

Bag 2015.- / Making Of gizmo®

Iza scene dizajnerskoga procesa i razvoja proizvoda u Hrvatskoj

U hrvatskim prilikama, svaka zamisao o razvoju inovativnog proizvoda koji uključuje organizaciju lokalne proizvodnje, distribucije i promocije zvuči ne samo ambiciozno već i izuzetno hrabro. Uz vjerojatno univerzalne izazove svakog budućeg proizvođača oko pokretanja proizvodnje, hrvatski kontekst pred takve projekte stavlja i problem nedostatka zakonskih okvira financiranja, problem izbora iskusnih pod-proizvođača i manjka kvalitetnih materijala, odnosno sirovina. Iako strukovne manifestacije poput bijenalne Izložbe hrvatskog dizajna, Zagrebačkog salona, događanja poput Zagreb Design Weeka i Dizajn distrikta Zagreb te nekoliko medija koji prate dizajn uglavnom ažurno bilježe što domaći dizajneri rade, to nisu mjesta na kojima saznajemo kako i u kojim uvjetima rade, s kakvim se izazovima susreću ili koja su pitanja ili kakve odluke uopće dovele do proizvoda koji nam se predstavlja, uvjetovala njegov oblik, funkcionalnost ili značenja koja nosi. Revijalne izložbe, festivali i slična događanja, unatoč njihovoj neprijepornoj važnosti i kvalitetama, dizajnu neizbježno daju glamurniju auru od one koju bi stvarnost mogla opravdati. Taj efekt svakako jest stimulativan i autentično svjedoči o vitalnosti dizajnerskih aktivnosti u Hrvatskoj,



Baggizmo / fotografija: Mladen Šarić

osobito u posljednjih 7 ili 8 godina u kojima su se, osim nekoliko značajnih proizvođača, etablirali i neki dizajnerski studiji i inicijative koje uspijevaju samoorganizirati vlastite sisteme razvoja, proizvodnje i distribucije. Međutim, on nam zaklanja ponekad i vrlo kompleksne priče iza pojedinih proizvoda, a time i njihovu stvarnu vrijednost koja se može početi iščitavati tek kada rasvijetlimo čitavu mrežu okolnosti, aktera, metoda, procesa, procedura i postupaka koja leži u pozadini. To je jednako važno za publiku i korisnike, kojima daje malo jasniju ideju o čemu stvarno govorimo kada govorimo o dizajnu, kao i za same dizajnere, kojima je dragocjeno svako novo saznanje o tome kako su njihovi kolege, na konkretnim projektima, prevladali prepreke s kojima se i oni sami susreću ili se tek trebaju susresti.

Točno to je bila namjera iza recentne izložbe *Grupa – Anatomija dizajna: Baluna*, održane krajem prošle godine u HDD galeriji, kao i ove koja je sada pred vama, a u čijem je fokusu projekt o čijem se uspjehu u posljednjih nekoliko godina puno govorilo i pisalo – *Baggizmu*. Ideja izložbe je na ovom primjeru rekonstruirati pred publikom sve od prvih porođajnih muka formiranja koncepta, izvedbe prototipa, ulaska u neizvjesnu *crowdfunding* kampanju, do testiranja proizvoda, masovne proizvodnje, distribucije i nastavka rada na unapređenju budućih verzija, ali i dati uvid u tekući proces iza nasljednika prvog *Baggizmo* proizvoda, pametnog novčanika *Baggizmo Wiseward*. *Baggizmo* je dobar ogledni primjer ne samo zbog svoje kompleksnosti i činjenice da je u projekt bio uključen razmjerno veliki tim stručnjaka (od Ladislava i Izvorke Jurić, preko produkt dizajnerskog studija *Manufakturst*, copywriting agencije *Señor*, fotografa Mladena Šarića, kreativnog direktora Igora Poturića, nekoliko dizajnera elektronike te brojnih drugih), nego i zbog svoje inovativnosti i činjenice da se u nekim aspektima razvijao na, za domaće dizajnere, dotad nepoznatom terenu. U jednom od uvodnih tekstova Pregleda hrvatskog dizajna 1314 bilo je ukratko prognozirano kako ćemo već na sljedećoj Izložbi hrvatskog dizajna (koja obuhvaća razdoblje od 2015. do 2016. godine) imati priliku vidjeti prve domaće proizvode koji će se oslanjati na *crowdfunding* platforme. *Manufakturst* je na dizajnu same torbe počeo raditi već te 2014. godine, *Baggizmov* Kickstarter kampanja startala je 2015., a godinu nakon je cijeli projekt prikazan na izložbi 1516, kao prvi uspješan domaći primjer na ovaj način razvijenog, financiranog, testiranog, proizvedenog i distribuiranog dizajnerskog proizvoda. Na istoj je izložbi *Baggizmo* dobio i nagradu HDD-a u kategoriji Cjeloviti projekt / proizvod. Drugi važan aspekt je činjenica da je autorski tim ovim projektom načeo problematiku vrlo zahtjevnog područja dizajna i razvoja nosive tehnologije koje je u domaćim uvjetima i dalje rijetkost. Istina, prvi proizvod pod ovim brendom, torba *Baggizmo*, je zasad još uvijek proizvod za „nošenje tehnologije“ u koji je integriran NFC čip, no ima veliki potencijal za nadogradnju u tom smjeru, dok novi proizvod, *Baggizmo Wiseward* (novčanik s integriranom tehnologijom niza različitih senzora koji omogućavaju dodatne funkcije proizvoda) u potpunosti pripada

kategoriji wearable techa. Iako se, zbog uključenosti niza poznatih aktera hrvatske dizajnerske scene, *Baggizmo* ponekad percipira kao još jedan od samoiniciranih dizajnerskih projekata, treba reći kako to nije sasvim tako – riječ je o maloj startup tvrtki IT menadžera Ladislava Jurića, gdje aktivnostima vezanim za dizajn i razvoj proizvoda upravlja renomirana dizajnerica vizualnih komunikacija Izvorka Jurić, dok je ostatak tima koji radi na projektu, uključujući i dizajnerice same torbe i novčanika, angažiran u svojstvu suradnika. No ovdje je bitno imati na umu dvije stvari – s jedne strane kako je riječ o projektu koji upravo dizajnerski proces stavlja u fokus pažnje kao ključnu vrijednost novog proizvoda, i s druge kako je važnost projekta teško u potpunosti razumjeti bez razmatranja onih slojeva procesa koji se odnose na poslovno funkcioniranje ovakvog startupa, dinamike *crowdfundinga* itd.

Baggizmo je idejno dijete Ladislava Jurića, koji se ovim projektom zaista uputio u avanturu u nepoznato. Naime, Ladislav je nakon karijere u području informatičke tehnologije (gdje je radio na upravljanju informatičkim sustavima) završio intenzivni četveromjesečni program Founder Institutea, međunarodne škole za buduće poduzetnike (prvenstveno u području primjene novih tehnologija) te se posvetio osnivanju vlastite tehnološke tvrtke. Počevši od vlastitih potreba, razradio je ideju o novom proizvodu – praktičnoj muškoj torbi s pretincima za brojne mobilne gadžete koje svakodnevno koristi. Ime prilično doslovno opisuje o čemu je riječ: *bag* (torba) + *gizmo* (tehnološka novotarija).

Crowdfunding je, kako *Baggizmov* tim voli naglasiti, „projekt u projektu“. Ujedno web platforma za grupno financiranje projekata i poligon za testiranje samog proizvoda i interesa potencijalnih kupaca, *crowdfunding* zahtijeva sustavni pristup prezentaciji projekta, oglašavanju, brendiranju i komunikaciji s budućim korisnicima. Ovakav pristup proizvodnji čitav proces razvoja proizvoda okreće naglavce. Za razliku od klasičnog procesa izlaska na tržište, koji podrazumijeva linearan redoslijed: istraživanje tržišta - razvoj proizvoda – javna komunikacija proizvoda; u *crowdfunding* kampanjama prvi je i, za uspjeh kampanje, ključni potez upravo marketinška kampanja proizvoda koji još ne postoji. Dakako, ovakav način razvoja projekta donosi i značajne rizike: prodaja de facto nepostojećeg proizvoda znači preuzimanje niza obaveza poput poštivanja rokova isporuke i realizacije obećanih karakteristika proizvoda, sve na osnovu procjena i terminskih planova koje je zapravo teško predvidjeti kada je riječ o kompleksnim i visokotehnološkim, do sad netestiranim proizvodima.

Dizajn je u *Baggizmo* inkorporiran na nekoliko razina. Izvorka Jurić (*Design Bureau Izvorka Jurić*) osmislila je proces razvoja novih proizvoda (koordinacija razvojnog tima, produkcija), dizajn vizualnih komunikacija čitavog projekta od vizualnog identiteta tvrtke i proizvoda do dizajna ambalaže i komunikacijske strategije čitavog

Dio proces razvoja i izrade Baggizmo torbe / fotografije: Baggizmo, PES.



brenda. Budući da je riječ o nosivoj i nošenoj tehnologiji, *Baggizmo* proizvodi nalaze se na razmeđu modnog i industrijskog dizajna. Tako je dizajn same torbe povjeren industrijskim dizajnericama iz kolektiva *Manufakturst* (Mia Bogovac, Matea Bronić, Maša Milovac, Kristina Volf), kojima je *Baggizmo* na više razina bio posve novo iskustvo. Iako su dizajnerice *Manufakturst*a već surađivale s modnim dizajnerima (na primjer, paravan *Behide* u suradnji s kolektivom Dioralop) te eksperimentirale s tekstilnim tehnologijama i materijalima (tekstilni termoform s ciglicama *Brrr*), ovo je bio prvi izlet u oblikovanje predmeta koji pripada i modnoj kategoriji dizajna. Naime, torba *Baggizmo* zamišljena je kao muška torba za *gadžete* u koju se mogu spremati (ali i iz nje jednostavno izvaditi) tablet, dva pametna telefona, novčanik, ključevi i još poneki nužni i svakodnevni predmeti (maramice, olovka). Popis željenih karakteristika budućeg proizvoda stoga je sadržavao kompleksan set zahtjeva poput elegantnog uklapanja u različite stilove odijevanja, udobnosti pri nošenju i korištenju (od kvalitete materijala do hvata remena i uklanjanja potrebe za dodatnim remenom radi stabilnosti), te uvođenje niza dodatnih funkcionalnih detalja (mogućnost brisanja ekrana mikrovlaknima u džepu za tablet, provođenje žica za slušalice kroz unutrašnjost torbe, dodatno fiksiranje torbe pri vožnji bicikla). Upravo je u ovom procesu razvoja dizajna na vidjelo izašla prednost *crowdfunding* kampanje – izravna komunikacija sa zainteresiranim budućim korisnicima omogućila je brze prilagodbe, promjene pa i unaprjeđenje karakteristika buduće torbe, od širenja potencijalnih korisnika i na ženski dio populacije, do uvođenja kože kao novog materijala i poboljšanja kvalitete patentnog zatvarača. Finalni proizvod – prva serija torbe *Baggizmo* - rezultat je zahtjevnog proizvodnog procesa u kojem se u stotinjak faza izrade povezuje čak četrdesetak sastavnih dijelova buduće torbe.

Sljedeći *Baggizmov* proizvod, novčanik *Wiseward*, realiziran je s ciljem da ispuni prvotnu ambiciju *Baggizmovog* tima i postane pravi primjer nosive tehnologije. Integracija tehnoloških rješenja omogućuje povezivanje novčanika s pametnim telefonom (bežičnom tehnologijom) što otvara čitav niz dodatnih funkcija vezanih uz sigurnost, svakodnevne aktivnosti i personalizaciju proizvoda. Digitalna tehnologija korisniku donosi kontrolu nad lokacijom novčanika i telefona, zvukom upozorava ako je udaljenost između vlasnika i novčanika izvan postavljenih granica, prepoznaje da li je novčanik otvoren ili zatvoren, omogućava provjeru ispravnosti novčanica itd. Zbog svojih visokotehnoloških rješenja, razvoj *Wisewarda* zahtijevao je još veću pažnju, kako u procesu dizajna tako i u procesu proizvodnje. Primjerice, za *Wiseward* je dizajnirana originalna elektronska pločica, no zbog specifičnih zahtjeva proizvoda do konačnog su odabira proizvođača promijenjene čak četiri domaće tvornice elektronike. Proces dizajna – uz, već pri dizajnu torbe, definirane opće estetske i funkcionalne zahtjeve (vrhunski materijali, prilagođene dimenzije, nosivost, elegancija) – morao je voditi računa o kompatibilnosti s elektroničkim komponentama ali i o specifičnom lokalnom kontekstu, primjerice ograničenjima lokalne proizvodnje.

O uspjehu projekta govori i činjenica da se torbe *Baggizmo* prodaju u 89 zemalja, ali i to da je, prema istraživanju iz 2017., velika većina korisnika izuzetno zadovoljna karakteristikama proizvoda, te da skoro 90% korisnika želi koristiti i buduće proizvode ovog brenda. No, kao što smo rekli na početku, u ovom nam je trenutku najvažnije vidjeti što možemo naučiti ne samo iz *Baggizmova* uspjeha, nego i puta koji ga je do tamo doveo, iz dinamike timskog rada, iz komunikacije i interakcije s podržavateljima i korisnicima, iz unutarnje strukture čitavog projekta, kako u njegovim dizajnerskim,

tako i drugim segmentima. Autorice ove izložbe, Izvorka Jurić i Kristina Volf pripadaju samoj jezgri tima koji je kreirao oba *Baggizmova* proizvoda. Ovog puta, zamolili smo ih da rastave cijelu tu kompleksnu slagalicu i za nas rekreiraju njihov nastanak.

Marko Golub & Koraljka Vlajo

Autorice izložbe: Izvorka Jurić i Kristina Volf
Video: Ana Šerić
Predgovor: Koraljka Vlajo i Marko Golub

Organizator: Hrvatsko dizajnersko društvo / HDD galerija
Voditelj galerije: Marko Golub
Asistentica voditelja: Monika Džakić
www.dizajn.hr
Izdavač: Hrvatsko dizajnersko društvo
ISBN 978-953-6778-38-6

Radno vrijeme galerije:
Pon – pet 10 – 20h, Subotom 10 – 15h

Sponzori tiska: Ars kopija i Cerovski print boutique



CEROVSKI

Izložbu je financijski podržalo **Ministarstvo kulture Republike Hrvatske**. Program HDD galerije podržavaju **Ministarstvo kulture RH**, **Gradski ured za kulturu Grada Zagreba** i **Zaklada Kultura nova**.



Baggizmo Wiseward pametni novčanik / fotografije: Baggizmo, Stela Kovačić.

Baggizmo®

U razvoju Baggizmo projekta sudjelovali su:

Ladislav Jurić _ osnivač, direktor, voditelj projekta, **Izvorka Jurić** _ voditeljica dizajna razvoja proizvoda, brending, **Mia Bogovac**, **Matea Bronić**, **Maša Milovac**, **Kristina Volf** / **Manufakturst** _ produkt dizajn za Baggizmo torbu, **Kristina Volf**, **Maša Milovac** _ produkt dizajn za Baggizmo Wiseward, **Ante Medić**, **Dajgoro Labinac** _ razvoj elektronike, **Ivica Horvat** / **Plava Tvornica** _ razvoj mobilne aplikacije, **Tomislav Petković** / **KoArt** _ proizvodnja prototipa i proizvoda, **Ivica Baraba** / **PES** _ proizvodnja kopči Baggizmo torbe, **Tomislav Patačić** / **SMD** _ proizvodnja elektronike, **Tatjana Bartaković** _ voditeljica PR aktivnosti za Baggizmo i Baggizmo Wiseward, **Vanja Blumenšajn** / **Señor** _ brend komunikacija za Baggizmo torbu, **Igor Poturić** _ ime i brend komunikacija za Baggizmo Wiseward, **Mladen Šarić** _ modna fotografija za Baggizmo i Baggizmo Wiseward, **Mladen Šarić**, **Timy Šarac** _ modni video, **Luka Vucić** _ Kickstarter video za Baggizmo torbu, **Zdravko Šarčević**, **Davor Bjelanović**, **Siniša Hajduk** _ Kickstarter video za Baggizmo Wiseward, **Stela Kovačić**, **Ivan Goran Žunar**, **Marijo Franić**, **Zlatko Kelemenčić** / **DB Izvorka Jurić** _ dizajn vizualnih komunikacija, **Stela Kovačić** / **DB Izvorka Jurić** _ fotografije proizvoda i *lifestyle* fotografije, **Teo Drempetić Čonkić** _ fotografije korisnika torbe, **Matija Tolić** _ razvoj mrežnih stranica, digitalni marketing, korisnička podrška, **Marina Ravlić** _ izvršna voditeljica, korisnička podrška, **Ela Naranda** _ voditeljica marketinga, **Mislav Matić** _ kontrola i organizacijska provedba proizvodnje elektronike, **Dinka Hadžović** _ asistentica na projektu

i Mirko Šušnić, Edi Budimilić, Robert Lesac, Caffè Atrium, Igor Pavlović, Neven Zulijani, Tea Šubat, Dalibor Šuster, Eugen Kramarić, Ivan Hečimović, Neil Arun, Peter Hopwood, Robert Sučić, Mario Huljev, Marek Ciešla, Jonathan Greechan, Mike Suprovci, Sonja Batušić, Ana Šerić, Martina Validžić, Robert Zuber, Tina Đurišić, Bob Taylor, Damir Cimprić, Cimp, Ela Arapović, Zvonimir Andrić, Saša Joković, Saša Joka, Lea Petanović, Filip Pušec, Leon Vignjević, Duško Čavić, Ivan Jelušić, Vlatko Matijević, Srđan Kovačević, Daniel Devčić, Ana Garić, Mira i Igor Serdarević, Mirza Kurtović, Jelena Gvozdanović, Founder Institute Zagreb, Razvojna agencija Zagreb, Tehnološki park Zagreb i MSU Zagreb koji su doprinijeli projektu na različite načine.

Hvala cijelom timu na njihovom trudu i entuzijazmu, kao i svima koji su na bilo koji način pomogli i podržali projekt Baggizmo.

Baggizmo®
2015.- / Making Of

Iza scene dizajnerskoga procesa
i razvoja proizvoda u Hrvatskoj

6.6. - 26.6.2018.

HDD galerija / Hrvatsko dizajnersko društvo
Boškovićeve 18, Zagreb

hrvatsko
dizajnersko
društvo

HDD