



NEWSLETTER

przemysłów kreatywnych



SPIS TREŚCI

4 SEKTOR KREATYWNY

Rynek potrzebuje projektantów-fachowców –
rozmowa z dr inż. Marzanną Lesiakowską-
-Jabłońską prorektor ds. nauki i wykładowcą
Viamoda Industrial

8 DOBRE POMYSŁY

Ekologiczna prędkość
Biblioteka WEB
Inteligentny jednośląd
Sport a rewitalizacja
Koło odkryte na nowo

18 DOBRE PRAKTYKI

Moda na modę – rozmowa z Maciejem
Sieradzkym, założycielem marki dzky.

www.kreatywna.lodz.pl

1. London Aquatics Centre, Zaha Hadid
2. Biblioteka WEB, Daniel Libeskind



OD REDAKCJI

Moda na modę staje się coraz większa. Łódź tradycyjnie związana z tą branżą sektora kreatywnego powinna wykorzystać ten fakt i wzmacniać wizerunek miasta mody na arenie ogólnopolskiej, a nawet światowej. Tradycyjnie związany z miastem przemysł, projektanci opuszczający mury łódzkich uczelni to potencjał, którego nie można marnować. Należy również inwestować w rozwój szkolnictwa, dającego konkretne, praktyczne umiejętności zawodowe ludziom, którzy będą stanowić zaplecze dla kreatywnych i przedsiębiorczych kreatorów mody. W najnowszym Newsletterze Przemysłów Kreatywnych przedstawiamy młodego projektanta oraz jego pogląd na rodzinne miasto oraz szanse jakie powinno ono dawać. Rozmawiamy również z ekspertem spoza miasta, pytając o Łódź w kontekście branży modowej. Ponadto w Newsletterze, jak co miesiąc, prezentujemy inspirujące i kreatywne projekty ze świata, które zmieniają tradycyjne postrzeganie naszej rzeczywistości.

REDAKCJA

Redaktor naczelny: Maciej Mazerant

Współpraca: Maja Ruszkowska-Mazerant

Redakcja, korekta: Justyna Muszyńska-Szkodzik

Wydawca: ECC-CF, PURPOSE

www.purpose.com.pl

Adres redakcji: Kreatywni Samozatrudnieni 2014
90-722 Łódź, ul. Więckowskiego 16/200

www.kreatywnisamozatrudnieni.pl

e-mail: kontakt@kreatywnisamozatrudnieni.pl

Newsletter powstaje na zlecenie Urzędu Miasta Łodzi

Na okładce:

Jonammer J1

Zdjęcie: dzięki uprzejmości

Johammer e-mobility GmbH

Projekt współfinansowany przez Unię Europejską z Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego
Fundusze Europejskie dla rozwoju regionu łódzkiego



Rynek potrzebuje projektantów-fachowców

Dobre i nośne hasło „Łódź kreuje” proponuję rozwinąć do „Łódź kreuje i produkuje”, a w skali kraju może zaplanować kampanię pod hasłem: „Wyprodukowane w Polsce, sprzedane w Chinach”?

**Z dr inż. Marzanną Lesiakowską-Jabłońską
prorektor ds. nauki i wykładowcą Viamoda Industrial w Warszawie
rozmawiał Maciej Mazerant**

Jaką rolę w nowoczesnej gospodarce powinna odgrywać moda jako część sektora kreatywnego?

Najpierw chciałabym zwrócić uwagę na powszechny sposób pojmowania mody tylko jako ubioru. W Viamoda Industrial Szkole Wyższej przekazujemy naszym studentom szerszy obraz mody jako zjawiska społecznego, dotyczącego w zasadzie każdego aspektu naszego życia. Jest moda na określone zachowania, słuchanie takiej, a nie innej muzyki, czytanie książek (ostatnio była kampania medialna pod kontrowersyjnym hasłem „Nie czytasz – nie idę z Tobą do łóżka”). Modne jest teraz zdrowe odżywianie się, z życia fast przechodzimy do slow itd. Mogę tu wymieniać wiele przykładów. Ale wracając do pytania – moda jest bardzo ważna w nowoczesnej gospodarce, szczególnie w sektorach kreatywnych, gdyż wprowadza zmienność, która choć

powoduje u producentów niepewność, to jest motorem napędzającym konsumpcję. Z natury zjawiska mody wynika też społeczna powtarzalność zachowań, a to umożliwia adresowanie produkcji do szerszego grona odbiorców. Przedmioty proponowane przez przemysł mody nie muszą być unikatami. Możemy również na tej podstawie kreować zachowania konsumentów. Już od jakiegoś czasu funkcjonuje i generuje niemałe dochody przemysł trendów, bazujący właśnie na skłonności ludzi do podążania za modą.

Na kogo powinniśmy stawiać w procesie kształcenia kadr branży modowej? Kogo nam brakuje – projektantów czy fachowców, którzy będą potrafili uszyć dobre ubrania?

Nie wiem, dlaczego w pytaniu znalazło się słowo „czy”? Rynek potrzebuje projektantów-fachowców. Właśnie takich ludzi,

którzy mając wrażliwość estetyczną, talent, pomysłowość, są kreatywni i skłonni do innowacyjnych działań, jednocześnie swoją pracę opierają na rzetelnej wiedzy z obszaru sztuki, wzornictwa, technologii. Mają choćby podstawową wiedzę z marketingu, ekonomii, świadomość roli marki, planowej kreacji brandu i jego prowadzenia właściwego do „półki” i założonego poziomu działań. Współczesny projektant musi posługiwać się nowoczesnymi technologiami z e-commerce i e-marketingu oraz używać narzędziowych programów CAD, świadomie sięgać po nowe materiały oraz projektować funkcjonalne i piękne struktury odzieżowe. Rynek potrzebuje takich specjalistów, którzy wiedzą, jak właściwie posługiwać się technologią do realizacji celów produkcyjnych i sprzedażowych. Są świadomi do czego np. można wykorzystać druk 3D, a do czego bezpośredni druk cyfrowy na materiałach, czy i kiedy zakładać własny e-sklep, a kiedy wchodzić w platformę multibrandową. I tu znów długo mogą mówić o technologiach pracujących na potrzeby projektowania, komercjalizacji produkcji, ale też o działaniach projektantów pobudzających swoimi pomysłami naukowców, inżynierów do opracowywania wciąż nowych materiałów. Na naszej uczelni staramy się kształcić właśnie takich specjalistów, którzy mają głęboką świadomość tego, że wzornictwo należy do działań kreatywnych, bliskich sztuce.

Jeśli nie ma się predyspozycji, wykształcenia czy umiejętności z tego zakresu, trzeba pracować w zespole, z fachowcami „ogarniającymi” to, co często budzi w projektantach niechęć: koszty, planowanie strategii oraz łańcuchów zakupowych i sprzedażowych, zarządzanie procesem produkcji i sprzedaży, odpowiedniej atmosferze.

Przedsiębiorczość czy kreatywność? Co gwarantuje sukces w branży modowej?

Przemysł mody to wszędzie w świecie potężna maszyna biznesowa. Planując swoją

drogę w branży mody, trzeba świadomie wybrać odpowiednią ścieżkę kariery. Studenci Viamoda na pierwszym roku mają przedmiot. Profesje w sektorach mody. Wtedy dowiadują się, że branża potrzebuje projektantów, ale też technologów, kupców i sprzedawców, brand menedżerów, zarządzających produktem, specjalistów VMI, wreszcie fachowych krytyków i promotorów mody. Nasi studenci mogą się profilować stosownie do swoich predyspozycji i pasji. Ogólnie jednak pracując w sektorach mody, trzeba być kreatywnym (tworzenie reklamy, aktywna sprzedaż, pisanie o modzie czy pokazywanie jej też wymaga ogromnej kreatywności). Dobrze jest być świadomym aspektu biznesowego mody. Jeśli nie ma się predyspozycji, wykształcenia czy umiejętności z tego zakresu, trzeba pracować w zespole, z fachowcami „ogarniającymi” to, co często budzi w projektantach niechęć: koszty, planowanie strategii oraz łańcuchów zakupowych i sprzedażowych, zarządzanie procesem produkcji i sprzedaży. Moda to istotnie biznes i to kreujący miejsca pracy oraz dochód społeczeństw.

Jak poznać dobrą modę? Czym powinni kierować się klienci, wybierając ubrania?

Nie ma jednej recepty na dobrą modę. Wzorce estetyczne ulegają zmianie, są też różne wśród różnych grup konsumenckich. Czym innym jest „dobra moda” dla młodzieży skłonnej do modowych eksperymentów, czym innym dla świadomej swojej pozycji kobiety sukcesu. Jednak na pewno istnieją obiektywne kryteria, a wręcz normy, związane z jakością wyrobów i choć te też zmieniają się pod wpływem mody (np. poprzecierane, poddane celowej destrukcji džinsy, niewykończony na brzegach t-shirty), to łatwiej tu powiedzieć, co jest „dobre”, a co nie. Oczywiście musimy też robić odniesienie do ceny. Jeśli kupujemy coś tanio, to nie oczekujemy, że ten wyrób podwyższy swoją wartość w czasie i kiedyś będzie sprzedawany na aukcjach przez marszandów mody. Jakość kosztuje poprzez cenę materiałów, technologii wytwarzania. Sądzę, że tendencje proekologiczne powinny nas skłaniać do zakupów rzeczy trwalszych, nienagannych jakościowo, takich, które możemy używać dłużej. No, ale tu znów wchodzi moda ze swoją zmiennością...

Przyszłość mody? Sieciówki, czyli produkcja masowa, lokalni projektanci i krótkie serie, powrót produkcji do kraju, dominacja ekologicz-

nego podejścia do projektowania i materiałów? A może coś zupełnie innego?

O przyszłości mody mogłabym mówić długo. Poważne agencje trendowe i fachowi analitycy rynku wskazują na szereg trendów, które zmieniają nie tylko modę, ale ogólnie rynek, a nawet świat, w którym żyjemy. Zwraca się uwagę na niekorzystne tendencje demograficzne w naszej części świata, co będzie owocowało przesunięciem się masy krytycznej odbiorców ku wyższej średniej wieku. Ze względu na nasze skłonności do wygodnego życia moda ma stawać się coraz bardziej „inteligentna” i funkcjonalna. Tu wchodzi nowocześnie technologie: tekstronika, nanotechnologia, inżynieria materiałowa. Obiecującym wydaje się wykorzystanie druku 3D (prze-strzennego) w modzie – jeśli nie do całych form odzieżowych, to w detalach, dodatkach. Zwrócić też należy uwagę na silnie akcentowany trend etycznej mody i haseł „zrobione tutaj”. Zmienia się też mapa ekonomiczna i geopolityczna świata. Azja nie jest już tylko dostarcycielem taniej siły roboczej, ale staje się poważnym graczem w obszarze kreowania, promowania i sprzedaży własnych marek i rodzimego designu.

Łódź jako centrum przemysłów kreatywnych, z historią włókienniczą, tradycjami modowymi, polskim Fashion Week. Jak rozwijać potencjał takiego miejsca?

Tu powinien przytoczyć fragment Ziemi obiecanej Reymonta, w którym autor ustami Dawida Halperna wypowiada marzenie o potężnej Łodzi. Proszę jednak zwrócić uwagę na fakt, że tam podano jako motory rozwoju: wielki przemysł, wielki handel i wielki pieniądz, ale właśnie w takiej kolejności. Sądzę więc, że obok szczytnej idei budowania centrum sztuki czy nauki, musi być lansowana idea – zgodna z tendencjami europejskimi – odnowy potencjału produkcyjnego. To jest źródło bogactwa miast, regionów, krajów. Tak stało się w Łodzi w XIX w. i tak może stać się teraz. Dobre i nośne hasło „Łódź kreuje” proponuję rozwinąć do „Łódź kreuje i produkuje”, a w skali kraju może zaplanować kampanię pod hasłem: „Wyprodukowane w Polsce, sprzedane w Chinach”?



dr inż. Marzanna Lesiakowska-Jabłońska

prorektor ds. nauki i wykładowca Viamoda Industrial. Wieloletni pracownik Katedry Odzieżownictwa i Tekstroniki Wydziału Technologii Materiałowych i Wzornictwa Tekstyliów na Politechnice Łódzkiej, przez kilka lat kierownik studiów podyplomowych Moda i Wzornictwo Université de la Mode utworzonych przez Politechnikę Łódzką we współpracy z Francuskim Université Lumière Lyon 2, współpracownik francuskiej firmy Lectra Systemes – światowego lidera na rynku profesjonalnych systemów CAD/CAM dla przemysłu odzieżowego i pracowni projektowych. Obecnie prowadzi wykłady na ASP w Łodzi z zakresu materiałoznawstwa i technologii wytwarzania odzieży. Autorka licznych publikacji specjalistycznych o tematyce dotyczącej technologii wytwarzania, projektowania, struktury i jakości odzieży oraz badania pracy i sterowania procesami produkcyjnymi w przemyśle odzieżowym.



Ekologiczna prędkość

Kompromis pomiędzy miłośnikami rowerów a fanami motorowych wrażeń wydaje się niemożliwy. Głównym argumentem w ręku motocyklistów jest z pewnością prędkość ich pędzących pojazdów. Amatorzy rowerowych przejażdżek mogą natomiast zarzucać harleyowcom, że ich mechaniczne jednoślady – w przeciwieństwie do tradycyjnych bicykli – są hałaśliwe i szkodliwe dla środowiska. Pokojowym rozwiązaniem konfliktu wydaje się Johammer J1 – nowoczesny elektryczny motor.

Projekt pojazdu powstał w Bad Leonfelden w Północnej Austrii, w siedzibie Johammer e-mobility GmbH. Głównym celem jego twórców było opracowanie nowej formy mobilności. Projektanci poszukiwali innowacyjnej technologii, eksperymentując z dostępnymi już możliwościami, wprowadzając liczne modyfikacje i udoskonalenia. Jak podkreśla producent, musieli porzucić dawne myślenie, by móc otworzyć się na nowe, doskonalsze rozwiązania.

W wyniku ich twórczych działań powstał Johammer J1 – pierwszy motor zasilany energią elektryczną, który może rozwijać prędkość nawet do 200 kilometrów na godzinę. Pojazd miał być odpowiedzią na zmieniające się potrzeby współczesnych uczestników ruchu drogowego. Bolączką mieszkańców miast – zarówno wielkich metropolii, jak również mniejszych miejscowości – są hałasy i duszące spaliny, produkowane przez niezliczoną liczbę aut i motocykli przejeżdżających codziennie zatłoczonymi ulicami. Pędzący coraz szybciej świat nie zawsze pozwala natomiast na beztroskie rowerowe przejażdżki, które – choć przyjemne i zdrowe – wydłużają czas codziennych transferów.

Dzięki nowoczesnej baterii, która zasila pracę austriackiego pojazdu, możliwe było niemal całkowite wykluczenie emisji szko-

dliwych dla środowiska substancji oraz maksymalne wyciszenie urządzenia. Bezpieczny dla środowiska pozostaje również sam proces jego wytwarzania. Konieczna do produkcji ilość energii ograniczana jest do minimum i pozyskiwana z odnawialnych źródeł. Z praktycznego punktu widzenia, największy atut maszyny stanowi jednak niespotykana dotąd w podobnych projektach szybkość. Dzieło Johammer e-mobility GmbH jest więc jednocześnie realizacją ekologicznych idei i użytkowych potrzeb klientów.

Johammer J1 – pierwszy motor zasilany energią elektryczną, który może rozwijać prędkość nawet do 200 kilometrów na godzinę.

Budowa elektrycznego motoru nawiązuje do popularnych chopperów, w których mechanizm napędzający umieszczony jest z tyłu pojazdu. Elektryczne przekładnie i sterowniki Johammera zintegrowane są w tylnej części konstrukcji. W centrum znajduje się natomiast nowoczesny układ baterijny, zabudowany aluminiową ramą, która tworzy również przestrzeń dla sprężynowego amortyzatora. Miłośników elektronicznych gadżetów ucieszą także wbudowane w lusterka 2,4-calowe wyświetlacze, pozwalające na bieżąco kontrolować najważniejsze parametry jazdy.

Johammer e-mobility GmbH dostępny jest w dwóch rozmiarach. W zależności od modelu może osiągać prędkość od 150 do 200 km/h. Cena podstawowej wersji pojazdu to 23 000 euro.

Tekst: Marta Klimek

Zdjęcia: dzięki uprzejmości Johammer e-mobility GmbH

<http://www.johammer.com>



Biblioteka WEB

Urodzony w Łodzi, w 1946 r., jako trzynastolatek wyemigrował z rodzicami do USA. Porzucił muzykę dla architektury. To jego budynki pną się w górę w Singapurze, Seulu, Toronto czy São Paulo – mowa o Danielu Libeskindzie.

Twórca znany jest ze swoich projektów na całym świecie. Muzeum Żydowskie w Berlinie, najwyższy budynek mieszkalny w Unii Europejskiej – wieżowiec Złota 44 w Warszawie, plan zagospodarowania strefy Ground Zero po World Trade Center w Nowym Jorku, Muzeum Feliksa Nussbauma w Osnabrucku to jedne z jego najbardziej cenionych realizacji. Dzieła Libeskinda inspirowane są dekonstruktywizmem – stylem w architekturze i wzornictwie zapoczątkowanym w późnych latach 80. XX w. Prąd charakteryzuje się ideą wyzwolenia formy od wszelkich ograniczeń narzucanych jej przez funkcję oraz inne uwarunkowania, także przestrzenne. Efektem tego dążenia są krzywoliniowe budynki o nieregularnych kształtach, wywołujące wrażenie chwiejnej, zaburzonej konstrukcji. Sam termin zaczęto stosować od czasu wystawy *Architektura dekonstruktywistyczna*, zainicjowanej przez Philipa Johnsona i Marka Wigleya, która odbyła się w nowojorskim Muzeum Sztuki Nowoczesnej w 1988 r. Znalazły się na niej prace m.in. Daniela Libeskinda, dlatego uważa się go za jednego z czołowych przedstawicieli dekonstruktywizmu w architekturze.

W ostatnim czasie artysta zaprojektował meble, a dokładniej kuchnię i bibliotekę dla marki Poliform Varenna, które zostały pokazane po raz pierwszy w kwietniu na Salone Internazionale del Mobile w Mediolanie – największych w Europie i najbardziej prestiżowych targach wzornictwa przemysłowego. Biblioteka WEB ma jawić się jako obraz współczesnego życia. Regał na książki przypomina sieć w Internecie, zbu-

dowany na przemian z bloków i przestrzeni, daje użytkownikom możliwość korzystania ze zbioru, który jest połączony za pomocą linków. Projekt w całości wykonany jest z powierzchniowego materiału high-tech DuPont™ Corian®, który został wynaleziony w 1967 r. przez firmę DuPont, pierwszego producenta materiałów typu *solid surface* na świecie. Składa się z żywicy akrylowej – znanej także jako polimetyl, metakrylan lub PMMA i z minerałów naturalnych, m.in. wodorotlenku glinu (ATH), otrzymywanego z boksytu – rudy zawierającej glin. Nowoczesna i prosta, zbudowana z tego samego tworzywa, Kuchnia Sharp Libeskinda o ostrych liniach powstała w wyniku badań stylistycznych dotyczących kształtów i surowców, w których to formy są zminimalizowane, aby zwiększyć wartość powierzchniowego materiału.

Urodzony w Łodzi, w 1946 r., jako trzynastolatek wyemigrował z rodzicami do USA. Porzucił muzykę dla architektury. To jego budynki pną się w górę w Singapurze, Seulu, Toronto czy São Paulo.

Przełomowe idee Daniela Libeskinda podkreślają, że symbolika, treść i przekaz tkwiący w tworzonych dziełach są znacznie ważniejsze dla artysty niż sama funkcjonalność przedmiotów. Obecnie w rodzinnym mieście architekta, w Łodzi powstaje „Brama Miasta”, nowy projekt jego autorstwa składający się z wyodrębnionych form przestrzennych, które przecinają się ze sobą, tworząc spójną bryłę.

Tekst: Agnieszka Czarnożan
Zdjęcia: materiały prasowe Poliform
<http://www.poliform.it>, <http://daniel-libeskind.com>



Inteligentny jednoślad

W miastach, które wyglądają jak wielkie place budowy, gdzie końca remontów nie widać, najlepszym środkiem lokomocji okazuje się... rower. On nigdy nie zawiedzie, sprawdzi się w największych korkach i podpowie drogę na skrót. Producenci prześcigają się w pomysłach na to, jak unowocześnić ten funkcjonalny środek lokomocji.

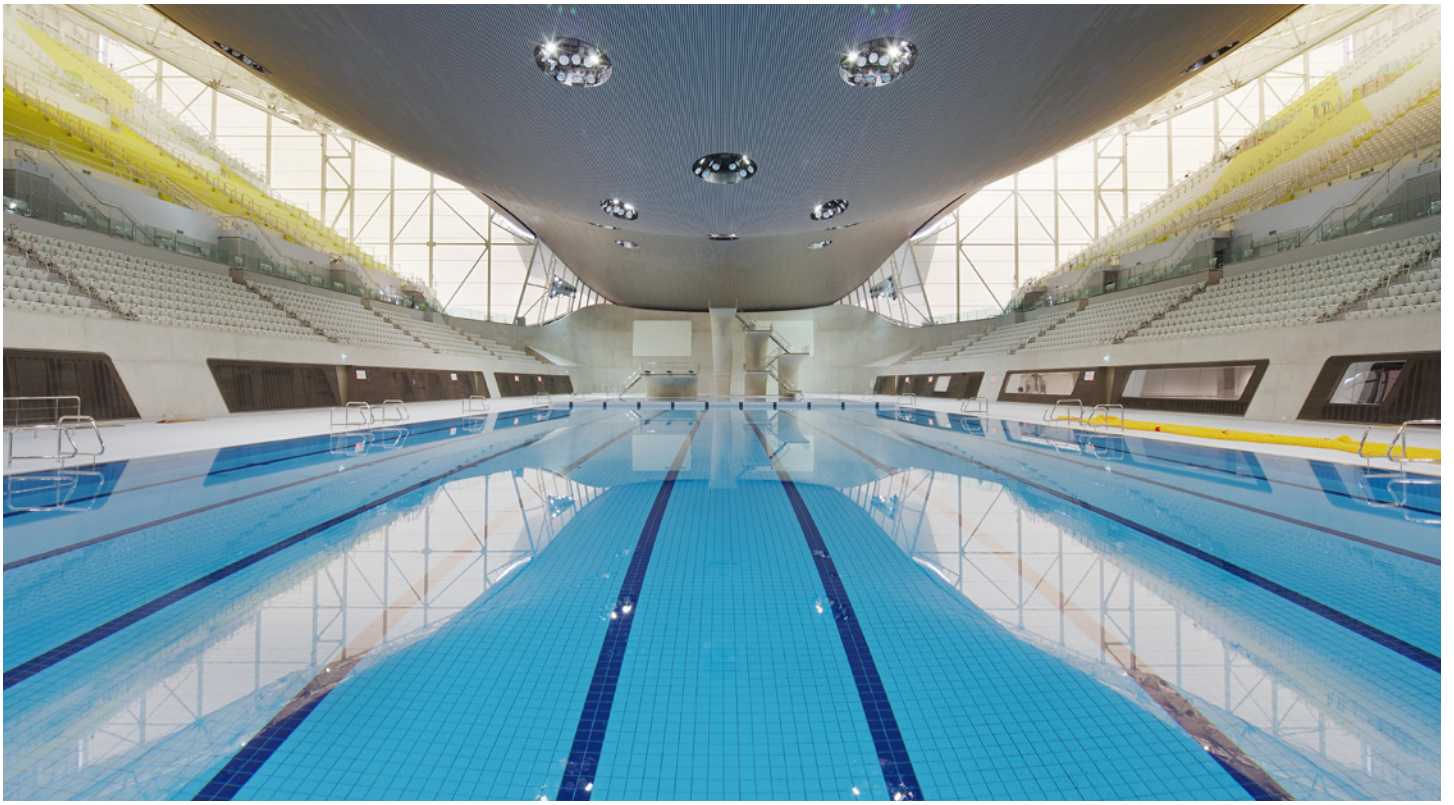
Dla wymagających cyklistów, którzy oczekują od jednośladów czegoś więcej, firma Vanmoof stworzyła rower elektryczny. Ta holenderska marka od lat kojarzy się z klasycznym designem i eleganckim minimalizmem. Nowy model Vanmoof 10 Electrified został wyposażony w szereg udogodnień, takich jak: inteligentne czujniki, GPS, komputer pokładowy i oczywiście zasilanie elektryczne typu booster. Funkcjonalna, lekka rama kryje w sobie wszystko, co może się przydać na drodze – przede wszystkim silnik elektryczny o mocy 250W, który wspomaga jazdę z prędkością do 60 km i da się w pełni naładować w ciągu trzech godzin. Przednia oś roweru ma 3 tryby wspomagania o stopniowanej mocy. Marka Vanmoof bardzo dba o detale i perfekcyjnie dobiera akcesoria – rower ma wygodne, skórzane siodełko marki Brooks i opony Schwalbe.

Konstruktorzy elektrycznego roweru zaprojektowali to cacko także z myślą o osobach, które nie mają dobrej kondycji fizycznej lub

nie jeżdżą do pracy rowerem z obawy o ślady potu na biurowym uniformie. Rower ma wiele funkcji wspomagających jazdę, m.in. czujniki monitorujące ruch pedałów, które umożliwiają dostosowanie mocy elektrycznej do potrzeb użytkownika i rodzaju ukształtowania terenu. Te inteligentne urządzenia wykrywają, kiedy trzeba trochę bardziej wspomóc rowerzystę. Dodatkową zaletą roweru jest jego waga – pojazd waży około 18 kg.

W miastach, które wyglądają jak wielkie place budowy, gdzie końca remontów nie widać, najlepszym środkiem lokomocji okazuje się... rower.

Ciekawe, czy rower stworzony z myślą o równych, holenderskich ścieżkach i drogach sprawdziłby się także w polskich realiach? Można to sprawdzić na własną rękę. W przedsprzedaży rowery rozeszły się jak świeże bułeczki, a od kwietnia są już ogólnie dostępne. Można je kupić w sklepie internetowym Vanmoof. Koszt takiego luksusu to 988 euro.



Sport a rewitalizacja

O tym, że sport nakręca rewitalizację miast można przekonać się przy okazji wielkich inwestycji olimpijskich i mundialowych. Podziękujmy starożytnym Grekom za igrzyska, bo być może bez ich idei nie byłoby pretekstów do tworzenia nowych miejsc aktywnego wypoczynku w naszych czasach. Na przykład w Londynie po słynnej olimpiadzie pozostał trwały ślad w postaci zrewitalizowanej doliny rzeki Lea.

Był to jeden z najbardziej niedoinwestowanych i zaniedbanych obszarów Wielkiej Brytanii, a dzięki inicjatywie sportowej został przekształcony w nowoczesny park miejski na miarę XXI w. Twórcy Parku Olimpijskiego postawili sobie za cel stworzenie miejsca użytecznego również po międzynarodowej imprezie. I to się w pełni udało. Teraz, z perspektywy czasu, widać to wyraźnie. Sukces inwestycji jest o tyle ważny, że z problemem zagospodarowania sportowych hal borykają się niejedni gospodarze międzynarodowych imprez światowych, np. Barcelona, Sydney czy Ateny, o Warszawie nie wspominając...

Centrum Sportów Wodnych zostało zsynchronizowane z otoczeniem – park połączony jest od strony południowej z ujściem Tamizy, od strony północnej zaś z wiejskim krajobrazem hrabstwa Hertfordshire. Zostały też oczyszczone kanały i drogi wodne rzeki Lea, a naturalne tereny zalewowe okolicy mają zostać odzyskane, tak aby zachować podmokłe siedliska dzikiej przyrody.

Centralną część kompleksu stanowi Centrum Sportów Wodnych (Aquatics Center). Za projekt obiektu odpowiedzialne było studio projektowe Zaha Hadid Architects, które jest znane z oryginalnych inspiracji. Architekci stworzyli imponujący, falisty dach budynku, który do złudzenia przypomina płynącą wodę. Kompleks sportowy po zakończeniu olimpiady został dostosowywany do realnych potrzeb, przypisano mu także nowe funkcje usługowo-handlowe. Budynek na początku składał się z dwóch części: stałej i tymczasowej. Zdemontowano większość trybun, na których podczas igrzysk mogło zasiąść 17 500 widzów. W wyniku tego obiekt może pomieścić 2500 osób.

Kompleks sportowy po zakończeniu olimpiady został dostosowywany do realnych potrzeb, przypisano mu także nowe funkcje usługowo-handlowe.

Pływalnia nadal służy za miejsce rozgrywania najważniejszych zawodów oraz treningu czołowych brytyjskich zawodników, ale na co dzień ma być ogólnodostępna dla pływaków-amatorów, a także dla drużyn klubowych i szkolnych. W budynku została też zamontowana przeszklona elewacja, która stanowi zewnętrzną ścianę obiektu.

Tekst: Justyna Muszyńska-Szkodzik
Zdjęcia: materiały prasowe Zaha Hadid
<http://www.zaha-hadid.com/architecture/london-aquatics-centre>



Koło odkryte na nowo

Każdego dnia przemierzamy się z punktu A do punktu B. Jedziemy do pracy, wracamy do domu, biegniemy na tramwaj, pędzimy na spotkanie. Ruch towarzyszy nam codziennie i jedno, nawet najmniejsze utrudnienie w dotarciu do celu, może okazać się utrapieniem. Jednak prawdziwe wyzwanie przychodzi, kiedy jesteśmy niepełnosprawni i musimy samodzielnie poruszać się na wózku inwalidzkim, bez którego nie możemy się obejść...

Pomysł stworzenia lepszej wersji pojazdu dla osób niepełnosprawnych zrodził się pod wpływem osobistego doświadczenia Gilada Wolfa, założyciela firmy SoftWheel, który po kontuzji musiał przez kilka tygodni jeździć na wózku. Do pracy nad mechanizmem kół zebrał zespół ekspertów, składający się m.in. z inżynierów, projektantów, wynalazców, ludzi z wieloletnim doświadczeniem w branży wysokich technologii. Specjalistami testującymi produkt zostali natomiast sportowcy. Jeden z nich jest wielokrotnym zwycięzcą międzynarodowych zawodów w kolarstwie oraz byłym instruktorem jazdy na rowerze, drugi – weteranem sił powietrznych, złotym medalistą i światowym championem na paraolimpiadzie w żeglarskim, jeździ on na wózku i prowadzi organizację non-profit promującą różne dyscypliny sportów dla osób niepełnosprawnych.

Projekt Acrobat składa się z trzech części: In-Wheel („w kole”), Selectivity („selektywność”) i Symmetry („symetria”). Pierwszy z systemów pozwala użytkownikom wybrać swoją ulubioną ramę i dołączyć ją do kół. Drugi atrybut odpowiada za wysoką efektywność energii podczas napędzania pojazdu do przodu, bez zapadania się lub kołysania oraz amortyzuje go w czasie zjazdu z krawężnika lub napotkania wybojów na drodze. Dzięki symetrii natomiast pojazd jest odporny na uderzenia.

Zdecydowana większość standardowych wózków nie ma zawieszenia. Istnieją pewne modele, które zawierają jeden lub dwa amortyzatory w ramie, ale wiele opraw jest bardzo wąskich, a zawieszenie nie jest selektywne, co powoduje wielkie straty energii napędo-

wej, przez co osoba niepełnosprawna szybciej się męczy, wkładając więcej wysiłku w przemieszczenie się. Brak odpowiedniego zawieszenia podnosi też ryzyko niebezpieczeństwa i prowadzi do niestabilności podczas regularnej jazdy.

Ruch towarzyszy nam codziennie i jedno, nawet najmniejsze utrudnienie w dotarciu do celu, może okazać się utrapieniem. Jednak prawdziwe wyzwanie przychodzi, kiedy jesteśmy niepełnosprawni...

– *Użyliśmy kamer szybkoobrotowych, aby poznać dynamikę zjeżdżania z krawężnika – najczęściej spotykanej przeszkody w codziennym życiu osoby korzystającej z wózka inwalidzkiego, a wykonane pomiary pozwalają nam zmniejszyć wpływ przyspieszenia o połowę. Ponadto standardowe badania wykazały trwałość naszego produktu, który był testowany wielokrotnie przez grupę użytkowników w czasie kilku miesięcy, aby udowodnić, że sprawdzi się w codziennym życiu i zapewni komfort jazdy – potwierdza Amichay H. Gross, dyrektor operacyjny SoftWheel.*

W świecie, gdzie własna prezencja staje się coraz istotniejsza, bardzo ważną rolę odgrywa także wygląd samego przedmiotu. Wózek dla osoby z niepełnosprawnością jest niczym stały element garderoby. Nie musi kojarzyć się ze szpitalnym krzesłem o dwóch ciężkich metalowych kołach.

– *Wózki inwalidzkie są urządzeniami codziennego użytku. Nasi klienci wykorzystują je przez kilka godzin każdego dnia, dlatego estetyczny aspekt ma duże znaczenie. Acrobat jest zaprojektowany tak, aby wywołać uczucie elegancji i usportowienia, co wydaje się spotykać z entuzjastyczną reakcją rynku – twierdzi Amichay.*

Tekst: Agnieszka Czarnożan
Zdjęcia: dzięki uprzejmości SoftWheel
<http://www.softwheel.co.il>



Moda na modę

Miasto się szybko zmienia, rośnie sieć ścieżek rowerowych. Jest więcej zieleni miejskiej. Małe rzeczy, a cieszą. Powoli ludzie się zmieniają. Jest dużo młodych, fajnych osób i tych kreatywnych przemysłów [śmiej].

Z Maciejem Sieradzkym, założycielem marki dzky.

rozmawiała Maja Ruszkowska-Mazerant

zdjęcia: Igor Drozdowski / modelka: Maria Kampf / make up: Agnieszka Nowak

sesję zrealizowano w IN2IT Studio / biżuteria: LALOUX / buty: ALDO

Dlaczego zgłosiłeś się do programu *Project Runway*?

Produkcja *Project Runway* zgłosiła się do mnie sama. Nie mam wyrobionego nazwiska, nic nie ryzykowałem, więc zgodziłem się. Nie miałem ciśnienia, żeby się dostać. Jestem dość specyficzny: albo mnie ktoś „kupuje”, albo nie. Zawsze staram się być sobą. Podczas castingu również nie udawałem kogoś innego.

Jak planujesz edukację zawodową?

Od września ubiegłego roku mam zaproszenie do MSKPU [Międzynarodowa Szkoła Kostiumografii i Projektowania Ubioru w Warszawie – przyp. red.]. Jesienią pojawił się program i wszystko się przedstawiało w moim życiu. Teraz mam sporo pracy, dużo się dzieje i chciałbym wykorzystać te 5 minut, które dał mi udział w programie. Ludzie mnie rozpoznają, jest „fejm” na Facebooku [śmiej] i to jest bardzo miłe. Absolutnie nie chcę być „ściankowcem”, nie chcę również być kojarzony wyłącznie z udziałem w programie telewizyjnym. Dostałem niesamowitą szansę i staram się ją wykorzystać jak najlepiej. Od października wracam do MSKPU, to już postanowione.

Jaki miałeś kontakt z prowadzącymi i uczestnikami programu?

Z jury, poza kamerami, nie było dużo czasu na rozmowy. Najwięcej czasu spędzaliśmy z Tomaszem [Osolińskim]. Zazwyczaj pomagał, ale czasami też wchodził, żeby namieszać nam w głowach. Na początku jak go widziałem, to miałem „stresa”. Do tej pory pracowałem sam w domu, nikt mi nie patrzył na ręce. Wtedy pojawiało się to moje ulubione pytanie: „czy zdążysz?”; „Maciej została godzina, czy zdążysz?”. Później już się przyzwyczaiłem do całej otoczki. Myślę, że polubiliśmy się i udało się nam stworzyć fajną relację. Ostatnie tygodnie z Lilką i Kubą wiele mi dały, poukładałem sobie dużo w głowie dzięki kontaktom z nimi.

Kuba kupił Wam maszyny, jak obiecał?

Nie [uśmiej].

To był bardzo fajny gest, zwłaszcza że nagroda jest bardzo konkretna.

Nagroda jest konkretna, ale w sumie cieszę się, że jej nie wygrałem. Nie wiem, czy bym sobie poradził z taką kasą. Najważniejsze jest dla mnie teraz udowodnić przed samym sobą i innymi, że dam radę i bez tych pieniędzy. Zarówno Kubie i Lilce życzę jak najlepiej. Jednak oboje nie sprzedawali nigdy u nas w kraju, a ten rynek jest bardzo specyficzny. Polacy dopiero uczą się mody

autorskiej i popyt na nią dopiero zaczyna się pojawiać. Jednak nadal nie są to w pełni świadomi konsumenci. Myślę, że dzięki TVN i nam moda na modę będzie coraz większa.

Planujesz zostać w Łodzi, czy może chcesz przeprowadzić się do Warszawy?

Obecnie Warszawa i Łódź to dwa moje miejsca na ziemi. Jeżeli chcę coś zrobić w tej dziedzinie, to muszę połączyć życie pomiędzy „branżową” Warszawą a „produkcyjną” Łodzią [śmiech]. Planuję nawet pewien projekt wakacyjny, nie tylko w tych dwóch miastach. O tym niebawem na moim Facebooku.

Piotrkowska 61 – zapraszam serdecznie! Centrum dowodzenia wszechświatem [śmiech]. Jest to wspólna przestrzeń kilku projektantów. Jedna część to butik, druga to pracownia. Można tam spotkać Magdę, która robi świetne torby oraz Martę, która projektuje dla kobiet, tak jak ja. Możliwe, że drugą pracownię otworzę niebawem w Warszawie.

Gdzie pracujesz na co dzień?

Piotrkowska 61 – zapraszam serdecznie! Centrum dowodzenia wszechświatem [śmiech]. Jest to wspólna przestrzeń kilku projektantów. Jedna część to butik, druga to pracownia. Można tam spotkać Magdę, która robi świetne torby oraz Martę, która projektuje dla kobiet, tak jak ja. Możliwe, że drugą pracownię otworzę niebawem w Warszawie.

Czy planujesz zaistnieć na łódzkim Fashion Weeku?

Jesienią planuję premierę mojej drugiej linii: maciej sieradzki. Możliwe, że na łódzkiej imprezie. Obecnie skupiam się na linii: dzky., która jest bardziej uniwersalna. Wszystkie nowości z tej linii dostępne są on-line w moim sklepie.

A kolekcja finałowa Project Runway?

Należy do TVN [uśmiech]. Chciałbym kontynuować jej zamysł. Mam na myśli głównie akcesoria.

Kto pomaga Ci w pracy?

Iwonka, moja przyjaciółka, która mówi mi, ile czego mam zrobić, ogarnia logistykę. Chciałbym, żeby była ze mną na stałe. Obecnie jest sporo roboty, ponieważ sam ręcznie przetwarzam tkaninę z ekoskóry, z której wykonane są elementy kolekcji. Jest to czasochłonne i ledwo daję radę przy takiej liczbie zamówień. Jednak każdy może być pewien, że przy każdej ze stylizacji grzebał Sieradzki.

Czy projektując, zastanawiasz się dla kogo to robisz? Czy bardziej masz swoją wizję, którą po prostu ktoś kupuje...

Projektując, ja coś po prostu muszę poczuć. Mogliście oglądać moją radosną twórczość nieraz w programie. Oczywiście zarówno przy kolekcji finałowej, jak i przy projektach z linii dzky. praca koncepcyjna jest dużo większa.

Czym się inspirujesz?

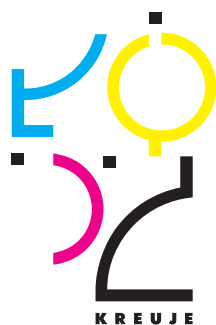
Moherami [śmiech].

Łódź miastem przemysłów kreatywnych – co to dla Ciebie znaczy jako osoby, która działa w sektorze mody?

Jeżeli miałbym tu ciekawe możliwości rozwoju, to chciałbym tu zostać. Ostatnio w Łodzi na Fashion Weeku byli Lilka i Kuba, pochodziliśmy razem trochę po Łodzi i oni mówili, że naprawdę Łódź to super miasto. Jak się teraz chodzi ulicą Piotrkowską to jest przyjemnie. Zniknęły te stodółki piwne. I jest ładnie. Mówili, że jest sporo kontrastów, ale to też jest fajne. Miasto się szybko zmienia, rośnie sieć ścieżek rowerowych. Jest więcej zieleni miejskiej. Małe rzeczy, a cieszą. Powoli ludzie się zmieniają. Jest dużo młodych, fajnych osób i tych kreatywnych przemysłów [śmiech]...

<http://www.maciejsieradzki.com>





**PROGRAM
REGIONALNY**
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI FUNDUSZ
ROZWOJU REGIONALNEGO



Projekt współfinansowany przez Unię Europejską z Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego
Fundusze Europejskie dla rozwoju regionu łódzkiego

www.kreatywna.lodz.pl