibition is exciting. You cannot merely show design items, the design of the exhibition itself should also reveal something of my theoretical views on the subject. A natural context for a sculpture is the pedestal within the white space of



Postav izložbe Hella Jongerius – Misfit

stvari s tehnološkim inovacijama ili stanjem stvari s kulturalnim fenomenima. Trenutačno postoji mnogo mladih dizajnera koji se nalaze u ponovljenoj potrazi za društvenom relevantnošću i za redefinicijom biti dizajna, uzimajući u obzir zahtjeve održivog dizajna, na primjer, i uzimajući u obzir stupanj razvoja digitalnih medija. Mnogi se bave pitanjem kako proces dizajniranja učiniti demokratičnijim. Dizajneri bi tako u budućnosti mogli postati dizajneri alata, a ne dizajneri krajnjeg proizvoda.

Nizozemska je i više nego poznata po svom dizajnu. Koje su okolnosti dovele do toga? Je li dizajn posrednik među kulturama i koje potencijale tu vidite? Gdje smještate u dizajn u trenutačnoj kulturalnoj proizvodnji?

Uspjeh nizozemskog dizajna zasnovan je na spoju različitih faktora. Od 1970-ih pa nadalje u Nizozemskoj prisutnost industrije nije bila snažna pa su dizajneri počeli proizvoditi svoje vlastite proizvode, a ne čekati da to netko od njih naruči. To su mogli činiti jer im je vlada omogućila subvencije za eksperimentiranje. Kao prirodni rezultat toga, usredotočili su se više na svoje fascinacije i ideje, a ne toliko na zahtjeve tržišta. Nizozemske obrazovne institucije također su pri tome odigrale veliku ulogu jer su promovirale razvoj autonomnih dizajnera. Dizajn je sve više i više postajao samorefleksivan. Svakim svojim radom dizajneri su implicitno pokušavali odgovoriti na pitanje ‘što je dizajn’. Zbog te samorefleksivnosti ideje su postale kritične. Nizozemski su dizajneri na primjer reagirali na negativne strane potrošačkog društva i ulogu koji dizajneri imaju unutar takvog društva. Također je pomoglo što, kad je tzv. ‘konceptualni dizajn’ započeo, medijima su se svidjeli fotogenični prikazi koje su Nizozemci stvarali. Dizajn itekako može biti kulturalni fenomen. Kada promatraju umjetnost, recimo u umjetničkoj galeriji, ljudi očekuju vidjeti nepoznato, neznano. Suočeni sa svakodnevnim predmetima, ne očekuju ideje ili maštovite narative. Dublja značenja dizajna u njihov um mogu ući u neočekivanim trenucima. To bi ustvari mogla biti i njegova moć.

Poznati ste kao kritičarka i kustosica dizajna. Kako ste se odlučili krenuti u tom smjeru i koja je uloga kustosa u današnjem svijetu dizajna? Život je prepun nepredvidljivih slučajnosti. Obrazovana sam kao umjetnica, kasnije sam studirala filozofiju i tek slučajem počela pisati na temu dizajna. Fascinirana sam načinom na koji ljudi postupaju prema fizičkim predmetima, bez obzira jesu li to funkcionalni proizvodi ili drugi predmeti. To što sam bila kustos nekoliko izložbi samo je prirodni ishod mogeg pisanja. To me na neki način osposobilo da uvidim kako moji se pogledi na dizajn mogu pretočiti u stvarnost. Biti kustos izložbe uzbudljiv je zadatak. Ne možete samo prikazati dizajnirane predmete, dizajn same izložbe trebao bi ujedno i otkriti neke od kojih teoretskih pogleda na zadanu temu. Prirodni kontekst skulpture je postolje unutar bijelog muzejskog prostora. Postolje i bijeli kockasti prostor za izlaganje, međutim, nije prirodni kontekst dizajna. Kako biste izložbu funkcionalnih predmeta, koji se ustvari ne mogu koristiti, učinili legitimnom,

morate reći nešto više o njoj. To se na primjer može učiniti stvaranjem specifičnih kombinacija ili poigravanjem s načinom prezentiranja. Kod izložbe Hella Jongerius – Misfit, u muzeju Boijmans Van Beuningen u Rotterdamu, sve smo predmete povješali po zidovima, neke i

Čak su i modernistički dizajni koji su pratili misao *forma slijedi funkciju* nosili potpise pojedinih dizajnera. Ključna razlika kod suvremenog dizajna je naša svijest o postojanju svih tih dodanih vrijednosti

naopako. To je stvorilo jedan nov doživljaj tih predmeta i usmjerilo pažnju na elemente i detalje. U vremenu masovne proizvodnje nizozemski se dizajn vratio zanatstvu. Kakav je danas odnos između dizajna i zanatstva? Kako možemo spriječiti da dizajn postane zastarjela profesija? Kao prirodni odgovor na globalizaciju i industrijalizaciju, pojavio se obnovljeni interes za lokalne zanatske tehnike, a to je globalna pojava i logičan razvoj situacije. Već u devedesetima, Nizozemci su vratili zanat u dizajn, koji se još od vremena industrijske revolucije bavio industrijskom proizvodnjom. No ovaj obnovljeni interes za zanate nije samo nostalgični povratak u staro doba, to je reinterpretacija potencijalnog značaja zanata unutar suvremenog društva. Na primjer, nakon više od sto godina glatkih industrijskih proizvoda, danas postoji obnovljena želja za jednim pažljivim procesom proizvodnje. Ruka tvorca trebala bi se moći prepoznati u malim greškama, malim razlikama u teksturi, kako bi se stvorila dublja povezanost između korisnika i proizvoda. Dizajn nikada neće postati suvišnim ako se stvari ne budu uzimale zdravo za gotovo. Svako doba zahtijeva novu definiciju funkcionalnosti, zanata, industrije, koncepta inovacije, kulturalnih vrijednosti, itd.

Poznajete li dizajnersku scenu istočne Europe? Kako se na nju gleda na Zapadu, ako uopće? Vidjela sam prikaze istočnoeuropske dizajnerske scene, no ne bih se usudila reći da je ‘poznajem’. Je li važno prepoznati specifičnost istočnoeuropske scene? Je li to konkretan stil? Je li to stav? Mogu li istočnoeuropski dizajneri stvoriti ideju identiteta, temeljenu na njihovim povijesnim i kulturalnim korijenima? A jesu li oni djeca globaliziranog svijeta u kojem mediji omogućuju globalnu komunikaciju: koliko međunarodna je istočnoeuropska dizajnerska scena?

Što danas predstavlja dobar dizajn? Ono što je uvijek bio: valjani koncept, svijest o prisutnosti svih značenja koja se kriju u korištenim materijalima i medijima te pravilna osviještenost o kontekstu u kojem funkcioniра. Bez obzira o čemu se radilo, o stolici, sustavu oznaka, knjizi, strategiji – dobar dizajn sadrži značenja na brojnim razinama. I hm.... pomaže i osjećaj za ljepotu.

a museum. A pedestal and a white cube exhibition space is not the natural context for design, however. To legitimate an exhibition of functional objects, which in fact cannot be used, you need to say more about it. One might do that for instance by creating specific combinations or playing with the way of presenting. In the exhibition Hella Jongerius – Misfit, in Museum Boijmans Van Beuningen in Rotterdam, we hung all the items along the walls, some upside down. It created new means of experiencing these objects and focusing on all elements and details.

In the time of mass production design in Holland has moved back to crafts. What is the relation between design and crafts today? How can we prevent design becoming an outdated profession? As a natural response to globalization and industrialization there’s a renewed interest in local craft techniques, this is a worldwide, logical development. Already in the 90s the Dutch have reintroduced craft in design, which since the industrial revolution had focused on industrial production. But this renewed interest in traditional craft is not a nostalgic return to the old-Days; it’s a reinterpretation of what old crafts might mean within contemporary society. For instance, after more than a century of smooth industrial products, there’s a renewed longing for the traces of an attentive production process. The hand of the maker should be recognized in small mistakes, tiny differences in texture, in order to create a deeper bond between users and products. Design

will never become an outdated profession if one doesn’t take anything for granted. Every time demands a new definition of functionality, of craft, of industry, of the concept of innovation, of cultural values, etcetera.

Are you familiar with the design scene in Eastern Europe? How is it perceived in the West, if at all? I’ve seen images of the Eastern Europe design scene, but would not dare to say I ‘know’ the scene. Is it important to recognize a specific Eastern Europe design scene? Is that a style? Is that an attitude? Could Eastern European designers create an idea of identity, based on their historical and cultural roots? And how about them being children of our globalized world, in which the media facilitate worldwide communications: how international is the Eastern European design scene?

What is good design today? What is always was: a valid concept, awareness of all meanings that hide in the materials and media used, and a good awareness of the context in which it functions. Regardless of what it is, a chair, a signage system, a book, a strategy – good design is meaningful on many levels. And eh.... a sense of beauty helps.

KONTRAAKCIJA: VLADIMÍR TATOMIR, MARIJETA KARLOVIĆ, KATARINA ČENDAK (Zagreb)

Muzej Kvarta na relaciji kvart-grad, nastoji zabilježiti specifičnosti zajednica kao osnove za definiranje identiteta mjesta. Dizajn je neophodan u materijalizaciji spoznaja, vizualizaciji identiteta, tj. brendiranju grada kao prvom koraku ka kulturno održivom razvoju sredine

WEB: www.kontraakcija.hr

Muzej Kvarta, focused on the relation between a neighborhood and the city, tries to take note of the specificities of a community in order to define the location's identity. Design is crucial in the materialization of cognitions and the visualization of identities, that is, in the branding of a city as the first step toward a culturally sustainable development.

DAN D IZLAGAČI • D-DAY EXHIBITORS

KOMBINAT: PETAR MUDNIĆ CERINEO, MAJA PASKAŠ, VEDRAN ŽIDANIĆ, GASPER SOPI, JOSIP HARAPIN (Zagreb)

Kad bismo znali govoriti o dizajnu bili bismo *copywriteri*.

If we knew how to talk about design, we would be copywriters.

WEB: www.kombinat.hr

MIHA KOSMAČ (Ljubljana)

Dizajn je nešto što uživam raditi. Nadam se da ću i u budućnosti raditi zanimljive projekte s dobrim ljudima.

Design is something I enjoy doing. In the future I hope to work on interesting projects with good people.

WEB: www.mihakosmach.blogspot.com

MAIL: mihakosmach@gmail.com

VEDRANA MASTELA (Zagreb)

Istraživanje vlastitog svijeta i svijeta oko sebe, kreativnosti i identiteta. Propitivanje pojmova i ideja te samog dizajna u sadašnjem trenutku...

Exploring my world and the world that surrounds me, creativity and identity. Questioning notions and ideas, as well as current trends in design...

WEB: www.vmastela.carbonmade.com

MAIL: vedranam@gmail.com

DARJAN PANIČ (Maribor)

Ako ne vjeruješ u svoj talent, trebaš početi vjerovati u svoj rad. Uvijek možeš biti talent napornog rada.

If you don't believe in your talents, you should start believing in your work. You can always be talented at working hard.

WEB: www.darjanpanic.com

MAIL: info@darjanpanic.com

NE BI LI BILO LIJEPO KADA BI DRVO RASLO OKO VAS, POPUT NEKOG ZAGRLJAJA?

Razgovor s Chrisom Kabelom

Chris Kabel nizozemski je produkt dizajner koji živi i radi u Rotterdamu. Radio je s internacionalnim brendovima i institucijama kao što su Droog, Moooi, Royal vkb, Levi's, Alessi te gradovi Seoul i Bruges. Radovi mu se nalaze u muzejskim kolekcijama poput Fondation Nationale d'Art Contemporain, Muzeja Stedelijk u Amsterdamu, Boijmans muzeja u Rotterdamu i Hangaram muzeja dizajna u Seoulu.

TEKST: Ivana Borovnjak i Marko Golub

Je li većina Vaših projekata naručena ili samoinicirana? Koja je za vas razlika između te dvije vrste dizajnerskog procesa? Moji su projekti gotovo uvijek naručeni, volim davati odgovore na pitanja. Narudžba uvijek ima svoj kontekst, što za mene predstavlja nužno ograničenje. Doma imam veliki ormar prepun samoiniciranih uzoraka i ideja koji će mi možda poslužiti jednom kada dobijem narudžbu koja bi odgovarala jednom od njih.

Mislim da predmeti mogu dijeliti nešto od svojeg značenja i podrijetla, no samo ako se radi o podrijetlu, uporabi i značenju konkretnog predmeta. Kada referenca nadilazi sam predmet onda postaje umjetnost

Možete li nam opisati svoj proces dizajniranja? Imate li neke standardne procedure kojih se držite? Opsežno istraživanje konteksta, tehnika i materijala za mene predstavlja nužni luksuz.

Na svjetskoj ste sceni postali poprilično poznati, a neki su od Vaših dizajna za Droog dosegli status ikona. Kakav je Vaš stav o slavi? Je li dizajn postao površna profesija? Slava me ne zanima, ali ona vam pomaže da dobijete veći broj zanimljivijih zadataka. Površnost dizajna više ovisi o dizajneru i nedostatku kritičkog dizajnerskog novinarstva

Koje su prednosti i nedostaci rada u kulturalnom kontekstu poput Vaše zemlje, gdje postoji obilje dobrog dizajna? Prednost je to što su oči svijeta uvijek uprte na Nizozemsku. Puno nas ljudi posjećuje i mnogo svjetske pažnje usmjereno je k nama. Kompeticija među nizozemskim dizajnerima također je vrlo zanimljiva, može se uočiti veliki broj skretanja u određena specifična područja i



WOULDN'T IT BE NICE IF THE WOOD GREW AROUND YOU, LIKE AN EMBRACE?

Interview with Chris Kabel

Chris Kabel is a Dutch product designer based in Rotterdam. He has worked with international brands and institutions such as Droog, Moooi, Royal vkb, the City of Seoul, the City of Bruges, Levi's, and Alessi. His work is collected by museums such as Fondation Nationale d'Art Contemporain, Stedelijk Museum Amsterdam, Boijmans Museum Rotterdam and Hangaram Design Museum Seoul.

TEXT BY: Ivana Borovnjak & Marko Golub

Are your projects mostly commissioned or self-initiated? What is the difference in the design process when doing one or the other? I am almost always commissioned; I like to respond to questions. A commission always has a certain context which for me is a necessary restriction. I do have a large cupboard full of self-initiated samples and ideas which might come in handy when I get a commission that relates to one or more of these.

Can you describe your designing process? Are there some common procedures that you're most comfortable with? A lengthy research of context, techniques and materials is a necessary luxury for me.

You have become a well known designer on the world scene and some of your objects for Droog have become icons of design today. How do you feel about design and fame? Has design become a superficial profession? I am not interested in fame but it helps you get more interesting assignments. The superficiality of design depends more on the designer and the lack of critical design journalism.

What are the benefits and drawbacks of working in a cultural context that is filled with so much good design as your country is? The benefit is that the eye of the world is always on the Netherlands. We get a lot of people visiting and a lot of attention from all over the world. The competition between Dutch designers is also very interesting; you see a lot of divergence into certain niches and people seriously looking for their 'own' handwriting. I seriously

wouldn't be able to name a drawback. Maybe only that the schools are so full. As a student I really liked it when I had the school for myself.

What is your design credo? That you cannot put a needle between it, as we say in Holland. It means that everything i.e. the materials and techniques used, the meaning of the object, the context in which the object will function, its purpose... everything is so well connected and balanced that everything feels right.

What are you working on now, and what are your plans for the future? Now I'm mainly working on a foldable chair. We are going to make a small edition of sixty pieces for a lecture space in Amsterdam, and we are also talking to a manufacturer that might mass produce it later on.

I am not interested in fame but it helps you get more interesting assignments. The superficiality of design depends more on the designer and the lack of critical design journalism

Can designed objects tell stories? Does some of your work have a narrative aspect in that sense? I'm trying to figure that out for myself actually. What is a story? A gold plastic bird that sits on a parasol that looks like a tree? I like hermetic objects, i.e. objects that refer to themselves. I think objects can share some of their meaning and origin but only as far as the origin, use and meaning of

DAN D IZLAGAČI • D-DAY EXHIBITORS



NIKO MIHALJEVIĆ (Zagreb)

Između ostalog, dizajn je konstruiranje ovog kratkog teksta unutar točno 160 znakova — po zahtjevu organizatora. Razmaci i interpunkcija su, naravno, uračunati.

Among other things, design is composing this short piece of text within no more than 160 characters — the organizers asked me to do so. Spaces and punctuation are, of course, included.

WEB: www.nikomihaljevic.com
MAIL: mihaljevic.niko@gmail.com



PETRA B. KRIŽAN (Zagreb), Dizajn cafe d.o.o.

Inspirirana suvremenim načinom života i prostorom koji nas okružuje, u oblikovanju težim monumentalnim, jednostavnim oblicima koji su kreirani u svrhu zadovoljavanja funkcije i potreba korisnika. Okupacije, jednostavne linije, suvremeni materijali, monokromatsko, itd...

Inspired by the modern way of life and the space that surrounds us, in my designs I strive for the monumentality and simplicity of forms created to satisfy function and the needs of users. Occupations, basic lines, modern materials, monochromatic, etc...

WEB: www.dizajncafe.com, www.petrablickrizan.com
MAIL: petra@dizajncafe.com ADRESA: 2 Maksimirsko naselje 5, Zagreb



VV / VINA ČURČIJA, VANESSA ŠERKA-KUSTEC (Zagreb)

Mlade i neiskusne, uvijek u potrazi za novim uzbudljivim iskustvima u svijetu dizajna.

Young and inexperienced, always in search for new and exciting experiences in the world of design.

WEB: vvduplo@tumblr.com
MAIL: vvduplo@gmail.com



MILENA + ANDREJA A/ MILENA MILIČIĆ, ANDREJA GEORGIEVSKI (Beograd)

Mi gradimo predmete. Naš namještaj dizajniran je da se uklopi u domove neobičnih, drukčijih, alternativnih i mladih u srcu.

We are object constructors. Our furniture is designed to fit in the homes of the peculiar, the different, the alternative and the young at heart members of this planet.

WEB: www.milenaandreja.blogspot.com
MAIL: milena.andreja@gmail.com



neki su u ozbiljnoj potrazi za svojim ‘vlastitim’ rukopisom. Trenutačno se ne mogu sjetiti ni jednog nedostatka. Možda jedino to što su nam

Opsežno istraživanje konteksta, tehnika i materijala za mene predstavlja nužni luksuz

škole prepune. Kad sam bio student, zaista mi se sviđalo to što sam bi praktički sam tamo. *Koji je vaš dizajnerski kredo?* Da ‘ne možete zabosti ni iglu’, kako mi u Nizozemskoj volimo reći. To znači da sve, odnosno korišteni materijali i tehnike, značenje predmeta, kontekst u kojem predmet funkcionira, njegova svrha... sve je toliko dobro povezano i uravnoteženo da je baš tamo gdje treba biti.

Na čemu trenutačno radite i kakvi su Vam planovi za budućnost? Trenutačno uglavnom radim na jednoj sklopivoj stolici. Načinit ćemo malu seriju od šezdeset komada za jednu predavaonicu u Amsterdamu, a također pregovaramo o tome da kasnije krene i u nešto masovniju proizvodnju.

Mogu li dizajnirani predmeti pripovijedati svoje priče? Posjeduju li neki od Vaših radova narativni aspekt? To zapravo i ja sam pokušavam otkriti. Što je priča? Zlatna plastična ptica koja sjedi na suncobranu koji nalikuje drvetu? Volim hermetične predmete, tj. predmete koji se referiraju sami na sebe. Mislim da predmeti mogu dijeliti nešto od svojeg značenja i podrijetla, no samo ako se radi o podrijetlu, uporabi i značenju konkretnog predmeta. Kada referenca nadilazi sam predmet onda postaje umjetnost. Tada biste svoj rad trebali početi nazivati umjetnošću ili možda napisati kakvu knjigu ili izraditi crtež.

Završili ste studij pri Design Academy Eindhoven pred desetak godina, a sada ste tamo predavač. Na koji su Vam način predmeti koje ste tamo odslušali pomogli da oblikujete ili promijenite vlastite pristupe i poglede na dizajn? Što vidite kao glavne ili najzanimljivije ideje ili koncepte te škole? U Eindhovenu sam naučio formulirati i materijalizirati ideje koje do tada nisu zapravo znale kako izaći iz moje glave. Vjerujem da se u Eindhovenu fokus ponekad previše stavlja (ili se stavlja, jer to se na sreću pomalo mijenja) na ljepotu ideje, a manje na ljepotu predmeta koji potječe od te ideje. Tako dobijemo prekrasne ideje, no ružne ili beskorisne predmete. Umjetnička sloboda, zdravi temelji za projekte, jasnoća, ponekad ne toliko fokusa na ljepotu, tj. ne zamijeniti ljepotu ideje za ljepotu predmeta.

Možete li nam reći nešto o Vašem nedavnom projektu, kružnoj klupi za Witte de With i TENT. Kakav je osjećaj bio dizajnirati za specifičan izložbeni prostor, odnosno specifično prostorno i mikrosocijalno okružje?

Lokacija i prostor stvorili su neka dobro definirana no komplicirana ograničenja bez kojih sumnjam da bih dizajnirao tu klupu. Prostor je ustvari predvorje u kojem ljudi mogu provesti određenu količinu vremena ili okupiti se prije početka predavanja, a također se koristi i kao prostor za primanje kod otvorenja i zbivanja pa se tamo služe pića i ljudi se druže. No uobičajenim radnim danima, prostor nije imao stvarnu funkciju i bio je podosta prazan. Tu je još bilo i dijeljenje prostora koje se zbiva kada se okupe posjetitelji dvije institucije koje međusobno nisu toliko blisko povezane. Stoga sam odlučio doslovno nacrtati krug oko svih tih funkcija i spojiti ih u jedan predmet. Sviđa mi se riječ ‘mikrosocijalno’ koju ste upotrijebili, mislim da je prikladna. Tako se rodila ideja za kružnu klupu. Tada sam poželio da posjeduje jednu vrstu monumentalne nemogućnosti koja bi istovremeno bila sasvim logična. Htio sam da klupa bude toliko dobra da može funkcionirati u brojnim prostorima, ne samo u prostoru za koji sam je dizajnirao. Ubrzo mi je palo na pamet učiniti nešto ‘nemoguće’ s drvetom. Ne bi li bilo lijepo kada bi drvo raslo oko vas, poput nekog zagrljaja? Nakon mnogo eksperimentiranja, razgovora sa stručnjacima, izrađivanja uzoraka i igranja s rezanjem i sastavljanjem drveta te nekoliko prototipova dobio sam svoju klupu...



the actual object is concerned. When the reference extends beyond the object itself it becomes more art. And then you should start calling your work art or maybe write a book or make a drawing.

A lengthy research of context, techniques and materials is a necessary luxury for me

You graduated from the Design Academy Eindhoven some ten years ago, and now you teach there. In what ways did the classes you took there help you shape or changed your own views and approaches in design? What do you see as the main or most interesting ideas and concepts of that specific school? In Eindhoven I learned to formulate and materialize the ideas that until then did not really know how to get out of my head. I do believe that sometimes the focus in Eindhoven is (or has been, as this is luckily already changing) too much on the beauty of the idea, and less on the beauty of the object that originates from that idea. I.e. beautiful idea but ugly or useless final object. Artistic freedom, sound foundations for projects, clarity, sometimes not too much focus on beauty or rather confusing the beauty of an idea with the beauty of the final object.

Can you tell us something about your recent project, circular bench for Witte de With and TENT. How was it to design for a specific gallery space, actually a specific spatial and micro-social environment? The location and the space created some well defined but complicated constraints without which I don't think I would have designed the bench. The space is a foyer or

lobby where people can spend some time and gather before a lecture starts, it is also used as a reception area for openings and events where drinks are served and people get together. But on a normal weekday the space had no real function and is really empty. And then there is the sharedness of the space where the visitors of two not necessarily closely related art institutions come together. So I decided to literally draw a circle around all these functions to combine them into one object. I like the phrase you used, ‘micro-social environment’; I think this fits the object. Hence the idea of a circular bench was born. Then I wanted it to have a sort of monumental impossibility that was at the same time completely logical. I wanted the bench to be so amazing that it would function in a lot of spaces, not only in the location I designed it for. Doing something ‘impossible’ with wood soon came to mind. Wouldn't it be nice if the wood grew around you, like an embrace? After a lot of testing, speaking with experts, making samples and doing experiments with cutting and assembling the wood as well as some share mock ups the bench was there...



STUDENTI ALU/BGD: ANĐELA BRAJOVIĆ, JAKOV MARKOVIĆ, VLADIMIR STAJIĆ (Beograd)

Svojim radom stvaramo sopstveni pristup dizajnu nameštaja, upotrebnih predmeta i rasvete, što se ovaj put ogleda u zanimljivoj kolekciji lampi, koje svojim estetskim, upotrebnim i ekološkim kvalitetom oplemenjuju svaki prostor.

We work to create our own personal approach to designing furniture, usable objects and lighting. This time, that is reflected in our interesting collection of lamps, which use their esthetic, utility and ecologic quality to make every space shine.

WEB: www.mladiiljudi.com
MAIL: mladiiljudi@gmail.com



INCLUSIVE DESIGN WORKSHOP, KERAMIKA: VODITELJI: Maja Mesić i Ian McLantyre; Ena Prišelec, Ika Peraić, Iva Markovac, Ana Armano, Ana Orbančić, Veronika Batinić, Tatjana Vukmir, Gordana Šoljan (Zagreb)

Karakteristike materijala su osnova oblikovanja svakog predmeta ove radionice.

NAORUŽATI SE ZNANJEM I HRABROŠĆU

Razgovor sa Zoranom Jedrejčićem

Zoran Jedrejčić je produkt dizajner koji živi i radi u Milanu, gdje vodi vlastiti ured. Rođen u Splitu, diplomirao je na ISIA u Firenci, bio je asistent Hiroshija Morishime, te radio u studiju Ettore Sottsass&Associates na projektima industrijskog dizajna. Dizajnirao je za niz uglednih internacionalnih kompanija. Sudionik je projekta i izložbi Recession Design.

TEKST: IVANA BOROVNJAK I MARKO GOLUB

Studirali ste u Zagrebu, zatim u Firenci te su vam se odatle otvorila vrata na svjetsku scenu. Kako je išao taj put?
Moj prvi dodir s dizajnom dogodio se u Splitu u srednjoj školi, i to zahvaljujući profesoru povijesti umjetnosti, a nastavio se razvijati na fakultetima u Zagrebu i Firenci. Mislim da mi je puno pomogla ta mješavina kultura i različitih shvaćanja dizajna. Tijekom studija su na moj stav o dizajnu kao kulturološkom fenomenu najviše utjecali profesori Paolo Deganello, s kojim sam surađivao nakon fakulteta, te Denis Santachiara i Isao Hosoe. Ipak najdublji i neizbrisiv utisak mi je ostavio Ettore Sottsass, s kojim sam surađivao sedam predivnih godina. Poslije je sve bilo lakše.

Izlagali ste na izložbi Recession Design koja je u velikoj mjeri bila i svojevrsni statement o produkt dizajnu i njegovoj ulozi. U kojoj mjeri koncepti koji su stajali iza Recession designa ujedno odražavaju i vaš stav o dizajnu?
Dizajn je odraz društva i sredine u kojoj djeluje. Projekt *Recession Design* osmišljen je prije četiri godine, nešto malo prije svjetske financijske krize. Kao što sve više ljudi u svijetu nastoje sami uzgajati bar dio onoga što jedu, ograđujući se od potrošačke ludnice i misleći na svoje zdravlje i financije, tako smo se i mi na neki način htjeli ograditi od ‘dizajn sistema’ koji svake godine proizvodi deset tisuća *novih* stolica, stolova, rasvjetnih tijela... i tako već pedeset godina...



WE NEED TO ARM OURSELVES WITH KNOWLEDGE AND COURAGE

Interview with Zoran Jedrejčić

Zoran Jedrejčić is a product designer based in Milan, where he runs his office. Born in Split, he graduated from the ISIA in Florence, worked as an assistant to Hiroshi Morishima, as well as at the Ettore Sottsass&Associates studio on industrial design products. He also worked as a designer for a series of reputable international companies. Jedrejčić is a participant of the Recession Design project and exhibition.

TEXT BY: IVANA BOROVNJAK AND MARKO GOLUB

You attended college in Zagreb, then in Florence, and from there you went on to become a world-renown designer. What was your road to stardom like?
My first experiences with design happened during my high school days in Split, thanks to my art history teacher, and they continued to develop in Zagreb and Florence. I think the mixture of cultures and approaches to design helped me a lot. During my college days, my attitudes toward design as a cultural phenomenon were mostly influenced by professors Paolo Deganello, with whom I worked after graduation, Denis Santachiara and Isao Hosoe. But it was Ettore Sottsass who left the biggest impression on me, and I am proud to have worked with him for seven full years. After that, everything became easy.

‘Recession Design’ also advocates a do-it-yourself approach, often in the sense that it is the user who should be responsible for finalizing the project. How and why is that important?
With ‘Recession Development’ we wanted to entice ‘users’ to look at design in a different, more free, and unconventional manner. We made some sort of ‘designer guide’, similar to a cookbook, in which we suggested ‘users’ recipes for preparing/cooking their own products. The Rizzoli publishing house issued our ‘cookbook’ a few months ago under the title *Design fai da te* – Idee contro la crisi (Do-it-yourself design – ideas for coping with the crisis).

Does every designer possess a certain amount of sensibility that stems from the place in which he/she grew up and the place in which he/she works, and what is the case with you?
I think that’s pretty normal. From Split I brought with me sea, sunshine and the Mediterranean, from Zagreb wonderful moments, friends, professor Muftić and Alfirević’s Statics 101, as well as my first designing experiences. From Tuscany... there are too many things to list. From Milan... everything else.

How do you position Croatian designers and the designers from neighboring countries on the world scene? What is their visibility?
I think I’m not the right person to give the answer to that question, but I do know that the Croatian design scene is very interesting at the moment. It is exotic in the best possible sense of the word, and it is in line with European trends. That’s why you need not worry about the future.

How important is it to raise awareness about the social importance of design and why?
All things and objects, all material and moral goods must in some way be designed, that is planned, and that alone makes awareness about those things extremely significant. It is very important to have a good design strategy in developing a national economy, as do the Scandinavian countries or Italy because that is the only way we will reach economic and social prosperity and competitiveness.

In design, is the symbolic more important than the utilitarian?
We could talk about this topic for hours, but to remain brief, I’ll paraphrase Ettore Sottsass’ last message: *Se qualcosa ci salverà sarà la bellezza* (Beauty will save the world, Dostoevsky).

What would you say to young authors who are at the very beginning of their professional careers?
I’d say the same thing I say to my students – see yourselves as bearers of culture who have to speak various ‘foreign’ languages in order to hear and understand what they are told by engineers, technologists, marketing people, opinion makers, the market, etc. Only then will you fully understand today’s designing system, arm yourselves with knowledge and courage and fight against it. Ninety percent of the time, the engineer, technologist, marketing people and opinion maker’s answer is ‘No – that cannot be done,’ or ‘it’s too expensive,’ or ‘the market won’t like it,’ or... They said the Wright brothers would never fly, that it was impossible... look at them now...

DAN D IZLAGAČI • D-DAY EXHIBITORS



BOJANA BOGAVAC (Podgorica)

Polje dizajna je široko. Dizajn za mene predstavlja sredstvo izražavanja, tumačenja i komunikacije, koje prenosi ideje i poruke na ubedljiv način, odnosno slike kreirane u bilo kojem mediju.

The field of design is large. Design is a way to express oneself, interpret and communicate which transfers ideas and messages in a convincing manner, that is, images created in any medium.

WEB: bojana.bogavac.tumblr.com MAIL: bbbojanabogavac@gmail.com
TEL: +38168396722 • ADRESA: ul. Peše Djurovića, Podgorica, Crna Gora



SANDRA ĐUKIĆ (Beograd)

Dizajn čini čovekov nezaustavljiv prirodni nagon da svojim pečatom promeni svet - učini ga boljim ili drugačijim - zavisno od individue.

Design is man's relentless natural urge to make his/her mark on the world - make it better or different - depending on the person.

WEB: www.sandradjukic.com MAIL: smaxi23@gmail.com



FILIP GORDON FRANK (Zagreb)

Osluškujem, čujem, gledam, vidim, opipavam, osjetim... Pa razmišljam, crtam, dizajniram...A onda se smijem... Svi se smiju.

I listen, I hear, I watch, I see, I feel, I sense... Then I think, draw, design... Everybody smiles.

WEB: www.filipgordonfrank.com
MAIL: info@filipgordonfrank.com



EMA GEROVAC (Zagreb)

Dizajn za mene predstavlja igru kojom možemo pomoći drugima da se lakše snalaze u svijetu, a pravila su jednostavnost, funkcionalnost i estetika.

Design is a game by which we can help others find their way in the world, and the rules are simplicity, functionality and esthetics.



Recession Design zastupa i 'uradi sam' pristup, često upravo u smislu da korisnik finalizira komad. Koliko je to važno, i zašto?

Sa *Recession Designom* htjeli smo potaknuti 'korisnike' da gledaju na dizajn na drukčiji, slobodniji, ne-konvencionalan način. Napravili smo neku vrst *dizajnerskog vodiča*, sličnog 'kuharici', u kojem 'korisnicima' predlažemo recepte kako da sami pripremaju/kuhaju svoje proizvode. Izdavačka kuca Rizzoli je prije par mjeseci i izdala tu našu 'kuharicu' pod naslovom *Design fai da te – Idee contro la crisi (Uradi sam dizajn – Ideje protiv krize)*.

Nosi li svaki dizajner nešto od senzibiliteta koji proizlazi iz sredine u kojoj je odrastao i sredine u kojoj djeluje, i što bi to bilo u vašem slučaju?
Mislim da je to normalno. Iz Splita nosim more, sunce i Mediteran u sebi, iz Zagreba predivne trenutke, prijatelje, osnove statike kod profesora Muftića i Alfrevića te prva iskustva u području dizajna. Iz Toskane... nema dovoljno mjesta da sve nabrojim. A iz Milana... sve ostalo.

Kako pozicionirate hrvatske dizajnere i dizajnerice iz regije na svjetskoj sceni?
Kolika je njihova vidljivost?
Mislim da nisam prava osoba koja bi vam mogla dati odgovor na ovo pitanje, ali znam da je hrvatska dizajnerska scena u ovom trenutku jako interesantna. Egzotična je u najboljem smislu riječi, i u skladu je s trendovima na europskom tržištu. Zato ne treba ni od čega strahovati.

Koliko je važno izgraditi svijest o važnosti dizajna u društvu i zašto?
Sve stvari, svi predmeti, sva materijalna i moralna dobra moraju na neki način biti osmišljena, odnosno projektirana, pa je samim tim svijest o njima jako bitna. Važno je imati dobro osmišljenu strategiju dizajna u razvoju gospodarstva, na nacionalnoj razini, kao Skandinavske zemlje ili primjerice Italija, jer to je jedini put ka boljitku i konkurentnosti samog gospodarstva, a time i društva.

Ima li u dizajnu simboličko prednost pred utilitarnim?
O ovoj temi mogli bismo satima pričati.... ali da budem kratak kao do sada, parafrazirat ću zadnju poruku Ettorea Sottsassa: *Se qualcosa ci salverà sarà la bellezza (Ljepota će spasiti svijet, Dostojevski)*.

Što biste poručili mladim autorima i autoricama koje tek stupaju na scenu i na tržište?
Poručio bih im isto ono što govorim svojim studentima – da se vide kao nosioci kulture koji moraju znati govoriti puno 'stranih' jezika kako bi mogli čuti i razumjeti što im govore inženjeri, tehnolozi, ljudi iz marketinga, opinion makeri, tržište, itd. Jedino tako mogu u potpunosti razumjeti današnji dizajnerski sustav, naoružati se znanjem i hrabrošću, i boriti se protiv njega. Odgovor inženjera, tehnologa, stručnjaka za marketing, *opinion makera*, i drugih u 90% slučajeva je *ne – to se ne može napraviti, ili previše košta, ili tržište to neće prihvatiti... ili...* I braći Wright govorili su da nikada neće poletjeti, da je to nemoguće... a ipak....



I Z L O Ž B A

ZAJEDNICA ZA INDUSTRIJSKI DIZAJN

ZzID

CENTAR ZA DIZAJN
Draškovićeva 45, Zagreb

od 24. 05. do 01. 07. 2011.
radnim danom od 10 do 16 sati



centar za
dizajn



CILJ NAM JE RAZBITI FAHOVSKE BARIJERE

Razgovor s Majom Lalić

Maja Lalić je arhitektica i dizajnerica, osnivačica kulturne platforme Mikser, zaslužne za organizaciju brojnih izložbi i događanja na polju arhitekture, dizajna i komunikacija. Osnivačica je kreativnog studija reMiks, autorica godišnje izložbe talenata Ghost project, suosnivačica i programska direktorica Mikser festivala te inicijatorica i suorganizatorica projekta Young Balkan Designers.

TEKST: IVANA BOROVIJAK I MARKO GOLUB

Kako je nastao Mikser festival, odnosno koje su bile početne pozicije s kojima ste ga krenuli raditi? Mikser festival je nastao spontano, iz potrebe stvaraoca u različitim kreativnim disciplinama za platformom koja bi pojedinačne dobre inicijative učinila još vidljivijim, dostupnijim medijima, široj javnosti, većem krugu kreativaca i potencijalnim naručiocima kreativnih usluga i projekata. Zapravo, nukleus prvog Mikser festivala 2009. godine predstavljao je mali nezavisni projekt Mikser organizacije indikativnog naziva: Ghost project, koji je mapirao tadašnju mladu scenu industrijskog dizajna, sa snažnim kritičkim predznakom upućenim industriji koja taj potencijal nerado i retko koristi u kreiranju svojih proizvoda.

Mikser je izrazito multidisciplinarna priča, u smislu da je on žarište najrazličitijih događanja – od onih vezanih za dizajn, do filma, muzike, suvremene umjetnosti i slično. Zašto vam je važna upravo ta multidisciplinarnost? Mikser organizacija se u svojim aktivnostima pre osnivanja Mikser festivala dosta bavila promocijom dizajna, pogotovo kroz pripreme izložbe Ghost project i organizaciju predavanja svetski priznatih dizajnerskih zvezda kao što su Konstantin Grčić, Ross Lovegrove, Karim Rashid, Luigi Colani, Gaetano Pesce, Arne Quinze, Matali Crasset, Patrizia Urquiola, Renne Remakers of Droog Design, Ora Ito, i mnogi drugi. Iako je naš angažman na promociji dizajna u najširim društvenim krugovima urodio plodom i znatno pomerio razumevanje ove discipline u medijima, shvatili smo da se naše različite profesionalne javnosti kreću u prilično zatvorenim krugovima koji se gotovo ne dodiruju. Dizajn, kao disciplina sa mnogo lica, duboko ukorenjena u svaki stvaralački proces, poslužio nam je kao savršen katalizator razvoja Miksera u mnogo veću, regionalnu platformu u okviru koje želimo ‘propovedati’ multidisciplinarni pristup kao poziv na razmenu znanja i ideja među kreativnim disciplinama: dizajn, arhitektura, vizuelne i dramske umetnosti, tehnologija, orđživi razvoj, biznis, politika, mediji, muzika, film, itd. Cilj nam je ‘razbiti’



Možda je najjednostavnije reći da je naš cilj demokratizacija naizgled elitnih kulturnih sadržaja, jer verujemo da kreiranje daleko kvalitetnije ‘mainstream’ kulture doprinosi istinski progresivnoj avangardi.

fahovske barijere, ‘otvoriti’ struke za nove in-pu-te, stimulirati iniciranje timskih multidisciplinarnih projekata koji će na međunarodnoj sceni postići daleko bolje rezultate.

Također, uzimajući u razmatranje disciplinarnu širinu i činjenicu da je inicijalno mali projekt narastao na masovno posjećeni festivalski kompleks, što bi rekla da je osnovna ideja, osnovni koncept koji i dalje obilježava Mikser kao festival i inicijativu? Zbog devalvacije društvenih vrednosti i hermetičnosti elitnih kulturnih krugova u po-

OUR GOAL IS TO ERASE THE BOUNDARIES OF OUR PROFESSION

Interview with Maja Lalić

Maja Lalić is an architect and designer, as well as founder of the Mikser cultural platform, which organized numerous exhibitions and events from the areas of architecture, design and communications. She is also the founder of the reMiks creative studio, author of the Ghost project annual talent exhibition, cofounder and program director of the Mikser festival, and initiator and co-organizer of the Young Balkan Designers project.

TEXT BY: IVANA BOROVIJAK AND MARKO GOLUB

How did the Mikser festival come into being, what were its beginnings like? The Mikser festival was a product of spontaneity and it was started as a result of the creative need for a platform which would make individual well-formed initiatives even more visible and accessible to the media, the public, a greater number of creative people and potential commissioners of creative services and projects. In fact, the nucleus of the first Mikser festival, which took place in 2009, was actually a small independent project of the Mikser Organization which bore the indicative name Ghost project. The project mapped the younger industrial design scene of the time with a strong critical message directed towards the industry, which rarely and unwillingly uses the potential of younger designers in creating its products.

The Mikser is a multidiscipline festival, meaning that it represents a focus point for a whole range of events – from design to film, music, contemporary art, etc. Why do you place so much stress on the multiplicity of disciplines? Before starting the festival, the Mikser Organization extensively dealt with activities that promoted design, especially through preparing the Ghost project exhibition and organizing lectures by world-renowned designers such as Konstantin Grčić, Ross Lovegrove, Karim Rashid, Luigi Colani, Gaetano Pesce, Arne Quinze, Matali Crasset, Patrizia Urquiola, Renne Remakers of Droog Design, Ora Ito and many others. Even though we had a lot of success in promoting design to a truly wide audience and significantly influenced the way the media perceive our discipline, we realized that our various professional personalities remain within closed circles that rarely cross paths. As a multi-facet discipline, design is deeply rooted in every process of creation, and we used it as a perfect catalyst for developing Mikser into a much larger, regional platform within which we wished to ‘preach’

Maybe it would be best to say that our aim is to democratize seemingly elite cultural contents, because we believe that creating a better mainstream culture contributes to a truly progressive avant-garde.

about the multidisciplinary approach as a foundation for an exchange of knowledge and ideas between creative disciplines: design, architecture, visual and dramatic arts, technology, sustainable development, business, politics, the media, music, film, etc. Our goal is to erase the boundaries of our profession, open other professions to new inputs, and stimulate team multidisciplinary projects which will achieve far better results on the international scene.

Taking into account the disciplinary width and the fact that an initially small project grew into a massive festival, what would you say is the basic idea, the main concept which still marks Mikser as a festival and as an initiative? Due to the devaluation of social values and the hermetic quality of cultural circles in Serbia in the past two decades, the younger population missed out on many chances to get an out-of-school education, a greater liking of art and an affinity towards intellectual work and creative disciplines. Maybe it would be best to say that our aim is to democratize seemingly elite cultural contents, because we believe that creating a better mainstream culture contributes to a truly progressive avant-garde. We do not want to be the ‘guards’ or ‘keepers’ of contemporary culture who delicately present it only to a selected audience of worthy people, which was the case with many cultural institutions during the recent politically turbulent events on the Balkans. Stimulating (exchange), disseminating (information), sharing (contacts), uniting (different audiences) are only some of the key words for understanding the Mikser concept, and it is no surprise that each day we gain more and more friends and partners among organizations that think and function alike.

One of the features Mikser and D-Day share is the spatial magic – i.e. the industrial architecture that hosts both events. What is the story behind your space, what is its history and status, and how does it contribute to the identity and atmosphere of the festival? We stumbled upon the silos by accident, after months of negotiation with the managers of the neighboring industrial location. When the initial agreement with the Belgrade river harbor fell through, we suddenly got the chance to organize the festival in the neighboring and still functional factory complex ‘Žitomlin’. We never thought that it would become our permanent location. However, it didn’t take us and the participants long to become enchanted with the raw ambient of the plant and the silos. The naked concrete and visible pipes perfectly fit into the festival’s concept and current economic conditions – we presented authentic projects without trying to make them look ‘prettier’ than they really were. As a result, this juxtaposition has precisely the opposite effect in setting designer and artistic artifacts against an industrial environment. Ever since the first Mikser festival, our cooperation with the ‘Žitomlin’ management is becoming more and more fruitful, we are using more and more space and making long-term plans. The owners of the factory complex have realized the significance of the Mikser festival in promoting the attractive industrial location not far from the heart of Belgrade and it will undoubtedly start



VIKTOR ŽIRAHA (Zagreb)

Viktor Žiraha, imaginarna osoba, na Danu D predstavlja robnu marku Jupii za Upii osmišljenu u suradnji s 20-ak članova interdisciplinarnog tima Udruge za promicanje inkluzije iz Zagreba, za vrijeme trajanja radionice inkluzivnog dizajna Extra Ordinary Design, Zagreb 2011.

Viktor Žiraha, an imaginary person, will use D Day to present the brand Jupii for Upii, which was designed in cooperation with 20 or so members of the interdisciplinary team of the Association for the Promotion of Inclusion from Zagreb during the 2011 workshop of inclusive design Extra Ordinary Design.

WEB: www.facebook.com/pages/Jupii-za-Upii/119049338179516
MAIL: jupizaupi@gmail.com MOB: +385 91 565 7014

slednje dve decenije u Srbiji, mlada populacija je u tom periodu propustila mnoge šanse za vannastavno obrazovanje, prijemčiviji odnos prema umetnosti, razvijanje afiniteta prema intelektualnom radu i kreativnim disciplinama. Možda je najjednostavnije reći da je naš cilj demokratizacija naizgled elitnih kulturnih sadržaja, jer verujemo da kreiranje daleko kvalitetnije ‘mainstream’ kulture doprinosi istinski progresivnoj avangardi. Ne želimo da budemo ‘stražari’ ili ‘čuvari’ savremene kulture, pažljivo je servirajući samo probranoj publici koja to zaslužuje, što je bila praksa mnogih kulturnih institucija tokom recentnih politički turbulentnih prilika na Balkanu. Stimulisanje (razmene), širenje (informacija), deljenje (kontakata), ujednjenje (različitih publika) su neke od ključnih reči za razumevanje koncepcije Miksera, te ne čudi činjenica da svakodnevno stičemo sve više prijatelja i partnera među organizacijama koje slično misle i delaju.

Jedna od stvari koje su Mikseru i Danu D zajedničke jest magija prostora – odnosno industrijska arhitektura u kojoj se cijela stvar održava. Koja je priča s tim prostorom u vašem slučaju, o kakvom se prostoru radi, koji je njegov status i čime on, konačno doprinosi identitetu i atmosferi samog festivala?

U silose smo zalutali slučajno, pregovarajući mesecima sa menadžerima susedne industrijske lokacije. Kada su inicijalni dogovori sa Lukom Beograd propali, volšebno nam se ukazala mogućnost da u susedstvu, u još uvek funkcionalnom fabričkom kompleksu Žitomlin, organizujemo prvi Mikser 2009. godine, bez jasne ideje da ćemo se na duže vezati za ovu lokaciju. Međutim, magija se desila, sirovi ambijenti magacina i silosa su osvojili i nas, i učesnike, i publiku. Ogoljeni beton i vidljive instalacije savršeno se uklapaju u koncepciju festivala i tekuće ekonomske prilike, da autentične projekte prikažemo bez ‘ulepšavanja’, uz minimalna sredstva. U krajnjem ishodu ova jukstapozicija ima upravo pozitivan efekat isticanja dizajnerskih i umetničkih artefakata naspram industrijskog okruženja. Od prvog Miksera naša

Naš moto je da je 'kriza šansa koju ne smemo propustiti', ne pristajemo da nas ponese talas letargije, pasivnosti. Nastupima u inostranstvu računamo na 'bumerang efekt' kod naših proizvođača koji se zapravo sada i dešava

saradnja sa upravom Žitomlina se produbljuje, osvajamo sve više prostora, pravimo dugoročne planove. Naime, novi vlasnici kompleksa uočavaju značaj Mikser festivala za promociju ove atraktivne lokacije nedaleko od centra grada, koja će sasvim sigurno imati komercijalni život u budućnosti. Razmišljamo zajedno čak i o tranzitornom periodu tj. razmatramo mogućnost da se postojeća proizvodnja i skladištenje brašna zameni kreativnom industrijom.

Mikserov projekt Young Serbian Designers prošao je zapaženo u dizajnerskom svijetu. Ove godine u Milanu je predstavljena proširena verzija pod imenom Young Balkan Designers. Kako i zašto ste inicirali ove projekte i kakve su reakcije javnosti? Izložba Young Serbian Designers nastala je kao logičan nastavak projekta Ghost Project kada je, nakon 3 godine mapiranja domaćih mladih talenata iz oblasti industrijskog dizajna, kvalitet radova dosegao nivo koji možemo da prikazemo ostatku sveta. Milanski sajam nameštaja smo izabrali za destinaciju za premijerno predstavljanje esencije srpskog dizajnerskog talenta, kao najposećeniju i najznačajniju internacionalnu strukovnu manifestaciju. Tokom dva uspešna nastupa u Milanu pod ‘zastavom’ Young Serbian Designers, prilazilo nam je mnogo dizajnera iz svih bivših jugoslovenskih republika i okolnih zemalja sa upitima o projektu i mogućnostima učestvovanja, te smo shvatili da je nacionalni okvir projekta tesan, da je potreba za ovakvom platformom jednaka u svim zemljama okruženja, i da udruženim snagama možemo postići još bolje rezultate na svetskoj sceni. Ono što se ispostavilo kao dodatni kvalitet ovako unapređene inicijative Young Balkan Designers jeste činjenica da saradnja dizajnera na ovom projektu doprinosi uspostavljanju pokidanih veza u regionu i stvaranju boljeg poslovnog ambijenta za rad talentovanih autora na Balkanu.

Proizvodnja u regiji posljednjih godina stagnira. Koja je uloga dizajnera u takvoj situaciji? Ima li uopće mjesta za dizajn na ovim prostorima, koja je njegova vidljivost i status unutar društva? Retki su primeri kod domaćih proizvođača da se ozbiljnije ulaže u dizajn, razvoj, istraživanje. Dizajneri stoga moraju preuzeti i obrazovnu ulogu, biti uporni i konstantno raditi na promociji dizajna, i to na 2 fronta. Trebaju na sebe uzeti ulogu neke vrste katalizatora procesa koji se jako sporo odvijaju, ne samo kod nas. Mikserovi naponi promocije naših talenata u inostranstvu kroz platformu Young Balkan Designers su pomalo ‘virtuelni’, tj. ne odgovaraju pravom stanju u privredu – dižu prašinu oko

Our motto is that ‘the crisis is a chance we cannot afford to miss’, we do not allow ourselves to be overwhelmed by the wave of lethargy and passivity. By exhibiting abroad, we hope for a boomerang effect, which is actually happening in our domestic production as we speak

living a more commercial life in the future. We are even considering a transitory period, that is, the possibility that the existing production and warehouse be replaced with some kind of creative industry.

Mikser’s project Young Serbian Designers drew much attention in the design world. This year in Milan, you presented a broadened version of the same project under the name Young Balkan Designers. How and why did you initiate these two projects and what were the public’s reactions? The Young Serbian Designers exhibition was created as a logical continuation of the ‘Ghost project’ when, after three years of mapping domestic industrial design talents, the quality of the works reached a level we saw fit to be presented to the world. As the most visited and most important international professional manifestation, the Milan furniture fair was chosen as the venue for the premiere of the essence of Serbian design talent. During the two successful exhibits under the name Young Serbian Designers, we had a lot of designers from other ex-Yugoslav republics come up to us and ask about the project and if they could join us. We realized then that staying within national boundaries really narrowed our possibilities, and that the need for this kind of platform is equal to all neighboring countries, so we decided to go for even greater success on the world scene by teaming up with our fellow Balkan designers. What turned out to be an additional quality of the Young Balkan Designers initiative is the fact that the cooperation of designers on this project contributes to reestablishing broken bonds with other countries of the region and creating a better business atmosphere in which young Balkan authors can work.

The production in the region has been stagnating in the previous year. What is the role of the designer in such a situation? Is there any room for design in our region and what is its visibility and status within society? Domestic production only rarely makes serious investments in design, development and research. Designers must therefore take over the role of educators, be persistent and constantly work on promoting design on two separate fronts. They must take on the role of some sort of a catalyst for processes which ordinarily take very long to complete themselves, not only in our region. Mikser’s efforts to promote domestic talents internationally through the Young Balkan Designers platform are to a certain extent ‘virtual’, that is, they are not in accordance with the real state of affairs – making a fuss about design while production stagnates. Our motto is that ‘the crisis is a chance we cannot afford to miss’, we do not allow ourselves to be overwhelmed by the wave of lethargy and passivity. By exhibiting abroad, we hope

for a boomerang effect, which is actually happening in our domestic production as we speak. Once you prove yourself abroad, once your authors are featured in Domus, Wallpaper and Surface magazines, on Designboom and Dezeen.com, then you become far more visible, both in the media and the production spheres. The number of purchase queries at our Milan exhibition stand gets larger by the year, and imagine an industry that would be willing to support that number. This is a signal to the domestic production which says that an investment in this line of products would achieve world success. By exhibiting in Milan, we are actually testing the international market.

Western countries are several ahead when it comes to design production. How would you position Balkan designers within the world scene? Does Balkan design have a specific story to tell? That is the perpetual question, is there a Balkan design and can we think of it in terms similar to those when we think of Scandinavian design. If we are talking about a formational language, I think that a common denominator is neither necessary nor desirable, but I’m sure that we could create a joint philosophy in creating regional products, and we are starting to shape that philosophy by working with young designers within the Young Balkan Designers project. With the selfless aid of Konstantin Grčić, the mentor of the project and an overall great influence on designers, by that I mean his wisdom, nobleness and ethics, we have established the competition criteria which rationally relate to the context in which a young Balkan designer creates. If we go back to the joint philosophy of Balkan designers, then our criteria are focused on accepting realistic opportunities and transforming our economic, social and technologic limitations into comparative advantages. We encourage the simplicity of form, the usage of available materials and the application of usable technical solutions, while simultaneously stimulating intellectually thought through, honest and humorous design solutions, which, combined with an unpretentious materialization (most often through wood), provide an exquisite result. Unpretentiousness, simplicity and humor may be the elements of a new Balkan design story.

What are Mikser’s plans for the future? We have many plans. As the number of disciplines within the Mikser festival increases, so does the field within which we operate. As part of our publishing activity, along with our recently published monograph about Mirko Ilić, we are preparing several new editions. When it comes to young talents, we wish to use the experience gained through exhibiting abroad as

Mikser’s efforts to promote domestic talents internationally through the ‘Young Balkan Designers’ platform are to a certain extent ‘virtual’, that is, they are not in accordance with the real state of affairs – making a fuss about design while production stagnates



ENA BAĆANOVIĆ (Vinkovci)

Dizajn je za mene način razmišljanja i razvijanja ideja koje se uvijek pojave kasno u noći, a uz dovoljnu količinu vremena i kave postanu ono nešto.

For me, design is a way of thinking and developing ideas that come up late in the night, and become reality after a certain amount of time and coffee.

WEB: www.sohoruby.tk
MAIL: rubsoho@gmail.com MOB: +385998203895



BOJIĆ&ŠOŠA / NIKOLA BOJIĆ, GORAN ŠOŠA (Split)

Goran i Nikola se razlikuju u visini, ali se slažu oko važnih pitanja vezanih za filozofiju oblikovanja.

Goran and Nikola may not be the same height, but they are on the same level when it comes to issues relating to the philosophy of formation.

MAIL: goran.sosa@gmail.com



ANA TEVŠIĆ (Zagreb)

Neopisiv je osjećaj svojim radovima izmamiti ljudima smješkak!

It is an indescribable feeling when your work puts a smile on a person’s face!

MOB: +385 98 9414 818
MAIL: tevsić.ana@gmail.com WEB: www.anatevsic.tumblr.com



dizajna dok produkcija stagnira. Naš moto je da je 'kriza šansa koju ne smemo propustiti', ne pristajemo da nas ponese talas letargije, pasivnosti. Nastupima u inostranstvu računamo na 'bumerang efekt' kod naših proizvođača koji se zapravo sada i dešava. Tek kada se dokažeš u inozemstvu, kada izađu objave o našim autorima u Domusu, Wallpaperu, Surface magazinu, na Designboomu i Dezeen.com-u, onda postajemo daleko vidljiviji i kod naših proizvođača i medija. Broj upita za kupovinu pojedinačnih produkata na našem štandu u Milanu je svake godine veoma veliki, zamislite da postoji industrija koja to hoće da podrži. To je za domaće proizvođače signal da bi ulaganjem u ovakve proizvode doživeli uspeh i na svetskom tržištu. Predstavljanjem u Milanu mi za njih zapravo testiramo međunarodno tržište.

Zapadne zemlje nekoliko su koraka ispred u dizajn produkciji. Kako pozicioniraš balkanske dizajnere u okviru svjetske scene? Ima li balkanski dizajn neku posebnu priču?
To je večno pitanje, postoji li balkanski dizajn, može li se govoriti o njegovom identitetu na način na koji to možemo kada je u pitanju recimo skandinavski dizajn. Ako govorimo o oblikovnom jeziku, mislim da zajednički imenitelj nije ni potreban, niti poželjan, ali je sasvim sigurno da se može iskristalisati srodna filozofija u kreiranju proizvoda sa ovih prostora, koju mi polako naziremo radeći sa mladima na projektu Young Balkan Designers. Uz nesebičnu pomoć Konstantina Grčića, mentora projekta i velike ličnosti među dizajnerima, pre svega mislim na njegovu mudrost, plemenitost i etiku, uspostavili smo kriterijume konkursa koji se racionalno odnose prema kontekstu u kome savremeni mladi dizajner sa Balkana stvara. Ako se na tren vratimo na zajedničku filozofiju balkanskih dizajnera, onda su ti naši

Mikserovi naponi promocije naših talenata u inostranstvu kroz platformu Young Balkan Designers su pomalo 'virtuelni', tj. ne odgovaraju pravom stanju u privredu – dižu prašinu oko dizajna dok produkcija stagnira

kriterijumi usmereni ka prihvatanju realnih prilika i transformaciji naših ekonomskih, socioloških i tehnoloških ograničenja u komparativne prednosti. Ohrabrujemo jednostavne forme, upotrebu dostupnih materijala i primenu izvodljivih tehničkih rešenja, dok istovremeno stimulišemo intelektualno promišljena, iskrena i duhovita dizajnerska rešenja, što u kombinaciji sa nepretencioznom materijalizacijom (najčešće u drvetu) može da pruži genijalan rezultat. Nepretencioznost, jednostavnost i humor mogu biti elementi te posebne priče balkanskog dizajna.

Koji su planovi Miksera za budućnost?
Planova ima mnogo. Kako se granaju discipline prisutne na Mikser festivalu, tako raste i polje našeg delovanja. U okviru naše izdavačke delatnosti, pored upravo objavljene monografije o Mirku Iliću, u pripremi je nekoliko novih izdanja Mikser Books. Kada je reč o radu sa mladim talentima, iskustvo stečeno nastupima u inostranstvu želimo da pretočimo u naredni korak evolucije projekta Young Balkan Designers. Naime, spremamo se da iz faze traganja za prototipima koje bi predstavljali na svetskim talent smotrama zakoračimo u svet realnih proizvoda. Radićemo i dalje na više frontova, sa nastavivćemo sa vrednim mapiranjem talenta kroz niz konkursa i izložbi, dok na drugoj strani intenzivno uspostavljamo saradnju sa domaćim, regionalnim i stranim firmama koje pokazuju interesovanje za saradnju sa mladim dizajnerima, poput srpskog Simpa, bosanskih proizvođača Rukotvorine i Artisan, nemačkog Kareja, itd. Ideja je da u saradnji sa zainteresovanim proizvođačima koncipiramo konkurs koji traga za dizajnerskim i tehnološkim rešenjima za konkretne proizvode potrebne ovim kompanijama, te da izborom za najbolje radove u različitim kategorijama, umesto prototipa, dobijemo proizvode koji sigurno ulaze u serijsku proizvodnju.



an enticement to make the next step in the evolution of the Young Balkan Designers project. We are preparing to shift from the search for new prototypes to present internationally towards the world of real products. We will still be active on several fronts, and we will continue our efforts of mapping talents through exhibitions and competitions, but we will also try to establish a cooperation with domestic, regional and foreign companies which show interest in working with young designers, such as the Serbian Simpa, the Bosnian Rukotvorine and Artisan, the German Kareja, etc. The idea is to, in cooperation with interested production companies, come up with a competition which would

be aimed at design and technological solutions for specific products. By choosing the best works in various categories, instead of a prototype, we will get products which will go into mass production.

Mikser's efforts to promote domestic talents internationally through the 'Young Balkan Designers' platform are to a certain extent 'virtual', that is, they are not in accordance with the real state of affairs – making a fuss about design while production stagnates



SRĐANA ALAC (Zagreb)

Dizajn je kao pucanje u pokretnu metu, činjenje promjena, razumijevanje potreba i pronalaženje rješenja. I još puno više od toga.

Design is like shooting at a moving target; it's making a change, understanding needs and finding solutions. And it's so much more than all that.



MATEA PASARIĆ (Rijeka)

Ono što stvaram je moje viđenje svega što me okružuje.

What I create is what I see around me.

MAIL: mateapasaric@yahoo.com
WEB: www.flickr.com/mateapasaric



KANCELARIJA / MAŠA MILOVAC, MATEA BRONIĆ, ZORAN ĐUKIĆ, JAN PAVLOVIĆ, KRISTINA VOLF (Zagreb)

Kancelarija je neformalna skupina prijatelja, dizajnera različitih pristupa, pogleda i stilova, ali sa zajedničkim ciljem stvaranja dobrog, pametnog dizajna.

Goran and Nikola may not be the same height, but they are on the same level when it comes to issues relating to the philosophy of formation.

ADRESA: Kancelarija, Prilaz Gjure Deželića 51, Zagreb
MAIL: all@kancelarija.org WEB: www.kancelarija.org



EXTRAORDINARYGRAFIKA / DRAGANA ILEŠ, DINO SMREKAR, BARBARA ZEC (Zagreb)

URIHO je dobro mjesto za dizajnere jer su jedni od rijetkih u Hrvatskoj koji nešto proizvode.

URIHO is a good place for designers because they are among the precious few who actually produce something.

MAIL: barbara.zec@gmail.com
WEB: www.behance.net/barbara_zec



MAJA MESIĆ (Zagreb)

Design is about what good it brings to people.

Design is about the good it brings to people.

MOB: +385 98 751 806 MAIL: maja.productdesigner@gmail.com
WEB: www.facesofdesign.com, www.majamesic.com

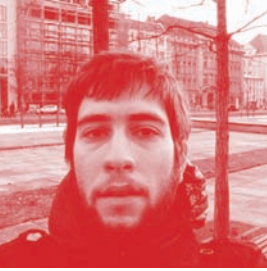


URIHO METAL TEAM / FILIP GORDON FRANK, VALENTINA VIČEVIĆ, ANA PERKOVIĆ, DINO IVAŠIĆ, KATARINA PERIĆ, SANJA ROTTER, DORJA KOMAZLIĆ I ADRIANA PAVELIĆ (Zagreb)

Ljudi u kutama.

People in white coats.

WEB: www.facebook.com/pages/Extra-ordinary-design/192134994150595
MAIL: nebojsa@yondermagnetik.com, hello@lasergornyak.com MOB: +385998203895



BORJAN GRUJIĆ

Ključne reči kao odgovori: koncept, estetika, funkcija, angažovanje, oživljavanje, lični pristup, duhovitost, igra, radoznalost, strast, davanje, cilj, inovacija, komunikacija...

Keywords as answers: concept, esthetics, function, effort, revival, personal approach, humor, play, curiosity, passion, giving, goal, innovation, communication...

WEB: www.flickr.com/photos/60022398@No7
MAIL: borjan86@gmail.com

**if only
I could get
a dollar
everytime
someone
says
“I want a print”**



www.peugeot.hr
www.pokazikarakter.hr

NOVI PEUGEOT 308. POKAŽI KARAKTER.



PEUGEOT 308 ELEMENT

već od **99.900** kn

PEUGEOT PREPORUČA TOTAL PEUGEOT PREPORUČA PEUGEOT FINANCIRANJE

Kombinirana potrošnja goriva (L/100 km): 6,3. Masa ispuštenog CO₂ (g/km): 144. Slika automobila je simbolična.

Potražite novi Peugeot 308 s automatskom klimom, alu-felgama i tempomatom u serijskoj opremi kod svih Peugeot koncesionara!

NOVI PEUGEOT **308**



PEUGEOT
MOTION & EMOTION

PROJEKTIRANJE ANGAŽIRANOSTI

Razgovor s Marojem Mrduljašem

Maroje Mrduljaš je kritičar dizajna i arhitekture, autor i urednik više knjiga u području suvremenih arhitektonskih i dizajnerskih praksi. Zajedno s V. Kulićem osnivač je istraživačke platforme *Nedovršene modernizacije*. Bio je kustos i sudjelovao u više izložbi te predavao internacionalno. Radi na Arhitektonskom fakultetu u Zagrebu.

TEKST: MARKO GOLUB

Pred kraj svog eseja u knjizi iskoristio si dvije prilično zgodne sintagme kako bi pokušao objasniti sinergiju dizajna i nezavisne kulture o kojoj knjiga govori: 'forma bez utopije' i 'utopija bez forme'. Možeš li uvodno pojasniti tu misao za one koji još nisu čitali.

Parafrazirao sam talijanskog teoretičara Manfreda Tafurija iz njegove ključne knjige *Progetto* e utopia gdje on, najjednostavnije rečeno, dijagnosticira neuspjeh radikalnih ideala povijesnih umjetničkih avangardi s početka stoljeća. Tafuri tu dijagnozu postavlja ranih 1970-i kada su, po njemu, moderni arhitektura i dizajn već u cijelosti apsorbirani u kapitalistički poredak i izgubili su svoju kritičku autonomiju. Koristeći ta dva pola nastojao sam slikovito upozoriti na dvije naoko oprečne tendencije u dizajnu. Jedna je tendencija više ili manje vješto 'dizajniranje' bez ikakve svijesti o društvenim učincima dizajna. Druga je tendencija promicanje nejasnih utopijskih ili 'angažiranih' stavova koji nisu u dizajnerskom i društvenom smislu kvalitetno artikulirani pa zato i ne mogu biti učinkoviti. Poruka jest da dizajn, ukoliko još smatramo da on može ili treba biti jedno od sredstava društvenog progressa, mora imati razmjerno jasnu viziju o društveno korisnim ciljevima prema kojima se treba kretati, ali isto tako treba biti i dobro 'isprojektiran', pri čemu projekt ne znači samo dobro oblikovanje nego i pronalaženje novih pravaca djelovanja i stvaranje suradničkog odnosa sa drugim društvenim akterima.

Što izdvajaš kao glavne karakteristike isprepletenosti dizajna i nezavisne kulture? Što ta isprepletenost znači za dizajnere, a što za nezavisnu kulturu?

Dizajn je u Hrvatskoj odigrao aktivnu ulogu u rastu suvremene i istraživačke kulture, i to najbolje kada se radilo o cjelovitim 'projektima', dakle u situacijama kada je dizajn služio i kao vizualna identifikacijska odrednica naprednih umjetničkih i društvenih praksi ali i kao medijator tih ideja. Dobar dizajn komunikacija traži refleksivan odnos prema sadržaju koji se posreduje i diseminira. Taj sadržaj se može razvijati i interpretirati kroz vizualni aspekt ali i kroz inteligentno strukturiranje informacija, taktičko korištenje medija i slično i upravo to se dešavalo tijekom zadnjih dvadesetak godina i više. Također, ambicije dizajnera i protagonista nezavisne kulture sasvim su se logično uzajamno raspoznale, čime je stvoren kontekst za eksperimentalni rad. U toj suradnji raspoznajem i ponešto pozitivne kompeticije.

Iako je fokus na posljednja dva desetljeća, zahvalio si i period prije toga, negdje do šezdesetih godina. Koliko je važno to 'ukorijenjivanje' i kakve nam vidike ono donosi u smislu jasnijeg definiranja ovog novijeg fenomena kojim se baviš. Konteksti su, naime, drukčiji, ali i bliski.

Ono što danas u Hrvatskoj zovemo 'nezavisnom' kulturom u ranijim periodima se manifestiralo kroz neke druge, no strukturalno slične 'enklave' intelektualne i kreativne slobode koja je bila kritička, i u opoziciji prema matici kulture ili društva u cjelini. Tako 1960-e donose društveni pejzaž u kojem se i radikalnija kulturna opozicija tolerira, modernost postaje sve heterogenija a umjetnost nastoji 'izaći na ulice'. Ono što vidim ključnim i poučnim u tom periodu jest želja tadašnjih protagonista kulturnog života da osvoje svoji vlastiti kontekst za rad, da makar i naivno djeluju u javnom prostoru, kao što je važno i sinergijsko djelovanje na kulturnoj sceni, uključivo i dizajn.

U knjizi si bio donekle otvoren prema pojavama koje ne dolaze iz kruga nezavisne kulture, ali dijele nešto od njenog duha, a istovremeno si bio i stroži i selektivan u slučaju dizajnerskih radova koji nisu na odgovarajući način odgovorili na slobodu koju im je nudilo djelovanje iz tog 'nezavisnog' kulturnog konteksta. Što su za tebe bile granice područja razmatranja odnosa nezavisne kulture u smislu produkcije i dizajna? Gdje je najteže bilo povući crtu?

Ne mislim da je 'nezavisna' kultura jedno područje u kojem se gradi kritička misao ili gdje se jedino istražuju suvremene estetike. Kulturne politike i borba za ostvarivanje prava i uvjeta za rad kojima je okupiran dio 'nezavisne' kulturne scene važni su sa razvoj civilnog društva u Hrvatskoj, no mene u prvom redu zanima sadržaj – iskren, poticajan, obogaćujući, uzbudljiv, oslobađajući... 'Nezavisna kultura' se na neki način i institucionalizirala i profesionalizirala. Ne mislim da je to loše, naprotiv, ali to nije samo po sebi i garancija da ćemo imati bolju umjetnost ili napredniji politički život.



DESIGNING INVOLVEMENT

Interview with Maroje Mrduljaš

Maroje Mrduljaš is a design and architecture critic, and author and editor of several books from the field of contemporary architecture and design practices. Together with V. Kulić, he is the founder of the research platform *Unfinished modernizations*. He was a curator and participant of many exhibitions and a lecturer at several international venues. He currently works at the Zagreb Faculty of Architecture.

TEXT BY: MARKO GOLUB



Towards the end of your essay, you used two especially appropriate phrases in order to explain the synergy of design and independent culture of which your book speaks: 'form without utopia' and 'utopia without form.' Could you explain that notion for those who haven't read your book yet?

I paraphrased the Italian theoretician Manfred Tafuri who, in his book *Progetto* e utopia, diagnosed, to put it simply, the failure of radical ideas of historical artistic avant-gardes from the beginning of the century. Tafuri sets his diagnose in the 1970s, when, in his opinion, modern architecture and design were completely absorbed by the capitalist order and lost their critical autonomy. Through using the two extremes, I tried to indicate two seemingly opposing tendencies in design. One tendency is more or less skillful 'designing' without awareness of the social impacts of design. The other tendency is promoting vague utopian or 'involved' attitudes which aren't articulated well enough neither in the design nor in the social sense, so therefore cannot be efficient. The message is that design, if we still perceive it as a possible or necessary means of social progress, has to have a considerably clear vision about socially useful goals to which it should strive. However, it also has to be well-planned, by which I don't just mean that it has to be formed in a proper manner, but that it has to find new directions of action and cooperate with other social factors.

What would you point out as the main characteristic of the mutual connection between design and independent culture? What does that connection represent for designers, and what does it represent for independent culture?

Design has played an active role in the growth of contemporary and research culture in Croatia, primarily when it comes to complete 'projects', i.e. situations when



design serves both as a visual identity determinant for advanced artistic and social practices and a mediator for that type of ideas. Good communication design demands a reflexive approach towards the content that is being mediated and disseminated. That content can be developed and interpreted through the visual aspect, but also through an intelligent structuring of information, the tactical usage of media, etc., and that is what has been happening in the past twenty years or so. Also, the ambitions of the designers and the protagonists of independent culture have logically recognized each other mutually, and that created the context for experimental work. I see a certain amount of positive competition in that cooperation.

Even though you place focus on the past two decades, you have also gone a bit further into the past, almost to the 1960s. How important is the 'embedding' and what does it contribute to our perspective when it comes to a clearer definition of the newer phenomenon you deal with. The contexts are different, but at the same time related.

What we in Croatia call 'independent' culture today was previously manifested through somewhat different, but structurally similar, 'enclaves' of intellectual and creative freedom, which was both critical and opposed to the cultural matrix or the society in its entirety. The 1960s brought a social landscape in which even the more radical cultural opposition was tolerated, modernity became more and more heterogenic, and art wanted to 'hit the streets'. What I see as crucial and educational in that period is the desire of the cultural life protagonists to retrieve a work context of their own, even if it did mean naively participating in the public domain. Equally important was the synergetic participation on the cultural scene, which includes design.

In your book, you were moderately open towards phenomena that do not originate from independent culture, but do share some of its spirit, however, simultaneously harsher and more selective when it came to designer works that did not respond in a suitable manner to the freedom they were offered by participating in the 'independent' cultural context. What would you say were the limits of the area that studies independent culture's relationship with production and design? Where did you have difficulties drawing the line?

I don't think 'independent' culture is an area where one constructs critical thought or where only modern esthetics are researched. Cultural policies and the struggle to achieve rights and proper conditions for work, which occupy a part of the 'independent' cultural scene, are important for the development of civil society in Croatia, but I am primarily interested in content – truthful, exhilarating, fruitful, exciting, freeing content... 'Independent culture' has in a way institutionalized and professionalized itself. I don't necessarily consider that to be a bad thing, on the contrary, but that alone is not a guarantee that we'll reach a better art and a more advanced political life.

PRODUKTAŠI MIJENJAJU STRATEGIJU

Croatian Designers' Impact — maloserijska proizvodnja kao optimistična nova tendencija u domaćem dizajnu

TEKST: Koraljka Vlajo

Croatian Designers Impact naziv je izložbe kojom se dvanaest hrvatskih dizajnerskih grupa, dvojaca te samostalnih dizajnerica i dizajnera predstavilo na ovogodišnjem milanskom sajmu namještaja. Izložba je postavljena u staroj tvorničkoj hali Fabbbrica del Vapore unutar zasebnih događanja sakupljenih pod temom *Design Sensibile*. Teško prevodiv pojam, prema autorima koncepta, obuhvaća društveno i kulturološki osjetljiv dizajn, zasnovan na stvarnim potrebama ali i lokalnim proizvodnim mogućnostima. Hrvatska izložba ovdje se dobro uklapa: predstavljeni proizvodi jednostavni su, spretni i lokalno relevantni silom prilika, utemeljeni u hrvatskoj poprilično surovoj proizvodnoj i općedruštvenoj stvarnosti. Međutim, ovih osamnaest projekata odabrani su prvenstveno jer ukazuju na optimističnu novu tendenciju u hrvatskom produkt dizajnu: svi radovi začeti su (a zatim i uvedeni u proizvodnju) inicijativom samih autora. Riječ je dakako o maloserijskoj proizvodnji, a proizvodi su distribuirani uglavnom lokalno (uz nekoliko iznimaka).

UDALJAVANJE OD INDUSTRIJE, Približavanje malim obrtima

Za razliku od dizajna vizualnih komunikacija, dizajn proizvoda (produkt dizajn) iz niza se već dobro poznatih političko-ekonomskih razloga nije tijekom prošlog stoljeća uspio afirmirati u domaćim okvirima. Jugoslavenskoj industriji, koja je poslovala na zaštićenom i relativno siromašnom tržištu, ulaganje u dizajn predstavljalo je tek nepotrebn trošak. Suvremena hrvatska industrija (ono što je od nje ostalo)

Ova izložba obilježava kritičnu promjenu stava domaćih autora: razumijevanje značaja samoiniciranih i samoproduciranih projekata, te važnosti proaktivnog pristupa disciplini

uglavnom je u toliko lošem stanju da nema snage za ozbiljna ulaganja ni u istraživanje i razvoj niti u sustavni razvoj vlastite tržišne marke. Međutim, udaljavanje dizajnera od industrije nipošto nije izolirani hrvatski trend. I istočnoeuropski i zapadnoeuropski dizajneri vrlo se entuzijastično okreću suradnji s obrtima i manufakturama. Motiva je više – od prizemnih problema s nepostojećom i nezainteresiranom industrijom do etičkih dilema koje donosi suradnja s korporacijama.

‘LOKALNI ZAČIN’

U tranzicijskim zemljama, u kojima je industrija uglavnom doživjela kolaps, dizajneri su prisiljeni koristiti ono što je ostalo tj. lokalne obrte i - vlastite ruke. Istovremeno, upravo je lokalni začin (materijali, metode) ono što potencijalne nove dizajnerske nacije može izdvojiti na međunarodnoj sceni. To su dobro prepoznali srpski dizajneri čiji je nastup pod nazivom *Young Serbian Designers* 2009. na milanskom sajmu i inspirirao ovogodišnji hrvatski nastup. Slične tendencije pokazuju i poljski dizajneri proizvoda koji se međunarodnoj javnosti već neko vrijeme predstavljaju putujućom izložbom *Unpolished*.

Motivi njihovih etabliranih zapadnoeuropskih kolega u mnogome su slični – i oni su, naime, ostali bez lokalne industrije. Štoviše, migraciju velike industrije na Istok popratila je i sve snažnija konkurencija (daleko jeftinijih) tamošnjih dizajnera. Možda su upravo maloserijski, lokalni, kvalitetni, alternativni proizvodi nova niša europskih dizajnera?

Svakako da su dizajneri ponukani i etičkim dvojabama – suvremena potrošačka ekonomija (i industrija koja je hrani) sve je očitiji uzročnik brojnih lokalnih i globalnih problema. Dizajneri su postali suučesnici marketinga u masovnoj proizvodnji bespotrebnih i štetnih, brzozastarjavajućih proizvoda. Ugláčani i svuda slični proizvodi koji se prodaju na policama ugláčanih i svuda sličnih shopping centara ukidaju bilo kakve kulturološke razlike i uništavaju lokalne industrije. Logična je stoga potreba



PRODUCT DESIGNERS CHANGE STRATEGY

Croatian Designers' Impact – small series production as an optimistic new tendency in domestic design

Croatian Designers' Impact is the name of the exhibition by which twelve Croatian designer groups, doubles and autonomous male and female designers presented themselves at this year's Milan furniture fair. The exhibition was set in the old factory Fabbbrica del Vapore as part of other separate happenings, all under the common theme of Design Sensibile. The name of the theme is hard to fully translate, but it implies a socially and culturally sensible design, based on specific needs and local product capacities.

The Croatian exhibit fit in well: the presented products were simple, skillful and locally relevant for the circumstances, based in Croatia's considerably gloomy production and social reality. However, these twelve projects were selected primarily because they point to an optimistic new tendency in Croatian product design: all works were conceived (and later introduced into production) through the initiative of the very authors. Of course, we are talking about small series productions, and the products are distributed mainly locally (apart from several exceptions).

MOVING AWAY FROM INDUSTRY, COMING CLOSER TOWARDS SMALL CRAFTS

Unlike visual communication design, product design, due to many well-known political and economical reasons, has not reached local affirmation. For the Yugoslavian industry, which operated within a protected and relatively poor market, investing in design posed an unnecessary

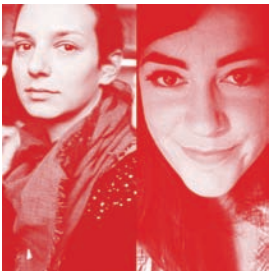
expense. Croatia's contemporary industry (what is left of it) is basically in such a poor condition that it does not have the strength to make serious investments neither in research and development nor in the systematic development of an own market brand.

However, the fact that designers have moved away from industry is by no means a trend exclusive to Croatia. Both Eastern European and Western European designers are enthusiastically turning towards co operations with crafts and manufactures. There are several motivations for that – from everyday problems with an inexistent and uninterested industry to ethical dilemmas brought by cooperating with corporations.

‘A LOCAL SPICE’

In transitional countries, where industry mainly collapsed, designers are forced to use whatever is left, i.e. local crafts and – their own hands. Simultaneously, it is precisely the local spice (materials, methods) that can single out potentially new designer nations on the international scene. Serbian designers were well aware of that and exhibited at the 2009 Milan fair under the title *Young Serbian Designers*, inspiring this year's Croatian performance. Similar tendencies were noticeable with Polish designers, who have been introducing themselves to the world with their traveling exhibition *Unpolished* for some time now.

The motivations of their Western European colleagues are in many ways simi-



GRANIĆ&HRVATIN / IVA HRVATIN, MARTINA GRANIĆ (Zagreb)

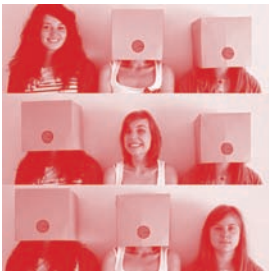
GRANIĆ: Dizajn je način na koji kreiram dan, povezujem pojmove, doživljava i stvari oko sebe/sustav vrijednosti koji se gradi i mijenja u skladu s okolinom i vremenom.

HRVATIN: Ona šašava mala s vječito packavim prstićima, koja živi u svom svijetu interneta, kolača, wannabe umjetnosti i vintage muzike.

MAIL: martina.granic@gmail.com MOB: 098 693 682
MAIL: hrvatin.iva@gmail.com WEB: www.meeteva.tumblr.com

GRANIĆ: Design is the way in which I create my day, connect notions, experiences and things around me/a system of values that builds and changes in accordance with the surroundings and times.

HRVATIN: That goofy little girl with sticky fingers, who lives in her own world of internet, cake, wannabe art and vintage music.



NATALIJA LOŽNJAK, ENA ĐELMO, PETRA NJEŽIĆ – GLAVOTOMIJA

Svijet potrošačkog društva gomila nepotrebne proizvode stvarajući u ljudima lažnu potrebu konzumerizma. Kako se oduprijeti tome? STAVITE KUTIJU NA GLAVU!!!

The world of consumerism piles up unnecessary products manufacturing in people the false need for consuming. How to resist that need? PUT A BOX ON YOUR HEAD!!!

WEB: www.facebook.com/pages/Glavotomija/163813333681528
MAIL: glavotomija@gmail.com



POKRENI SIRUP – RADIONICA POKRETNE GRAFIKE: Ana Rimac, Anamaria Burazin, Sanja Rotter, Bojan Krištofić, Ana Sekulić, Ena Jurov, Franka Tretinjak, Ana Somek, Sanda Anderlon, Karla Paliska, Katarina Ratkaj, Marina Šuran Pulig, Laura Bosazzi, Vina Čurčija, Marina Jukić, Leila Kasumović, Ivor Vrbos, Leo Vinković, Goran Šoša, Marija Tizaj, Mario Dobrečević, Vlatka Leskovar, Željka Tkalcec, Petra Matijejić
VODITELJI RADIONICE: Vedran Kasap, Luka Borčić, Inja Kavurić (Zagreb)

Tijekom travnja 2011. na Studiju dizajna trajala je radionica pokretne grafike Pokreni Sirup, koja se bavila sferom urbane glazbene kulture žedne kvalitetno osmišljene vizualne komunikacije. Radionica je studentima omogućila da ponešto nauče o korištenju računalnih programa za animaciju i montažu, a s ciljem izrade promotivnog videa za popularni noćni klub Sirup.

In April 2011, the Design School hosted a motion graphics workshop entitled Pokreni Sirup, which dealt with the sphere of urban music culture and its thirst for quality visual communication. The workshop enabled students to get an insight into using computer software for animation and editing, with the goal of creating a promotional video for the popular night club Sirup.

WEB: www.pokrenisirup.tumblr.com



dizajnera za istraživanjem novih, korisnijih (i etičnijih) načina upražnjavanja vlastite profesije. Korištenje usluga lokalnih obrta donosi i značajne prednosti: slobodu eksperimentiranja s procesom proizvodnje te s neočekivanim materijalima. Jeftine i lako dostupne lokalne sirovine te jednostavni procesi obrade omogućuju svjež pristup uobičajenim dizajnerskim zadacima ali i potpuno nove tipologije predmeta.

MEĐUNARODNO TRŽIŠTE KAO JEDINA OPCIJA
Jedna od ključnih razlika u djelovanju dizajnera u tranzicijskim i zapadnoeuropskim zemljama svakako su potencijalni korisnici. Naime, nakon prepreke zvane nepostojeća industrija domaći dizajneri moraju preskočiti i balvan zvan gotovo nepostojeće tržište. Činjenica je da su danas proizvodi naših dizajnera daleko prisutniji u dućanima no što su bili prije nekoliko godina, kada su led probijali Neven Kovačić s kartonskim policama *Restore*, i Numen sa sistemom namještaja *Element*. Dijelom su razlog sve brojniji lokalni specijalizirani

rani ‘dizajnerski’ dućani, a dijelom je to zasluga i veće prisutnosti dizajna u lokalnim medijima. Međutim, tržište za takve proizvode unutar hrvatskih granica premalo je za održivu proizvodnju. Razlozi su brojni – od niske platežne moći domaće publike, do manjka osnovne edukacije o dizajnu (a i vizualnim umjetnostima uopće) te upitnog interesa za takve projekte. U svakom slučaju, međunarodno tržište – kao što su već dokazali Grupa i Numen – jedina je opcija za domaće dizajnere proizvoda. Koliki je onda stvarni učinak (impact) domaćih dizajnera na potencijalne korisnike ili na lokalnu proizvodnju? Još uvijek je prvenstveno riječ o aspiracijama i težnjama autora no o njihovom jačem društvenom ili ekonomskom utjecaju. Važnije je, međutim, što ova izložba obilježava kritičnu promjenu stava domaćih autora: razumijevanje značaja samoiniciranih i samoproduciranih projekata, te važnosti proaktivnog pristupa disciplini. Možemo se samo nadati da će brojnost takvih projekata, te entuzijazam novih autora doprinijeti uspostavljanju nove i aktivne ‘produktaške’ scene u Hrvatskoj.



lar – they, too, have been left without local industries. Moreover, the migration of big industry to the East has been accompanied by an increasingly powerful competition in the form of (far cheaper) designers from the East. Maybe small series production, local, high quality, alternative products are the new niche for European designers?

No doubt designers are also enticed by ethical dilemmas – the contemporary consumer economy (and the industry that feeds it) is becoming an increasing cause for numerous local and global problems. Designers have become marketing accomplices in the mass production of useless and harmful, quickly ageing products. Neat and omnipresent similar products sold in neat and omnipresent similar shopping centers nullify all cultural differences and destroy local industries. Thus, it is logical that designers feel the need to explore new, more useful (and more ethic) ways of practicing their profession.

Using the services of local crafts brings along significant advantages: the freedom to experiment with the process of production, as well as with unusual materials. Affordable and easily accessible local raw materials, as well as simple processing procedures, enable a fresh approach to ordinary designing tasks, but also a completely new typology of objects.

THE INTERNATIONAL MARKET AS THE ONLY OPTION

One of the key differences between the functioning of designers in transitional and Western European countries are definitely the potential users. After crossing the obstacle called inexistent industry,

domestic designers also have to jump over the wall called almost inexistent market.

True, our designers’ products are more present today in stores than they were a few years ago, when pioneer Neven Kovačić introduced his cardboard restore shelves, or when Numen presented his Element furniture system. Partly, this is due to the increase in the number of local specialized ‘designer’ stores, and partly due to an ever growing presence of design in the local media.

However, the market for such products within Croatian borders is far too small to maintain a sustainable production. There are various reasons for this – from the low financial solvency of the domestic audience to the lack of basic education on design (and visual arts in general) and the questionable interest for such projects. In any case, the international market – as already proved by Grupa and Numen – is the only way to go for domestic product designers.

What is then the real impact of domestic designers on potential users or the local production? It is still more about the aspirations and desires of the author than about their stronger social or economic influence. However, it is far more important that this exhibition marks a critical change in the attitude of domestic authors: understanding the significance of self-initiated and self-produced projects, as well as the importance of a proactive approach to the discipline. We can only hope that the growing number of such projects and the enthusiasm of new authors will contribute to establishing a new and active ‘product scene’ in Croatia.



DIVERZANT / KORANA JELOVAC, KLARA ŠIMUNOVIĆ (Zagreb)

DIVERZ: raznolik + **ANT:** vrijedan mrav, nemilosrdan prema preprekama i etabliranim rutama = **DIVERZANT:** vrhunski trenirani tim za neočekivane napade iz pozadine.

DIVERZ: diverse + **ANT:** a hardworking ant, relentless towards obstacles and established routes = **DIVERZANT:** a first-class team trained for unexpected attacks.



ANDRO GIUNIO + MAŠA POLJANEC (Zagreb)

Ono što radimo kao dizajneri ne odvajamo od sebe samih, svakodnevno učimo o dizajnu i kroz dizajn. Volimo istraživanje, rješavanje problema, neobičnost, humor i dobre ideje u 4:45 ujutro.

What we do as designers we don't separate from ourselves. We learn about and through design on a daily basis. We like research, solving problems, peculiarities, humor and good ideas at 4:45 in the morning.

WEB: [web: masha-andro.com](http://web:masha-andro.com)

MAIL: masha.andro@gmail.com



FABRIKARHITEKTI: LOVRO BAUER, JANA DABAC (Zagreb)

Vjerujemo da dobar dizajn, bez obzira na mjerilo, uvijek sadrži element igre... i ta igra je ono što nas čini ovisnima o dizajniranju.

We believe that good design, by any standard, always has the element of play... and it is that play that makes addicted to designing.

WEB: www.fabrika-arhitekti.com • **MAIL:** info@fabrika-arhitekti.com

TEL: +3851 3907 042 • **ADRESA:** Fabrika arhitekti d.o.o., Kačićeva 6a, Zagreb



DRAŽEN ZELJKOVIĆ (Zagreb)

Mogao bih reći da moj posao graniči sa dizajnom, no u drugu ruku, *compositing* je vrlo bitan segment u video umjetnosti i on je svojvrstan dizajn slike u pokretu!

I could say that my line of work has a lot in common with design, but on the other hand, *compositing* is a very important segment of video art and a certain kind of design of moving images.

WEB: www.drazenzeljkovic.com

MAIL: zeljkovic.drazen@gmail.com

URADI SAM... UZ DIZAJNERSKU POMOĆ

Re:Pair – ReAktorova radionica za kreativne popravke kao laboratorij za oživljavanje starih predmeta i mjesto susreta

TEKST: Ivana Fabio · FOTOGRAF: Domagoj Kunić

Unatoč činjenici da se stanje u proizvodnji i industriji nije pomaklo sa mrtve točke, posljednjih godina svjedoci smo značajnog uspjeha hrvatskog produkt dizajna. Taj je pomak rezultat dugogodišnjih nastojanja dizajnera da samostalnim inicijativama pokrenu proizvodnju maloserijskih proizvoda izrađenih iz lokalnih materijala i uz pomoć dostupne tehnologije, kao i udruživanja dizajnera s ciljem dijeljenja iskustva i zajedničkog djelovanja. Ideja da industrijski dizajn podrazumijeva isključivo velikoserijsku proizvodnju u kontekstu koje se na dizajnera gleda kao na djelatnika te industrije, godinama je ‘blokiral’ institucije u obrazovanju dizajnera kao poduzetnika. Dizajneri su i sami bili paralizirani nemogućnošću svoje profesionalne realizacije, nerijetko idući linijom manjeg otpora i zapošljavajući se u srodnim strukama. Takva situacija nije specifična samo za Hrvatsku, mnoge su europske škole dizajna promijenile obrazovne programe prema onima koji osposobljavaju dizajnera za samostalno djelovanje, potičući studente na eksperimentiranje i otkrivanje društveno-političkog potencijala dizajna. Mladi dizajneri danas nerijetko pružaju otpor prema ideji koja podrazumijeva njihovo profesionalno djelovanje u sektoru masovne

Uspostavljanje dijaloga između dizajnera i korisnika njihovih proizvoda rezultira dubljim razumijevanjem ljudskih potreba, očekivanja, ponašanja i doživljaja

proizvodnje – kako smo ih navikli doživljavati. Zapošljavaju se kao suradnici u znanstvenim timovima ili kao istraživači društvenih i psiholoških fenomena, upuštaju se u promišljanje dizajna kao medija koji propituje pretpostavke i dogme o ulozi proizvoda u svakodnevnom životu. Dizajn koji obuhvaća djelovanje u razvoju tih sektora doprinosi razvoju društva, u kojem dizajner nije samo oblikovatelj lijepih uporabnih predmeta već istraživač, futurolog i komunikator. Dizajn kao alat u službi navedenih disciplina stvara pored utilitarnosti i poetske, narativne i umjetničke vrijednosti. ReAktor, platforma za istraživanje i razvoj, osnovana sa ciljem da stvori mrežu širenja znanja, ovih je dana u Muzeju suvremene umjetnosti u sklopu akcije ReAlity Check održala radionicu popravaka, Re:Pair. Suvremeno društvo definira dizajn kao sredstvo za ostvarivanje ciljeva masovne potrošnje, programirajući ubrzano zastarijevanje proizvoda, koje u potpunosti onemogućuje popravke. Radionica je ostvarena upravo iz potrebe oživljavanja ideje popravaka, kao procesa koji produžuje životni vijek proizvoda, potičući kreativni razvoj pojedinca kroz ‘uradi sam’ kulturu, a posljedično doprinosi razvoju održivosti dizajna proizvoda.

ČOVJEK ILI KORISNIK? Radeći sa studentima na projektiranju proizvoda, često primjećujem da studenti korisnike svojih proizvoda doživljavaju vrlo površno, kao predvidivog, poslušnog, potrošački orijentiranog konzumenta. Kako bi spriječili banalne pretpostavke želja i potreba koje proizlaze iz te

DO-IT-YOURSELF ... WITH DESIGNERS’ HELP

Re:Pair – ReAktor’s workshop for creative recoveries as a laboratory for reviving older objects and a venue for socializing

TEXT BY: Ivana Fabio · PHOTO BY: Domagoj Kunić

Despite the fact that the situation in our production and industry is still in a deadlock, over the past few years we have been witnessing a significant success of the Croatian product design. This positive change results from designers’ long term efforts to initiate the small-series production made of local materials with the use of the available technology through self-initiated projects and their willingness to organize themselves in order to share experiences and act jointly. The idea that the industrial design implies only mass production in the context of which designer’s role is reduced to a worker within the industry has not stopped blocking the relevant institutions to educate designers for becoming entrepreneurs over a number of years. Designers have been paralyzed with the improbability to fulfil their professional goals and often had to take the path of least resistance finding work in related lines of profession.

This situation is not specific only for Croatia- many European design schools have altered their curricula in order to educate designers for their independent projects, encouraging students to experiment and discover the social and political potential of design. Young designers today often resist the idea which presupposes their professional engagement in the mass production just the way we are all used to see them. They find jobs working as associates in scientific teams or as researchers of social and political phenomena, thinking about design as a medium that questions presumptions and dogmas related to the role of products in our everyday lives. Design which comprises activities for the development of such sectors contributes to the development of the society where a designer is not merely responsible for the creation of beautiful and useful objects but functions as an explorer, futurologist and communicator. Design as a tool in service of above mentioned disciplines creates not only utilitarian and poetic but also narrative and artistic values.

ReAktor, a platform for research and development established in order to create a network for expanding knowledge and

Introduction of dialogue between designers and users of their products results in a deeper understanding of human needs, expectations, behaviours and impressions

know-how, has recently held the workshop for repairing things called Re:Pair as a part of the ReAlity Check action organized at the Museum of Contemporary Art. Contemporary society defines design as a tool for accomplishing mass production goals, planning rapid obsolescence of products which entirely eliminates any possibility for repair. The workshop has been initiated following the need to revive the idea of repairing as the process that prolongs product’s life cycle and thus motivates the creative development of an individual through the ‘do-it-yourself’ culture which consequently contributes to the sustainability of product design.

A PERSON OR A USER? While working on product design projects with my students, I often notice that students perceive the end-user of their products rather superficially- as someone who is foreseeable, obedient, and consumer-directed. In order to prevent banal presumptions about aspirations and needs that result from that definition, I can only quote the term they use: “user” is simply referred to as “a person”, complex being with personal beliefs, needs, fears, illusions and dreams. To work in imaginary circumstances and student environment, especially without any knowledge about anthropology, a discipline that provides comprehensive insights into human life and culture, and to presume user’s expectations, needs and problems means a total failure right at the beginning. Introduction of dialogue between designers and end-users of the products they created results in a deeper understanding of human needs, expectations and experience. Such process leads to defined concepts resulting from those transactions relying on the narrative quality of design where the goal is that the result of a repair is at the same time the result of the interaction between owner-object-designer relationships.

DAN D IZLAGAČI · D-DAY EXHIBITORS

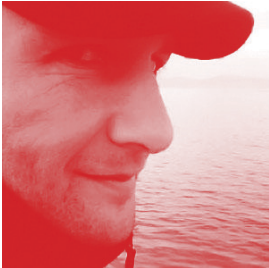


IVAN ORIN VRKAŠ (Zagreb)

Stefan Sagmeister je jednom rekao: ‘Možete imati umjetničko iskustvo ispred Rembrandta... ili ispred grafičkog dizajna.’ Dizajn je umjetnost 21. stoljeća. Klasična umjetnost je materijalizacija slobodne misli – dizajn je materijalizacija jasne i svrhovite misli; misli koja sve više znači u današnjem komunikacijski zakrčenom svijetu.

WEB: www.behance.net/ivorin
MAIL: ivorin@ivorin.me

Stefan Sagmeister once said: ‘You can have an art experience in front of a Rembrandt... or in front of a piece of graphic design.’ Design is the art of the 21st century. Classic art is the materialization of free thought – design is the materialization of a clear and purposeful thought; a thought that is becoming more and more important in today’s world of extensive communication.



ZORAN SUNJIĆ (Rogotin)

Bavim se dizajnom jer se volim igrati, tražiti i istraživati, jer želim iskustvo djeteta bez obzira na godine. Dizajnerima – ne sudite, ne uspoređujte, ne uvjetujte, ne tražite opravdanja i ne pokušavajte na sve nalijepiti oznaku branda. To vas neće učiniti sretnim dizajnerom. Budite dijete i postavljajte pitanja.

WEB: www.zoon-design.com, www.coroflot.com/zoon-design
MAIL: zoondesign@gmail.com MOB: +385 91 5629 826

I’m a designer because I like to play, seek and explore, and because I want to be a kid no matter how old I get. Designers – don’t judge, don’t compare, don’t make demands, don’t look for apologies and don’t try to turn everything into a brand. That won’t make you happy. Be kids and ask questions.

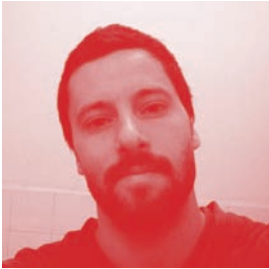


LUCIJA VRCIĆ (Zagreb)

Osluškiivanjem svoje unutrašnjosti i mašte stvaram svoje odjevne kombinacije, koje ne samo da su jednostavni odjevni predmeti nego i izraz nečeg nesvakidašnjeg, nečeg što ne bi svatko odjenuo. Kroz moje kolekcije uvijek se provlači doza humora i jarke boje, te želim reći da uvijek trebamo biti veseli i pustiti maštu da nas vodi kroz svijet pun boja.

MAIL: lucija.vrcic@gmail.com
MOB: +385 99 6882 466

By listening to the inner me and my imagination I create outfits, which are not only simple clothing items, but also an expression of something extraordinary, something everyone would wear. My collections always have a dose of humor, and I think we should all be happy all the time and let our imaginations lead us through the colorful world.



IVOR TOMLJANOVIĆ, GOEKLKTIK (Zagreb)

Cure vole dizajnere / još više vole arhitekta, tulumu su razvratni / većinom ih se ne sjećam, radim doma / danima ne izlazim iz stana, nije fizički naporno / hemiči, konjunktivitis, kompjutorski lakat, nesmetano drkanje po pornografskim stranicama / drkanje po fejsu, upao sam u HOD / pojeli su mi dio portfolija... Bruketa? Ira?

WEB: www.goeklektik.com
MAIL: ivor@goeklektik.com, goeklektik@gmail.com

Girls like designers / they like architects even more, the parties are wild / I don’t remember most of them, I work at home / I don’t leave my apartment during the day, it’s not tiring / rhoids, conjunctivitis, computer elbow, browsing through porn sites / hanging around on Facebook, I became a member of the cbs / they ate a part of my portfolio... Bruketa? Ira?



Radionica je osmišljena kao poligon za istraživanje odnosa između predmeta i njihovih vlasnika, za dokumentiranje povijesti i migracija proizvoda, te otkrivanje razloga koji se nalaze u pozadini potrebe za njihovim oživljavanjem

The main idea of the workshop was to develop grounds for exploring the relationship between objects and their owners, for documenting product's history and migrations and to discover the reasons behind the need to revive them

definicije, navodim ih da 'korisnika' naprosto nazivaju 'čovjekom' – kompleksnim bićem s vlastitim stavovima, potrebama, strahovima, iluzijama i snovima. Radeći u imaginarnim okolnostima studentskog okruženja, osobito bez poznavanja antropologije, discipline koja suštinski proučava ljudski život i kulturu, pretpostavljanje korisnikovih htijenja, potreba i problema unaprijed je osuđeno na propast. Uspostavljanje dijaloga između dizajnera i korisnika njihovih proizvoda rezultira dubljim razumijevanjem ljudskih potreba, očekivanja, ponašanja i doživljaja. Takav proces dovodi do definiranja koncepata koji proizlaze iz tih transakcija, a oslanjaju se upravo na narativnu kvalitetu dizajna, s ciljem da rezultat popravka ujedno bude i rezultat interakcije vlasnik-predmet-dizajner.

DIZAJNER ILI MAJSTOR?

Riječ 'dizajn' često se poistovjećuje sa stolica-ma, automobilima, odjećom i narcisoidnim pojedincima. Može se reći da danas češće izaziva negativne reakcije nego pozitivne. Aura koju ta riječ nosi u potpunosti je suprotnosti s trenutnom pozicijom industrijskih dizajnera, mnogi od kojih rade kao 'prodajni referenti' u tvrtkama koje se bave opremanjem interijera. Ti dizajneri zasigurno svoju karijeru nisu zamišljali sjedeći u dućanima, a mnogi od njih nisu dotakli alate od diplomskog rada. Vjerujem da su se upravo iz potrebe za kontaktom sa alatima i materijalima, iz potrebe da uprljaju ruke i da makar na dan postanu opet majstori, mnogi kolege i odazvali u tako velikom broju. Potrebu za stvaranjem opravdali su

entuzijazmom za vrijeme trajanja radionice, a neočekivani trenuci solidarnosti, timskog rada, edukacije mlađih kolega bili su iznad svih očekivanja. Dizajneri su bili majstori.

OSTVARIVANJE DIJALOGA

Uz navedene ciljeve radionica je osmišljena i kao poligon za istraživanje odnosa između predmeta i njihovih vlasnika, za dokumentiranje povijesti i migracija proizvoda, te otkrivanje razloga koji se nalaze u pozadini potrebe za njihovim 'oživljavanjem'. Taj je proces dokumentiran filmom koji će pratiti izložbu popravaka, a koji razotkriva osebujne, ponekad i dirljive priče koje opisuju formiranje emocionalnih veza između predmeta i njihovih vlasnika. Odaziv građana na radionicu pokazao je ne samo interes prema dizajnu i aktivnostima dizajnera, već i njihove kreativne potencijale koji su kroz dijalog s dizajnerima utjelovljeni u popravljenim te u nekim slučajevima i potpuno redizajniranim predmetima. Radionica Re:Pair u tom smislu u potpunosti je opravdala potrebu za snažnijom participacijom građana i javnosti u aktivnostima dizajnera. S druge strane, cilj radionice bio je informirati javnost i građane o društvenoj ulozi dizajnerske prakse, one koja uključuje intelektualan angažman koji provocira, inspirira, potiče na razmišljanje, propituje temeljne pretpostavke i može na vrijedan način doprinijeti debati o ulozi dizajna u svakodnevnom životu.

DESIGNER OR CRAFTSMAN?

Very often, a term 'design' is equated with chairs, cars, clothes and narcissistic individuals. One might say that nowadays it provokes more negative than positive reactions. The aura of that word is in total contradiction with the present position of industrial designers, many of which work as 'sales managers' in companies that sell interior design. Those designers have surely not imagined their careers in shops, and many among them have not even touched any tools after their graduation from the university. Personally, I believe that so many colleagues decided to join the workshop out of their need to be in contact with the tools and materials, to get their hands dirty and to become craftsman only for a day. Their urge to create has been justified by their enthusiasm during the workshop while the unexpected moments of solidarity, team work and education of younger colleagues have overtopped all expectations. Designers acted as craftsmen.

DEVELOPING DIALOGUE

Besides the above stated goals, the workshop has also been created as a kind of platform for researching the relationship between the objects and their owners, for documenting product's history and migrations and to discover the reasons behind the need to 'revive' them. The very process has been documented as the film which will be presented in parallel with the exhibition of repaired objects revealing peculiar and sometimes touching stories that describe the immergence of emotional connections between objects and their owners. Number of participants who took

part in the workshop proved not only an interest for design and designers' activities but also their creative potentials embodied in repaired or sometimes entirely redesigned objects that emerged as the result of the dialogue with designers. In that sense, Re:Pair workshop has completely justified the need for stronger participation in designers' activities on the behalf of citizens and the general public. On the other hand, the goal of this workshop was to inform the public about the social role of the designer practice, the one which includes the intellectual engagement that provokes, inspires, encourages thinking, questions the basic presumptions and thus has the possibility to considerably contribute to the debate on the role of a designer in our everyday lives.

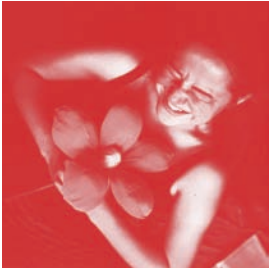
The workshop has been initiated following the need to revive the idea of repairing as the process that prolongs product's life cycle and thus motivates the creative development of an individual through the 'do-it-yourself' culture which consequently contributes to the sustainability of product design.



DUŠAN RAKOVIĆ (Banja Luka)

Moja je težnja stvarati tople i ugodne predmete i ambijente. Volim kombinirati primijenjene umjetnosti s jednostavnim zanatskim vještinama. U svakom komadu koji izradim ili nacrtam želim ostaviti komadić sebe, svog nasljeđa i okruženja. Želim stvarati humane i pristupačne objekte za svakoga.

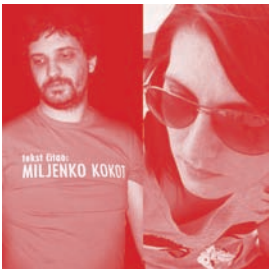
My aspiration is to create warm and friendly objects and ambients. I like to combine applied arts with simple crafts. In every piece I make or draw I want to put a piece of me, my heritage, and my environment, to create humane and approachable objects for everyone.



LIDIJA SAFTIĆ (Zagreb)

Dizajn je svojevrsna self-help terapija, opipljiva religija u službi čovjekove ugrade. Moj pristup dizajnu sanjiv je i odlučan. U dizajnu osluškujem potrebu za organizacijom, umjetnošću, rehabilitacijom i obnovom. Dizajn bi trebao raditi za čovjeka, a ne biti sam sebi svrha.

Design is a type of self-help therapy, a tangible religion made to please man. My approach to design is imaginative and decisive. I listen to the need for organization, art, rehabilitation and renovation. Design should work for man, not serve its own purpose.



LUKA VUČIĆ, SURADNICA: IVA SALAMUNOVIĆ (Zagreb)

Za mene je dizajn igra u kojoj nema granica, a moj je pristup onaj tasmanijske zvjeri koja živi u mojoj glavi, koja me stalno tjera da se krećem, da promišljam, da se kritiziram i da se popravljam. Usput nešto razbijem i potrgam, da vidim kakvo je što i od čega je što.

Design is a game with no rules, and my approach is that of a Tasmanian devil living inside my head, making me active, making me think, criticize myself and get better. I break and tear things up along the way, just to see what they are made of.

MAIL: luka.vucic@gmail.com



VJEKO SUMIĆ (Split / Beograd)

Dizajn mi omogućava da imam svoje malo privatno igralište gdje ja određujem pravila. Drago mi je da mogu sa sigurnošću reći da ću se igrati u njemu do kraja života...

Design enables me to have my own private playground where I set the rules. I'm glad to be able to say that I'll be playing in it for the rest of my life...

WEB: www.vsumic.com

MAIL: vsumic@gmail.com



NEW Rough Munken

The Munken Design Range is now extended with NEW rough qualities in three shades – complementing the existing smooth papers. The new Munken Polar Rough, Munken Lynx Rough and Munken Pure Rough offer you the same superb printing results, but with a rougher feeling. With these NEW papers in place, we provide you with yet another choice in design roads. From Munken to new destinations.

If you want to order samples or a free dummy for your next project, go directly to www.arcticpaper.com/dummyshop.



IGEPAGroup
info@igepa-plaza.hr
www.igepa-plaza.hr



FSC
www.fsc.org



Munken
BY ARCTIC PAPER



DESPERADOS

Tequila flavoured Beer

hrvatsko
dizajnersko
društvo

Pepermint
SVJEŽE IDEJE

HDD

Organizacija Dana D ne bi bila moguća bez podrške mnogih institucija i tvrtki.
Hrvatsko dizajnersko društvo i Pepermint im najiskrenije zahvaljuju. Budite s nama i dalje u ovom projektu.

MEDIJSKI POKROVITELJI



net.hr



Jutarnji list



FASHION.HR
style community

SPONZORI



PEUGEOT



Zagreb
HRVATSKA



Holland
Pioneers in international business



Kingdom of the Netherlands



DESPERADOS
Tequila Flavoured Beer



CEDEVITA
GO!



Zagrebačka banka
UniCredit Group



centar za
dizajn



eurolakat



language
lab



Cervinski



BAUHAUS
Da bi bilo dobro.



Hrvatski
Telekom



NOKIA



SLIŠKO
www.slisko.com



Transmeet.TV



Print Studio



Cartoon character

POKROVITELJ



POD POKROVITELJSTVOM
PREDSJEDNIKA
REPUBLIKE HRVATSKE

SUDAR TRADICIJE I INOVACIJE

Izložba i projekt ‘Kafana’ predstavlja selekciju potpuno novih komada namještaja, rasvjete i interijerskih detalja obuhvaćenih jedinstvenim konceptualnim prostorom i grafikom

Kafana, (Srbija, Crna Gora i Bosna), kafeana (Makedonija) i kavana (Hrvatska) su izrazi korišteni na prostoru bivše Jugoslavije za prepoznatljiv tip lokalnog bistroa u kojem se prvenstveno služio alkohol i kava (i ponekad lagana zakuska), i gdje je povremeno svirala živa muzika. Kafana predstavlja mjesto okupljanja ljudi (muškaraca) radi ispijanja alkoholnih pića i kave. Običaj je razvijen tijekom Otomanskog carstva i raširen prostorima jugoistočne Europe i Balkana, a kasnijim razvojem se pretvorilo u kafanu kakvu je danas poznajemo.

Glavna ideja iza projekta ‘Kafana’ je prikaz društvenog ponašanja, komunikacije i običaja promatran kroz vrijeme. Studenti su imali ukupno deset tjedana za analizirati tradicionalne balkanske taverne, organizaciju prostora i funkcionalnost namještaja, kao i načine korištenja i komunikacije unutar prostora. Druga faza bila je dizajniranje objekata, s ograničenim resursima i tehnikama, koji su danas potrebni za društveno okupljanje: stolci, stolovi,

posude, svjetla, detalji unutrašnjosti, sve to objedinjeno u ambijentu prikladnom za socijalizaciju unutar modernih tipova kafića.

Projekt predstavlja sudar tradicije i inovacije, svježije ideje i zamisli suočene s materijalnim ograničenjima i tijesnim rokovima. Izložba ističe tradicionalne elemente korištene na inovativan način, filtrirane kroz principe održivog dizajna. Publika ima uvid u kompletan radni proces, od početnog koncepta do finalnih objekata sa autentičnim pečatom svakog od autora. Predstavljanje uključuje prototipove, makete, video projekcije i interaktivnu 3D tehnologiju.

‘Kafana’ je zajednički projekt Odsjeka za dizajn Akademije lepih umetnosti iz Beograda, uz aktivnu suradnju između različitih katedra pod nadgledanjem prof. Vesne Pejović (KAKO. KO design studio) i prof. Dragane Marković.

A COLLISION BETWEEN TRADITION AND INNOVATION

‘Kafana’ is a selection of brand new objects in furniture, lights, interior details, wrapped in total interior, clothes and graphic design

Kafana (Serbia, Montenegro and Bosnia), kafeana (Macedonia), kavana (Croatia) are terms used in the former Yugoslav countries for a distinct type of local bistro which primarily serves alcoholic beverages and coffee (and occasionally light snacks), and which sometimes also has a live band. The concept of a social gathering place for men to drink alcoholic beverages and coffee developed in Ottoman Turkey and spread to Southeast Europe with the extension of Ottoman dominion into the Balkans where it further evolved into the contemporary kafana.

The main idea of the ‘Kafana’ exhibition is social life and communication observed through times. The students are given 10 weeks in total, to analyze traditional Balkan taverns, space organization and functionality of furniture, together with ways of use and communication within the space. The second stage is to design objects with limited resources and techniques that are needed now for social gathering: chairs, tables, dishes, lights, interior

details, all wrapped in appropriate ambient of public gathering and socialization in modern types of taverns...

This project represents a collision between tradition and innovation, fresh ideas and dreams confronted with limited resources and tight schedule. The show will highlight traditional elements used with innovative methods, filtrated throughout sustainable design. The ‘making of’ will allow the general public to understand all steps of creation while professionals will find more technical answers related to manufacturing. The event will utilize prototypes, scale models, videos, and interactive 3D technologies.

‘Kafana’ is joint project of design department at Academy of Fine Arts Belgrade, with advanced collaboration between different curses supervised by professors Vesna Pejovic and Dragana Markovic.

SUDIONICI PROJEKTA /PARTICIPATING DESIGNERS:

1. **ALEKSANDRA ANTONOVIĆ**
sto – RECORD
2. **JANA APOSTOLOVSKA**
barska stolica/klupa – BARBENCH
‘rakija’ glass (5/4/PET)
salt&pepper (5/4/PET)
3. **ANA KOMANOVIĆ**
hoklica/klupa – ITSY-BITSY
4. **ANDELA SAVOVIĆ**
čiviluk – GRAB
5. **ANDREJA PAVIĆEVIĆ**
lampa – PRESS-PLAY
6. **DUŠICA OBROVAČKI**
candle holders (5/4/PET)
čaše za crno i belo vino (5/4/PET)
7. **MARIJA JOKSOVIĆ I ANDREJA PAVIĆEVIĆ**
stolica – ILLUSION

8. **STANISLAVA UROŠEVIĆ**
mini bowls (5/4/PET)
9. **IRENA SUDAR I STANISLAVA UROŠEVIĆ**
čiviluk/paravan
10. **MIHAILO IVIĆ I BOJAN ČUJO**
hoklice – TREPLET
lampa – SPIDER
11. **IGOR ZLATIĆ**
sto – CARO TABLE
beverage glass 1,2 (5/4/PET)
candle holder (5/4/PET)
egg bowl (5/4/PET)
12. **VELJKO PETROVIĆ**
barski sto – BAR:IOO
13. **BORKO DESPOTOVIĆ**
stolica – BOOZY CHAIR

GRAFIČKI DIZAJN/GRAPHIC DESIGN: ELDA STANKOVIĆ



HRVOJE ŽIVČIĆ (Zagreb)

Opseg posla je umjereno proizvoljan, a rezultati nisu u potpunosti mjerljivi.

The work span is moderately arbitrary, and the results aren't fully measurable.

WEB: www.hrvojezivic.com
MOB: +385998203895



HRVOJE/DARIO / HRVOJE ŽIVČIĆ, DARIO DEVIĆ (Zagreb)

Grafički dizajneri iz Zagreba, bave se dizajnom za nezavisnu kulturu i šire. Na Danu D predstavljaju novi rad stvoren kroz stare radove.

Graphic designers from Zagreb who are in to independent culture designing and more. On D Day, they will present new works made through older ones

WEB: www.hrvojezivic.com, www.dario-dario-dario.com
MOB: +385998203895



D-MARKET



KU KU TRE – najbebastiji dućan na Internetu. Ku ku tre voli samo lijepe, pametne i ekološke proizvode i traži ih po cijelome svijetu, a onda ih donosi istoj takvoj djeci u Hrvatskoj. I baš zbog toga, kukutre.hr je tajno mjesto za kupovinu genijalnih poklona za djecu do 3 godine. Ku ku tre d.o.o. je ponosni uvoznik igračke OBLO™ puzzle spheres, hrvatskog dizajnera Marka Pavlovića.

WEB: www.kukutre.hr • **E-MAIL:** info@kukutre.hr
ADRESA: Sokolgradska 28, 10000 Zagreb

KU KU TRE – the most baby-like store on the web. Ku ku tre loves only beautiful, smart and environmentally friendly products looking for them all over the world and then bringing them to beautiful, smart and environmentally friendly children in Croatia. And because of this, kukutre.hr is a secret spot for buying ingenious gifts for children up to 3 years of age. Ku ku tre d.o.o. is also a proud importer of OBLO™ puzzle spheres, a toy designed by Croatian designer Marko Pavlović.



VBZ Slično velikim europskim nakladnicima v.b.z. se afirmirao objavljujući najširi spektar izdanja. U nakladi v.b.z.-a izlaze najnoviji i najkvalitetniji svjetski i hrvatski naslovi iz područja beletristike, stručne i stručno-popularne literature, duhovne literature, priručnika, esejistike i poezije. Od osnutka kuće 1991. godine, v.b.z. je objavio više od 800 naslova, među kojima i djela najcjenjenijih domaćih i stranih pisaca današnjice. Uz izdavačku djelatnost, v.b.z. je razvio i intenzivnu aktivnost distribucije domaćih i stranih knjiga stručnog i popularnog karaktera. Tako je v.b.z. ekskluzivni zastupnik svjetski poznatih izdavačkih kuća Taschen i Pearson Longman, jedne od najvećih svjetskih izdavačkih kuća s područja literature za učenje stranih jezika, kao i Langenscheidt rječnika.

WEB: www.vbz.hr

VBZ –Just like big European publishing houses, v.b.z. has established its position with publishing the widest range of titles. v.b.z. publishes the latest and most prominent international and Croatian titles ranging from fiction, science, popular science, to spirituality, manuals, essays and poetry. From the very beginning in 1991 when v.b.z. has been established, this publishing house published more than 800 titles among which there are some of the most valuable Croatian and foreign authors. Apart from publishing, v.b.z. has also developed intensive distribution of domestic and foreign scientific and popular books. Thus v.b.z. became an exclusive distributor of the renowned publishing houses such as Taschen and Pearson Longman, one of the biggest international publishing houses in the field of foreign language learning, as well as Langenscheidt dictionaries.



LOLINA KUĆNA MANUFAKTURA Gorana Lolić i Goran Villi čine upravni odbor Loline kućne manufakture. Dvojac se bavi izradom ušnih vješala, vratnih utega, prstnih navlaka, prtljažnih nosila na koje decoupageiraju pop-art motive, trash aktere hrvatske glazbene i političke scene, te ine.

E-MAIL: lolinamanufaktura@gmail.com
FACEBOOK: Lolina kućna manufaktura • **MOB.:** +385 91 520 4454

LOLA'S HOME MANUFACTURE Gorana Lolić and Goran Villi compose the managing board of the Lolina kućna manufaktura/Lola's Home Manufacture. Two of them are making ear hangers, neck weights, finger sleeves, luggage holders on which they apply pop-art motifs, trash personalities from the Croatian music and political scene and similar using the technique of decoupage.



ANA Gudelj Marić Zovem se Ana Gudelj Marić i modna sam dizajnerica. Bavim se izradom modnih kreacija. Kao svoju specijalnost izdvojila bi suknje koje su unikatne i multifunkcionalne. U proizvodnji koristim prirodne materijale. Moje kreacije možete naći pod imenom Anin u prodajnom prostoru 'Krie' u Vlaskoj 82.

WEB: www.anin.com.hr • **E-MAIL:** ana_gudelmarić@yahoo.com
MOB.: +385 98617819 • +385 916178190

ANA Gudelj Marić My name is Ana Gudelj Marić and I am a fashion designer. My specialty are unique and multifunctional skirts. For their production I use only natural materials. You can find my creations under the label Anin inside the store 'Krie' on 82, Vlaška street in Zagreb.



BOONIKA pomaže umjetnicima, dizajnerima i kreativnim timovima da promoviraju svoje radove, ideje i proizvode. Boonika također pomaže pri pokretanju raznih online i offline projekata. Jedan od takvih projekata je i Boonar - prvi hrvatski studio kojeg čine isključivo freelanceri. Autorima koji imaju vlastite proizvode Boonika pomaže pronaći tržište za iste te se brine oko PR-a. Boonika također sudjeluje u razvoju projekata drugih organizacija, udruga i tvrtki.

BOONIKA NETWORK: **WEB:** www.boonika.net • **E-MAIL:** boonika.net@gmail.com
MOB.: +385 98 479 505
BOONAR STUDIO: Fresh Ideas & Concepts – **WEB:** www.boonar.com
E-MAIL: info@boonar.com • **MOB.:** +385 98 1643 236

BOONIKA provides help for artists, designers and creative teams in the promotion of their works, ideas and products. Boonika also help the development of diverse online and of-line projects. One of such projects is called Boonar – the first Croatian studio composed of freelancers only. Boonika helps authors who have their own products to find the market and takes care of PR. Boonika also participates in the project development for other organizations, associations and companies.



FASHION.HR INDUSTRIJA Sajam Fashion.hr Industrija središnje je mjesto okupljanja hrvatske modne scene, domaće industrije odjeće, obuće, nakita i kožne galanterije. Nastao je kao rezultat dugogodišnje ideje i potrebe za stvaranjem platforme na kojoj će se okupljati dizajneri, predstavnici modne industrije te kupci iz cijele regije. Pored renomiranih modnih brendova predstavljaju se mladi modni dizajneri koji svoje autorske kolekcije izlažu pod etiketom LIFT. Tijekom sajma održavaju se i različite tematske diskusije i edukativni paneli na kojima sudjeluju poznati dizajneri, stručnjaci za brendiranje, modni kritičari i urednici, predstavnici znanosti, industrije i tržišta.

WEB: www.fashion-industrija.hr • **ADRESA:** FHR d.o.o. Ilica 44, 10 000 Zagreb
TEL: +385 1 4641 508 • **FAX:** +385 1 4846 352

THE FAIR FASHION.HR Industry is the central place for gathering the Croatian fashion scene, domestic industry of clothing, shoe wear, jewelry and leather. It developed as the result of long time initiative and the need to create a platform for designers, representatives of the fashion industry and costumers from the entire region. Along with renowned fashion brands, young fashion designers also have the opportunity to show their work under the label called LIFT. The fair is also the place for different discussions and educative panels with the participation of famous designers, brand experts, fashion critics and editors as well as other representatives of the industry, market and science.



UPI-2M BOOKS je knjižarska i nakladnička tvrtka iz Zagreba posvećena arhitekturi, graditeljstvu, dizajnu i umjetnosti. Svojom bogatom ponudom domaćih i stranih knjiških naslova i časopisa knjižare UPI-2M BOOKS važan su čimbenik u kreiranju projektantskih realizacija i istraživačkih diskursa. Ugodna atmosfera uz pomno odabrane naslove i više je nego dovoljan razlog da nas posjetite na jednoj od navedenih adresa: knjižara Zagreb – Medulićeva 20, knjižara Split – Kružićeva 5.

KNJIŽARA ZAGREB – **TEL:** +385 1 4921 389 • **E-MAIL:** info@upizmbbooks.hr
RADNO VRIJEME: pon–pet 8–20, sub 10–14
KNJIŽARA SPLIT – **TEL:** +385 1 344 024 • **E-MAIL:** split@upizmbbooks.hr
RADNO VRIJEME: pon–pet 9–20, sub 9–14
WEB: www.upizmbbooks.hr

UPI-2M BOOKS is a publishing house from Zagreb dedicated to architecture, building industry, design and arts. With its rich offer of Croatian and foreign books and magazines, UPI-2M BOOKS bookstores make a very important factor in creating project realizations and exploration discourses. A pleasant atmosphere with carefully selected titles is more than a sufficient reason to visit us in one of our bookstores in Zagreb – Medulićeva 20, or Split – Kružićeva 5.



AQUA® koncept trgovina za turiste krenuo je spontano otvaranjem prvog dućančića u Bolu na Braču 2002. Osnovna ideja je bila ponuditi turistima nešto što bi i sami voljeli kupiti; znači uporabni predmet dobrog dizajna i pristupačne cijene. Oslonac smo našli u plavoj boji i svega nekoliko jednostavnih simbola Mediterana koji su našli mjesto na većini naših proizvoda kao i na našem zaštitnom znaku. Jednostavnost, prepoznatljivost i primjenjivost našeg dizajna doveo nas je danas do 75 maloprodaja širom Europe i svijeta, niza međunarodnih izlaganja u Njemačkoj, Italiji, Francuskoj te veselja da mi možemo i znamo prodati ne samo proizvod već cijeli hrvatski projekt.

WEB: www.aquamaritime.hr

AQUA® as a concept for tourist shops started after the opening of their first shop in Bol on the island of Brač in 2002. The basic idea was to offer tourists useful and well-designed objects under reasonable price. Our basis is blue color and only a few simple Mediterranean symbols which can be found on the most of our products as well as our trade mark. Simplicity, recognizable design and practical usability of our products opened the doors to 75 retail stores all over Europe and the world, a number of international exhibitions in Germany, Italy and France and joy because of the fact that we are able to sell not only products but also an all-Croatian project.



MODUS Uz ozbiljnu selekciju skandinavskog dizajna, u Modusu su ravnopravno prisutne i duhovite dosjetke ekipe iz Droog designa, ali i hrvatski dizajneri poput Grupe ili Antiforma Ivana Levaka, koje Modus uporno promovira, podržava i nastoji približiti publici.

WEB: www.modusdesignshop.com · **E-MAIL:** modus-trgovina@zg.t-com.hr
ADRESA: Modus design shop, Tkalciceva 48, Zagreb
TEL: +385 1 4813 489, 4813 470

MODUS Together with a serious selection of the Scandinavian design, Modus equally exposes witty ideas by the team from Droog designa, but also Croatian designers such as Grupa or Ivan Levak's Antiforma, which Modus persistently promotes and supports intending to bring them closer to the general public.



OSH BROSH Osh Brosh su pet prijateljica okupljenih u kreativnu podrumsku radionicu, mjesto nastanka broševa u raznim oblicima. Svaki broš je brižno, ručno izrađen od tkanine s dodacima kože, filca i drugih ukrasa. Prve primjerke ponosno su nosile prijateljice i poznanice, a kasnije Osh Brosh postaje nezaobilazno ime na raznim izlaganjima mladih kreativaca: Moda sa šlagom, Velesajam kulture, DA festival itd.

WEB: www.facebook.com/pages/osh-brosh/133014626727406

OSH BROSH is made of five friends gather in a creative cellar workshop which is the place where different shapes of broches are created. Each piece is carefully handmade of textile, leather and other decorations. Our first creations were firstly promoted by our friends and later on Osh Brosh became an unavoidable brand on numerous exhibitions that presented young designers such as: Moda sa šlagom (Fashion with whipped cream), Velesajam culture (Culture Fair), DA festival, etc.



ELDERICE Iva Mišković & Željka Haric su crafterski duo pod zajedničkim nazivom Elderice. Opskrbljene šivaćom mašinom, kistovima i bojama za tkaninu izrađuju šivani i ručno oslikani funkcionalni asesoar od prirodnih i recikliranih materijala.

WEB: www.facebook.com/pages/Elderice/177962368891424

ELDERICE Iva Mišković & Željka Haric make a craft duo called Elderice. Equipped with a sewing machine, brushes and paint they create functional accessories made of natural and recycled materials.



NOBL Nobl je čušpajz ideja skuhan pod kreativnim vodstvom dizajn studija Goeklektik. Čušpajz se za sada sastoji od bedževa, torba za šoping i T-shirtova. U planu je izrada i drugih 'hoh' delicija. Stay tuned!

WEB: www.goeklektik.com

NOBL is a stew of ideas under the creative management of Goeklektik design studio. Presently the ingredients are badges, shopping bags and T-shirts. We plan to make other 'posh' delicacies very soon. Stay tuned!



KRPA.HR Internet stratezi stručnim bi vokabularom pojasnili kako je Krpa.hr jedna od rijetkih alternativnih društvenih mreža koja je ustvari – uspjela. U samo tri mjeseca okupila je više od 200 mladih dizajnera, vizazista i modela koji svakodnevno ažuriraju svoje profile, komuniciraju međusobno i s potencijalnim kupcima. Krpa tek izlazi iz svoje beta faze. Očekujte mnogo.

IZLAGAČI
Pinkeye's Twisted Jewelry, Little Wonder, Irena Vučinić, Tea Rihtar, Kris Tija, Dott, naLa, REC, Bitemystyle

WEB: www.krpa.hr · **E-MAIL:** info@krpa.hr

KRPA People working on the Internet strategies might use their expert vocabulary describing that Krpa.hr is one of those rare alternative social networks that has actually succeeded. In only three months krpa.hr managed to gather more than 200 young designers, make-up artists and fashion models who update their profiles, communicate among themselves and the potential customers on daily basis. Krpa is only leaving its beta phase. Expect a lot. Selected designers: Pinkeye's Twisted Jewelry, Little Wonder, Irena Vučinić, Tea Rihtar, Kris Tija, Dott, naLa, REC, Bitemystyle



ULUPUH – Hrvatska udruga likovnih umjetnika primijenjenih umjetnosti krovna je hrvatska udruga za primijenjene umjetnosti na nacionalnom nivou. Osnovana je 1950. godine, udruživanjem četrdesetak umjetnika koji su se u duhu tadašnje društvene obnove zalagali za umjetnost koja oblikuje čovjekovu 'neposrednu predmetnu i prostornu okolinu' Danas ULUPUH broji više od tisuću članova iz cijele Hrvatske, djelujući u novim okolnostima globalnog kapitalizma kao neprofitna i nevladina udruga čiji je osnovni cilj promocija primijenjenih umjetnosti te afirmacija i zaštita prava njenih članova.

ADRESA: Preradovićeve 44/I, 10 000 Zagreb · **TEL/FAX:** +385 1 4552 595
WEB: www.ulupuh.hr · **E-MAIL:** ulupuh@zg.t-com.hr

IZLAGAČI
GOR DOBRANIĆ +385 98 290 350 · igor.dobranic@gmail.com
MILENA ROGULJ +385 95 5240 710 · milena.rogulj@gmail.com
NADA DOŠEN nadadosen2@gmail.com · www.nadadosen.com
SLAVKO HENIGSMAN +385 92 2459 381 · slavko.henigsman@inet.hr

ULUPUH – The Croatian Association of Artist of the Applied Arts is a roof national organization for applied arts. It was founded in 1950 when some forty artists decided to establish an organization which would promote art that formed man's 'direct artefactual and spatial environment' in the then spirit of the social. Today ULUPUH has more than one thousand member from the entire country and functions as a non-profit and non-governmental organization in the newly-established conditions of the global capitalism. The basic goal of the organization is to promote the applied arts as well as to establish and protect the rights of its members.



LITTLE HORSE & BABY BEUYS su Mejra i Maja Mujicic koje su lude za zečevima. Osim što ljube zečeve rade odjeću, cipele i lutke (naravno zečeve) za djecu. Prirodni materijali, odjeća krojena tako da se može nositi nekoliko sezona te igračke i odjeća koje djecu potiču na igru stalna su inspiracija.

ADRESA Martićeva 45, 10000 Zagreb, Croatia · **TEL** +385 98 1862 368

LITTLE HORSE AND BABY BEUYS are actually Mejra and Maja Mujicic who are crazy about rabbits. They do not only adore rabbits but they also make clothes, shoes and toys (rabbits, of course) for children. They find their inspiration in natural materials, clothes tailored for several seasons as well as clothes and toys which motive children for playing.



SHERIFF&CHERRY Internacionalni multidisciplinarni dizajn studio Sheriff&Cherry osnovan je kao logičan slijed kreativnog rada i projekata modnog i grafičkog dizajnera Maura Massarotta. Osim kreiranjem svojih brandova, aktivan je u modnom consultingu i dizajnu, kreativnoj direkciji i interior dizajnu, a specijaliziran u brandiranju modnih proizvoda. 2008. godine pokreće projekt oživljavanja zaboravljenog sportskog brenda Startas vukovarske tvornice Borovo, koje u vrlo kratkom roku postaju svjetski modni hit. 2009. godine dizajner Mauro Massarotto nagrađen je glavnom nagradom Grand Prix Hrvatskog dizajnerskog društva. Među klijentima: Ellesse Heritage, Lacoste, Ghetaldus, Startas, Zooo, Parosh i mnogi drugi.

WEB: www.sheriffandcherry.com

SHERIFF&CHERRY The international multidisciplinary design studio Sheriff&Cherry has been founded following the creative works and projects by a young fashion and graphic designer Mauro Massarotti. Apart from creating his own brands, he is also active in the fashion consulting and design, creative direction and interior design and specialized in branding fashion products. In 2008 Massarotti started the project whose intention was to revive the forgotten sport brand Startas from the Borovo factory based in Vukovar, Croatia. His project soon became a global fashion success. In 2009 designer Mauro Massarotto won the Croatian Designers' Association's Grand Prix. Some of his clients are: Ellesse Heritage, Lacoste, Ghetaldus, Startas, Zooo, Parosh and many others



JUPI ZA UPI! Robna marka Jupi za Upi! osmišljena je u sklopu radionice Extra Ordinary Design u suradnji hrvatskih i britanskih dizajnera s osobama s intelektualnim teškoćama, proizvođačima budućih dizajnerskih proizvoda. Jupi za Upi! se u kreativnom i proizvodnom procesu oslanja na jedinstvene vještine ručnog rada članova udruge UPI, kao temelj za osmišljavanje niza dizajnerskih proizvoda.

WEB www.facebook.com/pages/Jupi-za-Upi/119049338179516
E-MAIL jupizaupi@gmail.com • **MOB** +38591 565 7014

THE BRAND JUPI ZA UPI! was started during the Extra Ordinary Design workshop as a result of the cooperation between Croatian and British designers and persons with intellectual difficulties who someday hope to become designers. The Jupi za Upi! creative and production process is based on the unique skills of the members of UPI (Association for Promoting Inclusion), which serve as a foundation for creating new designs.



ANA TEVŠIĆ je ljetos diplomirala na Studiju dizajna u Zagrebu, smjer Industrijski dizajn. Odonda radi na samostalnim projektima, sudjeluje na radionicama i izložbama. Dva najnovija rada, Crooked stoliči i Twister lusteri nedavno su po prvi put predstavljeni na Clerkenwell Design Weeku u Londonu; a sada ih, uz ostale radove, možete pogledati (i kupiti) na Danu D u zagrebačkoj Klaonici!

WEB: www.anatevsic.tumblr.com • **E-MAIL:** tevsic.ana@gmail.com
MOB: +385 98 9414 818

ANA TEVŠIĆ graduated Industrial design from the Zagreb School of Design last summer. Since then, she has worked on independent projects and participated in workshops and exhibitions. Two of her latest works, the Crooked coffee tables and Twister chandeliers were recently premiered at the Clerkenwell Design Week in London. Both works, among others, can be seen (and purchased) during D-Day.



LEGA-LEGA je brend koji obuhvaća bilježnice, rokovnike, majice i još neke dumine i nastao je sasvim slučajno, kao rezultat različitih mentalnih vježbi u osječkom dizajn studiju Mit. Što ga više koristite, Lega-lega postaje sve više dio vas jer u njega ugrađujete dio sebe. Lega-lega želi pružiti i kreativnu slobodu, vrijeme za razmišljanje, potaknuti maštu i podržavati urbanu kulturu u svim njenim oblicima.

WEB: www.lega-lega.com • **E-MAIL:** info@lega-lega.com, mirtav@mit.hr
TEL: +385 31 214 100 • **ADRESA:** Županijska 25, 31000 Osijek

LEGA-LEGA is a brand that covers notebooks, appointment books, t-shirts and other stuff, and was created completely by accident, as a result of various mental exercises at the Mit design studio in Osijek. The more you use Lega-lega, the more it becomes a part of you, because, with time, you yourself become a part of your product. Lega-lega also wants to provide creative freedom and time to think, as well as entice imagination and support urban culture in all its forms and shapes.



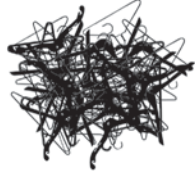
ROBA – modni brand začet 2007. godine iz sebične potrebe dizajnerica Branke Šćepanović i Maje Šimunović da nose odjeću koja će biti savršeno sašivena, fantastično im pristajati i odgovarati njihovom ukusu. Ti su modni postulati, pretočeni u stvarne komade odjeće, vrlo brzo postali ‘vruća roba’ koju su poželjele posjedovati sve njihove prijateljice, prijateljčine prijateljice a zabilježeni su i pokušaji dragih im prijatelja da se uvuku u malu, žutu kožnu jaknu broj 36! Pomama je brzo napredovala, djevojke su u svojim ‘modnim sljedbenicima’ prepoznale i tržišnu potrebu za odjećom koja nije zasitni fashion fast food već karakteristični komad odjeće ne nužno tijesno vezan uz prolazne sezonske trendove.

ADRESA: I2. Podbrežje 3, 10020 Zagreb • **TEL:** +385 1 6535 424
WEB: www.ropa.com.hr

ROBA The fashion brand ROBA emerged in 2007 from the selfish need of designers Branka Šćepanović and Maja Šimunović to wear clothes that look perfect, fit great and, at the same time, suit their fashion tastes. These fashion postulates, after growing into real clothing items, very quickly became ‘hot stuff’ among the designers’ friends, friends of their friends, and there were even some tries by certain particularly close friends to try to fit into a size 36 yellow leather jacket! The frenzy soon spread, so the designers spotted in their ‘fashion followers’ the need to market clothes which don’t belong to the usual fashion fast food category, but are simple and aren’t determined by the current season’s trends.



CAK&BOMBICA



PROSTOR MULTIRACIONALNA KOMPANIJA, jedinstvena prodajno izložbena trgovina smještena u dvorištu Mesničke ulice 5 u Zagrebu, okupljašite je ljubitelja suvremene mode, umjetnosti i dizajna. Prodajni dio prostora nudi ekskluzivnu selekciju odjeće i dodataka domaćih i stranih dizajnera i manufaktura, koji nude inovacije u dizajnu i podliježu različitim interpretacijama. Prostor i kao galerija organizira izložbe suvremenih kako nadolazećih tako i afirmiranih autora i umjetnika pružajući im dodatni prostor za djelovanje.

ADRESA: Mesnička 5 dvorište, Zagreb • **TEL/FAX:** +385 1 4846 016
RADNO VRIJEME: pon – pet 10 – 20, sub 10 – 15
WEB www.multiracionalnakompanija.com, www.prostoreshop.com

PROSTOR, a unique sale / exhibition store located in the courtyard of a building at Mesnička 5, Zagreb, is the gathering place for fans of contemporary fashion, art and design. The sales part of the space offers an exclusive selection of clothes and accessories designed by domestic and foreign designers and crafts that offer innovative design and are open to various interpretations. Prostor also hosts gallery exhibitions of modern, both up and coming and established, authors and artists, providing them with additional space to function.



GRUPA ŠTA: KRISTINA JOVANOVIĆ, MARIJA MILENKOVIĆ (Beograd)

Piši, briši, posmatraj, slušaj, beleži, crtaj, šaraj, slikaj, fotkaj, šminkaj, uči, recikliraj, pričaj, druži se, sarađuj, zarađuj, misli, računaj, idealizuj, pokušaj, trudi se...

Write, erase, look, listen, take note, draw, scribble, paint, photograph, put on make-up, learn, recycle, talk, socialize, cooperate, earn, think, calculate, idealize, try, make an effort...

WEB: www.flickr.com/photos/krisjovanovic, www.vimeo.com/krisjovanovic,
www.marijamilenkovic.tumblr.com/, www.vimeo.com/marijamilenkovic
MAIL: grupa_sta@yahoo.com



KARTEL: DRAGANA ILEŠ, KRISTINA LUGONJA, KRISTINA IVANČIĆ, TARNA PUTINA

Ako ti imaš jabuku i ja imam jabuku, i ako razmijenimo te dvije jabuke, oboje ćemo opet imati po jednu jabuku. Ali ako ti imaš ideju i ja imam ideju, i razmijenimo te ideje, tada će svatko od nas imati dvije ideje.
— George Bernard Shaw

If you have an apple and I have an apple and we exchange apples then you and I will still each have one apple. But if you have an idea and I have an idea and we exchange these ideas, then each of us will have two ideas. — George Bernard Shaw

WEB: www.kartelkolektiv.com
MAIL: kartel.kolektiv@gmail.com



SUPER PONUDA
ZA STUDENTE

JA VOLIM STUDIRATI.

Studiranje je super sa Student Lepezom Zagrebačke banke! Imam svoje kartice, e-zabu i m-zabu, kupujem s popustima, koristim usluge Servis centra... A svoje kredite za školarinu i troškove života tijekom studija vraćam tek nakon studija! Banka je tamo gdje sam ja. A mene uglavnom možete naći na faksu ili s ekipom. www.zaba.hr | 0800 00 24



Zagrebačka banka

UniCredit Group

ELECTROLUX DESIGN LAB

Stolovi koji kuhaju?
Perilice rublja koje koriste
orašćice umjesto deterdženta?
Pranje rublja bez vode?
Hladnjak sa odjeljcima za cimere?

Sve je to moguće kada mladi i daroviti studenti industrijskog dizajna iz cijeloga svijeta promišljaju kako bi trebali izgledati i funkcionirati kućanski uređaji budućnosti. Upravo im to omogućuje Electrolux Design lab - godišnji globalni natječaj namjenjen studentima industrijskog dizajna koji su pozvani na osmišljavanje inovativnih i smjelih rješenja za kućanske uređaje budućnosti.

Prvo izdanje Design laba 2003. održano je u izravnoj suradnji sa samo tri europske škole za dizajn. Otada je Electrolux razvio projekt do globalne razine i otvorio ga studentima dizajna širom svijeta te svake godine bilježi sve veći interes studenata, među kojima je svake godine nekoliko njih i iz Hrvatske. Najbolja rješenja Electrolux nagrađuje vrijednim novčanim nagradama, a pobjedniku je omogućeno i šestomjesečno stažiranje u jednom od Electroluxovih Global Design centara.

Neke od dosadašnjih tema Design laba bile su: dizajn kućanskih uređaja za 2015. godinu; dizajn kućanskih uređaja za 2020. godinu, zdrave prehrambene navike u 2016.; kućanski uređaji za e-generaciju, dizajn za 2099.; kućanski aparati za učinkovitiji život u budućnosti...

Tema ovogodišnjeg natječaja je bila 'Inteligentna mobilnost', a od studenata se tražilo osmišljavanje uređaja budućnosti koji pružaju potporu kreativnom izražavanju pojedinca te omogućavaju korisniku više slobodnog vremena. Inteligentna mobilnost ne podrazumijeva samo fizičku pokretljivost kućanskog uređaja nego i veću mogućnost kontrole nad njime. Prestigli radovi trenutno su u procesu žiriranja, a pobjednik će biti proglašen u rujnu na završnom događanju u Londonu.

Više informacija na
www.electroluxdesignlab.com



'U devetoj godini održavanja, Electrolux Design Lab omogućuje mladim dizajnerima ispitivanje vlastitih mogućnosti i dobivanje uvida u svijet komercijalnog dizajna proizvoda'

— Henrik Otto, stariji potpredsjednik Globalnog dizajna u Electroluxu



PUŽ
— pobjednički rad 2010.
Puž je prenosivi uređaj koji podgrijava i kuha hranu pomoću procesa magnetske indukcije. Spaja se direktno na lonac, tavu ili šalicu te smanjuje količinu prostora potrebnog za uobičajen način kuhanje. Idealan je za stanovnike urbanih sredina, ali i za korištenje i u udaljenijim područjima, čime otvara mogućnosti kakve su nekada pružali prvi mobilni telefoni. Njegov organski dizajn omogućuje raznolikost upotrebe te ga je moguće personalizirati brojnou ponudom boja i oblika.



AIRWASH — pobjednički rad 2005.
Airwash je uređaj za pranje bez vode, koji se koristi negativnim ionima, komprimiranim zrakom i dezodoransima za čišćenje odjeće, a intuitivnog je, ekološkog i prekrasnog dizajna.



NEVALE — pobjednički rad 2006.
Prijenosni nosač hrane koji zbog posebnog vakuum sistema omogućava pohranu i održavanje idealne temperature do četiri jela ranije pripremljena kod kuće. Intuitivnog je i ekološki promišljenog dizajna.



E-WASH — pobjednički rad 2007.
E-wash, kompaktna perilica rublja koja rabi sapunske orašćice umjesto deterdženta. Orašasti plod sapun-drвета (sapindus) u kontaktu s vodom oslobađa sapunin, prirodni deterdžent prikladan za sve vrste pranja, pa čak i omekšavanje tkanina. Osim toga, blag je i prema alergičarima.



FLATSHARE — pobjednički rad 2008.
Koncept modularnog hladnjaka s individualnim odjeljcima za ljude koji žive s nekoliko 'cimera'. Stefan Buchberger, sa Sveučilišta primijenjenih umjetnosti u Beču na ideju o osmišljavanju Flatshare hladnjaka došao je razmišljajući o tomu kako mnogi cimeri koji dijele zajednički stan imaju i zajednički problem - korištenje hladnjaka. Uz Flatshare, nikad više neće morati podnositi smrdljive sireve ili zaboravljene ostatke hrane ili pića što su ih ostavili drugi.



COCOON
— pobjednički rad 2009.
Cocoon je uređaj koji 'uzgaja' i priprema meso i ribu zagrijavanjem smjese u kojoj se nalaze životinjske stanice. Rickard Hederstier-na, student dizajna Lund instituta za tehnologiju iz Švedske smatra da će za 90 godina broj ljudi na Zemlji biti znatno povećan, što će rezultirati negativnim posljedicama na okoliš i klimu, a velik će problem predstavljati proizvodnja hrane. Cocoon daje održivi odgovor na ta pitanja jer omogućuje način života koji je obazriv prema okolišu.



DIZAJNERSKI HOROSKOP

U NEBO GLEDAO: VENAD NUKUŠIĆ ZEBO

RULER – 21. ožujka – 22. travnja

Ako vam stvari ovaj tjedan ne padnu po gridu, možete se jedino uzdati u pravilne razmake između pogrešaka. Možda je vrijeme da razmislite o promjeni viđenja svijeta, jer ako je suditi po vama, dva se paralelna pravca neće susresti ni u beskonačnosti.

FONTOLIJA – 23. travnja – 23. svibnja

Pred vama je dobro razdoblje, prepuno serifa i blinddrucka na 200-gramskom kunstdrucku. Ukućani će vas razumjeti i kuhati vam samo hranu koju volite, a kolege iz studija vam se neće podsmjehivati kad budete opijeno govorili o razlikama ekranskih i tiskarskih fontova. Život je jednostavan i lijep kao Helvetica.

FREELANCER – 24. svibnja – 26. lipnja

Neuhvatljivi ste kao ninja za vrijeme pljuska, što često zna završiti tako da se nabodete na vlastiti mač. Bolje bi vam bilo da gledate kuda idete i uplatite zdravstveno i staž, jer ne postajete mladi.

CMYK – 27. lipnja – 30. srpnja

Dominacija cyana nad magentom već vam duže vrijeme izaziva bolove u križima, ali to će se promijeniti zalaskom žute u treće polje. Čuvajte se ljutih pasa i žena s brkovima, a ako sanjate policajca u pet ujutro sigurno su vam pred vratima pa se pravite da vas nema kod kuće.

RGB – 31. srpnja – 1. rujna

Od piksela do piksela nigdje moga stana, ajme mrežo kako si pijana...ako ne primjećujete da vam taj layout visi na jednu stranu, onda bi bilo vrijeme da odete malo gledati u zelenilo prije nego izgubite vid. Znaite li da fiksni fokus čini oči lijenima?

ILUSTRATOR – 2. rujna – 4. listopada

Ako živite od svojih ruku djela, onda trebate čuvati te ruke i češćeih mazati kremom, kako bi vam duže trajale. Sretni kamen vam je oblutak, a ni istrošena guma neće loše proći. Srijedom ne prelazite cestu unatrag, jer biste nekome mogli stati na žulj.

PROSVIJETITELJ – 5. listopada – 1. studenog

Imate odličan plan, ali shvaćate da treba pričekati još malo da bi se stvorili svi uvjeti za njegovu realizaciju. To je točno. Vrijeme je da podijelite svoje tajne i zamisli za koje nitko ne zna, ali pazite kome to govorite, da vas ne pokradu.

HORROR VACUI – 2. studenog – 1. prosinca

Osjećate se prazno i umorno. Ni današnji dan neće vas emotivno ispuniti. Osim možda ljutnjom, brigom ili ljubomorom. Suzdržite se od reagiranja. Radije štedite snagu za nešto što bi vas napokon moglo ispuniti radošću.

PRODUKTAŠ – 2. prosinca – 7. siječnja

Konkretni problem uvijek imaju konkretna rješenja, ali to je onda inženjerski posao, a vama se čini da od vas svi očekuju nešto lijepo. Pokažite im srednji prst i napravite ono što mislite da treba. Svijetu fali vizionara.

COMIC SANS – 8. siječnja – 15. veljače

Šalu na stranu, već duže vrijeme niste omiljeni u društvu upravo zbog vaše pretjerane ironije i ljutog cinizma. Bilo bi vrijeme da se malo skokate, kako bi vas ljudi oko vas napokon počeli shvaćati ozbiljno. I skinite taj crveni nos.

ONAJ KOJI STALNO KASNI – 16. veljače – 20. ožujka

Stalno vam govore kako bi vas trebalo po smrt poslati, jer nikad i nikako ne stižete ništa na vrijeme, a opet imate posla. Svemir očigledno nije pravedan niti uravnotežen. Više je nalik prevrnutoj zdjelici gumenih bombona u kojoj samo vi možete naći smisao.

DESIGNER HOROSCOPE

WRITTEN BY: VENAD NUKUŠIĆ ZEBO

RULER – March 21 – April 22

If things do not fall within your grid this week, all you can do is hope for regular distances between errors. Maybe it is time to think about a world view change, because, according to you, two parallel lines have a chance in hell for meeting in eternity.

FONTOLIA – April 21 – May 23

Good times lie ahead, full of nice serifs and embossing on 200 gram kunstdruck paper. Your roommates will be full of understanding and cook only food that you like and your studio colleagues will not smirk while you lecture them passionately about the differences of screen and printing fonts. Life is just like Helvetica. Nice and simple.

FREELANCER – May 24 – June 26

You are as slippery as a ninja during a heavy rain which often ends up with you falling on your sword. It would be advisable to watch where are you going and start paying your health insurance and pension funds, as you are not getting any younger.

CMYK – June 27 – July 30

Domination of cyan over magenta has been causing back pains for a while now, but that too shall pass as yellow descends in the third field. Be wary of angry dogs and mustachioed women. If you dream of a policeman at your door at 5.00 AM, they must be there, so pretend you are not at home.

RGB – July 31 – September 1

From pixel to pixel, you bobble and sway, o poor interwebs you must be drunk like hell. If you do not see that your layout is drooping to one side it is the right time to go stare at some green before you go blind. Fixed eye focus makes them lazy.

ILUSTRATOR – September 2 – October 4

If you live of the fruit of your own labour, you should look after those hands and put some lotion on them more often. Your lucky stone is a pebble, but a worn out erasing rubber would do just fine. Do not cross the road backwards on Wednesdays, you might tread on someones toes.

ILLUMINATOR – October 5 – November 1

You have a great plan, but you understand that you need to wait a little bit more to be able to create the conditions for it's realization. That is so. It is time to share your ideas and secrets, but be careful to whom, as they might get stolen.

HORROR VACUI – November 2 – December 1

You feel empty and tired. Not even today shall you be emotionally fulfilled, unless you crave anger, jealousy and worry. Restrain yourself from reacting. Save your strength for something that might fill you with joy.

PRODUCTASH – December 2 – January 7

Real problems always have real solutions, but that seems to be a job for engineers and you should make something pretty. Show them the finger and do what you gotta do. World needs visionaries.

COMIC SANS – January 8 – February 15

It is not funny. You have not been much liked by your crew for a while now, maybe because of your constant irony and harsh cynicism. It would be a good time to get seriously square and maybe people will take you more seriously. Get rid of the red nose too.

ONE WHO IS ALWAYS LATE – February 16 – March 20

Even though people often say you should be sent to fetch their death, because you are absolutely never on time, you still get work, which shows you that universe is not just, nor balanced. It is more like a spilt bowl of jelly beans in which only you can see some sense.



opcija
Internet
Dan

Surfaj neograničeno cijeli dan za samo 10 kuna!

Pošalji "A" na 3636 i **aktiviraj novu dnevnu opciju Internet Dan** za samo 10 kuna: uživaj u neograničenom surfanju na smartphoneu, tabletu ili prijenosnom računalu. Surfaj koliko želiš cijeli dan!

Opcija Internet Dan dostupna ti je ako nadoplaćuješ račun bonovima. Za više informacija klikni na www.t-mobile.hr

Živjeti zajedno

T-Mobile

DAN D PROGRAM

Subota 11.6. / Nedjelja 12.6.

SUBOTA 11.6.

12:00

SLUŽBENO OTVORENJE DANA D

D-SAJAM – predstavljanje mladih autora do 35 godina iz cijele regije je središnje događanje Dana D u kojem sudjeluje 63 dizajnera, dizajnerice i dizajnerska tima (ukupno oko 150 autora) s radovima iz područja produkt dizajna, vizualnih komunikacija, modnog dizajna, interijera. Odabir izlagača na sajmu napravljen je na osnovu prijava koje su pristigle iz čitave regije: najviše iz Hrvatske i Srbije, potom iz Bosne i Hercegovine, Crne Gore i Slovenije. Od tristo-tinjak prijavljenih autora, organizatori su na osnovu portfolija i konkretnih ideja za izlaganje odabrali najzanimljivije. Svi oni imaju priliku predstaviti širokoj javnosti svoje koncepte, prototipove, samoinicirane ili već realizirane radove iz područja industrijskog dizajna, vizualnih komunikacija i modnog dizajna. D-MARKET – komercijalni dio sajma na kojem svoje proizvode predstavlja dvadesetak različitih domaćih dizajnerskih brendova, proizvođača i izdavačkih kuća. D-market je profesionalno zrcalo D-sajmu, koji balansira snove i realnost u današnjoj dizajnerskoj produkciji.

IZLOŽBE

CROATIAN DESIGNERS’ IMPACT – domaći pro-duktaši koji su obrnuli strategiju i ranije ove godine predstavili se na Milanskom Salone del Mobile. Više na: www.croatiandesigners.com

YOUNG BALKAN DESIGNERS – još jedna inicijativa iz regije koja preko Milana, a zatim i njenog matičnog Mikser festivala, dolazi u Zagreb. Više na: www.mikser.rs/young-balkan-designers

KAFANA – projekt koji je okupio studente dizajnerskog odsjeka beogradske Akademije lepih umetnosti, gdje dizajn susreće lokalno specifične oblike socijalizacije. Više na: www.kafana2011.wordpress.com

REAKTOR RE:PAIR – prezentacija projekta ove godine realiziranog u MSU u Zagrebu. ‘Uradi sam’... uz pomoć profesionalaca. Dizajner kao prijatelj i kućni majstor. Više na: www.msu.hr/#/hr/19101

13:00 – 17:00

PREZENTACIJE MLADIH DIZAJNERA

Brze sažete trominutne prezentacije autora koji sudjeluju na dizajnerskom sajmu. Odvijaju se prema unaprijed utvrđenom redoslijedu na pozornici smještenoj unutar prostora D-marketa.

18.00 – 21.30

PREDAVANJA

18:00 – 18.45

MAROJE MRDULJAŠ: Dizajn i nezavisna kultura u Hrvatskoj
18.45 – 19.30
IVANA IBRAIMOV, MILAN NEŠKOVIĆ I TAMARA MARKOVIĆ: Mikser – New culture deal

20.00 – 20.45

ZORAN JEDREJČIĆ: Recession design or Design recession
20.45 – 21.30
CHRIS KABEL: Making is Thinking

13.00 – 21.00

FILMSKI PROGRAM

13:00, 15:00, 17:00 i 19.00

MATRICE HELVETICE
Ivan Picelj govori o tipografiji
Autori: Dragan Mileusnić, Željko Serdarević, Produkcija: Postscriptum, 2007.

14:00, 16:00, 18:00 i 20.00

Filmovi na temu nizozemskog dizajna:
Dutch Design Profile:
DROOG DESIGN COLLECTIVE
REAL TIME – MAARTEN BAAS
VITRA COLOUR DESIGN – HELLA JONGERIUS
SENSE AND SIMPLICITY – PHILIPS
LIVING AREAS – DE ARCHITEKTEN CIE

22:00

DODJELA NAGRADA

Najboljim izlagačima na D-Sajmu dodjeljuje se Nagrada stručnog žirija (Zoran Jedrejčić, Chris Kabel, Maroje Mrduljaš) te Nagrada publike za koju mogu glasati svi posjetitelji Dana D. Nagrada novinarskog žirija (Vlatka Kolarović, Boba Blašković, Petra Tomljanović i Joško Tomasović) dodjeljuje se za najbolji štand u sklopu D-Marketa.

23:00

D-PARTY

Za muziku je zadužen Protokol (www.vimeo.com/24428629) i njihovi gosti, ekipa koja je ove sezone redovito punila zagrebačke klubove i stekla pravu malu vojsku vjernih poklonika. Stage & visuals powered by Protokol & Polygon
LINE UP:
23:00 Luka Parat (critical lp, take me out)
00:30 Freez (groodanje, breaklectica)
02:00 Basta (protokol)
03:30 Odium (protokol)

NEDJELJA 12.6.

10.00-18.00

Radno vrijeme Dana D (Izložbe, sajam i market)

10.30-12.00

DIZAJNERSKA POČETNICA

Produkt dizajnerica Ksenija Jurinec na Danu D vodi posebno izdanje Dizajnerske početnice za djecu od 6 do 12 godina.

ULAZNICE

Bedž koji vrijedi za oba dana održavanja Dana D i za party stoji 20,00 kuna. Na bedžu se nalazi kôd pomoću kojeg glasujete za rad mladog dizajnera kojeg smatrate najboljim na izložbi.

TICKETS

The price of the badge, which enables entry to both days of the D Day event, as well as to the party, is 20 kunas. The badge contains a code which visitors can use to vote for the work they think is best.

D-DAY PROGRAM

Saturday, June 11th / Sunday, June 12th

SUNDAY, JUNE 12th

12:00 PM

THE OFFICIAL OPENING OF D DAY

D-FAIR – the presentation of young regional authors of up to 35 years of age is the central event of D Day in which 63 designers and designer teams will participate (a total of 150 individual authors) with works from the areas of industrial/product design, visual communications, fashion design, and interior design. The participant selection was conducted on the basis of applications received from across the region: mostly from Croatia and Serbia, then Bosnia and Herzegovina, Macedonia and Slovenia. Out of the three hundred applications received, the organizers have, based on portfolios and specific ideas, chosen the most interesting ones. They will all have a chance to present their concepts, prototypes, self-initiated or already realized works from the areas of industrial design, visual communications and fashion design to the general public. D-MARKET – the commercial part of the fair within which twenty various domestic designer brands, manufacturers and publishing houses will present their products. D-market is set up as a professional mirror for D-Fair, as it will balance the dreams and realities of today’s designer production.

EXHIBITIONS

CROATIAN DESIGNERS’ IMPACT – domestic production designers who decided on a different strategy and presented themselves at the Milan Salone del Mobile. See more at: www.croatiandesigners.com

YOUNG BALKAN DESIGNERS – yet another regional initiative which, after visiting Milan, and then its parent festival, the Mikser festival, comes to Zagreb. See more at: www.mikser.rs/young-balkan-designers

KAFANA – a project which includes students of the designer section of the Belgrade Academy of Fine Arts, and in which design meets locally specific forms of socialization. See more at: www.kafana2011.wordpress.com

REAKTOR RE:PAIR – the presentation of a project which was realized this year in the Zagreb Museum of Contemporary Art. ‘Do it yourself’... with the help of professionals. The designer as a friend and friendly handyman. See more at: www.msu.hr/#/hr/19101/

1:00 PM – 5:00 PM

Presentations by young designers Quick and concise three-minute presentations of authors participating in D-fair. They will be shown in accordance with a pre-determined schedule at the stage located within the D-market space. Presentations end at 5:00 PM.

5:00 PM – 8:45 PM

LECTURES

6:00 – 6:45 PM

MAROJE MRDULJAŠ: Design and independent culture in Croatia
6:45 – 7:30 PM
IVANA IBRAIMOV, MILAN NEŠKOVIĆ AND TAMARA MARKOVIĆ: Mikser – New culture deal

8:00 – 8:45 PM

Zoran Jedrejčić: Recession design or Design recession
8:45 – 9:30 PM
Chris Kabel: Making is Thinking
1:00 PM – 9 PM
FILM SCREENINGS
1:00, 3:00, 5:00 and 7:00 PM
Helvetica Matrices
Ivan Picelj on typography, Authors: Dragan Mileusnić, Željko Serdarević, Production: Postscriptum, 2007.
2:00, 4:00, 6:00 and 8:00
Films about Dutch design:
Dutch Design Profile:
DROOG DESIGN COLLECTIVE
REAL TIME – MAARTEN BAAS
VITRA COLOUR DESIGN – HELLA JONGERIUS
SENSE AND SIMPLICITY – PHILIPS
LIVING AREAS – DE ARCHITEKTEN CIE

10:00 PM

AWARD CEREMONY

The best exhibitors of D-Fair will receive the Expert Jury Award (the jury is composed of Zoran Jedrejčić, Chris Kabel and Maroje Mrduljaš), as well as the Audience Award, which will be decided by the visitors of D Day. The Journalist Jury Award (the jury is composed of Vlatka Kolarović, Boba Blašković, Petra Tomljanović & Joško Tomasović) will be awarded to the best D-Market exhibition stand.

11:00 PM

D-PARTY

The music will be handled by Protokol (www.vimeo.com/24428629) and guests, the team which kept Zagreb clubs full to the brim this season and made quite an army of fans. Stage & visuals powered by Protokol&Polygon
Line up:
11:00 PM Luka Parat (critical lp, take me out)
12:30 AM Freez (groodanje, breaklectica)
2:00 AM Basta (protokol)
3:30 AM Odium (protokol)

SUNDAY, JUNE 12th

10:00 AM – 6:00 PM

D Day working hours (Exhibition, fair & market)

10:30 AM – 12:30 PM

DIZAJNERSKA POČETNICA

The product designer Ksenija Jurinec will head the special edition of the Dizajnerska početnica, intended for children 6 to 12 years of age.