

CZECH DESIGN

MODEL YOUNG PACKAGE

Soutěž zná svého vítěze

ROZHOVOR

Martin Pecina



Kdo jsme...

Jsme přesvědčení, že dobrý design může kreativním způsobem řešit naše každodenní problémy a zlepšovat život lidí s ohledem na jejich specifické potřeby. Jsme nevládní organizace, jejímž cílem je nadchnout pro design českou veřejnost i podniky a ukázat jim cestu ke spolupráci s designéry. Věříme, že takto posílené vazby prospějí všem: zvýší konkurenceschopnost firem, nabídnou lepší uplatnění designérům a přinesou kvalitní a funkční design všem jeho uživatelům.

Nabízíme pomoc firmám a institucím se zájmem o design, organizujeme soutěže, workshopy a semináře, pomáháme designérům prodávat jejich tvorbu a v neposlední řadě provozujeme nejstarší a zároveň nejčtenější portál o designu v České republice.

Naše organizace vznikla v roce 2003 díky odhodlání tehdejších studentů designu a zároveň nenapravitelných optimistů, kteří věří, že design může měnit každodenní život k lepšímu. Od spolupráce u jídelního stolu se nám podařilo vybudovat profesionální zastřešující organizaci pro český design. Náš web se od té doby stal místem, které kvůli aktuálním informacím, článkům a načerpání inspirace vyhledávají nejen profesionálové, ale také zástupy obdivovatelů českého designu.

120+

spolupracujících značek

25+

uzavřených soutěží

40+

uzavřených soutěží

33+

workshopy pro firmy a neziskovky

ROZHOVOR

- 6 Martin Pecina – MasterShef bez trofeje
- 7 Typomil a zarytý minimalista
- 8 Knihy nebo jídlo?

ČLÁNEK

- 9 Model Young Package
- 10 Kategorie High school
- 11 Kategorie Unlimited
- 12 Speciální ceny

INZERCE

- 13 ZDW, Tititi
- 14 Lucie Koldová, Eska

TIPY

- 15 První plánovací studio IKEA
- 16 Reformát

SHOP

- 17 Czechdesign kolekce
- 18 ferdinand.

Martin Pecina

MasterChef bez trofeje?

Martine, jak byste zhodnotil samotné logo MasterChef? Ostatně jeho „zhmotnění“ jste dostal v podobě trofeje MasterChef, našla místo na vaší polici?

MARTIN: Logo má minimálně dvě různé dobové varianty s odlišnou typografií, ale obě mají nízkou výtvarnou úroveň, na tom není co hodnotit. A celá idea s logem v plamenech dnes působí trochu obstarožně a legračně. U podobných značek ale bývá důležitější spíše tradice a zvyk nežli kvalita.

Na práci typografa mimo jiné oceňujete samotu. Jak snášíte poslední týdny po oficiálním oznámení vašeho vítězství, které jsou nejspíše pravým opakem samoty?

MARTIN: Omezil jsem své už tak řídké sociální kontakty na minimum. Zkouším se teď vyhybat veřejným místům, abych nemusel absolvovat neplánované autogramiády na I. P. Pavlova. Kdykoliv mě ale někdo osloví, jsem ze zásady vstřícný a zdvořilý.

Jak hodnotíte jejich logo a doprovodné grafické výstupy?

MARTIN: Logotyp vychází z firemního písma, které je bohužel zpracováno amatérsky. Nechci se vyjadřovat ke kresbě samotné, to by mé hodnocení možná bylo subjektivní. Žalostné je ale prostrkání znaků, což je u každého loga zásadní problém. Srovnajte kombinace BOU, LEV a VA... a asi pochopíte, co mám na mysli. Ve své vlastní grafice jsem nápisy pokud možno prostrkával ručně a lépe. Nicméně: bavíme se zde pořád o stánku s rychlým občerstvením, který se prezentuje bulvárními, dryáčnickými hesly na zdech, takže určitá pokleslost výrazových prostředků je tady patrně tvůrčím záměrem.

Či vizuální identitu na gastro scéně oceňujete a je podle vás kvalitně zpracovaná?

MARTIN: Vkusně zpracovaný je celý kolos Ambiente včetně UM Národní. Jde o rozmanité výstupy s dobrou kvalitou a mnohdy i současným výrazem. Grafiku gastro podniků ovšem nijak nevnímám. Chodím se tam občas najíst a dávno jsem už vyrostl z toho, abych hledal typografické přešlapy na jídelních lístcích, zajímají mě úplně jiné věci.

Byl jste spoluvůrcem pro vzhled vizuálu plakátu Bageterie Boulevard, kde jste byl hlavní tváří, jelikož jste vyhrál bagetovou výzvu. Proč bylo pro vás důležité se na výstupu podílet?

MARTIN: Dbám na to, abych nebyl spojován s jakoukoliv značkou. Stanovil jsem si ovšem různé vstupní podmínky a na všechny z nich Bageterie přistoupila, čehož si vážím. První podmínkou bylo, že si grafiku navrhnu sám, pochopitelně s dodržением všech povinných prvků, jako je firemní značka.

Proč vlastně pokrmy ze zabijačky?

MARTIN: Mám pocit, že každý se postupem času vracíme ke svým kořenům a přemýšlíme o tom, co nás formovalo úplně na začátku. Pro mě to byly zabijačky, kultura společenského setkávání, společné práce a konzumace. Nejprve živý tvor, pak jedna rána z jateční pistole, rychlé vykvrvení,



Typomil a zarytý minimalista

spaření a škrábání štětin, věšení, vykolení, vyjmutí mozku, narážení střev... Všude oblaka páry, chlapi ve svetrech a vařících se štamprlemi slivovice a ženské s rukama zabořenýma do kýble krve — to jsou obrazy mého dětství, které jsem si uchoval. Dnes je v módě zpracovávat celé zvíře, jako by šlo o něco převratného. Moje babka to tak dělá celý život, aniž by věděla, jak strašně je moderní.

Vyhrál jste podle vás díky minimalistickému přístupu ve vaření, ale i v servírování, který je vám typický i ve vaší knižní grafice? V čem takový přístup spočívá?

MARTIN: Svět je přeplněný až k zalknutí. Lidmi, věcmi, hlukem a smogem — i tím vizuálním. Otevřete prohlížeč a vyvalí se na vás tisíc bannerů, co nejdou zavřít. Vyjdete z domu a třískne vás po hlavě reklamní poutač. O vteřinu později zakopnete o elektrickou koloběžku. Na zastávce tramvají vidíte metrový plakát blbce s bagetou a na každém druhém sloupu šipku nebo logo nějaké firmy. Mě to bolí a unavuje, a tak se v vlastní práci snažím o úplně prosté, srozumitelné a někdy i meditativní výstupy.

Jednou, až budu konečně velký, chci dělat jen rovné čáry a triviální nápisy, používat jednu barvu a navrhovat jenom nepatrné knižní formáty, které nezaberou místo a nebudou nikoho štvát. S jídlem se to má podobně.

Vy máte přece jen blíže ke knižní grafice. Jste autorem řady titulů, a to všech žánrů od poesie přes beletrii až po odborné knihy včetně svých vlastních. Nabízí se tedy otázka, jak bude ta vypadat vaše kuchařka o klasických českých a moravských zabijačkách, kterou byste rád vydal. Kterého českého grafika byste pro ni oslovil?

MARTIN: Klidně bych úpravu svěřil někomu jinému, třeba i dobrému studentovi, který by našel silný koncept. Ale byl by to nejspíš mnohem složitější a pracnější postup, než když si vše napíšu, vyfotím a graficky upravím sám. Má to navíc tu výhodu, že potom můžu nadávat jedině sám sobě.

MASTERCHEF
vítězná
bageta

marinované telecí
+ wasabi majonéza
+ nakládaná zelenina
+ nálož bylin



BAGETERIE
BOULEVARD

Martin
ze soutěže
MasterChef
Česko

Knihy, nebo jídlo?

Knihy, nebo jídlo? Zůstanete věrný typografii, nebo se necháte zlákat gastronomií? Co byste v těchto oborech ještě rád dokázal?

MARTIN: Jsem profesionální grafik a amatérský kuchař. Nezahodím teď dvacet let praxe proto, abych vyměnil počítač za pánvičku. Až najdu způsob, jak oba obory logicky Wpropojit, budu pochopitelně rád. Třeba právě v knihách.

Jakou kuchařku byste – ať českou, nebo zahraniční – vyzdvihl svým knižním zpracováním?

MARTIN: Máme doma určitě kolem stovky kuchařek, ovšem jen málo která stojí za zmínku. Ne že by byly upraveny špatně, chybí jim ale větší odvaha nebo nápad. Bavila mě před lety kuchařka Škoda nevařit v úpravě Petra Bosáka a Roberta Jansy, před časem taky Život je raut v úpravě Ondřeje Gerika. V těch je vidět vize a snaha o neotřelé pojetí.

Sledujete stejně tak i trendy v typografii? Případně jaké?

MARTIN: Ne.



Býváte členem poroty NKČR. Jaké jsou poslední trendy v knižní grafice, a řídíte se jimi při hodnocení přihlášených děl?

MARTIN: Positivním trendem je dlouhodobě se zvyšující úroveň knižní grafiky. Ty ostatní trendy, pokud máte na mysli třeba módní písma a vazby nebo technologie, na mé hodnocení nemají téměř žádný vliv. V potaz beru to, nakolik profesionálně a smysluplně je kniha navržena. Je dobře, když odpovídá době svého vzniku, ale nemyslím, že by to měly být právě prchavé trendy, co dobrou knihu definuje. Spíše naopak.

Knihy, nebo jídlo? Zůstanete věrný typografii, nebo se necháte zlákat gastronomií? Co byste v obou oborech ještě rád dokázal?

MARTIN: Jsem profesionální grafik a amatérský kuchař. Nezahodím teď dvacet let praxe proto, abych vyměnil počítač za pánvičku. Až najdu způsob, jak oba obory logicky propojit, budu pochopitelně rád. Třeba právě v knihách.

Býváte členem poroty NKČR. Jaké jsou poslední trendy v knižní grafice, a řídíte se jimi při hodnocení přihlášených děl?

MARTIN: Positivním trendem je dlouhodobě se zvyšující úroveň knižní grafiky. Ty ostatní trendy, pokud máte na mysli třeba módní písma a vazby nebo technologie, na mé hodnocení nemají téměř žádný vliv. V potaz beru jen to, nakolik profesionálně a smysluplně je kniha navržena. Je dobře, když odpovídá době svého vzniku, ale nemyslím, že by to měly být trendy, co dobrou knihu definuje.

Vyhrál jste podle vás díky minimalistickému přístupu ve vaření, ale i v servírování, který je vám typický i ve vaší knižní grafice? V čem takový přístup spočívá?

MARTIN: Svět je přeplněný až k zalknutí. Lidmi, věcmi, hlukem a smogem — i tím vizuálním. Otevřete prohlížeč a vyvalí se na vás tisíc bannerů, co nejdou zavřít. Vyjdete z domu a tiskne vás po hlavě reklamní poutač. O vteřinu později zakopnete o elektrickou koloběžku. Nazastávce tramvaj vidíte metrový plakát blbce s bagetou a na každém druhém sloupu šipku nebo logo nějaké firmy. Mě to bolí a unavuje, a tak se ve vlastní práci snažím o úplně prosté, srozumitelné a někdy i meditativní výstupy. Jednou, až budu konečně velký, chci dělat jen rovné čáry a triviální nápisy, používat jednu barvu a navrhovat jenom nepatrné knižní formáty, které nezaberou místo a nebudou nikoho štvát. S jídlem se to má podobně. Nepotřebuji mít na talíři padesát komponent včetně sedmi gelů a tři druhů pěny s amarouny navrch. Dobře udělat je možné i úplně jednoduché jídlo ze tří surovin. Já to sice zatím neumím, ale musí to jít.

MODEL YOUNG PACKAGE 2023

Zabalili knedlíčky i oplatky. Atraktivně a ekologicky. Největší mezinárodní soutěž obalového designu představuje výsledky

Řeč je o obalech na jídlo, které byly letošním tématem mezinárodní soutěže v obalovém designu Model Young Package. V konkurenci 284 prací z celého světa se objevila nápaditá řešení obalů na knedlíčky i lázeňské oplatky a designéři opět dokázali, že inovativní a udržitelná obalová řešení dokážou jak pozvednout zážitek z konzumace, tak šetřit přírodu.

Je možné navrhnout obal, díky kterému se jídlo stane ještě větším zážitkem? K tomu letos vyzval již 26. ročník největší mezinárodní soutěže obalového designu pro designéry i studenty, kterou vyhlašuje společnost Model Group.

Obal totiž není jen ochranou jídla, umožňuje komunikovat informace o obsahu, pozvednout jej na úroveň dárku a působit

na emoce. Stejně jako jídlo, které ukrývá, musí splňovat tynejpřísnější podmínky na kvalitu, šetrnost k planetě a zároveň praktičnost.

Celkem z 18 zemí světa od Austrálie po Chile do soutěže přišlo 284 prací. Ve dvou kategoriích pro studenty a designéry je hodnotila renomovaná porota, ve které se sešli např. designéři Jan Činčera a Jiří Pelcl, Joen Svensson, manažer obalů LEGO Group, nebo Juliana Fischerová, novinářka, spisovatelka a pekařka, známá jako Maškrtnica.

Mezi oceněnými návrhy se objevují nápaditá řešení, která by se jednoduše uplatnila i v praxi a svým grafickým zpracováním jednoznačně vyčnívala z regálů prodejen.

Pro soutěžící byly připraveny odměny v celkové hodnotě 7 300 EUR a pro dva i skvělá příležitost v podobě třítydenní honorované stáže v Inovačním centru firmy Model Group.



Kategorie High school

1. místo – Jiaozi designérka Lea Romanowská

I moment při odnášení jídla z restaurace může představovat zážitek. Do svého modelu jej ztělesnila mladá designérka Lea Romanowská z ČR, která vytvořila luxusní take-away krabičku na čínské knedlíčky, tzv. jiaozi. Dovnitř se vejde až 8 knedlíčků, obklopujících prostor na omáčku. Podle druhu knedlíčků je možné do obalu vložit různý papír, a tak obal personalizovat. Navenek působí box velmi elegantně, minimalisticky a díky výseku, jenž nahrazuje tisk, nabízí příležitost pro jedinečný branding a individualizaci. Navíc je dle odborné poroty konstrukčně perfektně propracovaný.



2. místo – Calorie Cookie Package designérka Yoonsuh Lee

Korejská autorka Yoonsuh Lee si všimla, že lidé často zkonsumují celé balení sušenek a pak je dohánějí výčitky. Vytvořila proto obal rozdělený na tři části, kdy každá představuje určité množství sušenek, a tedy i snědených kalorií. Model působí velmi nenápadně, čistě a jednoduše a kromě sušenek by se jeho idea dala využít i pro další potraviny. Díky použití pouze jednoho materiálu je velmi udržitelný.



3. místo – Eggs with a Story designérka Kateřina Hovorková

Cílem obalu od Kateřiny Hovorkové z ČR je dostat lidi blíže k přírodě, motivovat je k přemýšlení o životních podmínkách slepic a k nákupu vajec z volného chovu. Na první pohled je díky materiálu a designu zřejmé, že se v obsahu neskrývá nějaký průmyslový výrobek, ale výtvar živého zvířete a dar přírody. Obal na vajíčka zaujal porotu výrazným grafickým ztvárněním. Povedenou technikou linorytu uvádí spotřebitele do farmářského prostředí, navozuje touhu obal otevřít, a tím objevit obsah, farmářská vajíčka.



Kategorie Unlimited

1. místo – Spa Wafers Package designérka Klára Kiesewetterová



Lázeňské oplatky jsou pochoutkou s dlouhou tradicí a stejně tak i jejich obal se s léty nemění. Klára Kiesewetterová z ČR se rozhodla jej zmodernizovat a vytvořila krabičku, která se dá rozložit na dvě půlky, z nichž se dají oplatky konzumovat, a následně zase složit. Netradiční šestiúhelníkový tvar a atraktivní grafické zpracování dělá z obalu něco, co by v prodejnách vyčnívalo. Má také jedinečný způsob a promyšlenou konstrukci, která by skvěle fungovala pro ochranu produktu.

2. místo – Cat Cookies designérka Chiara Helységová



Obalům na pamlsky pro domácí mazlíčky se obecně nevěnuje moc pozornosti, ale Chiara Helységová ze Slovenska vytvořila set tří balení sušenek pro kočky, která by v regálech obchodů pozornost upoutala. Grafika vystihuje kočičí hravost a zároveň se prolíná se samotným tvarem obalu. Jednoduchý, jedinečný a vyzrálý design představuje kompletní promyšlené řešení přes konstrukci až po grafiku.

3. místo – No Shame! designérka Andrea Kováčová



Většina obalů na bonbony na trhu je svým zpracováním zaměřena na děti, ale ty od designérky Andrey Kováčové ze Slovenska zaujmou i dospělí, kteří si je čas od času dopřejí také. Jako materiál zvolila autorka průhledný papír, který nahrazuje v segmentu nejčastěji používaný plast. Působí atraktivně a zároveň poskytuje prostor pro jednoduché a efektivní grafické zpracování, uvádějící všechny informace o produktu. Barevná hmota bonbonů vytváří lehce tajemné a vzrušující pocity chutě, které se mohou naplnit v momentě otevření a ochutnání.

Speciální ceny

Cena Inovačního Centra Model Group

– un_pack_up

Agnieszka Jaskierska

Na seniory myslela při návrhu obalu Agnieszka Jaskierska z Polska, která si uvědomila, že mnoho z nich má problém s otevíráním krabiček na suché potraviny, neboť se často vysypávají. Pohyblivé části v jejím obalu umožňují odměřit velikost porce, otvor pro odsypání obsahu je možné opakovaně otevřít a zavřít. Velkou výhodou tohoto obalu na rýži je také kombinace neprůhledné a transparentní části, která umožňuje vidět, jaký produkt a kolik jej obal obsahuje. Plusem je i udržitelný a 100% recyklovatelný obal jen z jednoho obalového materiálu.



Cena předsedy poroty – Toothpicks

Tereza Cvrčková

Papírový obal na párátka od Terezy Cvrčkové z ČR umožňuje jejich jednoduché a zároveň hygienické použití. Krabička se otevře tak, že spotřebitel uchopí prostřední část párátka, a tak nesáhne na jeho špičku, která se vkládá do úst. Špičky jsou také chráněny před prachem a jinými nečistotami. Tento návrh dokazuje, jak jednoduše a účelně, hospodárně a přitom funkčně lze vytvořit obal na párátka.



Cena Czechdesign – Spaghetti Packaging

Veronika Fejtová

Problém s odměřováním velikosti porce špaget se rozhodla vyřešit Veronika Fejtová z ČR a navrhla obal, jenž místo nepraktického plastového balení využívá tubu s otvorem, který právě velikost porce určuje. Jednoduché a atraktivní řešení představuje funkční design s nápadem. Tvar tubusu umožňuje snadnou skladovatelnost a ladí s jeho minimalistickým grafickým designem. Obal na špagety tvoří papírový tubus, díky němuž se otevřené balení lépe skladuje. Vlnitá lepenka evokuje samotné těstoviny.



Zlín Design Week

Datum: 3. 5. 2023 - 10. 5. 2023

Pořadatel: Zlín Design Week, různá místa, Zlín

Odkaz: <https://zlinedesignweek.com/2023/>

Následujte design do Zlína!

O festivalu

Zlín Design Week, týdenní design festival, kde může každý najít inspiraci. Prostřednictvím ZDW vytváří platformu pro setkávání mladých designérů a profesionálů, pro prezentaci, vyjádření, sdílení a nečekaná spojení. Podporujeme mladé talenty a přinášíme čerstvý vítr v oblasti designu.

Od roku 2015 fungujeme pod záštitou Fakulty multimediálních komunikací Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně díky mezioborové spolupráci designu, marketingu, fotografie a audiovizí.

Info

KDY: 3. 5. 2023 - 10. 5. 2023

KDE: Zlín Design Week, různá místa, Zlín



TITITI – hračky a objekty

Datum: 7. 12. 2022 - 26. 2. 2023

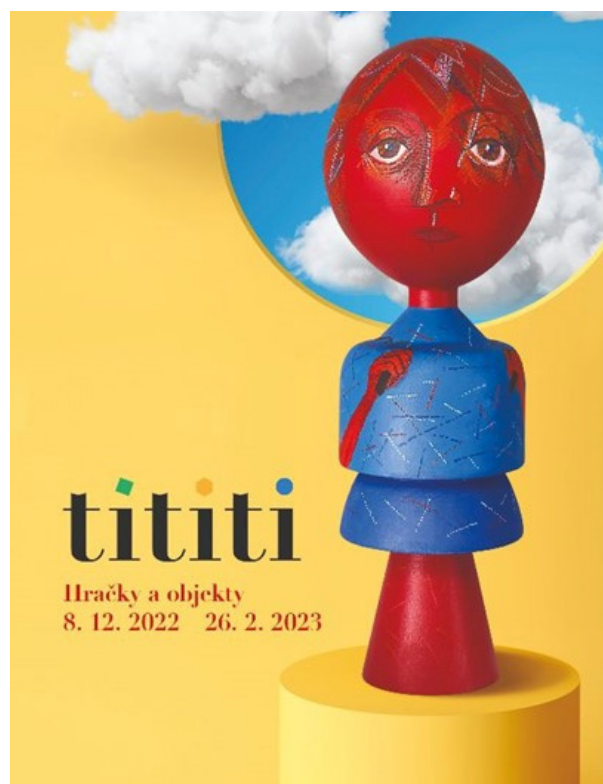
Cena: Zdarma

Pořadatel: Uměleckoprůmyslové museum v Praze
– historická budova, 17. listopadu 2

O výstavě

Každá z postav vzniká nejprve soustružením těla figurky ze dřeva (smrk, dub, lípa). Až na výjimky jde o souměrný, vertikální tvar, individualizovaný podle navrženého profilu (siluetu) a následně dokončený autorskou malbou. Drobné objekty vycházejí z autorčiny volné tvorby, především z figurálních kreseb, akvarelů a olejomalby.

Charakterem se tyto práce řadí do oblasti užitého umění, ačkoli účel samotného díla je pouze na rozhodnutí majitele – děti si s nimi hrají, dospělí je užívají jako interiérový doplněk. Autorská tvorba Terezy Talichové není prvoplánově myšlena jako hračka, ale může se jí stát.



Lucie Koldová – Lightness

Datum: 26. 11. 2021 - 26. 2. 2023

Pořadatel: Moravská galerie v Brně - Uměleckoprůmyslové muzeum, Husova 14, Brno

Od konce listopadu můžete v brněnské Moravské galerii v Uměleckoprůmyslovém muzeu načerpat inspiraci na výstavě zvané Lightness, která veřejnosti představí vrcholnou tvorbu designérky Lucie Koldové. Výstava bude zaměřena nejen na autorčina charakteristická svítidla, ale mimo jiné i na reprezentativní nábytkové kusy, které tak podtrhnou designérky všestrannost.

Cílem výstavy je vtáhnout diváky za vnější formu a pomocí snázejících se svítidel z pomyslného nebe světlíků nahlédnout na designérskou tvorbu Lucie Koldové jako na rozmanitou a hledající optimální řešení. Výstavu Lightness doplňuje spolupráce s fotografkou Alžbětou Jungrovou, s grafickou designérkou Zuzanou Lednickou a kurátorkou výstavy Michaelou Kádnerovou.



Výstava – Eska je hezká

Datum: 15. 9. 2022 - 19. 2. 2023

Cena: 80 Kč

Pořadatel: Retromuseum Cheb, náměstí Krále Jiřího z Poděbrad 17, Cheb

O výstavě

Vyjedte letos na podzim do Chebu a navštivte výstavu „Eska je hezká. Kola z Chebu 1892-2006“ v Retromuzeu. Třeba hned 14. září na vernisáži.

Výstava ukazuje bohatou u historii firmy Eska, kterou po svém slibném vývoji v poválečném období zastihlo znárodnění a nevyhnutelný úpadek. Zatímco v jádru firmy probíhaly věčné reorganizace, jednotlivé výrobní typy kol reprezentovaly firmu hlavně v zahraničí. V Chebu jsou tedy k vidění kola, která se v československém zákazníkovi dostala jen málokdy a která měla firmu svým moderním designem zachránit.





První plánovací studio IKEA v Praze

Datum: 15. 7. 2021 - 31. 12. 2025

Ve čtvrtek 15. července v 9 hodin ráno IKEA otevírá pro zákazníky své první plánovací studio ve střední Evropě. Nachází se v pražském nákupním centru Westfield Chodov v 1. patře přímo pod food courtem Grand Kitchen. Odborníci z IKEA zde zákazníkům pomůžou nejen s plánováním kuchyní, úložných prostor nebo koupelen, ale i s řešením kompletních interiérů na míru.

Základníci si na ploše zhruba 700 m² budou moci také prohlédnout nabízené materiály, dekory, vybavení i vybrané výrobky. Součástí je také i osm vzorových pokojů, které znají návštěvníci z obchodních domů IKEA.

„První Plánovací studio IKEA v regionu Česká republika, Maďarsko a Slovensko je pro nás dalším krokem k tomu, abychom byli zákazníkům blíže. Máme velkou radost, že ho otevíráme v jednom z největších nákupních center v Česku, kam denně míří tisíce lidí. Při přípravě projektu jsme využili zkušenosti z IKEA Pointu na Václavském náměstí, kde lidé měli největší zájem právě o plánovací služby,“

zmiňuje František Šašek,
manažer komunikace IKEA
Česká republika, Maďarsko a Slovensko.

Reformát – workshopy

Reformát je knihařská dílna, která se zaměřuje na workshopy, kurzy a individuální knihařské lekce s přesahem do smysluplného využívání zbytkového a sběrového papíru a dalších materiálů. Přinášíme vám přehled kurzů a workshopů na letošní zimu a jaro.



Intenzivní kurzy

Velký knihař

Během 5 lekcí vás seznámíme s knihařskými materiály, představíme několik knižních vazeb a ukážeme, jak pracovat s knihařskými stroji v naší dílně. Pomůžeme vám rozvinout vlastní návrhy tak, abyste je dotáhli do designově čisté podoby a z kurzu si krom nových zkušeností odnesli hotové produkty, jakými jsou sešit a deník/skicák. Kurz je určen začátečníkům i mírně pokročilým.

1. termín: 15. 2.–15. 3., středa od 18.00–20.00

2. termín: 18. 5.–15. 6., čtvrtek od 18.00–20.00

cena: 3500 Kč

maximální počet účastníků: 6

vhodné od 14 let

Cena zahrnuje veškerý materiál, úvodní lekci pro možnost individuálního využívání sdílené knihařské dílny a permanentku na 5 hodin v této dílně.

Sobotní workshopy

18. 2. Výroba cestovního deníku

Chystáte se na Fidži nebo třeba jen do českých Beskyd? Ve vašem zavazadle by neměl chybět cestovní deník, který si na workshopu sami vyrobíte a během cest popíšete či pokreslíte. Poloměkká vazba V4 není technologicky náročná, přesto působí úhledně a je odolná. Na workshopu si vyzkoušíte sešít složek křížovým stehem a potahování měkké obálky. Deník budete moci pro větší odolnost ozdobit gumičkou. Praktičnost pak zajistí kapsy, které pečlivě uchovají každou vstupenku či jízdenku.

termín: sobota 18. 2. 2023, 13.00–16.30

cena: 790 Kč

maximální počet účastníků: 8

pro úplné začátečníky i pokročilé od 12 let

Cena workshopu zahrnuje veškerý materiál a komponenty potřebné na výrobu.

CZECHDESIGN KOLEKCE



Pohárek červený
349 Kč

Abstraktní vzor v červené barvě byl navržen ve spolupráci s grafickou designérkou Klárou Plicovou. Ideální na horký čaj v chladném počasí či ledovou kávu v letních měsících.



Utěrka maso
349 Kč

100% len potištěný na Moravě a ušitý v malé pražské chráněné dílně. Představujeme vám utěrky z kolekce Czechdesign.



Tričko s nápipipisem
990 Kč

Veselé tričko s veselým nápipipisem, které vytvořila ilustrátorka Veronika Zacharová pro Czechdesign kolekci.



Ponožky Praha modré
249 Kč

Už dlouho jsme uvažovali nad ideou ponožek v barvách české trikolóry, které budou demonstrovat lásku k Praze. A tak jsme navrhli motiv, který do praxe přenesly zlaté české ruce v dílně značky We Are Ferdinand, na jejíž výrobky jsme se vždycky mohli spolehnout.



Dezertní talíř - Monstera deliciosa
299 Kč

Stylové dezertní talířky z kolekce CZECHDESIGN s motivem pokojovek nadchnou všechny věkové kategorie, nadšence zeleně i milovníky snídání či dezertů.

ferdinand.

Ponožky levá levá

299 Kč

Ponožky s nápisy LEVÁ LEVÁ od české značky ferdinand., které vás nebudou trápit otázkou, na kterou nohu patří která. Neotřelý doplněk vznikl ve spolupráci s designérem Martinem Kubátem.



Ponožky DEFEKT

399 Kč

To jsou ponožky značky ferdinand. vyrobené z kombinace bavlny, polyamidu a elastanu, kterých design vznikl ve spolupráci s módní návrhářkou Petrou Ptáčkovou. Jejich „defekt“ budete na rozdíl od jiných ukazovat světu hrdě a láskou... možná i v otevřených botách.



Ponožky pařížský salát

299 Kč

Abstraktní vzor růžových tyčinek a zelených puntíků? Ale kdepak! To jsou přece ponožky s motivem pařížského salátu.



Tmavě modré ponožky čarape

249 Kč

Jednobarevné ponožky roztříští svou sluníčkovou barvou každodenní šedost a nudu. Díky kvalitnímu českému materiálu a správnému složení si drží svůj tvar.



Ponožky ?!?!

299 Kč

„Ponožky, které vás budou bavit a prolomí ledy při nových setkáních (zatímco vaše nohy zůstanou v teple).“

