



Σέργιος Φωτιάδης

Φίλιππος Φωτιάδης

Θεανώ Πετρίδου



Σουπλά της σειράς Greek Proverb



Διακοσμητικό Donkey



Δίσκος Coffee Tray



Τσάντα The Fish Market

# Greeks do it BETTER

Το ελληνικό σχεδιαστικό δαιμόνιο προβάλλει τους σύγχρονους κώδικες της παράδοσής μας.

ΑΠΟ ΤΗΝ ΙΩΑΝΝΑ ΖΥΜΑΡΙΤΗ

## STUDIOLAV

«Υπάρχει μια στροφή σε οτιδήποτε ελληνικό και θα ήταν μάλλον άστοχο να συνδέσουμε το ντιζάιν στην Ελλάδα μόνο με το σχεδιασμό αναμνηστικών αντικειμένων. Φυσικά προσωπικές μνήμες και εμπειρίες που έχουν να κάνουν με τη “γεωγραφία” στην οποία μεγαλώσαμε επηρεάζουν συχνά τη σχεδιαστική σκέψη μας. Κάθε αντικείμενο μπορεί να διηγηθεί μια ιστορία μέσα από το χιούμορ, τις οικείες οπτικές, τις πολιτιστικές αναφορές, βοηθώντας το χρήστη να το “οικειοποιηθεί”. Δεν μπορούμε, όμως, να χαρακτηρίσουμε το ελληνικό ντιζάιν ως μόδα. Το ντιζάιν είναι μια διαδικασία που μέσα από έρευνα και συνεχή πειρατισμό συμβάλλει στη διαμόρφωση του κόσμου που μας περιβάλλει και δεν περιλαμβάνει μόνο το σχεδιασμό αντικειμένων». [studiolav.com](http://studiolav.com)



Τσάντα Atlas Shopper



Λουκάς Αγγελού

Βάσσο Ασφί



Καρέκλα Kafeneon

Εύλιες σφραγίδες Designer Baking



## WE DESIGN

«Καμία “μόδα” δεν είναι τυχαία. Πολλές ομάδες σχεδιαστών και παραγωγών ξεκίνησαν, σχεδόν ταυτόχρονα, μέσα στην κρίση να προτείνουν νέα προϊόντα με έμπνευση ή αναφορά στην Ελλάδα, απευθυνόμενοι, κατά βάση, στη σταθερή ελληνική βιομηχανία: τον τουρισμό. Έτσι συλλογικά και ομαλά συντίθεται η εθνική υπηκοότητα του ντιζάιν με κάθε σχεδιαστή να δίνει –ακόμα και ασυνείδητα– την ταυτότητά του στα αντικείμενα που σχεδιάζει ανάλογα με τα βιώματα, την παιδεία, τα διαθέσιμα υλικά, τις μεθόδους παραγωγής, το κλίμα και την παράδοση του τόπου του. Η σειρά μας Greece Revisited έχει αφετηρία τη χώρα μας και στόχο την αναβίωση των στοιχείων της που αποδίδονται με μια πιο σύγχρονη ματιά, γραφή και αισθητική. Για εμάς όλα αποτελούν έμπνευση. Κυρίαρχο στοιχείο και το χιούμορ το οποίο, βλέποντας εκ των υστέρων πολλά από τα αντικείμενα της σειράς, αντιλαμβάνομαστε ότι συχνά προκύπτει από τη μη αναμενόμενη απόδοση γνώριμων αναφορών». [wedesign.gr](http://wedesign.gr)



## A FUTURE PERFECT

«Στην περίπτωση της Ελλάδας, που δεν έχει “όνομα” στο χώρο του ντιζάιν, έχει νόημα να τονιστεί η σύγχρονη παραγωγή, όχι μόνο για να αποκτήσει σταδιακά υπόσταση στο διεθνές στερέωμα αλλά και για να ξεκινήσει η ίδια η χώρα και οι φορείς της να παίρνουν στα σοβαρά αυτό το προϊόν, να αναπτύξουν υποδομές, να επενδύσουν και να στηρίζουν τους δημιουργούς. Αφήνοντας τις ταμπέλες και τους χαρακτηρισμούς (φολκλόρ, cult κ.λπ.), αυτό που έχει σημασία είναι η λεπτότητα και οι σχεδιαστικοί κώδικες –παράδοση, λαϊκή κουλτούρα, υλικά– που ενσωματώνει στη διαδικασία σχεδιασμού ένας ντιζάινερ καθι-

Κατερίνα Γρηγοροπούλου

στώντας κάθε αντικείμενο επίκαιρο και ενδιαφέρον. Πέρα από την αισθητική και λειτουργική αρτιότητα, το παιχνίδι παίζεται στον περαιτέρω εμπλουτισμό με δόσεις χιούμορ, μνήμης, εντοπιότητας, λεπτομέρειες που μπορούν με το σωστό χειρισμό να απογειώσουν ένα αντικείμενο. Όλα κρίνονται άλλωστε πολύ περισσότερο στον τρόπο έκφρασης και εξέλιξης της έμπνευσης παρά στην πηγή της». [afutureperfect.gr](http://afutureperfect.gr)

Θήκη μαξιλαριού Urban Fabrics.Athens  
Εύη Σουγκάρα



Τσιμεντένια σουβέρ Athens (Fragments)



Δερμάτινη μπλούζα City on Top



Υφασμάτινες χειροποίητες φιγούρες

## PSAROKOKALO CREATIVE STUDIO

«Δεν είναι αυτοσκοπός το να σχεδιάσω κάτι ελληνικό, συμβαίνει όμως τα ελληνικά χαρακτηριστικά να είναι οικεία, προφανώς λόγω εμπειριών και εικόνων», λέει η Μαρία Πολυζά. «Άλλωστε είναι πολύ ελκυστικό το να δουλεύεις με παραδοσιακά και

αρχαιοελληνικά στοιχεία –τα μοτίβα, οι αποχρώσεις και οι αναλογίες ενεργοποιούν την έμπνευση για τις κούκλες που σχεδιάζω. Θεωρώ ότι αυτή η τάση είναι μια ευκαιρία να ξεφύγουμε από την ξενομανία αλλά και ο τουρίστας να αγοράζει ένα σουβενίρ “made in Greece” και όχι “in China”». [trapme.blogspot.com](http://trapme.blogspot.com)

## ΧΡΙΣΤΙΝΑ ΣΚΟΥΛΟΥΔΗ

«Δεν υπήρξε ποτέ θηλεημένα η διάθεση της ελληνικότητας στη δουλειά μου. Με γοπεύουν οι ελληνικές τεχνικές και οι παραδοσιακοί τεχνίτες και θέλω να τους αξιοποιώ σε συνδυασμό με τις τρέχουσες εξελίξεις στην αισθητική και την τεχνολογία. Στην πραγματικότητα δεν έχει σημασία η υπεροχή του ντιζάιν. Ίσως για εμάς να είναι προσωπική ανάγκη, να τονώσουμε ως λαός το πηικό μας. Είναι σαν να φωνάζουμε “αέρα” προσπαθώντας να “αυτοεμπυχωθούμε”. Βέβαια, δεν συμβαίνει

μόνο μ’ εμάς –τόσο οι Ιάπωνες όσο και οι Σκανδιναβοί στηρίζουν τις ρίζες και την εγχώρια παραγωγή τους. Κορεσμός στο συγκεκριμένο θέμα μπορεί να υπάρξει, σιωπή όμως όχι. Είμαστε δημιουργικοί και εργατικοί. Πάντα κάτι άλλο θα βρεθεί να ειπωθεί». [skouloudi.com](http://skouloudi.com)



Εύλινα μολά της σειράς Atalanta

