

سخن سردبیر



☞ سبک زندگی؛ از شناخت سلیقه تا مدیریت انتخاب

اسباب و مبلمان و تربیبات او داشته باشیم. این کار اگر چه دقیق نیست اما به عنوان تأثیر ناخودآگاه ذهن بر رفتارها و انتخاب‌های یک فرد، مرجع نسبتاً قابل اطمینانی خواهد بود، تا آن‌جا که بسیاری از فعالان حوزه بازاریابی ترجیح می‌دهند تعریف عمومی و فراگیر سبک زندگی در جامعه‌شناسی را به صورت زیر، ساده و

خلاصه کرده و عرصه مفهومی آن را محدود سازند:

سبک زندگی از طریق بررسی انتخاب‌های انسان‌ها در سبد خرید و الگوی مصرف (consumption patterns) مشخص می‌شود. روپر特 دان، در کتاب خود *Identifying Consumption* (شناخت مصرف) توضیح می‌دهد که در گذشته، رفاه اقتصادی در حدی کم بود که جز طبقات مرتفع جامعه، عملایدست سایر اعضای جامعه در انتخاب الگوی مصرف، چندان باز نبود و عملایدستیم شیوه مصرف و الگوی خرید و مصرف مردم را، شیوه مناسی برای شناخت نگاه آنها به زندگی بدانیم. اما امروز، در بخش عمده‌ای از جامعه، توانایی انتخاب وجود دارد. بنابراین، الگوی مصرف، بیش از هر زمان دیگر می‌تواند منعکس کننده‌ی نگرش انسان‌ها به زندگی شان باشد.

در بسیاری از حوزه‌های زندگی، نوعی دموکراتیزه شدن (فراغیری در همه سطوح) به وجود آمده است. امروز با تنوع انتخاب‌ها در مقوله‌ای مانند خرید کردن (از رایگان و ارزان قیمت یا بسیار گران قیمت) هر کس، به نوعی به گزینه‌های متعدد دسترسی دارد. بنابراین، انتخاب‌های ما، مستقل از محدودیت‌های مالی ما، می‌توانند بهتر از گذشته (و البته همچنان‌نه به صورت کاملاً دقیق) نگرش ما را به زندگی و سبک زندگی مورد علاقه ما را مشخص کنند.

البته سبک زندگی، تعزیف دقیق‌تر و کامل‌تری نیز دارد و حتی در دنیای مدیریت و بازاریابی نیز، صرفاً به الگوی مصرف، محدود نشده است.

مفهوم "سبک زندگی" از جمله مفاهیم علوم اجتماعی است که اخیراً بسیار مورد توجه قرار گرفته است: اما کاربردهای متفاوت و بعضًا متعارض، آن را مفهومی مهم و از دیدگاه پاره‌ای محققان غیرقابل استفاده کرده است.

با آن که سبک زندگی مفهوم تازه‌ای در تاریخ آدمی نیست اما صدها و شاید هزاران سال است که خود او و بیش از او دولت‌ها کوشیده‌اند تا شناخت همه جانبه‌ای از این موضوع به دست آورده و در مدیریت و راهبری آن در زندگی‌گزینه فردی و اجتماعی تأثیرگذار باشند، با این همه باید گفت تعریف‌ها از این مفهوم همواره متفاوت بوده و در شکل امروزی آن و مفهوم پردازی‌های وابسته به آن تا اندازه بسیاری با مقوله‌ای جدید روبرو هستیم.

نخستین کاربردهای جدی از لغت *lifestyle* در متنون جدید به زمینه‌های روان‌شناسی و مطالعات در این عرصه بازمی‌گردد و جنبه‌های رفتار‌شناسانه و شخصیت‌شناسانه‌ای کوکی تا بزرگسالی را در بر می‌گیرد و با آن چه که امروزه از مفهوم سبک زندگی می‌شناسیم تفاوت‌هایی قابل اعتنای دارد، چنان که برخی جامعه‌شناسان توضیح می‌دهند که سبک زندگی، یک شیوه مشخص و قابل مشاهده از زیستن است. بر همین پایه و از آن‌جا که مشاهده و ثبت رفتار انسان‌ها، همیشه و همه جا امکان‌پذیر نیست، بسیاری از محققان ترجیح می‌دهند به جای رفتارهای آدمی، انتخاب‌های او در زندگی روزمره را به عنوان نشانه‌ای دست دوم از سبک زندگی مورد بررسی قرار دهند. برای مثال اگر بخواهیم بدانیم که آسودگی، سلامت فردی، اقتصاد، مدیریت هزینه، تأیید طلبی اجتماعی و مؤلفه‌هایی از این دست چه جایگاهی در ذهن و رفتارها و تضمیم‌های یک فرد دارد، اگر نتوانیم از راه گفتگو با خود او به دریافت‌هایی از این موضوع دست یابیم یا بررسی طولانی مدت رفتارها و موضع‌گیری‌های او مشکل باشد ممکن است بتوانیم به سراغ یک گزینه ثانویه برویم و به طور مثال بازدیدی از خانه و

است که مبنای این انتخاب چیست و فرد با چه ملاکی چیزی را بر می‌گزیند؟ بحث در باب مقاومتی چون سلیقه و انتخاب و رابطه آن‌ها با بازار و فرهنگ مصرف دارای مؤلفه‌های بسیار گوناگون اقتصادی، جامعه‌شناسی، روانشناسانه و ... است که به گمان از ظرفیت موضوعی این چنین را مجال بیرون است و دامنه تخصصی نگارنده نیز مدعاوی این چنین را مراد نمی‌کند، اما در عرصه هنر-صنعت مبلمان و دکوراسیون و گستره نسبتاً وسیع و متنوعی که در یکی دو دهه اخیر هم از نظر مخاطب‌یابی و پاسخگویی به تنوع سلیقه‌های معاصر و هم در ابعاد فیزیکی و کیفی توسعه محصول و بازارهای مرتبط یافته است، می‌توان سهم چشمگیر و ارزشمندی را در داوری‌های معطوف به سبک زندگی به این عرصه اختصاص داد.

مدیریت سلیقه و محدود و مقید ساختن دایره انتخاب در جهان امروز امری سخت، ناممکن و در صورت امکان نامطلوب و ناخوش می‌نماید اما این امر ناگزیر اگر با هوشمندی تحلیل شده و از سوی مدیران و سیاست‌گذاران به زبان مدیریت و اقتصاد و هنر ترجمه گردد، رونق و شادابی بازارها، اعتلای سلیقه عمومی و تطبیق پذیری فرهنگی با مظاهر رفاه و توسعه جهانی را در پی خواهد داشت.

وصل او ز عمر جاودان به
خداآوندا مرا آن ده که آن به

رامین سمعیع زاده
عضو هیأت مدیره
دبیر انجمن صنفی مبلمان و دکوراسیون

به عنوان مثال، مدلی به نام AIO وجود دارد که برای تعریف سبک زندگی، از مطالعه ترکیب سه گانه‌ی فعالیت‌ها (Activities) و علاقمندی‌ها (Interests) و عقاید و دیدگاه‌ها (Opinions) استفاده می‌کند. از سویی دیگر پیروان برخی مکاتب فلسفی و جامعه‌شناسی "صورت" و "سبک" را در مقابل با "محتو" و "خود زندگی" ارایه می‌دهند و تعریفی اینچنان از سبک زندگی را بیان می‌کنند: سبک زندگی، تجسم تلاش انسان است برای یافتن ارزش‌های بنیادی یا به تعبری فردیت برتر خود در فرهنگ عینی اش و شناساندن آن به دیگران؛ به عبارت دیگر، انسان برای معنای مورد نظر خود (فردیت برتر)، شکل (صورت)‌های رفتاری‌ای را برمی‌گزیند. این دسته از اندیشمندان، توان چنین گرینشی را "سلیقه" و این اشکال به هم مرتبط را "سبک زندگی" می‌نامند. بر این پایه سبک زندگی از جنس رفتار است، رفتارهایی که تمایلات، آنها را هدایت می‌کند و فرصت‌های زندگی بستر بروز آن‌ها را فراهم می‌کند.

در چشم‌اندازی کلی به دیدگاه‌ها و تعریف‌های بسیاری که متقدمان و اندیشمندان جدید در این باره آورده‌اند، می‌توان محورها و عناصر اصلی موجود در آنها را چنین جمع‌بندی کرد: تقریباً در همه تعریف‌ها می‌توان دو مفهوم را یافت که در تعریف سبک زندگی در نظر گرفته شده است و در واقع هر دو مفهوم هم، به واژه "سبک" باز می‌گردد: اول مفهوم وحدت و دوم مفهوم تمایز، به این معنی که سبک زندگی حاکی از مجموعه عناصری است که کم و بیش به طور نظاممند با هم ارتباط داشته و یک کل را پدید می‌آورند. همین اتحاد و نظاممندی این کل را از کل‌های دیگر متمایز می‌کند و به نوعی فردیت و هویت رهنمون می‌شود و دیگر بار این نکته پرنگ می‌شود که خط مشترک در بیشتر دیدگاه‌ها پیرامون تحلیل معناشناختی سبک زندگی مفهوم سلیقه است، مفهومی اساسی که در رسیدن به درگ درست و تعریف به نسبت دقیقی از سبک زندگی، باید آن را الحاظ کرد.

پرسشی که ذیل ویژگی "انتخابی بودن" سلیقه، پیش می‌آید این



نگاهی بر زندگی و آثار

پاتریشیا ارکیولا

PATRICIA URQUIOLA



ایمان آزادگان

بروزنهنگ و فارشناس ارشد طراحی مستقل



با اینکه هنر و طراحی، پیشه‌هایی برآمده از آفرینش زیبایی، طرافت و لطافت شاعرانه هستند، در طول دوران پر فراز و نشیب تاریخ بشری، حضور فراگیر زنان در این عرصه‌ها هرگز چندان پررنگ نبوده است. همواره این پرسش مطرح است که با وجود اینکه زنان، همواره یکی از مخاطبان اصلی و انگیزه‌بخش طراحان نامدار بوده‌اند، جگونه است که خود در این عرصه، کمتر به نوآفرینی و ابراز وجود پرداخته‌اند. مارسل وندرس، طراح نامدار هلندی در این زمینه به انگیزه‌بخشی زنان در طراحی اشاره می‌کند و می‌گوید: «من دوست دارم فقط برای زنان کار کنم؛ آنها شادی‌بخش‌تر و هیجان‌انگیزترند. من می‌خواهم که به آنها احساس شاهزادگی بیخشم. ما باید از ادبیاتی که در اوائل دوران تولید صنعتی خلق کردیم، فاصله بگیریم و شاعرانگی و هیجان زنانه را جایگزین رویکرده مهندسی و فناوری کنیم».

شاید حضور کمنگ بانوان را در این گستره نیز بتوان ناشی از فرهنگ دیرینه مردم‌الازری حاکم بر جوامع بشری دانست که حلقه‌ی رقابت و اثربخشی را اندکی برایشان تئگ و نفوذناپذیر می‌کند. با این حال، گاه در این میان، به زنانی نوادگیش و ساختارشکن بر می‌خوریم که این قاعده‌ی دیرین را به کامیابی شکسته‌اند و چه بسا گوی سبقت را از بسیاری از مردان زمانی خویش ریوده‌اند و از ایشان پیشی گرفته‌اند. برای نمونه، امروز، نام راه‌آها حديث، طراح معمار عراقی‌الاصل در میان محاذل معماری نخبه‌ی سراسر جهان، نامی زیاند است و در نگاه دانشجویان معماری، وی با طرح‌های تکان‌دهنده و بی‌نظیریش به اسطوره‌ای تکرارناشدنی بدل شده است. این زنان اثربخش، نقش ممتازی را در این تابو شکنی ایفا می‌کنند و به دیگر بانوان مستعد و خوش‌فکر می‌آموزند. که برای پیشرفت و توسعه‌ی اندیشه‌هایشان، هیچ مانعی متصور نیست و قبها با پشتکار و نگرشی قدرتمند، می‌توانند همه‌ی مرزهای زمان را دزورده‌اند و به پیشرفت و توسعه‌ی جامعه‌ی بشری کمک کنند. در گستره‌ی هنر مدرن نیز، بانوانی همچون جودی شیکاگو^۱ با طرح مشهور ضیافت شام^۲ و دیگرانی همچون اووا هسه^۳، جتی هولتزر^۴، بارابارا کروگر^۵ و ... اعتبار و وجهه‌ی ویژه‌ای به جنبش زنان در عرضه‌ی هنر مفهومی بخشیده‌اند و ظرافت زنانگی را وارد دنیای هنر و اندیشه‌ی پسامدرن کرده‌اند.



1. Zaha Hadid
2. Judy Chicago
3. The Dinner Party
4. Eva Hesse
5. Jenny Holzer
6. Barbara Kruger



-
- 7. Patricia Urquiza
 - 8. Oviedo
 - 9. Achille Castiglioni
 - 10. Enzo Mari

PATRICIA URQUIZA

دانشکده‌ی معماری دانشگاه پلی‌تکنیک مادرید شد و به تحصیل در رشته‌ی معماری پرداخت. اما او نیز همچون بسیاری دیگر از طراحان نامدار زمانه، شبکه‌ی آثار طراحان ایتالیایی بود و همواره به مطالعه و کنکاش در سبک‌های طراحی ایتالیایی می‌پرداخت. از این‌رو، دیری نگذشت که عزم سفر کرد و برای تکمیل تحصیلات خویش رهسپار میلان شد. وی، پس از سکنی گزیندن در این مهدِ دیرین هنر اروپا، مطالعات خویش را در زمینه‌ی معماری و طراحی در دانشگاه پلی‌تکنیک میلان، تحت ناظارت ممتازترین استادان طراحی ایتالیا از سر گرفت. وی، پژوهشی پایان‌نامه‌اش را با راهنمایی استاد بزرگ طراحی ایتالیا، آشیل کاستیگلیونی^۲، با موفقیت به پایان رساند و در سال ۱۹۸۹ فارغ‌التحصیل شد. به راستی، نزدیکی با کاستیگلیونی، موهبت بزرگی برای ارکیولا به شمار می‌رفت. اغراق نیست اگر بگوییم که بسیاری از طراحان معاصر، به ویژه آنها که در دو دهه‌ی اخیر خوش درخشیده‌اند، روزگاری از شیفتگان و پیروان کاستیگلیونی محسوب می‌شدند. کاستیگلیونی همچون از رو ماری^۳، افزون بر شاهکارهایی که خود در عرصه‌ی طراحی آفرید، نقشی مؤثر در شکل گیری و توسعه‌ی تفکر طراحی در نسل بعد از خود داشت.

در گستره‌ی طراحی میلمان نیز، پاتریشیا ارکیولا^۴، طراح اسپانیایی، از جمله چهره‌هایی است که در دوران کوتاه فعالیت حرفه‌ای، شهرتی فراگیر و جهانی یافته است. وی، به معنای واقعی کلمه، یک طراح حرفه‌ای است که با رمز و راز تولید و صنعت به خوبی آشناست و چندان در قید و بند طراحی مفهومی و موزه‌پسند نیست. با این حال، پاره‌ای از آثار نوآورانه‌اش، به معنیترین موزه‌های طراحی جهان یافته است. ارکیولا، همچون بسیاری دیگر از طراحان، در گستره‌های گوناگونی از طراحی محصول، معماری، طراحی داخلی، چیدمان و آفرینش مفهومی به فعالیت پرداخته است؛ اما اوج شهرت و اعتبار فرازینده‌اش را باید مرهون آثار بنظربری دانست که در زمینه‌ی طراحی میلمان افریده است.

پاتریشیا در سال ۱۹۶۱، در شهر اویدو^۵ در شمال اسپانیا متولد شد. وی، شور و شوق آفریدن را هنگامی که دوازده سال بیش نداشت، در خود کشف کرد و با انگیزه‌ای فراوان در صدد شکوفایی آن برآمد؛ شکفتندی که پس از دوران کوتاهی، او را در فهرست برترین طراحان معاصر جای داد و از او چهره‌ای جهانی و الهام‌بخش به نمایش گذاشت. پاتریشیا در پی اشتیاق خویش به طراحی، نخست وارد

ارکیولا، اندکی پس از فراغت از تحصیل، در سال ۱۹۹۰، به پیشنهاد کاستیگلیونی، تدریس در دانشگاه پلی‌تکنیک میلان را آغاز کرد و به مدت دو سال به عنوان استادیار طراحی در کنار کاستیگلیونی و اوجینیو بتنیلی^۱ به فعالیت پرداخت. وی هم‌زمان به تدریس در مدرسه‌های ملی طراحی صنعتی "فرانسه در پاریس" پرداخت. تدریس در این دانشگاه ملی که در حقیقت، نخستین و معتبرترین مرکز آموزش آکادمیک طراحی در فرانسه محسوب می‌شود، به راستی، افتخاری بزرگ برای ارکیولا در آن سنتین جوانی به شمار می‌رفت. ارکیولا، هم‌زمان با تدریس و فعالیت‌های علمی و پژوهشی، از سال ۱۹۹۰، همکاری خود را با شرکت ایتالیایی مبلمان مادالتا دیدادوا^۲ آغاز کرد و تا سال ۱۹۹۶، در دفتر توسعه‌ی طرح‌های نوی این شرکت، در کنار اسطوره‌ی بزرگ طراحی ایتالیا، ویکو مجیستری^۳، به تجربه‌ی اندازی پرداخت و در پروژه‌های متعددی نقش‌آفرینی کرد. مجیستری نیز همچون کاستیگلیونی به تبعیغ استثنایی ارکیولا پی برد و وی را به فتح قله‌های رفیع طراحی مبلمان در سطحی جهانی تشویق کرد. شاخص‌ترین حاصل همکاری آن دو، صندلی موسوم به گل^۴، کاتاپه‌ی لوم^۵ و یک نشیمن راحتی^۶ برای استراحت بود که در میان آنها، صندلی گل بسیار خوش درخشید؛ تا جایی که تولید آن تا به امروز نیز ادامه دارد. این صندلی کمینه‌گرایا با الهامی تجربیدی از فرم ظریف گلبرگ در طیفی از رنگ‌های درخشان، در دو پایه‌ی فلزی ثابت و گردان (چرخ‌دار) طراحی شد و در نتیجه برای هر دو فضای خانگی و اداری، گزینه‌ای مناسب به شمار می‌رفت.



● صندلی گل، دیدادوا، ۱۹۹۶



Flower Chair



به تدریج، در پی نوآفرینی‌های چشمگیر ارکیولا، توجه بسیاری از برندهای معتبر جهانی به ذهن خلاق و دگراندیش وی جلب شد و در زمانی کوتاه، وی به یک چهره‌ی فرآگیر جهانی در عرصه‌ی طراحی بدل شد. دیادوا در حقیقت نخستین سکوی چهش ارکیولا به عرصه‌ی طراحی مبلمان به شمار می‌رفت و برای وی فرصتی مغتنم فراهم کرد تا آموزه‌ها و نظریه‌های دانشگاهی خویش را در بعدی تجاری و صنعتی به آزمون بگذارد و سبک زیبایی‌شناسخانه خاص خود را که ریشه در زنانگی و کمینه‌گرایی داشت، در مقیاسی وسیع و بین‌المللی به نمایش بگذارد. وی در دوران فعالیت در دیادوا، با همکاری دو معمار مشهور ایتالیایی، دِرنزیو^{۱۰} و رامپینو^{۱۱}، به طراحی داخلی چندین نمایشگاه و رستوران پرداخت و از این رهگذر، دستاوردهای بی‌نظیری کسب کرد تا جایی که بسیاری از شرکت‌های نامدار جهانی، پروژه‌ی طراحی نمایشگاه‌ها و فروشگاه‌های خود را به ارکیولا سپردهند.

NeoCon Showroom

11. Eugenio Bettinelli
12. École nationale supérieure de création industrielle (ENSCI)
13. Maddalena De Padova
14. Vico Magistretti
15. Flower Chair
16. Loom Sofa
17. Chaise Longue
18. De Renzio
19. Ramerino

گفتنی است در دنیای امروز، فروشگاه‌های زنجیره‌ای و نمایشگاه‌های انحصاری با بهره‌گیری از تکنولوژی مدرن برندسازی، شیوه‌های سنتی توزیع کالا و خدمات را دگرگون کرده‌اند؛ از این‌رو، طراحی نمایشگاه‌های برنده، افزون بر ماهیت زیبایی‌شناسنامه و بصری، از دیدگاه طراحی هویت سازمانی، ترویج برنده و در نتیجه سودآوری تجاری نیز بسیار حائز اهمیت است. ارکیولا با تمرکز بر این گسترده‌ی نوین هنری-تجاری، طراحی نمایشگاه را به عنوان یک گزینه‌ی نوآورانه پیش روی کارآفرینان صنعت قرار داد. وی در طول دهه‌ی اخیر، افزون بر طراحی محصول و مبلمان، به طراحی نمایشگاه برای بسیاری از برنده‌های نامدار جهانی پرداخته است که از میان آنها می‌توان به برنده‌های ایتالیایی مبلمان موروسو، روشنانی فلاں، برنده سوئدی پوشک اچ‌اندام^۱، پوشک ایتالیایی میسونی^۲، برنده آمریکایی مبلمان نول و ... اشاره کرد. وی در آخرین نوآوری خود، اقدام به طراحی نمایشگاه‌هایی با عنوان نتوکان^۳، برای شرکت مبلمان هاورث^۴ در شهر شیکاگو آمریکا کرده است؛ وی در این مجموعه، با طراحی و ترکیب دیوارهایی متحرک و انعطاف‌پذیر و مبلمانی خلافانه - که برای نیازهای متغیر فضاهای زندگی امروزه طراحی شده‌اند - فضایی سرشار از کارایی و سرزنشگی آفرینده است.





NeoCon Showroom

-
- 20. H&M
 - 21. Missoni
 - 22. NeoCon
 - 23. Haworth



ارکیولا در سال ۱۹۹۶، از سمت خود در توسعهٔ محصول دیادوا کناره‌گیری کرد و مدیریت هنری شرکت «همکاران لیسونی»^{۲۴} را بر عهده گرفت. این شرکت توسط معمار و طراح برجستهٔ ایتالیایی، پیرو لیسونی^{۲۵}، تأسیس شده بود. لیسونی به مانند ارکیولا، فارغ‌التحصیل و مدرس معماری دانشگاه پلی‌تکنیک میلان بود و گرایشی ویژه به سبک کمینه‌گرایی داشت. از این‌رو، انتخاب ارکیولا به عنوان مدیر طراحی، از نظر وی انتصابی شایسته به شمار می‌رفت. فعالیت در لیسونی، این امکان را برای ارکیولا فراهم کرد تا با معتبرترین برندهای صنعت مبلمان و محصولات خانگی به همکاری پردازد و از این‌رهگذار، نام خویش را در عرصهٔ طراحی جهانی ثبت کند. وی به مدت چهار سال، به طراحی برای شرکت‌های نامداری همچون آلسی، آرتلانو^{۲۶}، کارتل، کاپلینی، کاسینا، فلاس و ... پرداخت و هم‌زمان، پروژه‌های شخصی خود را در زمینهٔ طراحی داخلی و فروشگاهی پی‌گرفت تا اینکه در سال ۲۰۰۰، از لیسونی کناره‌گیری کرد تا فعالیت خود را به طور مستقل و تحت نام خود ادامه دهد. وی، یک سال بعد در سال ۲۰۰۱ با همکاری معمار و طراح ایتالیایی، مارینو برگینز^{۲۷}، نخستین استودیوی شخصی‌اش را در میلان راه‌اندازی کرد و فعالیت خود را بر سه شاخهٔ معماری، طراحی نمایشگاهی و طراحی محصول منمرکز کرد.

- 24. Lissoni Associates
- 25. Piero Lissoni
- 26. Artelano
- 27. Martino Berghinz



Lowland Moroso



نمای پشتی نشیمن راحتی از مجموعه‌ی ترکیبی «زمین کم ارتفاع»، موروسو، ۲۰۰۰



مبلمان راحتی از مجموعه‌ی «زمین کم ارتفاع»، موروسو، ۲۰۰۰

28. Lowland
29. Lowseat



همکاری ارکیولا با شرکت مبلمان موروسو که از سال ۱۹۹۸ با طراحی محصول و نیز طراحی نمایشگاه‌های فروش این شرکت آغاز شد، به واسطه بسیار پریار و تحسین‌برانگیز بود. گفتنی است موروسو، همانند کاپلینی، از جمله برندهای معتر و متخصصی است که همواره با حمایت از طراحان نوآندیش، تأثیری ژرف بر روند طراحی معاصر داشته است. امروز، کنتر طراح نامداری را می‌توان یافت که در کارنامه‌ی جرفهای خویش، اثری شاخص و ماندگار برای موروسو طراحی نکرده باشد. از نخستین همکاری‌های ارکیولا با این شرکت که به نتایجی درخشان انجامید، شایسته است از دو مجموعه‌ی مبلمان موسوم به «زمین کم ارتفاع» و «شمیم کم ارتفاع» یاد کرد. ارکیولا در طراحی این دو مجموعه، با آفرینش مجموعه‌ای از عناصر فرمی و کارکردی، قابلیت‌هایی متنوع از ترکیب‌بندی‌های فضایی آفرید. ارکیولا در مجموعه‌ی زمین کم ارتفاع، مفهوم کلاسیک کتابه را به عنوان یک محصول مستقل دگرگون کرده و از طریق ترکیب سطوح، مفهومی پویا و انعطاف‌پذیر از فضای نشیمن اصره‌زی ارائه کرده است. ساده‌گرایی، واضح ونظم بصری، پویایی و تغیرپذیری، ویژگی‌های وحدت‌بخشی هستند که عناصر منفرد این مجموعه را در کنار هم به هم‌بینی واحد و یکپارچه تبدیل می‌کنند. نشیمن‌ها، پشتی‌ها و دسته‌های این مجموعه، هر یک واحد‌هایی مستقل و مجرما از هم هستند که با ترکیب و هماهنگی در کنار یکدیگر، گزینه‌هایی نامحدود از پیکربندی و فضاآفرینی در اختیار کاربر قرار می‌دهند.

امروزه، محدودیت فضا در اغلب محیط‌های زندگی و حرفه‌ای و به ویژه نقل مکان در بازه‌های زمانی کوتاه، اهمیت مبلمان کارآمد و انطباق‌پذیر را بیش از هر زمان دیگر مطرح کرده است. از این‌رو، ارکیولا، رویکرد انعطاف‌پذیری را محور بسیاری از طرح‌های قرار داده است. بدین ترتیب، کاربر با خریداری مجموعه‌هایی این‌چنین، همواره از امکان تغییر و توسعه‌ی آنها در فضاهای گوناگون بهره‌مند خواهد بود. امروزه، طراحی سیستم در گستره‌های مختلف طراحی، همواره ضروری‌تر از طراحی محصول به شمار می‌رود و ارکیولا با طراحی سیستمی از مبلمان چندمنظوره، افزون بر تأمین کارایی، راحتی و زیبایی، آزادی عمل وسیعی در اختیار کاربر قرار می‌دهد تا با ترکیب عناصر فرمی و کارکردی گوناگون، شکل‌های متنوعی از هارمونی و هماهنگی را در فضاهای مورد استفاده‌ی خویش تجربه کند. گفتنی است ارکیولا بر پایه‌ی هویت فرمی این مجموعه، تختخواب آن را نیز طراحی کرد. بنابراین، این نگرش سیستمی به طراحی، دشواری انتخاب را به هنگام خریداری مبلمان به میزان قابل توجهی کاهش داده و وسواس و دغدغه‌ی مشتری را برای خریداری مبلمانی هماهنگ از میان می‌برد. در پی این کامیابی، این مجموعه به همراه مبلمان استپ^۲ ارکیولا، در کتاب سال طراحی ۲۰۰۰/۱۹۹۹ چاپ شد و نام وی را بر سر زبان‌ها آورد.

30. Step Sofas



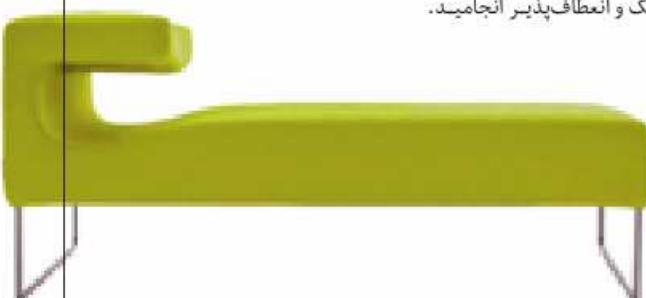


Lowseat Moroso

نظام ترکیبی مبلمان راحتی «نشیمن کم ارتفاع»، موروسو، ۲۰۰۰

از آرایش فضایی آفریده است؛ سوم آنکه ترکیب عناصر این مجموعه در کنار هم، نیازمند هیچ فرایند نصب و اتصال فیزیکی نیست؛ چهارم آنکه، این مجموعه در انواع فضاهای مسکونی، اداری و عمومی قابل کاربری است و آخر اینکه، از نگاه زیبایی‌شناسی، دارای قدرتمندی نوبن و خلاقانه‌تر است که نظیر آن در طراحی مبلمان چندمنظوره کمتر به چشم خورده است. این مجموعه نیز در تور نمایشگاهی طراحی مبلمان در سال ۲۰۰۱، به عنوان نماینده‌ی طراحی ایتالیا به نمایشی چشمگیر درآمد. پس از معرفی این دو مجموعه از سوی موروسو در سال ۲۰۰۰، بسیاری از طراحان، رویکرد ارکیولا را در طراحی مبلمان در پیش گرفتند و این نگرش سیستمی، در فرایند طراحی بسیاری از شرکت‌های تولید مبلمان، جای خود را باز کرد و به طراحی طبیعی از سیستم‌های مبلمان هماهنگ و انعطاف‌پذیر انجامید.

نهیمن نگرش سیستمی را می‌توان به روشنی در طراحی مجموعه‌ی نشیمن کم ارتفاع نیز مشاهده کرد. با این نقاوت که ارکیولا در این مجموعه، به جای طراحی سیستمی از عناصر (قطعات) هماهنگ، سیستمی از محصولات هماهنگ آفریده است و البته، دغدغه‌ی نوآوری در فرم، برای وی اهمیت بیشتری یافته است. این مجموعه از سه محصول مستقل نشیمن گوش، نشیمن میانی و نشیمن راحتی بلند تشکیل شده است که هر یک به تنها ی دارای هویت مستقل بوده و در ترکیب یا یکدیگر نیز آرایش‌های متنوعی از چیدمان ارائه می‌کنند. این مجموعه در قیاس با مجموعه‌ی پیشین، از دیدگاه نوآوری در طراحی، از چند نظر هوشمندانه‌تر است: نخست آنکه هر یک از عناصر این پازل، خود محصولی مستقل است که می‌تواند به طور جداگانه خریداری شود؛ دوم آنکه طراح تنهایا با آفرینش سه عنصر مستقل، طبیعی نامحدود



نشیمن راحتی بلند از مجموعه‌ی «نشیمن کم ارتفاع»، موروسو، ۲۰۰۰



صندلی راحتی متقارن از مجموعه‌ی
فیورد، موروسو، ۲۰۰۲



صندلی پیشخوان (پایه بلند) از مجموعه‌ی فیورد، موروسو، ۲۰۰۲

صندلی راحتی نامتقارن از مجموعه‌ی فیورد، موروسو، ۲۰۰۲



لنشیمن کم ارتفاع از مجموعه‌ی فیورد، موروسو، ۲۰۰۲



Fjord Moroso

31 Fjord

فیورد به شاخابه یا ارهاهی باریک، بلند و قیچی از دریا اهلانی من شنود که میان صخرههای بلند، به طور مشخص در نیروز و ایسلند، غصه از طبق زیر آب رفتند در هیچی بیچاره شکل میگردند و فرمی نلات گونه بازد.

33. Arne Jacobsen

دیری نپایید که ارکیولا در پی این نگرش سیستمی و فرم‌آفرینی انتزاعی، با طراحی مجموعه‌ی دیگری موسوم به فیورد^{۳۱}، به شهرت فراگیر جهانی دست یافت و آوازه‌ی وی در کوتاه‌زمان، در سراسر محاذل و مجتمع معتبر طراحی طبیعت انداز شد. این مجموعه‌ی هماهنگ در سال ۲۰۰۲، از سوی شرکت موروسو به بازار ارائه شد و جوابی معتبر متعددی را برای آفرینندگانش به ارمغان آورد. مجموعه‌ی فیورد از طیف متنوعی از مخصوصات مبلمان، از جمله صندلی و صندلی راحتی نامتقارن، صندلی راحتی نامتقارن، صندلی پیشخوان، نشیمن کم ارتفاع در ابعاد مختلف، میز پذیرایی کم ارتفاع، میز غذاخوری و... تشکیل شده است که هم در فضاهای خانگی و هم در فضاهای اداری و عمومی کاربری دارد. همانطور که از نام این مجموعه برمی‌آید، ارکیولا در طراحی آن، از فرم طبیعی شکل‌گیری صدف‌های حلزونی در آبداره‌های سواحل شمالی اسکاندیناوی همچون نروژ و ایسلند، الهام گرفته است^{۳۲}. ارکیولا در طراحی این مجموعه، گوشچشمی نیز به صندلی‌های آرنه جاکوبسن^{۳۳} (۱۹۰۲-۱۹۷۱)، معمار و طراح پیشگام دانمارکی، داشته است. فرم نامتقارن پوسته‌ی صندلی با شکاف باریک و نیز شکل خطوط دوخت روی آن، گواهی بر این الهام‌پذیری طبیعت گرایانه و در عین حال انتزاعی است.

طرح‌های طریف ارکیولا مشهود است. دسته‌های صندلی و نشیمن راحتی اسماک، یادآور دسته‌های یک کیف زنانه و پارچه‌ی آن با دوخت طریف و چین‌چین، تداعی گر وقار و ملاحت یک لباس زنانه است. ارکیولا در این طرح، با ترکیب هتر ظریف دستی و فرایندهای صنعتی، قدرت تجسم خویش را برای آفرینش محصولی کاربردی و در عین حال مُذکرایانه وسعت بخشیده است. این رویکرد را همچنین می‌توان در آثار میلمان طراح هلندی، مارسل وندرس به روشنی مشاهده کرد.

ارکیولا در پاسخ پرسش خبرنگار نشریه‌ی *الدکور*^{۳۴} در خصوص وجه زنانه طرح‌هایش می‌گوید: «مردم اغلب، وسوسه‌انگیزی و احساس‌گرایی را ویژگی‌هایی زنانه می‌پندازند؛ اما حقیقت آن است که این ویژگی‌ها به زنان متحصر نیست. اینها ویژگی‌هایی انسانی هستند. برخی از طراحان مرد همچون تورد بونچه^{۳۵}، رویکردی به مراتب احساسی‌تر و به تعییری زنانه‌تر از من دارند. اما توجه که زنان را از مردان متایران می‌سازد، همانا ویژگی انعطاف‌پذیری، انطباق‌پذیری و چندمنظورگی آنهاست که در مردان کمتر به چشم می‌خورد. طبیعت مازنان، از نگاه زیست‌شناختی، این گونه آفریده شده است و این دو ویژگی، یعنی انعطاف‌پذیری و انطباق‌پذیری، کیفیاتی هستند که من در طراحی، بسیار می‌پسندم و به کار می‌گیرم. از این دیدگاه، می‌توان طرح‌هایم را زنانه انگاشت؛ اما از نگاه احساسی، تفکیک جنسیتی در طراحی، چندان منطقی به نظر نمی‌رسد.»

ارکیولا در طراحی نشیمن‌های حجمی کمارتفاع نیز، از فرم‌های هندسی سیال و نامنظم بهره برده است که در

حقیقت بازتابی از فرم‌های ارگانیک طبیعی به شمار می‌رود. گفتنی است که در پی معرفی این مجموعه، ارکیولا در سال ۲۰۰۳، از سوی مجله‌ی *ال دکوریشن*^{۳۶} به عنوان طراح بین‌المللی سال برگزیده شد و در نمایشگاه بین‌المللی میلمان کلن^{۳۷} نیز در همان سال، جایزه‌ی بهترین طراح میلمان سیستمی را برای مجموعه‌ی *فیورد* از آن خود کرد.

ارکیولا در پی همکاری با شرکت موروسو، به تدریج از رویکرد طراحی مدرن فاصله گرفت و به جنبش طراحی پسامدرن پیوست که نمونه‌ی بارز آن در طراحی مجموعه‌ی *اسمال*^{۳۸} در سال ۲۰۰۵ به ثمر نشست. *اسمال*، در زبان انگلیسی، نوعی روپوش یا نیم‌تننه زنانه است که قسمت پابین آن، اندکی گشاد و قسمت بالای آن، اندکی تنگ و چین‌چین دوخته شده است. ارکیولا وجه زنانه‌ی شخصیت طراحی خود را در این مجموعه میلمان به تماشی گذاشت. شایان ذکر است که دو موضوع زن و زمین، همواره دو عنصر کلیدی رویکردهای هنری پسامدرن به شمار می‌روند؛ موضوع نخست در گرایش هتر فمینیست^{۳۹} (زنانه‌گرایی) تبلور یافت و موضوع دوم غالباً در گرایش‌های هتر زمینی^{۴۰}، کمینه‌گرایی^{۴۱} و طراحی سبز یا دوستدار محیط زیست^{۴۲} جنبه‌ی عینی یافت. ارکیولا، در واقع، به عنوان نماینده‌ی گرایش فمینیست در طراحی میلمان شناخته می‌شود. این رویکرد، در طراحی مجموعه‌ی *اسمال* و بسیاری دیگر از

- 34. Elle Decoration
- 35. IMM Cologne furniture fair
- 36. Smock
- 37. Feminist Art
- 38. Land Art
- 39. Minimalism
- 40. Eco-friendly or Green Design
- 41. Elle Décor
- 42. Tord Boontje

۲۰۰۵ صندلی راحتی از مجموعه‌ی *اسمال*، موروسو





مجموعه‌ی آنتی‌بادی، الهامی شاعرانه از نظم زیبایی‌شناختی فرم شکوفه



نشیمن راحتی از مجموعه‌ی آنتی‌بادی، موروسو، ۲۰۰۶

ارکیولای خوش‌ذوق، در دیگر اثر شاعرانه‌ی خویش که بالاهم‌پذیری از نظم زیبایی‌شناختی فرم شکوفه طراحی شد، مجموعه‌ای بدیع و چشم‌نواز به نمایش گذاشت. این مجموعه که آنتی‌بادی^{۳۳} نام گرفت، در سال ۲۰۰۶، در دو گونه‌ی صندلی و نشیمن بلند راحتی از سوی شرکت موروسو ارائه شد. ارکیولا در این طرح، با آفرینش آرایشی هندسی و سه‌بعدی از سطوح تخت سه‌گوش، به تجسمی انتزاعی از فرم طریف گل دست یافت و در حقیقت، نوعی آشتی‌جویی میان انسان عصر پسامدرن و طبیعت گم‌گشته ایجاد کرد. گفتند است که این رویکرد انتزاعی به فرم طریف گلبرگ و پرداخت آن در طراحی مبلمان، پیش‌تر در اوایل دهه‌ی ۹۰، از سوی طراح نامدار ژاپنی و پیشگام ممفیس، ماسانوری اومدا آغاز شد. ارکیولا با پرداختی انتزاعی‌تر، درصدِ تکوین و توسعه‌ی این زبان زیبایی‌شناختی برآمد. آنتی‌بادی به عنوان یک نیروی حیات‌بخش و فورانی گیاه‌وار، مظہری از رویش و باروری به شمار می‌رود.

43. Antibodi



Antibodi Moroso

صندلی از مجموعه‌ی آنتی‌بادی، موروسو، ۲۰۰۶

Bohemian Moroso



صندل راحتی از مجموعه‌ی نامتعارف، مورووسو، ۲۰۰۸



ارکیولا با ترکیبی از منسوجات نمدوش همچون پیز[®] - که نمایانگر بافت مخملین گلبرگ هستند - و بهره‌گیری از چرم طبیعی، احساس روح بخش گیاه را در محیط مصنوع زنده کرد و اثری چشمگیر و صمیمه‌ی آفرید. ساختار این صندلی که از فولاد ضدزنگ برپاشده، با شبکه‌ای از قطعات پی.وی. سی پوشیده شده و گلبرگ‌هایی مخملین بر روی لایه‌ای نازک از فوم پلی‌اورتان به روی آن دوخته شده‌اند. این مجموعه با آمیزه‌ای از یک ساختار مدرن و ظرافت هنر دستی، نمادی بازز از طراحی پسامدرن به شمار می‌رود.

ارکیولا در پی همکاری با مورووسو، مجموعه‌ی دیگری به نام نامتعارف[®] در سال ۲۰۰۸ ارائه کرد که در حقیقت، برداشتی نوین از مبلمان سبک کلاسیک به شمار می‌رفت. وی با بهره‌گیری از شیوه‌ی دکمه‌دوزی - که عموماً در رویه کوبی مبلمان کلاسیک و اشرافی به کار می‌رود - و پیوند آن با فرم‌های سیال ارگانیک، مجموعه‌ای آفرید که در حقیقت، پیوند سنت و مدرنیته محسوب می‌شد و در عین حال، عاری از تصنیع نامأتوس اشرافی بود. این مجموعه از یک میل سه‌نفره، یک نشیمن راحتی استراحت و دو صندلی با فرم متفاوت تشکیل شده است. ارکیولا با تلفیق روح مبلمان کلاسیک با فرم پردازی مدرن، به مجموعه‌ای دست یافت که در عین برخورداری از ظرافت بصری، متنضم رفاه و راحتی کاربر است.

Baize .۳۵
التب برای پوشش میزهای سلیاره و ورقه‌هایی بد کار می‌رود.

45. Bohemian

مبلمان راحتی نامتعارف، مورووسو، ۲۰۰۸



Rift Moroso

طبعیت همواره یکی از سرچشمه‌های الهام‌بخش ارکیولا بوده است و البته، وی این الهام‌پذیری را به شیوه‌ای کاملاً انتزاعی صورت می‌دهد. از دیدگاه ارکیولا، الهام‌پذیری از طبیعت، تنها به یقه‌گیری از فرم‌های سیال و اگانیک منحصر نمی‌شود و می‌تواند بیانگر برداشت‌های انتزاعی از مقاومت و پدیده‌های طبیعی باشد. برای نمونه، وی در پی همکاری با مورووسو، مجموعه‌ای به نام ریفت^{۱۷} را در سال ۲۰۰۹، با الهام‌پذیری از ماهیت زمین‌شناسی پوسته‌ی زمین طراحی کرد. این مجموعه، در واقع، برداشتی از نحوه برخورد و همپوشانی سطوح و لایه‌های متحرك بر پوسته‌ی زمین است که در ساختمان مبلمان نشیمن، قسمی انتزاعی یافته است. ریفت، واژه‌ای زمین‌شناسی به معنی شکاف، ترک خوردگی و درز است که به برآمدگی‌های ناشی از کنش‌های پوسته‌ی زمین اطلاق می‌شود. این مجموعه‌ی مدرن که با نگاهی کمینه‌گرایانه و ساختاری هندسی طراحی شده، از یك نشیمن چندنفره، میل راحتی تکنفره در دو اندازه مختلف، صندلی و صندلی پیشخوان تشکیل شده است.

وی این رویکرد طراحی را در سال ۲۰۱۲، در طراحی مجموعه‌ی نفیس بیکنیت^{۱۸} پی‌گرفت و به فرمی با ساختار بصری منسجم‌تر دست یافت. این مجموعه نیز همانند آنی بادی، از یك صندلی تکنفره و یك نشیمن راحتی استراحت تشکیل شده است که البته این انسجام و پختگی بصری در طراحی نشیمن راحتی، بسیار مشهودتر است. ارکیولا با آفرینش یك بافت بزرگ‌نمایی‌شده و درهم‌تنیده، شاهکاری آفریده که افزون بر زیبایی چشمگیر، فراخوان راحتی و آرامش است. ساختار این مجموعه، از دو پایه‌ی تنومند چوبی تشکیل شده و یافته ضخیم اوپشم که بر روی ساختاری از فولاد رنگ‌شده پوشیده شده، بر روی آن نقش بسته است.

46 Rift
47 Bikit

۱۷ نشیمن چندنفره و میل تکنفره از مجموعه‌ی راحتی دیفت، مورووسو، ۲۰۰۹.





صندلی و صندلی پیشخوان (بايدلاند) از مجموعه‌ی ریفت، موروسو، ۲۰۰۹

مبل راحتی تک‌نفره از مجموعه‌ی ریفت، موروسو، ۲۰۰۹



پایه‌های چوب طبیعی و بافت گره‌دار نشیمن، در حقیقت بازگشته به هنر بکر دستی است که در طراحی مبلمان مدرن سال‌ها به فراموشی سپرده شده است. گفتنی است که ارکیولا در نمونه‌ی فضای باز این مجموعه، به جای بافت پشمین، از بافت پلی‌وینیل^{۱۸} بهره گرفته است. این اثر ارکیولا نیز، از آن رو که یادآور هنر دیرین بافتی است، نمادی از هنر زنانه‌گرای شمار می‌رود؛ روزگاری که مادربرگ‌ها به روی نشیمن‌های راحتی تاب می‌خوردند و برای بچه‌ها بافتی می‌بافتند. امروز، طراحی در نگاه اغلب طراحان پسامدرن، بیش از آنکه در آفرینش یک محصول صرفاً کاربردی خلاصه شود، نوعی بزرگداشت شکوه و نوستالژی گذشته – البته در فرم مدرن و امروزین – محسوب می‌شود.

48. Polyvinyl

مبلمان راحتی بیکنست با یا به‌های تنومند چوب طبیعی و بافت گره‌دار نشیمن، بازگشته نوستالژیک به هنر بکر دستی





نشیمن راحتی از مجموعه‌ی بیکلیت، موروسو، ۲۰۱۰



ماندرین اووینتال^{۴۹} و نخستین هتل زنجیره‌ای ماریوت^{۵۰} در بارسلونا و نیز مجموعه‌ی دبلیو. ویکس^{۵۱} بر روی جزیره‌ای کوچک در پورتوريکو اشارة کرد. ارکیولا در سال‌های اخیر، مجموعه‌ای از منسوجات در قالب فرش با بهره‌گیری از شکل‌های هندسی متنوع و ترکیب‌های رنگی چشمگیر آفریده است. این مجموعه‌ی چشم‌نواز که نوعی بزرگداشت هنر دستی به شمار می‌رود، با عنوان مانگا^{۵۲}، از سوی شرکت گاندیا بلنسکو^{۵۳} ارائه شده است. وی، همچنین با پوشش این منسوجات ظرفی‌بافت بر روی احجام هندسی گوناگون، مجموعه‌ای از مبلمان نشیمن برای فضاهای خانگی آمروزی آفریده است. این مجموعه‌ی فرش و نشیمن، همانند یک پازل رنگین با قطعات بی‌شمار، طیفی متنوع از گزینه‌های چیدمان را پیش روی خریدار قرار می‌دهد و فضایی می‌آفریند که سرشار از گرما، صمیمیت و آرامش است. همان طور که از نام این مجموعه بر می‌آید، ارکیولا در طراحی آن، از فرم اجزای پوشک بافتی همچون آستین، دستکش و جوراب بهره برده است.

49. Hurricane
50. Patrizia Moroso
51. Udine
52. Mandarin Oriental
53. Marriott
54. W Vieques
55. Manga. مانگا بر زبان اسپانیایی به معنی آستین است.
56. Gandia Blasco

ایتالیایی‌ها به پاسداشت طوفانی که ارکیولا در سال‌های متمادی در صحنه‌ی طراحی به پا کرده است، وی را «طوفان»^{۵۴} لقب داده‌اند؛ عنوانی که بی‌تردید برازنده‌ی دستاوردهای چشمگیر وی در زمینه‌ی طراحی مبلمان است. در مقابل، ارکیولا این کامیابی شگرف را مرهون عزت نفس ستودنی و گرایش جسوارانه شرکت‌های ایتالیایی به تجربه‌های بکر و تازه می‌پندارد. وی می‌گوید: «شرکت‌ها در اینجا، از خط‌پذیری، کمتر می‌هراسند. آنها اعطاف‌پذیرند و کارهای خوبی پیش می‌برند. من این چالاکی و پویایی‌شان را دوست دارم.» همچنین، گفتگویی است که ارکیولا، به عنوان یک طراح معمار نیز چهره‌ای به همین اندازه موفق است. گواه این ادعای خانه‌ای ویلایی است که وی با همکاری مارتینو برگینز، برای مدیر شرکت موروسو، پاتریزیا موروسو^{۵۵} و خانواده‌اش در اوپینته^{۵۶} طراحی کرده است. ارکیولا، در این اثر معماری منسجم، نه تنها فضاهای خصوصی را به شکلی هوشمندانه و مدرن با فضاهای نمایشگاهی و موزه‌ای-که معرفت هويت صاحب خانه است در هم آمیخته، بلکه توالي و نظم روشنی از آفاق‌هایی آفریده است که به شکلی انکارناپذیر، بدیع و آمروزی هستند.

در میان پژوهه‌های معماری، ارکیولا همواره گرایش ویژه‌ای به طراحی داخلی هتل نشان داده است که شاید تا حدودی، ناشی از طبع احساسی و رویکرد اغواگرانه وی باشد. از شاخص‌ترین این پژوهه‌ها، می‌توان به طراحی داخلی هتل



Gandia Blasco



نمونه از فرش های مجموعه مانگا، گاندیا بلاسکو، ۲۰۱۳

افزون بر موروسو، همکاری ارکیولا با دو شرکت ایتالیایی بی‌آندبی و کارتل نیز بسیار پریار بوده است. از شاخص‌ترین طرح‌های ارکیولا برای بی‌آندبی، می‌توان به صندلی راحتی هاسک^{۲۰} اشاره کرد. این صندلی، همانند دیگر طرح‌های ارکیولا جزوی از یک مجموعه‌ی متعدد شکل از تختخواب، کاناپه‌ی سه‌نفره، صندلی راحتی تا نفره همراه با تکیه‌گاه پا و میز عسلی است. این صندلی در عین برخورداری از یک بدنه‌ی صلب و مستحکم، به دلیل بهره‌گیری از بالشتهک‌هایی نرم که به واحدهای منتنم تقسیم‌بندی شده است، جلوه‌ای چشمگیر و پویا یافته است. این صندلی، در حقیقت، پیوندی تمام عیار میان زیبایی‌شناسی، ارگونومی و ایستایی به شمار می‌رود.

نمونه‌هایی از مجموعه صندلی هاسک، بی‌آندبی ایتالیا، ۲۰۱۱

۰۷ Hunk در زبان لاتینی، به پوست خشک سینه‌ی برخی از میوه‌های گلخانه می‌شود و در این مجموعه، به پوستی خشک منحني و ار بدنی صندلی اشاره دارد.



بخشی از مجموعه فرش و نشیمن مانگا، گاندیا بلاسکو، ۲۰۱۳



مبلمان راحتی فولیاژ، کارتل، ۲۰۱۱

وی سپس، ایده‌ی بصری این صندلی را در طراحی نشیمن فولیاژ^{۵۸} برای شرکت کارتل به کار برد و بالگوی خطوط متقاطع روی آن، برداشتی انتزاع‌گونه از نمای شاخ و برگ درختان به نمایش گذاشت.

از دیگر آثار شاخص ارکیولا برای کارتل، باید از صندلی مشهور فریلی^{۵۹} یاد کرد. این صندلی چشم‌نواز که از پلی کربنات شفاف رنگین ساخته شده، همانند مجسمه‌ای صنعتی است که به یک فرم ارگونومیک درخشش‌ده بدل شده است. کیفیت موج‌دار و رگ‌دار صندلی که در سرتاسر ساختار آن هویداست، بدان جلوه‌ای نرم، سبک و پویا، همچون پارچه‌ای پلیسه‌دار و چین‌چین بخشیده است. این تأثیر دیدگانی احساس برانگیز، همانند دیگر برداشت‌های انتزاعی ارکیولا، بازتابی از پدیده‌های طبیعی شورانگیز است: فرم‌های همچون منظره‌ی یک آیشار زلال و شفاف، گذازه‌های آتششانی رنگین، بال‌های رنگین کمانی پروانه یا احساس نسبیمی بر یک چمنزار سرسیز. این صندلی در طبقی متنوع از رنگ‌های درخشان، رنگین کمانی می‌آفریند که نه تنها کودکان که بزرگسالان را نیز به وجود هیجان می‌آورد. فریلی، تجربه‌ای است که ارکیولا را به دنیای طراحی صنعتی پیوند می‌زند.



Foliate در زبان انگلیسی به مطلوبی شاخ و برگ درختان گفته می‌شود.
Filly یعنی داری تریبات چین‌دار، فریلی در زبان انگلیسی به حاشیه‌های طرفی، چین‌دار و پلسمدندی که بر روی لباس زنانه دوخته می‌شود گفته می‌شود. این تریبات چین‌دار که الگوی طرف از خطوط رامه موج‌دار بروی لباس می‌آفریند، سوچشمی الهام و نامکاری این صندلی فراز گرفته است.

این تجربه پیشتر با طراحی میزهای عسلی موسوم به دیجی^{۱۰}، برای شرکت بی‌آندبی در سال ۲۰۰۵ آغاز شده بود. این میزهای کوچک یوشکل که در دو رنگ متضاد سبید و سیاه و با نقش حفره‌های پیکسل‌مانند شکل گرفته‌اند، اشاره‌ای تلویحی به دنیای دیجیتال شده‌ی امروز دارند؛ دنیابی که پیکسل‌ها، هم‌هی ابعاد آن را فراگرفته‌اند. اتفاقاً این میزهای ارکیولا، صرف نظر از درونمایه‌ی استعاری، بی‌شباهت به میزهای عسلی دیانا^{۱۱}، اثر کنستانتین گرسیک نیستند؛ با این تمايز که ارکیولا، دو رنگ سیاه و سبید را به عنوان منطق صفر و یک دنیای دیجیتال، جایگزین تنوع رنگین میزهای گرسیک کرده است. از نگاه فنی نیز آنچه حائز اهمیت است، اینکه نقش حفره‌های پیکسل‌مانند از طریق فناوری برش فشار آب^{۱۲} شکل گرفته است.



60. Digitable
61. Diana
62. Water-Jet Shearing



۶۰ صندلی فریلی در طیفی از رنگ‌های درخشان، کاریل، ۲۰۰۸

۶۱ میزهای عسلی دیجی، بی‌آندبی ایتالیا، ۲۰۰۵





نیشمن فضای باز از مجموعه کاناستا، بی آند بی ایتالیا، ۲۰۱۳

معاصر است؛ طراحی که انبویه آکار نوگرایانه‌اش، هرگز رنگ نکار به خود نگرفته و همواره بازتاب ریشه‌های فرهنگی و اجتماعی و شکوه صنایع دستی بوده است. ارکیولا، افزون بر طرح‌های بی شمار مبلمان، در گستره‌ی طراحی محصول نیز - همچون لوازم روشنایی، دستگیره، شیرآلات و لوازم بهداشتی، منسوجات، فرش و دیگر محصولات خانگی- آثاری شگرف آفریده و وجه ظریف زنانه‌اش را همواره به عنوان امضایی ماندگار برآورش حک کرده است.

ارکیولا، در سال‌های اخیر جوایز و افتخارات بین‌المللی بسیاری را از آن خود کرده است که از مهم‌ترین آنها می‌توان به دریافت نشان طلای افتخار در هنرهای زیبا از سوی پادشاه اسپانیا در سال ۲۰۱۰ اشاره کرد. مجله‌ی آلمانی زبان خانه‌ها^{۷۰} در سال ۲۰۰۹، وی همچنین در سال ۲۰۱۲ دهه‌ی نخست سده‌ی بیست و یکم نام نهاد. وی همچنین در سال ۲۰۱۳، از سوی مجله‌ی آلمانی زبان معماری و زندگی^{۷۱}، به عنوان طراح سال برگزیده شد. گفتنی است بخشی از آثار ارکیولا در مجموعه‌ی دایمی موزه‌ی هنر مدرن نیویورک و موزه‌ی طراحی ترینال^{۷۲} در میلان و نیز دیگر موزه‌های بین‌المللی، در معرض تماشای هنردوستان است. همچنین، نمایشگاه بین‌المللی میلان، به عنوان مهم‌ترین رویداد طراحی مبلمان، هر ساله نمایشگر آخرین دستاوردهای چشمگیر این طراح برکار و خستگی‌ناپذیر است.

ارکیولا، در زمینه‌ی طراحی مبلمان فضای باز نیز همواره هنرمندی چیره‌دست بوده است. وی، مجموعه‌های متنوعی از مبلمان فضای باز برای شرکت بی‌آند بی طراحی کرده که همانند دیگر آثار وی، جلوه‌گاه طرافت و طبیعت‌گرایی هوشمندانه است. از شاخن‌ترین آثار این گروه، مجموعه‌ی کاناستا^{۷۳} نام دارد که از سال ۲۰۰۷ تاکنون، در قالب محصولات گوناگون به بازار عرضه شده است. همان طور که از نام این مجموعه برمی‌آید، ارکیولا، طرح نوستالژیک سید‌صیری بافت را دستمایه‌ی طراحی خویش قرار داده و همانند دیگر آثارش، این برداشت سنت‌گرایانه را نیز جلوه‌ای معاصر و امروزین بخشیده است. وی همچنین، مجموعه‌ای از مبلمان فضای باز با عنوان تراپیکالیا^{۷۴} برای موروسو طراحی کرده که در واقع، جشنواره‌ای از رنگ و آهنج برای به شمار می‌رود. در یک کلام، می‌توان گفت که هنر بافت که ریشه در فرهنگ دیرین سنتی دارد، مهم‌ترین کیفیت زیباشتختی است که مبلمان ارکیولا را از دیگر معاصران وی متمایز می‌گرداند. اگر بخواهیم مجموعه آثار طراحی ارکیولا را - از جمله آثاری که با همکاری دیگر طراحان به سراجام رسانده - فهرست کنیم، به فهرستی بلندبالا، متجاوز از ۳۵۰ محصول برای بیش از ۲۰ برنده معتبر برمی‌خوریم. بنابراین، سخن به گزافه نگفته‌ایم اگر ارکیولا را «ملکه‌ی طراحی معاصر» لقب دهیم. وی، بی‌تردد، پرکارترین طراح مبلمان

بخشی از مبلمان فضای باز از مجموعه کاناستا، بی آند بی ایتالیا، ۲۰۱۳



Canasta B&B Italia



تخت خواب-نشیمن راحتی
از مجموعه‌ی تراپیکالیا، موروسو، ۲۰۰۸



تاب-نشیمن آویخته
از مجموعه‌ی تراپیکالیا، موروسو، ۲۰۰۸

63. Canasta
لایه‌های مناطقی گرم‌سری و استوایی دارد که در این اسپایسی به سبک حسیری قافت خردناک معمایی گشاد و مسماوده شده کنسته می‌شود.
64. Tropicalia
لایه‌های مناطقی گرم‌سری و استوایی دارد که در این اسپایسی به سبک حسیری گنجینه‌ای خاصی از برجهای سرمه‌ای می‌گشند.
65. Häuser
که در لغت به معنی سفالات است، نام یک موزه‌ی طراحی، موسیقی و شهرهای رسانه‌ای می‌گذشت از اساطیلایشگاه‌ها و پوندهای طراحی، برنامه‌ریزی شهری، نمایاری، گنجینه‌ای خاصی از برجهای سرمه‌ای و سمعه‌ای طراحی می‌گذشت. این موزه حاوی گنجینه‌ای خاصی از برجهای سرمه‌ای و سمعه‌ای طراحی معاصر ایالاتی است. مهمنش رویداد بزرگ برگزاری نمایشگاه سراسلانه شهرهای ترسیی و معمایی مدرن می‌باشد.
66. A & W (Architektur und Wohnen)
که در لغت به معنی سفالات است، نام یک موزه‌ی طراحی، موسیقی و شهرهای رسانه‌ای می‌گذشت از اساطیلایشگاه‌ها و پوندهای طراحی، برنامه‌ریزی شهری، نمایاری، گنجینه‌ای خاصی از برجهای سرمه‌ای و سمعه‌ای طراحی می‌گذشت. این موزه حاوی گنجینه‌ای خاصی از برجهای سرمه‌ای و سمعه‌ای طراحی معاصر ایالاتی است. مهمنش رویداد بزرگ برگزاری نمایشگاه سراسلانه شهرهای ترسیی و معمایی مدرن می‌باشد.
67. Triennale
که در لغت به معنی سفالات است، نام یک موزه‌ی طراحی، موسیقی و شهرهای رسانه‌ای می‌گذشت از اساطیلایشگاه‌ها و پوندهای طراحی، برنامه‌ریزی شهری، نمایاری، گنجینه‌ای خاصی از برجهای سرمه‌ای و سمعه‌ای طراحی می‌گذشت. این موزه حاوی گنجینه‌ای خاصی از برجهای سرمه‌ای و سمعه‌ای طراحی معاصر ایالاتی است. مهمنش رویداد بزرگ برگزاری نمایشگاه سراسلانه شهرهای ترسیی و معمایی مدرن می‌باشد.

منابع

1. http://en.wikipedia.org/wiki/Patricia_Urquiola
2. <http://me.emu.it/en/designers/urquiola/>
3. <http://www.bebitalia.com/en/designers/patricia-urquiola.html>
4. <http://www.bebitalia.com/en/products/armchairs-husk-37.html>
5. <http://www.bonluxat.com/a/patricia-urquiola-biknit-easy-chair.html>
6. http://www.budri.com/en/design/designers/patricia_urquiola/
7. <http://www.designboom.com/interviews/patricia-urquiola-design-boom-interview/>
8. <http://www.designdictionary.co.uk/en/urquiola.htm>
9. <http://www.elledecor.com/design-decorate/talent/patricia-urquio-la-furniture-designer>
10. http://www.flos.com/en/designers/patricia_urquiola
11. http://www.glassstress.org/event_2011/artist/patricia-urquiola/7_98
12. <http://www.hansgrohe.com/en/3095.htm>
13. <http://www.homelife.com.au/decorating/trends/patricia+urquio-la,5649>
14. <http://www.moroso.it/designers/patricia-urquiola/>
15. http://www.spainisculture.com/en/artistas_creadores/patricia_urquiola_hidalgo.html
16. <http://www.stardust.com/patricia-urquiola.html>
17. <http://www.stylepark.com/en/designer/patricia-urquiola>



صندلی برای فضای باز
از مجموعه‌ی تراپیکالیا، موروسو، ۲۰۰۸



طراحی ایرانی

معرفی چراغ رومیزی «قاش»

PERSIAN DESIGN

Introducing Tasch Desk Lights



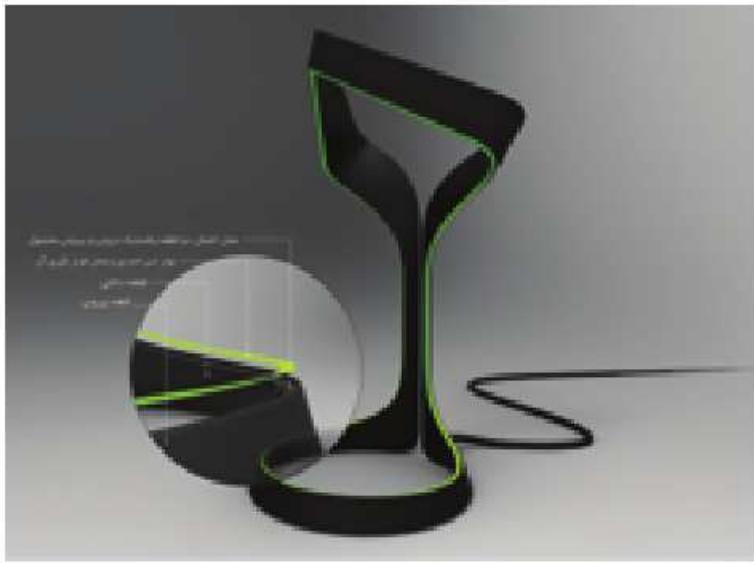
دیدگاه فردیناز آده
کارشناس ارشت طراحی
صنعتی از مالکشاهه هنر
اسلامی هنر ارت کسب و کار
چهارم امپایر کالج
طراحی صنعتی در
سال ۱۴۰۰ به مدال
طلایی مسابقات ایران در
سالهای ۱۴۰۰ و ۱۴۰۱
مدال نقره مسابقات
A design award

تصویر ۱- نمای بیرونی ساختمان تئاتر شهر و بخشی از ستون‌های ظریف، بلند و کشیده رواق



ایران زمین به طور عام و معماری ساختمان معاصر «تئاتر شهر تهران» به طور خاص، طراح را در نیل به طراحی چراغ رومیزی «تা�مش» یاری رسان بوده است. چرا که معماری بنای زیبای تئاتر شهر به گفته معمار این بنا، در کلیست خود برگرفته از معماری بنای‌های ایران زمین است. بنابراین، محصول طراحی شده در عین سادگی تداعی گر فرمی آشنا برای کاربر ایرانی است. از سویی دیگر، می‌توان گفت که این طراحی به گونه‌ای آنالیز تاریخی را در خود دارد زیرا از فرم‌هایی که در گذشته به وسیله‌ی طراحان دیگر خلق شده است، برای یک طراحی نو (امروزی) استفاده شده است و به گونه‌ای دیگر از طریق روش آنالوگی (Analogy) فرآیند ایده‌یابی و طراحی تکمیل شده است. به این وسیله رویکردی در جهت پیاده‌سازی ارزش‌های فرهنگی بر محصولی امروزی در حال شکل گرفتن است که می‌تواند در درک محصول جدید و اجزای آن و نیز توسعه محصولات مشابه سودمند باشد.

درک مفهوم طراحی ایرانی در پیوند با هنر اصیل ایرانی که بر گرفته از اندیشه و اعتقادات والای پیشینیان است، همواره دغدغه هنرمندان ایرانی بوده است. طراحی در بطن خود موضوعیست برگرفته شده از فرهنگ و ضائقه خاص مردمان هر سرزمین و در این میان وظیفه طراح ایرانی پیوند مفهوم مدرن طراحی با سنت طراحی غنی و کهن ایرانی است که به جرات می‌توان گفت بخش بزرگی از آن تاکنون ناشناخته باقی مانده است. موضوع این نوشتۀ معرفی محصولی در قالب یک چراغ رومیزی است و سعی طراح برآن بوده است که بادر دست داشتن الگوهای طراحی ایرانی محصولی نو بر مبنای معیارهایی مشخص بیافریند. در این راستا از اهداف مورد نظر طراح، برانگیختن احساس کاربر در ارتباط با محصول از طریق وارد کردن عناصر طراحی ایرانی در طراحی فرمی محصولی برای زمان حال است. وارد کردن الامان‌ها و ساختار فرمی اقتباس شده از معماری بنای‌های گذشته‌ی



تصاویر ۲ تا ۵ نماهایی از محصول

تحلیل ساختار فرمی

بنابر آنچه پیشتر بیان شد، پس از تجزیه و تحلیل و تفکیک عناصر و اجزای نمای بیرونی ساختمان تئاتر شهر، بازترین جزء نمای بیرونی این ساختمان یعنی بخشی از ستون‌های ظرف، بلند و کشیده رواق که در کنار هم با یکدیگر ادغام شده‌اند (تصویر ۱) به عنوان گشتالت کلی محصول انتخاب شد. ستون‌های بتنی بنا در قسمت بالایی دارای انحنای نرم هستند که یادآور رسمی‌بندی‌های معماری سنتی ایران می‌باشند. بنابراین، پس از تشخیص عملکرد و ایجاد تشابه در اجزای ستون‌ها با محصول مورد نظر، در قسمت بالایی بدنه چراغ تاش، منحنی‌هایی مطلوب در عین سادگی با هدف ایجاد تشابه تعییه شد. با این تفاوت که ستون‌های رواق ساختمان دارای کلیتی تخت تر و مسطح‌تر می‌باشند. در حالی که تاش دارای منحنی‌های بیشتری در طول بدن است که به همراه تغییر اندازه در ضخامت قسمت‌های مختلف، نماهای متفاوتی را در زاویه‌های گوناگون پدید آورده است. فرم محصول به گونه‌ای است که می‌تواند برای هر دو کاربرد خانگی و اداری مناسب به نظر آید.

ویژگی‌های محصول

بدنه محصول می‌تواند از پلاستیک «ای بی اس (ABS)» در رنگ‌های مختلف تهیه شود. استفاده از نوار نوری «اس ام دی (SMD)» به عنوان منبع نوری پیشنهادی که در محل اتصال دقیق‌اصلی بدنے نصب می‌شود امکان ایجاد طیف گسترده‌ای از نورهای رنگی تک رنگ و یا ترکیبی باشد. دلخواه و مناسب با سلیقه کاربر و دکوراسیون را برای کاربر رقم زند. قابلیت استفاده از ریموت کنترل برای روشن خاموش کردن و جلوه‌های نوری متناسب یادآور محصولی امروزی برای کاربر است. تصاویر ۲ تا ۵ نماهایی از محصول را نشان می‌دهند.

کوتاه سخن آنکه تلاش صورت گرفته در طراحی محصولی با رعایت الگوهای طراحی با روح ایرانی، گامی بسیار کوچک در راه طولانی آفرینش محصولات ارزنده‌تر در راستای تکمیل مفهوم طراحی اصیل ایرانی است.

رترو دیزاین سبکی کاربردی برای طراحی مبلمان در بازار امروز

Retro Design



تصویر شماره ۱: فولکس بیتل امروزی باز طراحی شده بر اساس طرح فولکس قدیم

یک راه حل ساده در دنیای طراحی مبلمان امروز، چهت اقبال در بازار، طراحی مجدد مبلمان مطرح دنیا است. اکثر شرکت‌های پیشرو و معتبر دنیا در سبد محصولات خود، مبلمان معروف تاریخ را بر اساس نیاز و سلیقه روز بازار، باز طراحی کرده‌اند که بدلیل ملموس بودن حسن آشنای این طرح‌ها فراگیری بسیاری دارد. این طرح‌ها در بازار ترکیه و ایران نیز به چشم می‌خوردند.



ندا مکری
کارشناس ارشد طراحی
صنعتی رانشکاه تهران
طراح مبلمان خانگی

تعریف سبک رترو دیزاین:

با زانفرینی طراحی‌های گذشته با نگرش و تکنولوژی روز، بهبود فرمی و عملکردی و تکنولوژیک محصولی پر فروش و محبوب، مهم‌ترین مثال موفق در حیطه سبک رترو دیزاین، فولکس بیتل است که طراحی آن بسیار مورد اقبال بازار و ستایش دنیای طراحی قرار گرفت. (تصویر شماره ۱) در ادامه چند سبک مطرح مبلمان در گذشته، به صورت خلاصه تعریف و بر اساس آن نمونه‌های باز طراحی شده در داخل و خارج از کشور معرفی و مورد بررسی قرار گرفته‌اند.



۱. سبک English club Sofa

تعریف: دسته کم ارتفاع که حدود دو سوم عمق نشیمن را تشکیل می‌دهد، پشتی یکپارچه با انحنای کمی رو به عقب، پایه گوتاه چوبی و برخی چرخدار، نشیمن سه نفره با عمق نشیمن نسبتاً زیاد و مناسب لم دادن و تماشای تلویزیون. (تصویر شماره ۲)



تصویر شماره ۲: طرح اصلی مبل سبک English club



نمونه‌های بازطراحی شده این سبک:
تصویر شماره ۳

تصویر شماره ۳: مبل شرکت Bonaldo، تولید ایتالیا، دسته کم ارتفاع با طول دو سوم عمق نشیمن



تصویر شماره ۴: مبل شرکت Driade تولید ایتالیا، دسته کم ارتفاع با طول دو سوم عمق نشیمن و کلیتی شبیه به طرح اصلی با استایل امروزی



تصویر شماره ۴: طرح اصلی مبل سبک

۲. سبک کوهان شتری

تعریف: این سبک دارای یک انحنا و گاهی دو انحنا در قسمت پشتی است و دسته‌هایی منحنی و رو به بیرون دارد. این سبک انتخابی مناسب برای یک آناق نشیمن رسمی به شمار می‌رود، پشتی سفتی دارد و برای استراحت کردن و لم دادن مناسب نیست. این سبک متعلق به آمریکا و انگلیس و متعلق به قرن هیجدهم است. گاهی به آن مبل گنبدی شکل نیز می‌گویند. پایه‌های آن معمولاً چوبی است که در بعضی موارد با روکش دامن شکل پوشانده شده است. (تصویر شماره ۴)



در طول زمان این طرح به روزتر شده و پایه‌ها و انحنای زیر آن نیز ساده‌تر شد. (تصویر شماره ۵)



نمونه‌های بازطراحی شده این سبک: (تصاویر شماره ۶ و ۷)



تصویر شماره ۵: تغییرات طرح مبل سبک Camelback به مرور زمان

تصویر شماره ۶: مبل شرکت نیلپر، تولید داخلی، بازطراحی شده مدل مبل کوهان شتری، در این مدل تمام جزئیات اضافی حذف و طرح کاملاً ساده، مینیمال و امروزی شده است.

تصویر شماره ۷: مبل شرکت بافی، تولید داخلی، بازطراحی شده مدل مبل کوهان شتری، این مدل به دلیل داشتن قوس پشتی واضح، و طرح پایه‌های پیچ خوده و انحنایدار، شباهت بسیاری به طرح اصلی و قدیمی خود دارد.





۳. سبک دونکان DUNCAN STYLE

تعریف: مشخصه اصلی این سبک دسته‌های چوبی رولی شکل و یا به‌های چوبی با انحنای رو به بیرون آن است. اکثر این سبک با پارچه‌های طرح‌دار در گذشته استفاده می‌شد. (تصویر شماره ۸)



تصویر شماره ۸: طرح اصلی مدل سبک DUNCAN

نمونه‌های بازطراحی شده این سبک: (تصویر شماره ۹)



تصویر شماره ۹: مبل شرکت فیلون، تولید داخلی، بازطراحی شده مدل مبل DUNCAN، دارای هویت و زیبایی بصری و القای حس و حالی از گذشته با نگاه امروزی

CHESTERFIELD STYLE

۴. سبک چسترفیلد



تصویر شماره ۱۰: طرح اصلی مبل سبک Chesterfield



تصویر شماره ۱۱: در این مدل باز طراحی شده، زاویه دسته‌ها و پشتی بازتر شده و زاویه پشتی جهت راحتی بیشتر و تغییر حالت استفاده مبل از رسمی به راحتی، افزایش یافته است.

تصویر شماره ۱۲: سمت راست: مبل شرکت یاتاش ترکیه، نمونه مبل چستر فیلد امروزی با پایه‌های بلند، کلیلت طرح یکپارچه مبل در تلقیق با لمسه دوزی‌های چسترفیلد، زیبایی چشم‌نویزی را ایجاد کرده است.

تعریف: دسته رو به بیرون رول و گرد شده به همراه پشتی و دسته یکپارچه و هم ارتفاع، دگمه و لمسه دوزی در پشتی، دسته و پیشانی تسبیم. این سبک متعلق به انگلیس و اواخر قرن ۱۸ است و کاربرد آن در آن زمان کاملاً رسمی و متعلق به مکان گفتگو در کتابخانه‌های مجلل و سالن استراحت آقایان بود. (تصویر شماره ۱۰)

به جرات می‌توان گفت که در میلان خانگی امروزی، مبل چستر فیلد بیشترین بازطراحی را در طول زمان داشته است. مدل چستر فیلد، امروزه در بازار دستخوش تغییرات بسیاری شده است. بنابراین سلیقه بازار مدل‌های پایه بلند، طرح بدون لمسه و جایگزین شده با خط دوخت، زاویه پشتی بازتر جهت راحتی بیشتر و... دیده می‌شود. نمونه‌های بازطراحی شده این سبک: (تصاویر شماره ۱۱ و ۱۲)



۵. سبک کابریول CABRIOLE STYLE

تعریف: در این سبک پشتی با دسته‌ها یکی و به صورت منحنی پیوسته است. پایه مبل این نوع سبک آشکار و جوبی هستند. این سبک دارای نسبیتی و پشتی سفت است و کاربرد رسمی دارد. (تصویر شماره ۱۲)

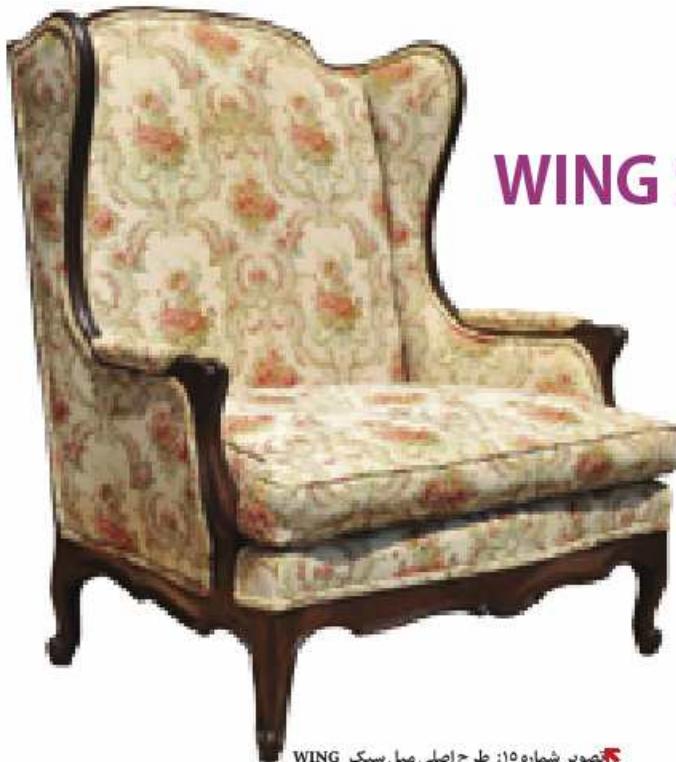


تصویر شماره ۱۳: طرح اصلی مبل سبک CABRIOLE

نمونه بازطراحی شده این سبک: (تصویر شماره ۱۴)



تصویر شماره ۱۴: طرح به روز شده مبل CABRIOLE با استفاده از متریال فلز در پایه‌ها و طراحی زیبا در کلیت عناصر ماکرو و میکرو در مبل.



تصویر شماره ۱۵: طرح اصلی مبل سبک WING

مشخصه اصلی این مبلمان لبه‌های جلو آمده مانند دویال در دو طرف پشتی است. معمولاً این سبک با پایه‌های چوبی و باروکش پارچه‌ای ساده در گذشته به کار می‌رفت. (تصویر شماره ۱۵)



نمونه‌های بازطراحی شده این سبک:
(تصاویر شماره ۱۶ و ۱۷)

تصویر شماره ۱۶: مبل شرکت الدراود، تولید داخلی، بازطراحی شده مدل مبل WING، با طرح بال شکل پشتی‌ها در دو طرف احساس ابهت و کاربری رسمی را در فضای کاربر انتقال می‌دهد.



تصویر شماره ۱۷: مبل شرکت Diamond، تولید آمریکا، بازطراحی شده مدل مبل WING، با پشتی دگمه‌دوزی شده جهت ایجاد تنوع و کاهش یکنواختی بصری در کلیت مبل.



تصویر شماره ۱۸: طرح اصلی مبل سبک Bridgewater

سبک ۷. Bridgewater Sofa

مبل راحتی Bridgewater به علت دارا بودن پشتی پر از کوسن ویسکوز دار و راحتی نشستن، ایده‌آل برای گفتگویا تماشای یک فیلم با دوستان است. یک سبک انگلیسی که پایه‌های مبل نیز با دامن پوشیده می‌شود. (تصویر شماره ۱۸)



نمونه‌های بازطراحی شده این سبک: (تصویر شماره ۱۹)

در نهایت یک روش هوشمندانه طراحی مبل، تلفیق مناسب و زیبا از عناصر فرمی چند سبک، در حیطه طراحی فرم پایه، دسته، پشتی، نوع تشك، انتخاب لمسه و خط دوختها و ایجاد هارمونی مناسب بین آنها در یک طرح مبل است. (تصویر شماره ۲۰)

تصویر شماره ۱۹: مبل شرکت Christopher Guy، تولید ایتالیا، بازطراحی شده مدل مبل Bridgewater، با اضافه کردن مغزی دوزی و دگمه‌های پشتی، علاوه بر ایجاد تاکید بصری تلقینی از حس نوستالژی با جذابیت و حسارت فانتزی گونه امروزی را نیز به کاربر انتقال می‌دهد.

تصویر شماره ۲۰: مبل شرکت Furkey، تولید ترکیه، تلفیقی از سبک کوهان شتری به همراه دسته رول شده و لمسه‌های شبیه به طرح چسترفیلد و انتخاب میزبان‌های مقابله با لبه‌های Wing شکل، یک سست زیبا و هارمونیک را به نمایش می‌گذارد.



تأثیر معماری داخلی بر مدیریت چشم مخاطب در غرفه‌های نمایشگاهی



هویریه عرب
کارشناس ارشد
معماری داخلی
عضو هیئت مؤسس
معماری داخلی ایران
دانشگاه پارس



طراحی غرفه نمایشگاهی یک هنر معاصر است که امروزه به سرعت، پیشرفت های چشمگیری در زمینه طراحی داشته است. اما متأسفانه در برخی مواقع به دلیل مسایل اقتصادی یا مجریان غیر متخصص، این امر از استانداردهای لازم خارج شده و قالب اشتباہی به تعریف «غرفه نمایشگاهی» داده است. آنچه که امروز به عنوان صنف غرفه ساز در بین اشار مختلف شکل گرفته است؛ خارج از آن چیزیست که باید باشد چرا که غرفه سازی یکی از زیر شاخه های معماری داخلی است که نیازمند مهارت، دانش و فنون خلیلی حرفه ای است که امروزه این امر از مرحله طراحی تا اجرا به دلیل وجود افراد غیر متخصص حالی از کیفیت لازم شده است و به گونه ای جدا افتاده از معماری داخلی عمل می کند، بنابراین داشتن تلاشی برای اتصال این صنف با افراد متخصص و معماران داخلی بسیار حائز اهمیت است. همچنین در این زمینه فعالیت، یکی از دغدغه های طراح داخلی باید همسوکردن طراحی غرفه با موققیت تجاری باشد. برنده سازی و نمایش هر چه بیهتر پیام شرکت کننده در نمایشگاه یکی از اصلی ترین عواملی است که باید در غرفه خود نمایی کند چرا که عامل اصلی به وجود آمدن هر غرفه نمایشگاهی دیالوگ گویی با مخاطبان خاص خود است در نتیجه ارتباط بصری مناسب تأثیر بسیاری در محقق شدن این امر مهم دارد.





غرفه

آنچه که به عنوان غرفه سعی می‌شود در این مقاله مورد بررسی قرار گیرد؛ عبارتند از فضایی که باعث بهتر دیده شدن محصولات، خدمات برند و در نتیجه تحقق هدف شرکت کننده در نمایشگاه و موفقیت تجاری می‌شود. شایان ذکر است که با توجه به تحقیقات صورت گرفته و تحلیل اطلاعات مصادفی؛ غرفه در نمایشگاه‌های امروز؛ فضایی مملوء از حجم پردازی‌های نامناسب و غالب است که خود به تنها بی‌نقش تدبیس خجومی را بر عهده گرفته که نه تنها تأثیر مطلوبی در بهتر دیده شدن محصولات و خدمات ندارد بلکه چشم مخاطب را از توجه به محصولات گمراه می‌کشد. همچنین دیده شدن و مخصوصاً خوب و مناسب دیده شدن غرفه؛ هدف هر برنده برابر حضور در نمایشگاه می‌باشد و این امر بسیت مهم و بدیهی، اما با توجه به حجم ابتوهی از داده‌ها و اطلاعات و همچنین فرم‌های خسته کننده و دیگر موارد، محقق کردن این هدف کمی دشوار شده است.



مدیریت چشم مخاطب

بر واضح است که بخش عمده‌ای از انتقال اطلاعات در نمایشگاه، به صورت بصری اتفاق می‌افتد به همین دلیل چشم مخاطب یکی از مهم‌ترین عوامل تأثیرگذار بر درک پیام غرفه و در نتیجه موفقیت تجاری یک برنده در نمایشگاه می‌باشد. از این رو باید داشت که فیزیولوژی بینایی، کانون‌های تمرکز، عناصر بصری ادراک، شکل و زمینه، اصل مشابهت و مجاورت، اصل تراز کردن و برجسته ساختن، تاکیدهای بصری، اهمیت نیم کره شرقی، خواش تصاویر بصری، طراحی زیرساخت انتزاعی و... از جمله مباحثی است که قبل از طراحی و مدیریت چشم مخاطب، باید به آن تسلط داشت.

با توجه به کتاب مرجع کامل معماری داخلی (فرانسیس دی و کی، چینگ) توانایی ما برای تمرکز و درک جزئیات با میدان مخروطی دید که نسبتاً باریک است محدود می‌گردد. در بررسی میدان بصری،



چشمان ما بطور دائم حرکت می کنند، دقت می کنند، متوجه می شوند و مجدداً منمرکر می شوند تا اطلاعات بصری را کشف کنند. برای معنادار کردن آنچه که می بینیم، مفترز داده های جمع آوری شده توسط چشمان ما را تفسیر کرده و اطلاعات را بصورت الگوهای بصری کنار هم گذاشته تا ما آنها را تشخیص داده و بفهمیم. فرآیند نرم افزار درک عملی است که به تشخیص می انجامد. موقعی که یک صندلی را می بینیم تشخیص می دهیم که آن یک صندلی است؛ اگر فرم و پیکربندی آن مناسب با الگویی باشد که ما قبل از صندلی دیده و استفاده کرده ایم . با این حال اگر با دقت نگاه کنیم قادر خواهیم بود تا شکل، اندازه، نسبت، رنگ، بافت و مواد خالص صندلی را درک کنیم. توانایی برای دیدن چیزی ماورای تشخیص و کاربرد برای طراح فوق العاده مهم است. ما باید بطور مداوم سعی کنیم که خصوصیات بصری چیزها و چگونگی ارتباط و واکنش آنها را نسبت به یکدیگر ببینیم تا کیفیت زیبا شناختی محیط های بصری را شکل دهیم.

آسیب‌شناسی

بر اساس آنچه که بیان شد بیشتر می‌توان به اهمیت مدیریت چشم مخاطب پی برد و فهمید که برای خلق یک محیط بصری با اصول زیباشناختی در غرفه‌های نمایشگاهی؛ دانستن مقاومتی فراتر از حجم‌پردازی لازم است. آنچه مسلم است، دانستن دانش‌های کاربردی و تجربی برای طراحی یک غرفه بسیار مهم است چراکه طراحی تجربی ترکیبی از انتقال پیام و تجربه آموزشی غیر مستقیم و ارتباط موثر با مخاطب است اما متساقن امر و مورد دلیل عدم استفاده از دانش کاربردی و تجربی لازم شاهد تکرار اشتباهاست زیادی در نمایشگاه‌ها می‌باشیم که از جمله آنها به موارد زیر می‌توان اشاره کرد:

- بیماران اطلاعاتی که منجر به خستگی ذهن می‌شود
- مجزا بودن حجم غرفه از فضای اطراف به گونه‌ای غرفه هیچ دیالوگی با contex ندارد و مستقل از انرژی‌ها و هندسه زمینه خود شکل می‌گیرد
- اختشاش بصری و عدم مدیریت چشم
- حجم‌پردازی‌های غیرحرفه‌ای
- ساخت و سازهایی که باعث اصراف متریال می‌باشد
- ساخت و سازهایی که اقتصادی نیست یا در برای هزینه‌ای که صرف می‌شود بازخورد مناسبی ندارد
- آزار چشم با استفاده از نور پردازی‌های نامناسب که منجر به چشم‌زدگی می‌شود
- استفاده از پرکنور در اطراف و دیوارهای غرفه و عدم دسترسی به نور سقفی مناسب (ترجیحاً نور صفحه‌ای) در تمام غرفه
- فضاسازی ناکارآمد
- غرفه‌سازی‌های غیر بازیافت
- محدود کردن دید
- عدم سلسله مراتب در نمایش محصولات
- استفاده از رنگ‌های نامناسب
- عدم عرصه‌بندی و ذوب‌بندی مناسب غرفه که باعث گره رفت و آمدی در ایستگاه‌های کاری می‌شود
- غالب شدن نمایش غرفه بر نمایش محصولات
- حقیر کردن طرح‌های خوب با اجرای بد غرفه
- عدم ایجاد انگیزه جهت رجوع به شرکت غرفه‌دار به دلیل نمایش کلیه محصولات و اطلاعات
- چیدمان نامناسب و معرفی غیر حرفه‌ای محصولات و خدمات در غرفه نمایشگاهی





انتقال اطلاعات

در اختیار گرفتن وقت مخاطب و بدست آوردن توجه تماشگر، خواست هر غرفه داریست از این رو یکی از مشکلات شایع در نمایشگاه، ایجاد جاذبه و توجه بصری برای جذب مخاطب به داخل غرفه جهت انتقال اطلاعات، نمایش مناسب محصولات است داشتن سلسله مواد در انتقال اطلاعات، نمایش مناسب محصولات و تنوع اطلاعات برای معروفی محصولات کمک مناسبی به درک و بهتر دیده شدن محصولات در غرفه های نمایشگاهی دارد همچنین اعمال مسائل زیبا شناسی، استفاده مناسب از ابزار نمایش از جمله نور و رنگ، استفاده مناسب از بافت های مختلف، در نظر گرفتن فرم ها و حجم های اصولی و... کمک بسیار شایسته ای در مدیریت چشم مخاطب و در نتیجه انتقال درست اطلاعات در غرفه های نمایشگاهی دارد. باید توجه داشت که در فضاهای گفتوگو جزئیات بیشتری قابل رویت و بررسی است و به دلیل اینکه در این فضاهای گفتوگو، مخاطب توجه بیشتری دارد و بر اطراف دقت نشان می دهد؛ می توان به راحتی اطلاعات جزئی تری را به نمایش درآورد. به همین دلیل خلوت بودن و سنتگین نبودن فضای داخل غرفه برای درک هرچه بهتر محصولات و مکث هر چه بیشتر مخاطب از لحاظ بصری از شاخه های یک غرفه مناسب است.

نمونه موردي

غرفه برتر نمایشگاه بین المللی مبلمان اداری تهران ۱۳۹۵ مربوط به شرکت ساجیران می باشد که طبق نظر هیئت داوران این غرفه در طراحی ساده خود از دید مناسب و جاذبه های بصری چشمگیری برخوردار است. باید توجه داشت که غرفه، ابزار محصولات نیست و برای مدیریت چشم مخاطب باید همانند یک اثر هنری و با تفکر مهندسی با غرفه برخورد کرد. داشتن ایده خلاقانه محور اصلی طراحی برای درگیر کردن چشم و به تفکر و اداشتن مخاطب است. با توجه به اینکه نمایشگاه ها اغلب مکان هایی پرآشوب و هیاهو با رنگ ها و نورهای گوناگون می باشند گاهی ایجاد فضایی مینیمال و خلوت بیشتر چشم را درگیر می کند، استفاده از متریال مناسب و توجه به این معیارهای بیان شده از ویژگی های غرفه ساجیران است که در ادامه به تحلیل کلیه موارد آن می پردازم:



تحلیل تخصصی غرفه ساجیران

تئوری دیزاین

تئوری دیزاین		زیبایی	از دید کاربر، بارده کشته و متخصصین طراحی؛ زیبایی در این غرفه قابل تعریف و بررسی می‌باشد	
تئوری دیزاین	فرم		کلیت فرم ساده - خالص - سبک می‌باشد	
	الگو		الگو پارتبشن‌بندی اداری برای طراحی غرفه مورد استفاده قرار گرفته	
	باقت		تنوع باقت در این طراحی زیاد بود	
	مقیاس		مقیاس به گونه‌ای است که خوانایی نهاده اینجا را اینجا تمی‌کند	
	نور		نور بر اساس قضاها مختلف به صورت‌های متفاوتی و با چند رنگ در نظر گرفته شده است	
	رنگ		رنگ‌ها بر اساس رنگ سازمانی شرکت اختبار و در نظر گرفته شده است	
	تناسبات		تناسبات و تضییمات بگونه‌ای چشم‌نمودار و درست در نظر گرفته شده است	
	تعادل		تعادل بصیری یکی از موقوفات‌های این طرح است و البته گاهی با عدم تعادل بصیری جاذبه‌هایی بر اساس کاربست طراحی در نظر گرفته شده است	
	روitem		در پارتبشن‌بندی‌ها و تضییمات‌بندی‌ها از روitem استفاده شده است	
	کنتراست		کنتراست بسیار خوب در رنگ‌ها و نورها استفاده شده است	
	نقطه قوت و ذکوس		معرفی خوب محصولات و ایجاد جاذبه بصیری و جذب مخاطب	
	همارمنی و وحدتیت		با وجود تنوع رنگ، باقت، محصول... اما هارمونی کار به صورتی بود که باعث اختلاش بصیری نمی‌شد و تمامی اجزا با یکدیگر دیالوگ داشتند	

المان‌های طراحی فرم

المان‌های طراحی فرم		خط	شاکله اصلی طرح با خط افقی شکل گرفته است	
المان‌های طراحی فرم	خط	خط افقی	خطوط عمودی به صورت خیلی هوشمندانه برای بیان نگات خاص مورد استفاده قرار گرفته و در جاهابی برای کشیدن دید به سمت بالا برای گفتن بیامی متفاوت در نظر گرفته شده است	
		خط عمودی	خطوط افقی و عمودی برای بیان کاربست با ماهیت برند بسیار همراهی دارند بیان‌برایان استفاده از خطوط منحنی و مورب در این طرح به چشم نمی‌خورد و شاید فقط در حد خطوط میلان‌ها و چراغ‌ها باشد	
		خط مورب	منحنی و مورب در این طرح به چشم نمی‌خورد و شاید فقط در حد خطوط میلان‌ها و چراغ‌ها باشد	
		خط منحنی	ماهیت کار به صورتی می‌باشد که جانمایی قضاها در غرفه در یک شکل هندسی محاط و محیط شده است	
		شکل هندسی	شکل هندسی	شکل هندسی
	شکل	شکل ارگانیک	پی‌قاعده	استفاده از شکل ارگانیک در جزئیات کار
			پا‌قاعده	خیلی کم به چشم می‌خورد
			شکل مشتق از خطوط گیاهان (بوتانیکال)	
			شکل مشتق از طبیعت	
	حجم	صلب	شکل‌های مخصوص سبکی خاص	
			آستره	
		حالت	حجم صلب بیشتر در میلان و جزئیات کار مطرح است	
		خالی	کلیت طراحی با داریست به صورت یک حجم خالی می‌باشد	

نماد شناسی

المان‌های طراحی / الگو		الگو	ساره کار از داریست الگو گرفته است	
المان‌های طراحی / الگو	الگو	ولایته	موقوعیت محصولات با طراحی غرفه بسیار همراهی داشت و پارتبشن‌ها و خلاق یک فضای اداری خوب در طراحی	
		سازه‌ای	غرفه به نمایش گذاشته شده است	
		تشیبی		
		موقعی		
		گیاهی		

نماد شناسی

المنهای طراحی / بافت	بافت	نرمی	باقت مبلمان و صندلی ها به دلیل کاربریشان نرم می باشد
		زبری	باقت بعضی دیوارها و جزئیات به دلیل جاذبه بصری زیب در نظر گرفته شده است
		ترکیبی	در room showها به صورت ترکیبی از باقتها استفاده شده است
		براق	باقت برآق و مات پسپار در طراحی نورپردازی مدنظر قرار گرفته شده است
		مات	
		روشنایی	نوع باقت در روشنایی های کار به طرز محسوسی مدنظر قرار گرفته شده است
		فاسله	فاسله در خوانش باقتها خیلی تاثیر گذارد نبوده و کاملاً باقت کار در هر فاسله ای اطراف غرفه قابل خوانش است
		زاویه	زاویه مورد استفاده اکثرا ۹۰ درجه مدنظر قرار گرفته شده است

نماد شناسی

المنهای طراحی / مقیاس	مقیاس	آیجکت در مقابل فنا	آیجکت های خوبی بزرگ هستند در قضا که کل فضای اصحاب کنند و نه خیلی کوچک که قابل خوانش نباشند
		آیجکت در مقابل آیجکت	چیزیم آیجکت های بگونه ای می باشد که علاوه بر دیالوگ گویی یا یکدیگر به صورت کاملاً منحصر به فرد با رنگ و فرم و... جاب توجه می کنند در قضا و همه فضاهایی نمایشی آیجکت ها از لحاظ مقیاس نفرباهم ارزش هستند

المنهای طراحی / رنگ

رنگ	اصلی	قرمز	در کلیت غرفه رنگ مشکی بسیار جشمگیر است و بعد در جزئیات غرفه رنگ نارنجی و در آخر رنگ های زرد و قرمز و آبی در صندلی و مبلمان
		زرد	
		آبی	
		Hue	
	صفت	Value	
		Chroma	نارنجی و مشکی
	شخصیت فنا	یا توجه به ماهیت ادری و جدی یومن نفای انتخاب رنگ سیگن و در خور بسیار مهم و حائز اهمیت می باشد که در اینجا به خوبی از رنگ خاکستری و سیاه و سفید... استفاده شده است	
	حس و حال	رنگ سیاه یا بعث حفظ ماهیت روند و حس حسنه در کلیت غرفه در نظر گرفته شده است و در Show room و دیگر فضاهای گفتگو و نمایش محصولات رنگ های زنده و شارب و اصلی یا بعث دیده شدن و زیبایی فضای ایجاد شده است	
	ادرار	رنگ های به خوبی یا بعث تغییر قضا شده اند و در گفتو از قضا و ارتباط با قضا در بازدید کننده افزایش می دهد	

اصول طراحی

اصول طراحی	تناسبات	قسمتی از نام فنا	ازش گذاری فناها و تقسیم بندی و تناسبات غرفه به گونه ای است که مثل یک پازل اگر قسمتی حذف شود، به دلیل دیاکوی که یا تمام فنا برقرار می کند، تناسبات کل کار را بهم می زند
		قسمتی از قسمت دیگر	تناسبات مبلمان ها در هر قسمت از غرفه به گونه ای است که قابل تغییر است و میتوان چیدمان را عوض کرد که این موضوع در طراحی غرفه بسیار خوشایند است
		نسبت به داخل	تناسبات خوب در داخل یا بعث دسترسی راحت و قابل درگیری در غرفه شده است
		نسبت به خارج	استفاده از عناصر یا تناسبات مناسب یا بعث خوب دیده شدن غرفه توسط مخاطبین خارج از هم می شود
	تعادل	هندسه	تناسبات هندسه ای تقریباً یک مدلول بیرونی می کند
		شخصی	
		متقارن	
	ریتم	غير متقارن	تعادل در این غرفه تقریباً ترکیبی است و از همه نوع استفاده شده است اما تعادل غیر متقارن چشمگیر تر می باشد
		شعاعی	
	ریتم	یاقاً عده	ریتم بی قاعده ای در چیدمان Show room ها قابل درک است
		بی قاعده	

المن های طراحی / روشنایی

روشنایی	طبیعی	نور روز	به دلیلی ماهیت نمایشگاه نور روز در این فضای نمایشگاه در نظر گرفته شده است
		نور سقف	نور سقف در حدی روشنایی کل فضای نمایشگاه در نظر گرفته شده و در طراحی روشنایی نقشی ندارد
		نور تابشی	
		شموع	
	صناعی	روشنایی لامپ سیمانی	هالوژن و پردازهای نوردهای بایین تابندی به صورت جراغ‌های کلاسیک سفی در طراحی مد نظر قرار گرفته شده است که بر اساس اهمیت هر چیز، از کیفیت منتفاوتی برخوردار است
		فلوروسنت	
		نلون	
		Hight Intensity Discharged	
		LED	
	کمیتی		بر اساس فضاهای VIP و CIP چندین نورپردازی مدنظر قرار گرفته شده است
لامپ	کیفیتی		کیفیت نورها یا مات و برق شدن و رنگی شدن جراغ‌ها متفاوت است
	محیطی		جهت خوانش فقا و درک کلی محیط از این نوع نورپردازی استفاده شده است
	کاری		در Show room این نوع نورپردازی مدنظر قرار گرفته است
	متغیر		برای معزی مخصوصاً نمایش یافته از این نوع نورپردازی استفاده شده است
		دستگاه نورافکن حاوی حباب و دستگاه انکاس نور	جراغ‌های به صورت کلاسیک و با طرح متحنی و متفاوت با خطوط کلی طراحی غرفه (عمودی و افقی) در نظر گرفته شده بود که به دلیل هم‌خواهی با فنارسیار انتخاب شایان توجه می‌باشد
		دما	به دلیل تردید زیاد و شلوغ بودن تقاضای لامپ‌ها برای جلوگیری از گرم شدن فنارسیار اهمیت پیدا می‌کند که در اینجا این موضوع توجه شده است
		رنگ	رنگ سفید و نارنجی خوشی به گونه‌ای که باعث چشیدگی شود در نظر گرفته شده است
		Application	جانبی‌ای لامپ‌ها به دلیل عدم مزاحمت و چشیدگی بسیار مناسب است

برای بهتر دیده شدن محصولات می‌توان نتیجه گرفت که:

- احتمالی از غرفه در نمایشگاه داشته باشد.
- در طراحی و ساخت غرفه از نمادها و ماهیتی که متأثر از فلسفه و سیاست‌های فکری آن شرکت یا برنده می‌باشد باید استفاده کرد.
- برای بهتر نمایش دادن محصولات شرکت باید در دکوراسیون تعییه شده هر محصول یک نورپردازی خاص مناسب و هماهنگ با دیگر اجزای غرفه خود در نمایشگاه داشته باشد.
- ایجاد یکپارچگی در غرفه که به نوعی نشانگر تفکر منسجم در اجزا؛ از لحاظ ظاهری عوامل حاضر در غرفه دارای پوششی هماهنگ و یکپارچه هستند.
- دکوراسیون غرفه و محل استقرار غرفه داران باید به گونه‌ای باشد که بازدیدکنندگان در مدت حضور در غرفه احساس آرامش و تعلق خاطر کنند.
- در دکوراسیون غرفه نمایشگاه باید فضایی مناسب جهت مذاکرات مهمی که نیاز به آرامش خاص به دور از هیاهوهای نمایشگاه دارد را تعیینه کرد.
- استفاده از میز و صندلی و مبلمان مناسب تاثیر بسیاری ابتدا بر غرفه داران و بطبعی بر خود آنها با بازدیدکنندگان غرفه می‌گذارد.
- برای یک حضور موفق در یک نمایشگاه غرفه را باید به یک مکان خاص تبدیل کرد.

- نظم و جاذبه‌های بصری به غرفه یکپارچگی می‌بخشد و غرفه را از فضای سالن نمایشگاه جدا می‌سازد.
- احترام به شعور بازدیدکنندگان مهم است به طوری که باید شرایط لازم جهت حضور بازدیدکننده در غرفه به شکلی کاملاً برنامهریزی شده در دکوراسیون غرفه یا طراحی غرفه تعییه شده باشد و سناریو مناسبی در نظر گرفته شود.
- استفاده بهینه از فضای غرفه باید به گونه‌ای باشد که محصولات مناسب با اهمیتشان در کل فضای عمومی غرفه به صورت مناسب تقسیم شده باشد.
- باید دکوراسیون غرفه مناسب با محصول به نمایش درآمده باشد به طوری که اگر محصول خاصی تاکید داریم باید در طراحی غرفه نیز این موضوع را لحاظ کنیم.
- باید برای غرفه حریم‌هایی مشخص کنیم تابوانیم یا مهمانان خاصی که به غرفه مراجعه می‌کنند مذاکرات مناسب را به همراه احترامی خاص صورت دهیم.
- موقعیت قرار گیری غرفه در نمایشگاه باید مناسب با محصول و فعالیت شرکت باشد.
- ابعاد غرفه باید ارتباط مناسبی با امکانات و دکوراسیون و بازدیدکنندگان



live

better at work

مبلمان اداری لیو



شروع فعالیت

میلمان اداری لیوتاپ در سال ۱۳۸۴ فعالیت خود را در زمینه تولید مبل و صندلی اداری، با برندهای لیو آغاز نمود. لیو کلمه‌ای پارسی به معنی خورشید و آفتاب است. این شرکت با درک و شناخت نیاز بازار میلمان و همچنین با هدف برآورده ساختن نیاز مشتریان و مصرف کنندگان زیبایی و با درنظر گرفتن رعایت اصول ارگونومی، زیبایی شناختی، اقدام به طراحی و تولید محصولاتی کرده که علاوه بر داشتن ظاهری مدرن، راحتی کاربران را فراهم می‌نماید.



تفاوت در سبک طراحی

رویکرد این شرکت از ابتداء تاکنون، طراحی و تولید محصولات مدرن، متفاوت و در عین حال راحت است و به همین سبب در حوزه طراحی همسو و هم قدم با برندهای مطرح جهانی حرکت کرده و تحول چشمگیری در سلیقه مشتریان ایجاد کرده است.

این تفاوت سبک، در تولید محصولات مختلف، موجب شده است تا لیو، سهم بزرگی در بازار میلمان اداری ایران را به خود اختصاص دهد.





طراحی داخلی و معماری

با پیشرفت تکنولوژی و افزایش جمعیت و کوچک شدن فضاهای کاری، طراحی‌های مینیمال و مدرن و استفاده از الگان‌های طریف در دکوراسیون داخلی بیشتر مورد اقبال مردم قرار می‌گیرند. مبلمان نقش بسیار مهم در طراحی و استفاده بهینه از فضا ایفا می‌کند. توجه به این نکات باعث شده، محصولات شرکت لیبو مورد توجه طراحان داخلی و معماران قرار گیرد.



کیفیت

کیفیت این روزها تبدیل به واژه‌ای شده که در تبلیغات شرکت‌ها به شدت مورد استفاده قرار می‌گیرد.

کیفیت در حقیقت ضمانتی برای پایدار بودن مطلوبیت و مرغوبیت کالا برای مصرف کننده است. دریافت گواهینامه‌های مختلف مدیریتی و اخذ استانداردهای لازم از سازمان ملی استاندارد از یک روند گسترش روزافرون مشتریان این شرکت، گواهی برپایندی مستمر این شرکت به مقوله کیفیت است.

گستردگی نمایندگی‌ها و خدمات پس از فروش

دسترسی راحت محصولات و ارائه خدمات مناسب از ابتدا در دستور کار لیو قرار داشته است. این روز، این شرکت در سراسر ایران دارای نمایندگان فعال، شامل فروشگاه‌های مبلمان اداری یا شرکت‌های معتبر است که محصولات مبلمان اداری لیو از طریق این نمایندگی‌ها در اختیار مشتریان قرار می‌گیرد.

همچنین به منظور ارائه هر چه بیشتر خدمات به مشتریان و تعمیر و تعویض انواع قطعات صندلی، خدمات پس از فروش در شهرستان‌ها از طریق نمایندگان و در تهران، به صورت مستقیم و از طریق دفتر مرکزی به ایشان ارائه می‌شود.



نسل جدید صندلی‌های اداری (مش)



تنوع محصولات

لیو با رویکرد پوشش‌دهی به نیازهای مختلف، توانسته گسترده منوعی از محصولات با کارکردهای مختلف از جمله: انواع صندلی‌های اداری مدیریتی، کارشناسی و کارمندی، آموزشی، رستورانی، انتظار، انواع مبلهای اداری و خانگی و ماژولاز کازوی و ... را تولید کند.

نسل جدید صندلی‌های اداری (مش)

لیو در راستای حمایت هر چه بیشتر از کاربران صندلی‌های اداری و درجهت حفظ هر چه بیشتر سلامت و رعایت اصول ارگونومی، نگرشی نو در تولید این صندلی‌ها را مدنظر قرار داده است.

از این رو با مطالعه دقیق بر روی محصولات متنوع اداری در جهان و با بهره‌گیری از طراحی اینتالیابی و همچنین استفاده از مواد اولیه پیشرفته پلیمری، اقدام به تولید گسترده و متنوع صندلی‌های مش در ایران نموده است.

البته در چند سال اخیر برخی از برند‌های همکار، نیز اقدام به تولید صندلی‌های اداری با پارچه‌ی مش نموده اند اما تعداد و تنوع این نوع محصول در بازار مبلمان سیار محدود بوده است.

لیو علاوه بر تولید انواع مبلمان اداری، تولید صندلی‌های مش به صورت تخصصی و با تنوع مدل و تپراز تولیدی گسترده را در دستور کار خود قرار داده و پرچمدار تحول بازار این گونه صندلی‌ها در ایران شده است.

پارچه‌ای مش در این صندلی‌ها علاوه بر این که در استفاده‌های طولانی مدت، به واسطه‌ی برقراری جریان هوا بین بدن کاربر و محیط، از تعریق بدن جلوگیری نموده و با کاهش تنش تماسی به سلامت پوست کمک شایانی می‌نماید.

همچنین این پارچه‌ها به واسطه خاصیت انعطاف پذیری مناسبی که دارند، با توجه به شکل بدن، تغییر شکل داده و فرم متناسب با بدن هر کاربر را به خود می‌گیرند.

نسل جدید صندلی‌های اداری مش

نسل جدید صندلی‌های اداری مش



ارتباط مستمر با نمایندگان و مشتریان

لیو با شرکت در نمایشگاه‌های مختلف داخلی و خارجی در طول سال و همچنین با برگزاری همایش‌های سالانه، ضمن معرفی محصولات جدید، سعی در برقراری ارتباط بیشتر و آگاهی از نظرات مشتریان و نمایندگان می‌نماید. در این شرکت مشتری همواره در کانون اصلی توجهات بوده، از این رو ارتباط با این عنصر مهم از چندین راه امکان پذیر شده است: برقراری تماس با واحد مدیریت ارتباط با مشتریان، دریافت و ثبت نظرات و شکایات از طریق وبسایت، اطلاع رسائی و ارتباط از طریق شبکه‌های اجتماعی، تماس مستقیم با دفتر مرکزی و...

صادرات

شرکت لیو ضمن مطالعه بازارهای هدف کشورهای حاشیه خلیج فارس، آسیای میانه و آفریقا، تاکنون موفق شده است به کشورهای عراق، امارات و افغانستان صادرات محصول داشته باشد و برنامه‌هایی جهت حضور بیوسسه در سایر بازارهای جهانی را در دستور کار دارد.

در اولین دوره مسابقات میلمان اداری صادراتی ایران، در سال ۱۳۹۵، شرکت لیو در رسته صندلی کارمندی صادراتی موفق به دریافت لوح و تندیس ذرین و در رسته‌ی مبل اداری موفق به دریافت لوح و تندیس نقره‌ای از اتحادیه تولیدکنندگان و صادرکنندگان میلمان اداری ایران گردید.





مبل‌های مازولار کازوی causeway

یکی از محصولات پرطرفدار لیو در بازار مبلمان اداری ایران، مبلمان کازوی است. کازوی‌ها، چیدمانی از مبلمان شامل نیمکت، تکیه‌گاه و دیواره‌های جداکننده است. این محصول با دارا بودن ابعاد مختلف، این امکان را به کاربر می‌دهد که با توجه به سلیقه شخصی و همچنین ابعاد فضای مورد نیاز، به چیدمان این محصول پردازد. رنگبندی‌های متفاوت این قطعات، می‌تواند در ایجاد محیطی دلنشیں و جذاب نقش موثری را ایفا کند. با تغییر در نوع و تعداد چیدمان اجزای تشکیل دهنده کازوی، می‌توان از این محصول در مکان‌هایی مانند سالن‌های انتظار، مجتمع‌های تجاری، لابی هتل‌ها، کتابخانه‌ها، بانک‌ها، رستوران‌ها و... به عنوان مبلمان انتظار استفاده کرد.

مبل‌های مازولار کازوی





کازوی منحنی

کازوی منحنی

انحنای قطعات این محصول، ضمن ایجاد چیدمان‌های مختلف، به صورت دایره، نیم دایره و شکل، امکان استفاده بهتر از فضای اطراف ستون‌ها در فضاهایی مانند بانک‌ها، فرودگاه‌ها، بیمارستان‌ها و... را فراهم می‌کند.



Sofa Causeway



و در پایان...

لیبو به عنوان یک تولید کننده داخلی افتخار دارد که با توجه به نیازها و سلایق مشتریان و مبتنی بر تحولات جهانی صنعت مبلمان اداری و باتکیه بر دانش و تخصص داخلی، محصولاتی را تولید و عرضه نماید که میتواند خرید محصولات خارجی کاهش یافته و با این رویکرد ضمن بالا رفتن توان تولید محصولات داخلی بتواند سهم ناچیزی در رشد و توسعه آبادانی کشور برداشته باشد. به امید حضور موثر برندهای ایرانی در بازارهای جهانی.

live
better at work



Live Office Furniture
www.liveab.ir





سیر تکاملی از «من» به «ما» در فضاهای کاری جدید

تأثیرات ایده دفتر کار مشارکتی بر مبلمان اداری در سال های اخیر



تفکر جمعی و کار تیمی از موضوعات ثابت شده و مهمی است که موجب افزایش بازدهی کاری بک شرکت می شود. کارکردن به مسourt تیمی علاوه بر آنکه موجب رسیدن به هدف مشترک گروه در کوتیرین زمان، با کیفیتی بالاتر و خلاقیت بیشتر می شود، باعث می شود افراد تیم با نقطه نظرهای مختلف آشنا شده و انتقال دانش و اطلاعات نیز صورت گرفته و یادگیری حاصل شود. علاوه بر آن به دلیل وجود اثرهای جمعی و معاشرت افراد بایکدیگر در افزایش روحیه و حس همکاری کارمندان نیز تأثیر مثبتی ایفا می کند.



نیما علی بور
کارشناس ارشد
طراحی منتهی
طراح و متخصص
ارگونومی مبلمان



شکل ۱: پلان یک دفتر کار مشارکتی، دارای فضاهای مختلف، برای گفتگو، جلسات یکباره و کار متعدد

این تغییر جدید نسبت به کار، دنیای کاری این روزها را دستخوش تغییرات فراوانی کرده است. مفهوم دفتر کار مشارکتی^۱ از همین ایده سرچشمه می‌گیرد. دفتر کار مشارکتی بیشتر با نام‌هایی چون گوگل^۲، اپل^۳ و فیسبوک^۴ به ما معرفی شدند. این مدل برای کسب و کارهایی که وابسته به کارتبیمی، خلاقیت و حل مسئله می‌باشد بسیار مفید است. کانسپت دفتر کار مشارکتی از یک محیط باز و منظم تشکیل شده که دارای فضاهای مختلف به منظور تعاملات خودجوش، ملاقات‌های بداهه، جلسه‌های ایستاده، ارائه فایل، مباحثه کارمندان و فضای شخصی به منظور کار متصرکز است (شکل‌های ۱ تا ۲).

-
1. Collaborative office
 2. Google
 3. Apple
 4. Facebook



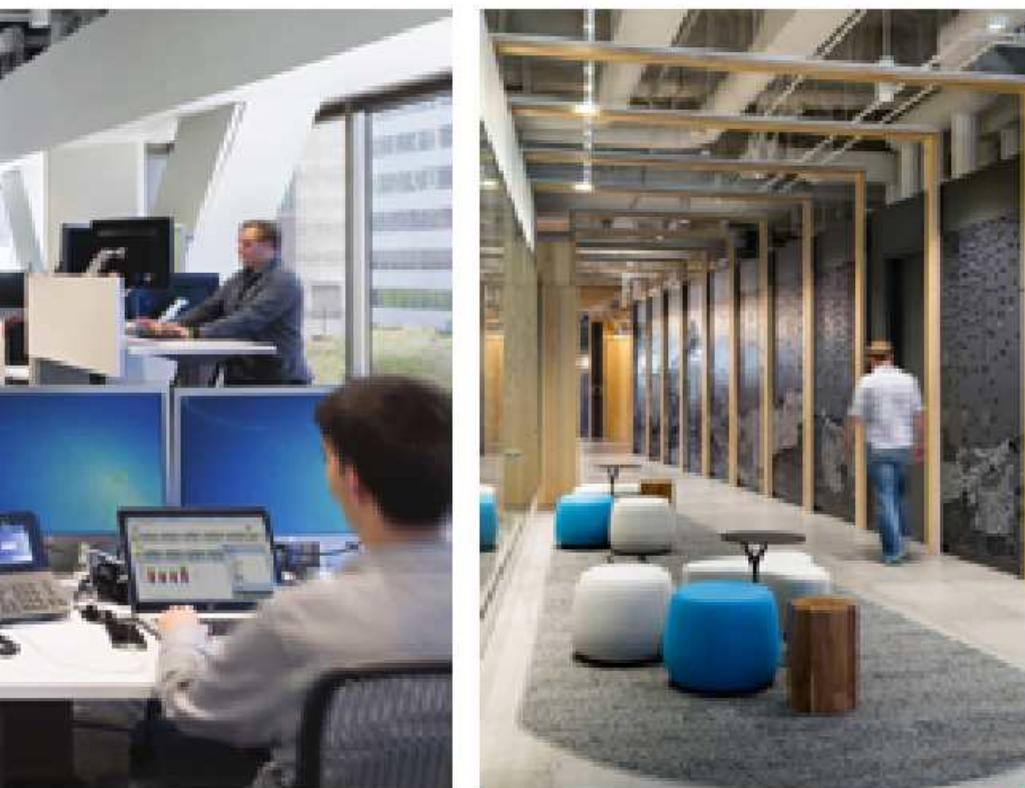
شکل ۲: نمونه فضاهای مختلف تعاملی در یک دفتر کار مشارکتی



شکل ۳: نمونه فضاهای مختلف تعاملی در یک دفتر کار مشارکتی



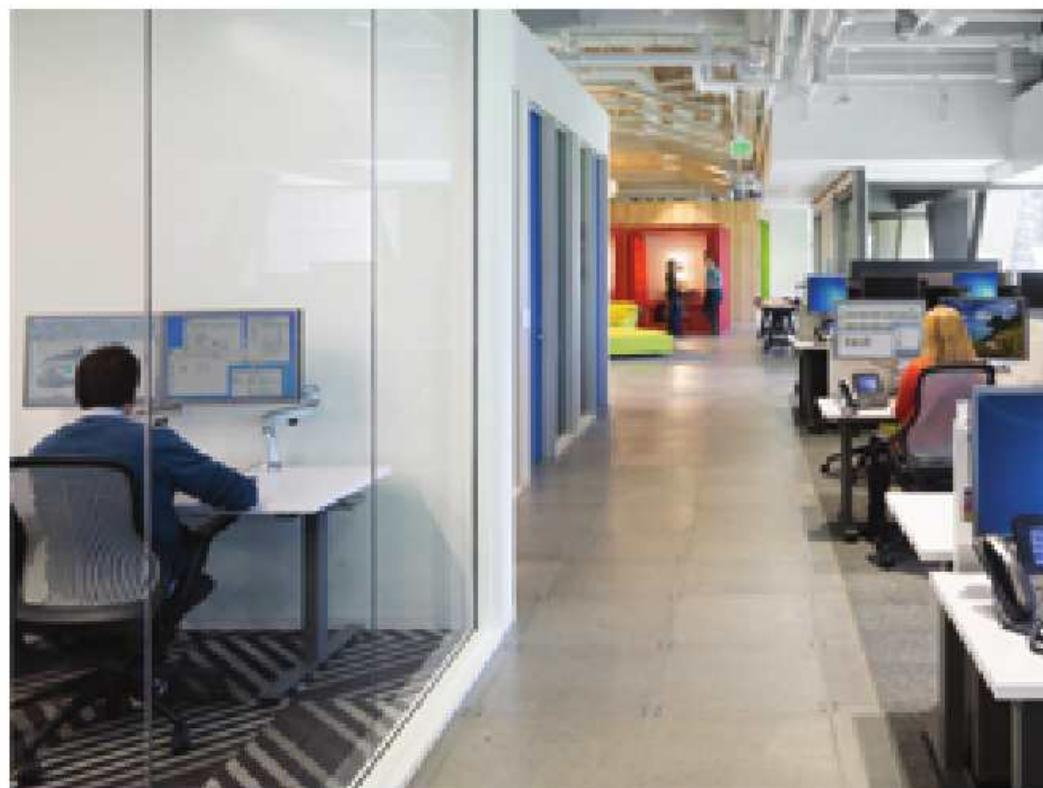
شکل ۴: کانسپت جداسازی فضای تعاملی از فضای اطراف از طریق طراحی مبلمان



شکل ۵: استفاده از فضاهای پرتو مثلاً راهرو برای ایجاد فضای تعاملی

در محیط‌های کاری مشارکتی بیشتر کارها به جای آنکه انفرادی انجام شود به صورت گروهی و با مشارکت دیگران انجام می‌شود. نمود این تغییر تکریش را در دکوراسیون و مبلمان شرکت‌ها خصوصاً شرکت‌های پیشرو می‌توان به واضح دید. تا جایی که شرکت‌های پیشروی در زمینه مبلمان اداری همچون Steelcase مطالعات گسترده‌ای در زمینه دفترهای کاری مشارکتی انجام داده و بر اساس نیاز افراد در این فضاهای کانسپت‌های جدید برای چیدمان و مبلمان ارائه می‌دهد (شکل ۴).

تشکیل گروه‌ها و جلسات گروه‌های کاری در هر کجای شرکت ممکن است اتفاق افتد. ممکن است افراد سر میز یکی از کارمندان جمع شوند یا در راهروها، در لابی و یا در اتاق کنفرانس که به صورت سنتی برای جلسات استفاده می‌شود. جلسات غالباً به یکباره و بدون برنامه‌ریزی قبلی اتفاق می‌افتد و حالت غیر رسمی دارد. با این تعریف، راهروها و فضاهای باز شرکت که در دیدگاه سنتی فضاهایی پرتو محسوب می‌شوند و غالباً با مبلمانی به منظور پر کردن فضای با عنوان انتظار مبله می‌شوند، دیگر آن سردی سابق را ندارند. این فضاهای پرتو، جان گرفته و تبدیل به نقاط مهم و پر استفاده برای جلسات دو، سه و چند نفره تیم‌های کاری مختلف شده‌اند (شکل ۵).





شکل ۶: فرم غیر رسمی مبلمان اداری در فضاهای تعاملی (استفاده از کوسن و روکش پارچه‌ای)



شکل ۷: فرم غیر رسمی مبلمان اداری در فضاهای تعاملی (استفاده از کوسن و روکش پارچه‌ای)



شکل ۸: فرم غیر رسمی مبلمان اداری در فضاهای تعاملی (استفاده از کوسن و روکش پارچه‌ای)

مبلمان در این فضاهای از عنصری غالباً تزئینی و کم استفاده تبدیل به عنصری مهم، پر استفاده و کاربردی شده است. از آنجا که تیپ این جلسات غالباً غیر رسمی است، مبلمان اداری نیز از حالت رسمی و خشک خود خارج شده و به مبلمان راحتی و کاربردی تبدیل شده است. نشیمن و پشتی‌های نرم و بالشی، استفاده از روکش‌های پارچه‌ای و به کار بردن کوسن در مبلمان اداری جدید نشان دهنده این تغییر نگرش است (شکل ۶-۸).



شکل ۹: چیدمان عناصر مختلف مبلمان (کاناپه، صندلی و پاف) در فضای تعاملی به منظور کاربردهای مختلف و متغیر بودن تعداد افراد در جلسات

نیازهای کاربران در جلسات تعاملی از جمله متغیر بودن تعداد افراد در جلسات مختلف، جلساتی که ایستاده برگزار می شوند و ماهیت خلاقانه بودن کار، شکل مبلمان اداری برای این فضاهای را از فرم سنتی چیدمان باست میل های ساده به بازی های خلاقانه فرم، رنگ و چیدمان تبدیل کرده است (شکل های ۹ تا ۱۱).



شکل ۱۰: بازی های فرمی و خلاقانه در فضاهای تعاملی



شکل ۱۱: فرم و تعریف جدید مبلمان در فضاهای تعاملی



شکل ۱۲: مبلمان در نقش ایجاد فضای شخصی برای کار متمنکز در دفتر کار مشارکتی

بخش دیگری از محیط کار مشارکتی، بخشی است که کار انفرادی در آن انجام می‌شود و نیاز به تمرکز بالا دارد. از آنجا که در دفتر کار مشارکتی، اتفاق به مفهوم سنتی خود وجود ندارد و محیط باز است، مبلمان وظیفه ایجاد فضای شخصی را دارد. مبلمانی با دیوارهای بلند و حتی گاهی کیوسک مانند که فرد می‌تواند در آن به دور از سر و صدا، با تمرکز، به کار ذهنی و مطالعاتی مشغول شود (شکل های ۱۲ تا ۱۴).



شکل ۱۳: مبلمان در نقش ایجاد فضای شخصی برای کار متمنکز در دفتر کار مشارکتی

شکل ۱۴: مبلمان در نقش ایجاد فضای شخصی برای کار متمنکز در دفتر کار مشارکتی

خوگر

داستان موفقیت یک استارتاپ در حوزه مبلمان، دکوراسیون و معماری داخلی

اگر اندیشه هوایی بخورد و به مهمانی عالم ببرود، با راه حل هایی بازمی گردد که شاید اگر بخواهیم با سعی و خطا یا تجربه به آنها برسیم زمانی بس طولانی تر و هزینه های بس سنگین تر داشته باشد. با همین دیدگاه در سال ۱۳۹۲ با هدف شناسایی راه حل هایی که می تواند به بهبود عرضه و رونق صنعت مبلمان و دکوراسیون منجر شود تحقیق و بررسی جامعی با تکیه بر تجارب و دستاوردهای این حوزه در سایر کشورها انجام شد. حاصل این جستجو و بررسی این بود که استفاده از فضای آنلاین برای عرضه محصولات و خدمات یکی از راه کارهای مهم و کلیدی ارتباط و دسترسی به بازار است که متأسفانه در کشور ما هنوز در این رابطه فعالیت جدی انجام نشده است.

همین باعث شد تا دانش و تجربه صنعت مبلمان و پتانسیل های موجود در فناوری های روز و فضای آنلاین در خدمت طراحی و ایجاد یک پلتفرم آنلاین برای تسهیل ارتباط میان عرضه کنندگان و مصرف کنندگان کالاهای خدمات این حوزه قرار گیرد و خوگر شکل گرفت.

خوگر، راهکاری مجازی برای همه ذینفعان

از همان ابتدا چشم انداز خوگر ایجاد امکانی برای همه ذینفعان این حوزه در سطح ملی بود. ایده در کشور جلوتر از زمان خود بود و با توجه به فضای سنتی مبلمان اجرایش سخت، ولی اعتماد به کسی که این ایده را مطرح می کرد و بر اجرایش اصرار داشت زیاد. بسیاری از بزرگان صنعت که حتی برخی شان چندان اعتقادی هم به اثربخشی فضای مجازی نداشتند همراه شدند تا ایده شکل بگیرد و اجرایی شود و مراحل لازم برای رشد یک استارتاپ را که اجرا و سنجش و اصلاح و بهبود مستمر و اعتباریخشی ایست طی کنند.





حمایت از کالای ایرانی در خوگر

اگرچه برخی محصولات خارجی نیز برای تکمیل سبد خرید و پاسخگویی به نیاز مشتریان در سایت غرضه می‌شود ولی بیش از هشتاد درصد محصولات تولید داخلی هستند. کارشناسان خوگر نیز همواره تلاش می‌کنند مشتریان را به سمت خرید کالاهای ایرانی هدایت کنند زیرا این موضوع هم به نفع تولیدکننده و مصرفکننده است و هم خوگر فرایند راحتتری را برای سفارش محصول به تولیدکننده و تحويل آن به خریدار طی می‌کند و کالاهای داخلی از خدمات و گارانتی بهتری برخوردارند.

مزیت رقابتی حرف آفر را می‌زند

حمل رایگان: خوگر زیر مجموعه هلدینگ فاخر است که یکی از شرکت‌های آن تیپاکس اپراتور پست کشور است و به همین دلیل این مجموعه برای توزیع محصولات در سراسر کشور از لجستیک چاپک و ارزان قیمتی برخوردار است که به واسطه آن می‌تواند با تحويل رایگان و به موقع کالا به مصرف کننده مزیت رقابتی ایجاد نماید.

فروش اقساطی: فروش اقساطی با امکان پرداخت ۲۴ ماهه یکی دیگر از راههایی است که می‌تواند منجر به تسهیل خرید علاقهمندان گردد و این امکان نیز در سایت خوگر به خریداران داده شده است.

این امکانات خاص همراه با مزایای دیگر خرید آنلاین می‌تواند مشوق تجربه راهی نو برای مخاطبان باشد، چیزی که خوگر می‌تواند برای آن تلاش کرده است. فعالیت خوگر محدود به فروشگاه اینترنتی نیست و تولید محتوی در خصوص صنعت مبلمان و دکوراسیون و صنایع وابسته، ایجاد یک شبکه اجتماعی برای ارتباط فعالان این حوزه با یکدیگر و با مخاطبانشان و ارایه خدمات در حوزه‌های واقعیت مجازی و واقعیت افزوده از دیگر فعالیت‌های خوگر می‌باشد. در ضمن وب سایت خوگر همواره بر بستر آخرین فناوری‌های روز حرکت می‌کند و دارای ورژن ریسپانسیو و اپلیکیشن Android و iOS برای دسترسی راحت به خدمات است.

خوگر نمایه‌ای از توانمندی‌ها و قابلیت‌های تجاری صنعت مبلمان کشور و امکانی برای بهره‌مندی بیشتر هم‌وطنانان در اقصی نقاط خواهد بود. چنین پایگاهی به راحتی می‌تواند در خدمت اهداف بزرگ‌تری مثل صادرات قرار گیرد که بهزودی با تکمیل ویرایش انگلیسی سایت از این پتانسیل نیز استفاده خواهد شد. با توجه به این که الزامات عرضه کالا در فضای آنلاین با روش‌های معمول قدری متفاوت است خوگر همواره درکنار عرضه کنندگان بوده تا با ارائه خدمات مناسب این روند را تسهیل کرده و سرعت ببخشد.

فضای آنلاین همچون سایر فضاهای کسب‌وکار یک فضای رقابتی است و هر چه تولید محتوی تخصصی‌تر باشد و کاربر با استفاده از روش‌های مختلف نظری استفاده از تصویر، فیلم و نقد و بررسی بهتر به آستانه اعتماد و خرید بررسد عرضه آنلاین محصول موفق‌تر خواهد بود. این چیزی است که در خوگر همیشه برای انجام آن تلاش شده و همکاری و نقش فعل عرضه کنندگان کمیت و کیفیت آن را افزایش می‌دهد.

نتیجه شگفت‌انگیز بود. باگذشت زمان هم عرضه کنندگان به این شناخت و باور رسیدند که اگر در فضای مجازی حضور نداشته باشند بخش بزرگی از پتانسیل بازار را از دست می‌دهند و هم مصرف کنندگان با توجه به سرعت، سهولت و شفافیتی که این فضا در اختیارشان قرار می‌داد به خرید آنلاین محصولات مبلمان که انصافاً تضمیم سختی است رغبت نشان دادند. به خصوص ساکنان شهرستان‌ها و روستاهای کشور که دسترسی کمتری به امکانات فیزیکی دارند از این راه حل به خوبی استقبال کردند تا آمار شگفت‌انگیز خرید از ۲۱۰ نقطه کشور در سال ۹۶ در خوگر به ثبت برسد.

امروز با عرضه بالغ بر ۱۵۰۰۰ کالا از حدود ۲۵۰ برنده معتبر مبلمان، مسلمآخوگر بزرگ‌ترین پایگاه آنلاین تجمیعی دسترسی به اطلاعات و خرید کالای حوزه مبلمان در کشور است. این آمار نقطه شروع خوبی برای دوران رشد خوگر است که فرارسیده و بهزودی با همراهی عرضه کنندگان متعددی که در خوگر حضور دارند و علاقه‌مندانی که به استفاده از خدمات این پلتفرم روی آوردند اند



اوهر

WWW.OHERFURNITURE.COM



پذیرش نمایندگی : ۰۲۱-۶۶۵۶۵۵۹۷۶ • ۰۲۱-۶۶۵۶۵۵۹۳

صنایع چوبی سنجیان

تهران - راه آهن - خیابان شاهنامه - مجتمع کلاسیک - خیله پارسیان - میلان ان اوهر

تلفن : ۰۲۱-۱۹۲۷۵۴۷۱ - ۰۲۱-۱۹۲۷۵۴۷۲ - فاکس : ۰۲۱-۱۹۲۷۵۴۷۳

کارخانه: تهران - کیلو متر: چاده ساره - بعد از پل پرتوی چهاردهمکه، داخل خیابان کیان تابع - شهرک تاشهور - خیابان ۲۰۰





مبلندی

Naghibi
Furniture



- * فروشگاه محل تقبیس - تهریجان - ریویوی دادگستری
تلفن: ۰۲-۷۷۷۷۹۶۱۷ + ۰۲-۷۷۷۷۶۵۰۹ + ۰۲-۷۷۷۷۶۵۱۸ فکس: ۰۲-۷۷۷۷۶۵۰۹
- * فروشگاه محل تقبیس - تهریجان - خیابان ابریشم
تلفن: ۰۲-۷۷۷۷۴۰۰۰ + ۰۲-۷۷۷۷۴۰۰۵ + ۰۲-۷۷۷۷۴۰۰۳ + ۰۲-۷۷۷۷۴۰۰۴
- * فروشگاه محلات و تزیینات منزل (آوسرد و آپارتمان) توکلی و تقبیس تهریجان - مریدی اسلامشهر
تلفن: ۰۲-۷۷۷۷۹۱۵۷ فکس: ۰۲-۷۷۷۷۹۱۵۸