

Лидија Георгиева

Авторот е дизајнер,
редовен професор

Дизајн водич низ Дебар Маало

ФИЗИЧКАТА И ВЕБ-ПРОДАВНИЦАТА ТРЕБА ДА КОЕГЗИСТИРААТ И ДА СЕ НАДОПОЛНУВААТ

Секој модерен град има свој паралелен центар кој го рефлектира духот на новите генерации. Обично тоа е доминантно пешачка зона во која се наоѓа креативата, алтернативните простори и зачетоци на новите идеи. Изминативе две години, конечно, покрај кафеаните и баровите, нашето Дебар Маало почна да се полни со интересни содржини.

Тие се млади, храбри, не чекаат некој друг да им го среди животот, а нивните микроекономски иницијативи ги збогатуваат содржините на Дебар Маало. На сите им ги поставив истите прашања, па да го слушнеме нивниот глас, нивните потреби, искуства, проблемите со кои се соочуваат, можеби тука ќе најдат на иницијатива за инвестиција и поддршка.



МАЛА

Евгенија Зафировска, моден дизајнер и Архитектонското студио KONNTRA



Креативната платформа МАЛА е хибриден простор со оригинален концепт на функционирање. Отворен минатата година, овој простор за архитектура и моден дизајн на Архитектонското студио KONNTRA и дизајнерката Евгенија Зафировска има цел да овозможи платформа за креативци како локален активатор за дизајнери, занаетчии, скулптори или секој што чувствува потреба да ги сподели своите концепти.

МАЛА претставува иницијатива со поинаков концепт на функционирање, вметнат во минималистички ентериер, со акценти во живописна розова боја. Оставаривме заедничка соработка со нова приказна која е прва од ваков вид во регионот. Преку основањето на МАЛА очекуваме успешни соработки и инспирации. Досега реализиравме неколку успешни проекти, минатата година соработувавме со Словенечката амбасада, а годинава имаме поддршка и од други амбасади и организации кои

го препознаа потенцијалот.

Нашата мотивација е развивање на соработки и настани кои спојуваат различни области од дизајнот, производство на содржина и откривање на нови дизајнери. За Скопје ова е чекор напред, па преку перформанси, инсталации и други активности кои предизвикуваат заинтересираност и поттикнуваат креативност кај посетителите, се обидуваме да донесеме дел од Љубљана. Состојбата со пандемијата нè донесе дома во Скопје каде што воочивме колку ни недостасува ваков вид на простор. Размената на искуства ни укажа колку се потребни креативните платформи за спознавање на материјали, иновативни концепти и шанса да се претстави сопствениот труд пред јавноста. Искуството од работата во Словенија придонесе за реализирање на ваков тип на хибриден простор, таму постојат различни платформи за промоција.

Бидејќи дизајнот на еден начин е креативно решение на проблемите во општеството, се наметну-

ва прашањето за што навистина се залагаат нашите индустрии.

На отворањето на продавницата беа изложени и дел од графиките преку кои се презентирани проектите на Архитектонското студио KONNTRA. Препознатливи по пристапот со современ и живописен израз, беа изложени наградените трудови на меѓународни конкурси. Воедно беше достапен и електронски изработен од пинатекс (Piñatex®), иновативен текстил направен од влакна од листови од ананас. Овој земјоделски нуспроизвод е дополнителен прилив на приходи за земјоделските заедници како одржлива алтернатива на масовното производство на кожа и синтетички материјали. Филозофијата на брендот Евгенија Зафировска е да понуди квалитетен дизајн за кој одржливоста во модата е приоритетен процес. Новата ера на луксуз значи да се биде општествено и еколошки одговорен.

Внатрешното уредување на МАЛА беше заедничка идеја. Со цел да се даде предност на изложените експонати и можноста за флексибилност за секој настан, концептот е минималистички. Вметнати се акценти како дизајн елементи во магента боја, рефлексивен текстил како флексибилна преграда, кои наменски се надополнуваат со привремени просторни елементи. Влезот е надополнет со



симболични елементи во магента, минималистички натпис и интервенции на фасадата која е заштитено културно наследство. Во вечерните часови карактеристично е осветлувањето кое дава оригинално чувство.

Социјалните мрежи станаа важен канал преку кој се зголемува свесноста за идејата, ангажманот и посетителите. Директно и визуелно сме поблиску до целната група, па на наше големо задоволство посетителите се воодушевени, но секогаш е подобра физичката присутност, размената на искуствата и на идеите. ■

ОКС

Моника Павловска, визуелен артист – фотограф, видеограф, дизајнер

Отворен во 2021 година, ОКС (ОХ) е простор со акцент на контракултура, кој има цел да влијае, да провоцира и да едуцира. Бунтовник со специфична естетика, инспириран од хип-хоп културата и постмодернизмот, култ во изградба кој креира на работ меѓу облеката, уметноста и културата. Брендот е основан во јуни 2018 година.

Нашата мотивација постоеше одамна, но шансата се отвори во 2017 година кога посериозно пристапиме на идејата за бренд. По неколку успешни поп-ап настани каде што распродадовме најголем дел од произведеното, сфативме дека е потребно да имаме и перманентна локација за изложување и промовирање.

Отворањето на физичка продавница е благодарение на поддржувачите

на брендот, поголемата побарувачка и потребата да се овозможи подиректен пристап до купувачите/заедницата.

Ентериерот од скица до егзекуција го работевме јас и Илија со неколку луѓе кои помогнаа во реализацијата. Просторот беше финансиран во август 2021 година, непосредно пред отворањето. Елементите се изработени по мерка, материјалите се внимателно одбрани, сакавме максимално да обрнеме внимание на секој елемент од ентериерот. Беше долг и напорен процес, но целта ги оправда средствата.

Водени сме од потребата за изразување, за визуелна комуникација, за креирање на продукт, љубовта кон облеката, немањето на избор за добри парчиња облека на локално ниво. Но, најголема мотивација ни е кога знаеме дека луѓето кои ги носат нашите пар-



чиња се чувствуваат посебно.

Со оглед на тоа што сме фокусирани и посветени на тоа да создаваме висока гама на продукти, најголем проблем е наоѓањето на квалитетни ресурси, а тука сме бескомпромисни. Во држава како Македонија не е лесно независно и од нула да се постави бренд без никаква надворешна поддршка, но мотивацијата и истрајноста се поголеми од проблемите со кои се соочуваме.

Постојано нè мачи прашањето дали луѓето ја перципираат идејата за продуктите на начинот на кој сакаме. Преземаме ризици, некои од нив се наградени, некои незабележани, но помагаме во развојот на културата и не сме глодари што пробуваат да искористат и да материјализираат, а тоа најмногу нè храни во моментов.

Што се однесува до помош, поддршка е секогаш добредојдена. Благодарение на групата на ентузијастички кои се заедно со нас од самиот старт, чест и задовол-

ство е да се гледа како таа заедница секојдневно расте.

Секое време има свои притисоци, планетата и условите се менуваат сè пофуриозно и понепредвидливо, наше е да се адаптираме и пробуваме да ја задржиме визијата.

Нашиот бизнис е на почеток, не произведуваме ни приближно онолку колку што сакаме да продуцираме за да стигне нашата приказна до сите оние до кои сакаме. Се стремиме кон регионална и глобална експанзија, но и кон поширока платформа на локално ниво.

Веб-продавницата е моќна алатка, помага подобро да се раскаже визијата на поширок аудиторинум, продуктите се достапни истовремено насекаде. Од друга страна, пак, физичката продавница има свои предности – можноста да се види, да се допре и да се почувствува продуктот, атмосферата, енергијата во живо, е поинакво, подиректно и поинтимно искуство. ■

ИГРАЛИШТЕ

Вера Ангелакова, дизајнер



Првата винтиџ продавница во Скопје – Игралиште – почна да работи во октомври 2020 година. Идејата за создавање нова понуда на локалниот моден пазар со винтиџ облека е збогатена и со продажба на дизајни од локални брендови.

Во нашата продавница е изложена селектирана винтиџ облека која ни доаѓа од Лос Анџелес и дизајни од локални брендови. Иако се работи за користена гардероба, таа е во одлична состојба, се вклопува во романтичен, женствен стил, во согласност со актуелните трендови со инспирација од минатиот век. Соработуваме со 15-тина

локални брендови со автентична облека и модни додатоци (PINC PARTYWEAR, Factory Girl, Ред, Nezhno, Indigo Handmade, Fraeil, Candlesnest, Beyond Green...), кои имаат заедничка тенденција за одржлива мода.

Недоволната едукација за винтиџ гардеробата е проблем и би сакале поддршка во организирање на работилници или други едукативни форми на тема на предностите на купување винтиџ (намалување на текстилниот отпад преку продолжување на векот на постоечката облека и како тој циклус ја подобрува животната средина).

Да се победи во конкуренција со брзата мода е огромен предизвик, неопходна ни е поддршка за промоција на локални брендови. Сметаме дека културниот живот е од големо значење за една средина, а модата е дел од културата. Нашето искуство покажува дека во Македонија постојат обучени производители, локални брендови со автентичен печат и добри продукти. Наша идеја за развој на локалната модата е таа да биде доминантна на ТВ-екраните, промотивните и

културни настани (фестивали, театар, филм...), во списанијата и други визуелни медиуми.

Се разбира, тука е и проблемот на финансирање. Иако сопственичките на компанијата обезбедија средства за почетната инвестиција, во потрага сме по извори на финансирање за следните поголеми проекти кои ги имаме во план.

Во иднина планираме да го развиеме онлајн бизнисот. Имајќи го на ум брзиот раст на онлајн трговијата во Македонија, мотивирани сме да се развиваме во таа насока.

Клиентите на Игралиште се посетени на одржливиот начин на живот или пак патувале низ светот и се заљубиле во винтиџ продавниците во Амстердам, Берлин, Мадрид.

Нашето мислење е дека физичката и веб-продавницата треба да коегзистираат и да се надополнуваат. Инвестираме во квалитетна содржина на социјалните мрежи и работиме со микро инфлуенсери. Имајќи на ум дека таргетираме млада популација, социјалните мрежи ни се најдобри другари од првиот ден. ■



5 ДО 12

Стефанија Атанасовски, дизајнер



По три години присуство на социјалните мрежи, во јуни 2021 година се отвори продавница/работилница со симпатично име, па стратешки сугерира добра идеја за подарок. Намената на просторот е работилница за изработка на производите, но притоа е и изложбен салон.

Мојата најголема мотивација е идејата дека 5 до 12 заслужува свое катче во градов.

Се работи за потрага по персонализиран производ, продукт направен по мерка.

Дизајните се препознатливи по чисти, интензивни и контрастни површини. Таа стилска определба е веројатно поради мојата огромна љубов кон графиката, па таков ми е и пристапот во работата.

Единствен проблем до сега ми бил недостатокот на време. Работам сама, честопати обврските ме поклопуваат, потребни ми се уште неколку човечки раце, знам дека тоа ќе придонесе многу за брендот.

Иднината на 5 до 12 во мојата глава е многу симпатична. Тоа не е уменшоу концепт, гледам тим ентузијаста кои ќе сакаат да се вклучат во оваа приказна и да остават свој печат.

Имам редовни клиенти и за тоа ми е неизмерно драго, луѓе кои ме следат и купуваат производи уште од самиот почеток на мојата приказна, луѓе кои имаат купено некој од првите производи и сè уште ме поддржуваат. Притисоци имаме сите секојдневно, но на крајот на денот е важна личната сатисфакција.

Периодот кога бев во потрага по локал знаев дека додека не најдам простор во кој при првото влегување ќе се почувствувам како да припаѓам баш таму, нема да се нафатам на тој чекор. Го здогледав случајно, но само што влегов, веќе го визуелизирав ентериерот. Знаев дека за мене тоа е тоа.

Како физичка продавница, дуќанот дефинитивно ми донесе многу контакти и убави моменти, за мене убедливо најдобра одлука во животот. Но, социјалните мрежи се најдобрата страна на 5 до 12. Во 21 век кога веќе речиси сè е онлајн, би било зло да не се искористи оваа алатка за промоција. ■

