



Prava smer za prihodnost

7. SLOVENSKI
FORUM
INOVACIJ



Alen Vuk, direktor podjetja Live, d.o.o. in Jaka Benedik, oblikovalec
Slika: Arhiv podjetja Live, d.o.o.

V svet s trenirko ali pa kravato

Ljudje so skozi čas iskali rešitve, kako bi potrebne stvari nosil s seboj in tako so tudi nastale torbe in nahrbtniki, ki so glede na potrebe dobivali najrazličnejše oblike. Sodoben človek je podvržen hitremu tempu življenja, obenem pa si želi potovanj in aktivnega preživljanja prostega časa. Naj gre za poslovneže ali avanturiste, vsak ima del vsakdanje prtljage, ki jo bo po novem lahko pospravil v večnamenski nahrbtnik Target Viper XT-01.2.

Na prvi pogled morda nenavadno, da se med inovativnimi proizvodi znajde nahrbtnik, a podoben pogled res navduši, saj gre za skupek večnamenske uporabe, ergonomije in estetike. Koliko časa ste porabili za razvoj?

Ideja je v meni vrela že 20 let, kolikor imam tudi izkušenj s padalstvom. V času 1 leta se je, ob vstopu v profesionalni svet industrije nahrbtnikov, konkretizirala v prvi prototip. Podjetje mi je tako dalo izjemno možnost pretvoriti večji del moje zamisli v vsestranski produkt, ki je uspel moje visoke uporabniške zahteve ponuditi širšemu spektru uporabnikov.



Jaka Benedik, oblikovalec
Slika: Arhiv Jaka Benedika

Nahrbtnik Viper XT-01.2 ne navduši le uporabnike, ampak je navdušil tudi strokovno žirijo, ki ocenjuje oblikovalske dosežke. Letos ste zanj namreč prejeli prestižno nagrado »Red dot award: product design 2012«. Kaj ta nagrada pomeni vam in kako taka priznanja vplivajo na trženje v tujini?

V nagradi uživam, širim svoje znanje in spoznavam zanimive ljudi. Poleg direktnega opaznega učinka na prodajo samega Viperja daje nagrada marketinški potencial vsem izdelkom podjetja na najzahtevnejših trgih in krepi ugled v na področjih, kjer smo že uveljavljeni.

Je bilo v ekipi več športnikov ali gospodov v oblekah, saj gre verjetno za pisano družčino oblikovalcev in inovatorjev. Prototip ste naredili v Sloveniji, končni izdelek pa je nastal pri proizvajalcu v Aziji?

Celoten koncept Viperja je združevanje. Sodoben življenjski slog zahteva, da stopimo preprihani in sproščeni iz strmine, letališča, motorja v pisarno ali na sestanek s kar najmanj napora. Ob spoštovanju do vseh iščem srednjo pot. Recimo da Viper rešuje del tega problema, še vedno pa zeva na trgu vrzel v ponudbi oblačil in obutve. Združevanje funkcije in stilov pa je plod izjemnega

dialoga v Target design teamu. Imam namreč čast delati v izjemnem okolju. Naša izobrazba, zgodbe, okusi, slogi so tako različni, da uspeh ob konsenzu znotraj studia ne more izostati.

Z namenom večje kontrole razvoja in tudi tajnosti smo prvi prototip razvili doma. Odločitev se je izkazala za pravilno, saj je prototip prikazal in potrdil načrte ter podal nekaj smernic za naprej. Ko smo prešli v industrijsko fazo pa smo nadaljevali razvoj pri proizvajalcu, saj tako napredne visokovolumske tehnologije doma ni. Nahrbtnike izdelujemo v tovarni, ki izdeluje tudi najkvalitetnejše svetove znamke. Pot do takega proizvajalca pa ni lahka. Tukaj igra ključno vlogo dolgoletna prisotnost podjetja v Aziji in vodstvo podjetja, ki ga vodi g. Alen Vuk. Število vrhunskih proizvajalcev je namreč omejeno

Zakaj ste se odločili prav za ime Viper, ki pomeni gad oziroma nekaj "strupenega", če primerjamo z avtomobilsko znamko iz Amerike?

Ste kar pravilno ugotovili. Strup. Tisti pozitivni (smeh). Iskali smo ime, ki je v preseku v obeh svetovih kamor smo želeli umestiti produkt. Športno surferskega in poslovnega. Zanimivo pa je, da je bilo to delovno ime določeno na prvem sestanku. Kljub številnim poizkusom ga nismo zamenjal.

Predvsem s šolskimi torbami znamke Target ste preplavili trg. Kupci Targetovega nahrbtnika Viper XT-01.2 naj bi bili uspešni ljudje, ki cenijo tako šport kot pisarniško delo, saj gre za ciljno skupino od 18-55 let. Kaj je vaš naslednji izziv v smislu inovacij? Super kovčki, torbe za golf,?

Izzivov je ogromno. Največ napora usmerjamo v torbe in "trolley" za najmlajše, beri reševanju problematike prenašanja stvari. Moramo pustiti odprto glavo, saj ni nujno, da je nahrbtnik najboljša rešitev prenašanja. Osebnostno pa mi ustvarjalna žilica na bo dala miru, dokler se ne bom vozil na leteči preprogi.

mag. Velko Glaner

Organizacija: Live, d.o.o.

Kontakt: Polje 9, 6310 Izola, 05 66 08 158,
designer07@live.si, www.targetbag.com

Avtor inovacije: Target Design Team, Jaka Benedik

Redefinicija konstrukcije in estetike nahrbtnika



Napredni nahrbtnik TARGET VIPER XT-01.2 Viper odlično redefinira dizajn nahrbtnika v kombinaciji z ergonomsko funkcionalnostjo in estetskim ugodjem. Študije oblike in zgradbe po navdihu padalskega športa so se izrazile v trupu priliegajočega se in izredno stabilnega nahrbtnika, imenovanega Viper. K stabilnosti prispevajo strateško vpete naramnice. Sinergija funkcionalnosti in estetike

preseže ustaljene norme pri spajanju sistema vezi in trupa. Silhueta hrbtišča se, kot vmesnik med telesom in nahrbtnikom, s presenetljivimi 26 litri prostornine približa iskanemu ravnovesju za doseganje razdelitve bremena in zmanjševanje vrtilnega momenta. Rahlo stožčasta oblika omogoča prosto mobilnost rok.