

PROTEBElive

JOINT sociální design

PROJEKTOVÝ ZÁMĚR



foto © Kateřina Troušilová SPŠKŠ Maršov Vary

VÝCHOZÍ SITUACE

Porcelán je stále stejný ušlechtilý materiál, ale svět se změnil od doby, kdy porcelánky bezstarostně vyráběly produkty pro trh, který nebyl globálně propojený a neexistoval fenomén masové levné produkce z Číny. Žijeme ve světě, kterému docházejí zdroje. Prezident společnosti Shell tvrdí, že za deset let dojde ropa. Poté bude pravděpodobně následovat energetická krize a v jejím důsledku krize ekonomická. S nedostatkem zdrojů dochází nutně ke společenským pohybům, migracím a společenským nepokojům. To se týká ropy i vody. Rozdíl mezi těmito strategickými surovinami je zejména v tom, že pokud dojde ropa, lidstvo to přežije, pokud dojde voda lidé to nepřežijí. My v civilizované a fungující Evropě si neuvědomujeme, jaké problémy vyplývají z nedostatku pitné vody. Design své doby tak, jako tomu bylo kdykoliv před tím v historii, nemůže ignorovat to, co se v jeho době odehrává a co určuje její charakter a jejího ducha. Jsme konfrontováni s tím, že tu existuje celá generace lidí, kteří si chtějí pořídit domů pěkné nádobí se současným a funkčním designem a nemají si ho kde koupit. Jediným útočištěm se jim nakonec stává obchodní dům Ikea, který je pro ně jedinou šancí na finančně přijatelné vybavení domácnosti. Kromě toho, lidé se stále více začínají ptát na společenskou odpovědnost firem, jejichž produkty si kupují i na způsob výroby produktů a jejich původ. Toto je nezvratný trend v chování zákazníků, kteří představují novou cílovou skupinu. Je pravděpodobné, že tato cílová skupina se bude nadále rozrůstat. Je třeba ji oslovit.

OPATŘENÍ

Propojení výrobce, humanitární organizace a autorů designu. Prezentace a PR projektu jako zcela nového, uceleného a propracovaného systému mezioborové spolupráce profesionálního designu - fundraisingu a NNO. Produktem není pouze porcelánový set, ale také konkrétní podpora konkrétních lidí, kteří to potřebují. Formulace individuální marketingové strategie pro tento produkt a podnikatelský plán.



PŘIPOJTE SE! K NÁM JAKO VÝROBCE
NEBO AKTIVISTA

pište na jiri@tebe.cz / volejte 774 232 046

PŘÍNOSY PROJEKTU

- 1. POMOC A OSVĚTA NEVŠEDNÍ FORMOU** Pomoc lidem trpícím nedostatkem, podnět k zamyšlení a výzva k akci lidem žijícím v dostatku. **Hodnota** – Konkrétní pomoc lidem, kteří trpí nedostatkem pitné vody. Připomínání aktuálního problému, které dává důležité proporce vnímání toho, co je v životě „bohatých“ podstatné.
- 2. PŘÍJEMCE PODPORY A GARANT VYUŽITÍ FINANČNÍCH PROSTŘEDKŮ: HUMANITÁRNÍ ORGANIZACE** **Hodnota** – část peněz z prodeje produktu jde na výstavbu vodních čerpadel v lokalitách bez vody, případně jiných způsobů podpory v oblasti získávání zdrojů pitné vody.
- 3. PRODUKT** Porcelánový set na čaj/kávu v elegantním a veřejností i Akademií designu ČR příznivě hodnoceném designu (nominace na Czech grand design 2008 s příslušnou publicitou). Informační brožura o problematice nedostatku pitné vody ve světě jako součást balení výrobku. **Hodnota** – krásný a funkční výrobek s etickým apelem na uživatele a charitativním významem, nový způsob vnímání designu.
- 4. VÝROBCE a DISTRIBUTOR** **Hodnota** – zajímavý, designově originální produkt, vhodný pro vytváření působivého PR firmy a CSR, zdroj příjmů, nástroj k podpoře prestiže firmy.
- 5. AUTOŘI DESIGNU** **Hodnota** – možnost zapojit výrobek-design do charitativního rámce, osmyslení produktu; realizace myšlenky sociálního designu ve spolupráci s humanitární neziskovou organizací. Uplatnění vize designu, který má reagovat na aktuální světové problémy.