



## Design Excellence Estonia 2011

VÄLJAANDJA  
Eesti Disainikeskus  
Kooli 7-4  
10133 Tallinn, Eesti  
T: +372 631 1508  
info@disainikeskus.ee  
www.disainikeskus.ee

KOOSTAJAD  
Miina Saarna, Ruth-Helene Melioranski, Sirlil Nõmm, Maris Takk

KEELETOIMETAJA  
Tiina-Ann Lias

TÕLKIJA  
Premium Translation Agency OÜ

KUJUNDAJA  
Mikk Heinsoo

KIRJATÜÜP  
Adam

PABER  
G-Print 130g / 200g

TRÜKK  
Ellington Trükiagentuur

Trükk on kaasrahastatud Euroopa Regionaalarengu Fondist  
EAS Loomemajanduse tugistruktuuride toetamise programmi vahendusel.



4-5	<b>Annkris-Glass</b> info@ak-glass.ee www.ak-glass.ee	KLAASIDISAIN
6-7	<b>ATLM Design / Mithio</b> info@mithio.com www.mithio.com	RÕIVADISAIN
8-9	<b>Baas Disain</b> mammut@baas.ee www.mammut.baas.ee	GRAAFILINE DISAIN
10-11	<b>Brand Manual</b> index@thebrandmanual.com www.thebrandmanual.com	BRÄNDING
12-13	<b>Graafikamari</b> marge@graafikamari.ee www.graafikamari.ee	GRAAFILINE DISAIN
14-17	<b>Identity</b> info@identity.ee www.identity.ee	KORPORATIIVNE VISUAALNE IDENTITEET
18-19	<b>Iseasi</b> iseasi@iseasi.ee www.iseasi.ee	TOOTEDISAIN
20-21	<b>Keha3</b> katrin@keha3.ee www.keha3.ee	TOOTEDISAIN
22-23	<b>Konstruktor</b> kadiadrikorn@hotmail.com	RÕIVADISAIN
24-25	<b>Kristina Design</b> kristinadesign@mac.com www.kristinadesign.ee	RÕIVADISAIN
26-27	<b>Kromo Disain</b> info@kromodisain.ee www.kromodisain.ee	TOOTEDISAIN
28-31	<b>Leonardo Disain</b> leonardo@leonardo.ee www.leonardo.ee	TOOTEDISAIN
32-33	<b>Les Petites Disain</b> elena@lespetites.ee www.lespetites.ee	DISAINISALONG
34-35	<b>Loomelabor OÜ</b> info@annikelaigo.ee www.annikelaigo.ee	TEKSTIILIDISAIN
36-37	<b>mare kelpman tekstiilistuudio</b> kelpman@gmail.com	TEKSTIILIDISAIN
38-39	<b>Maris Lindoja Disain</b> maris.lindoja@gmail.com www.lindojadisain.ee	GRAAFILINE DISAIN
40-41	<b>MELIORAD</b> info@meliorad.com www.meliorad.com	TOOTEDISAIN
42-43	<b>Naiiv / Lviira</b> liina@lviira.com www.lviira.com	RÕIVADISAIN
44-45	<b>Taikonaut</b> veiko@taikonaut.ee www.taikonaut.ee	TOOTEDISAIN
46-47	<b>Ten Twelve</b> evely@tentwelve.ee www.tentwelve.ee	TOOTEDISAIN
48-51	<b>Velvet</b> info@velvet.ee www.velvet.ee	GRAAFILINE DISAIN
52	<b>Tallinn Dolls</b> info@tallinndolls.com www.tallinndolls.com	RÕIVADISAIN

## Hea ettevõtja!

Te hoiate käes esimest Eesti disaini kataloogi, mis loodetavasti annab inspiratsiooni ja ideid, kuidas Eesti läbi aegade kõrgel tasemel olnud disaini senisest rohkem oma äri eduks kasutada.

Eesti ettevõtjale, kellele käesolev kataloog on peamiselt mõeldud, soovitan kodumaiste disainerite loominguga tutvuda ning leida nende hulgast need, kellega süvitsi koostööd teha. Lähimõeldud ja juba tootearendusprotsessis kaasatud disain annab Eesti toodetele ja teenustele lisandväärtust, suurendab ekspordivõimekust ja läbilöögivõimet välisurgudel.

Riik peab tähtsaks toetada heade disainilahenduste tekkimisvõimalusi, uute tehnoloogiate arendamist, infrastruktuuride loomist ning õigusliku keskkonna muutmist. Püüame luua eeliseid Eesti ettevõtete edukamaks tegutsemiseks nii kodumaisel kui ka rahvusvahelisel turul. Pean oluliseks, et Eesti ettevõtted oleksid teadlikumad Eesti disainisektori pakutavatest teenustest ja neid ka kasutaksid. Disaini ei tuleks ettevõtte tegevusse kaasata vaid toodetele viimase lihvi andmisel, vaid see peaks olema alguspunktiks innovatsiooni arendamisel ettevõtetes ja seda nii tootearenduses kui ka teenuste pakkumisel. Hea disain võimaldab Eestis loodud ja valmistatud tooteid ning pakutavaid teenuseid konkurentsivõimelise hinnaga müüa ja tõsta Eesti positsiooni maailmaturgudel.

Välisettevõtjatele, kelleni kataloog jõuab, soovitan samuti Eesti disainerite tööil silm peal hoida. Eestis on disainialast kõrgharidust riiklikult korraldatud juba 1914. aastast. See on taganud valdkonna pädevuse ja tunnustatuse läbi erinevate riigikordade ning esitanud häid lahendusi igapäevaelu lihtsustamiseks ja mitmekesis-tamiseks tänaseni. Eesti disainerite ja disainibüroode pakutud lahendused on pärinud tunnustust mitmetel mainekatel konkurssidel, nagu *Red Dot*, *European Design Management Award*, *Braun Prize* jt. Käesolev trükis tutvustab Eesti disainisektori arengut ja taset perioodil, mil disaini kasutamisel on majanduse arengus väga oluline roll.

Kataloogis osalevad disainiteenuse pakkujad on selle valdkonna koorekiht ning ennast Eestis juba tõestanud. Välisurgudel on siiski tööpõld veel lai ning siin ongi abiks ka käesolev kataloog. Tänapäevane majandussituatsioon on ideaalne selleks, et Eesti disainibürood suurendaksid oma teadmiste ja võimekuse eksporti.

Jõudu ja edu soovides

Juhan Parts

*majandus- ja kommunikatsiooniminister*

## Design Excellence Estonia

Design Excellence Estonia on Eesti disainivaldkonna kompetentside, võimaluste ja kontaktide koostumiskoht. Siia on koondunud Eesti parimad disainibürood, kes koos tegutsedes on tugevamad ja mitmekülgsemad ning väärtuslikumad koostööpartnerid disainiteenuse tellijatele. Design Excellence Estonia on hea võimalus disaini tellijatele ja rakendajatele leida parim vajaminev disainiteenus ühest kohast.

Design Excellence Estonia ühendab tänase seisuga 22 Eesti tunnustatud disainiettevõtet, kes pakuvad teenuseid kogu valdkonnast, olles tugevad nii strateegilises, kommunikatsioonis ja tööstusdisainis kui ka käsitööl baseeruvad unikaaldisainis. Liitunud ettevõtted soovivad üheskoos tegutsedes kiiremini areneda, tegeleda ühisturundusega ning koos välisurgudele siseneda.

Design Excellence Estonia liikmetest enamikul on tänaseks välisurgudel otsene või kaudne töötamise kogemus. Esile tasub tuua ka platvormi kuuluvate ettevõtete poolt disainitud toodete ja teenuste väga erinevad turud: USA, Kanada, Austraalia, Jaapan, Hiina, Skandinaavia, Saksamaa, Austria, Prantsusmaa, Suurbritannia, Šveits, Holland, Hispaania, Portugal, Poola, Baltimaad, Venemaa, Ukraina, Bulgaaria, Rumeenia, Slovakkia, Sloveenia ja Tšehhi. Välisklientidega on Design Excellence Estonia liikmed valmis suhtlema lisaks inglise, vene ja soome keelele ka rootsi, saksa, ungari, hispaania ja itaalia keeles.

Niivõrd erinevatel turgudel tegutsemise kogemus annab tunnistust Eesti disaini potentsiaalset olla maailmatasemel konkurentsivõimeliseks. Toetades Design Excellence Estonia liikmete ekspordile keskendunud valikuid on Eestil võimalus saada riigiks, mis on tuntud maailmatasemel toodetele ja teenustele väärtuse loomise lähtekohana.

Hea disain toob kasu nii majanduslikus, sotsiaalses kui keskkondlikus mõttes. Professionaalsed disainerid ja toote- või teenusearendusega tegelevad ettevõtted teevad selle loomiseks pidevat koostööd. Disain seob loovuse ja ideed turgudega, vormides neist praktilised ja atraktiivsed pakkumised klientidele ja kasutajatele. Tulemusest saavad ettevõtjatena kasu nii disainerid kui disainiteenuse rakendajad.

Eestis tegutsevad juba mitmendat aastakümnet professionaalsed disainerid ja nüüdses majandusolukorras on ka järjest enam disaini rakendavaid ettevõtteid. Küsimuseks on nende kahe maailma kohtumine: kuidas hea disainer ja hea klient teineteist leiavad ning mil viisil nende koostöö kõige efektiivsemalt viib eduka toote või teenuseni.

Tootmisettevõtted ja teenusearendajad saavad Design Excellence Estonia kaudu kontakte ja disainialaseid juhiseid kvaliteetsete ning edukate toodete ja teenuste arendamiseks. Platvormi eesmärk on luua sünergia, avada uusi ning suurendada sellega kokkupuutuvate ettevõtete kasumlikkust.

Välisurgudel tegutsenud disainibürood on head koostööpartnerid ekspordivatele Eesti ettevõtetele. Uurides näiteks Hiina või Venemaa turge, tasub kaasata meeskonda disainibüroo, kel on juba kogemus sellele turule toodete või teenuste disainimises.

Potentsiaal muuta Eesti oma hea disaini poolest maailmakuulsaks on meis olemas, kuid selle nimel tuleb kõvasti tööd teha.

Käesolevast kataloogist leiate kõigi Design Excellence Estonia liikmete tutvustused ja kontaktid. Loodame, et välja toodud edulood annavad Teile uut inspiratsiooni ning aitavad valikuid paremini langetada. Täiendava informatsiooni saamiseks palume pöörduda Eesti Disainikeskusesse telefonil +372 631 1508 või [info@disainikeskus.ee](mailto:info@disainikeskus.ee)

Design Excellence Estonia tegutseb alates 2010. aasta kevadest, selle loomist toetas EAS Loomemajanduse tugistruktuuride meetmest.

**Annkris-Glass**  
 Veerenni 24D  
 10135 Tallinn  
 info@ak-glass.ee  
 www.ak-glass.ee

Anne-Liis Leht  
 T: +372 5648 1121

Kristi Ringkjob  
 T: +372 5656 6442

Klaasidisain  
 Auhinnad ja firmakingitused  
 Valgustid  
 Ehted  
 Töötoad

Ergo Kindlustus  
 Eesti Korvpalli Liit  
 Tallinna Sadam AS

Eesti  
 Inglise

Anne-Liis Leht  
 Kristi Ringkjob

**Annkris-Glass** pakub professionaalse klaasidisaini teenust, kujundades ja valmistades erinevates klaasisulatustehnikates originaalseid ja unikaalseid klaasesemeid: firmakingitusi, auhindu, tarbeesemeid, valgusteid, kellasid ja ehteid. Ettevõtte tegeleb nii tellimustööde kui ka väikeseeriaste tootmisega.

*Annkris  
 Glass*



Kuna Annkris-Glassi disainerid usuvad, et unikaalsele on masstoodangust palju väärtuslikum, valmivad Annkris-Glassi klaasitooted kvaliteetse käsitööna. Seetõttu on võimalik täita klientide kõige erinevamaid soovide – ainsaks piiranguks on kliendi eelarve, sest klaasikunstnikel fantaasiast ja leidlikest ideedest puudust ei tule. Koostööd tehakse ka metallikunstnike, klaasipuhujate, sisearhitektide ja teiste loovisikutega, et valmiks kliendi nõudmistele vastav toode.

Koostöö Annkris-Glassi klaasidisaineritega on sujuv ning koosneb kolmest etapist. Esmalt kaardistatakse kliendi ideed ja soovid ning lepatakse kokku hinnaklass. Seejärel visandavad disainerid kavandid, katsetavad materjalidega ning valmistavad prototüübi. Kui klient prototüübi heaks kiidab, algab väikeseeria või üksiktoote tootmine. Kogu protsess võtab aega umbes kuu olenevalt konkreetsest tööst ja projekti iseloomust.

Lisaks tellimustöödele ja väikeseeriastele tegeleb Annkris-Glassi disainistuudio ka klaasiteemaliste koolituste ja töötubadega, millega valdkonnast huvitatutel tasub end kursis hoida. Annkris-Glassi poolt pakutavad kursused ei eelda eelnevat kogemust ning valida saab kolme erineva tehnika vahel: liivisöövitus ja graveering, klaasisulatus ning Tiffany tehnika. Töötoad on ka hariv võimalus disaini rakendajatele ja tellijatele, kel on soov klaasikunsti maailmast rohkem teada saada ja seda materjali enam kasutada.

**1** Kärkla Linnavalitsuse Hiiu- ja teemalised kingitused

**Lähteülesanne** Kärkla Linnavalitsus soovis oma külalistele ja koostööpartneritele praktilise väärtusega Hiiu- ja teemalised kingitused.

**Kontseptsioon ja strateegia** Klaasidisainerite eesmärk oli valmistada midagi Hiiu- ja teemalise iseloomuliku, samas minimalistliku ja funktsionaalse. Lõpuks jõuti rahvariidepõlle pitsi motiivi juurde. Juhtidee oli ühendada rahvariidepõlle pitsi muster minimalistliku valge klaasiga nii, et tulemus oleks modernne ja esteetiline. Lõpptulemuseks kujunes Pühalepa rahvariide detailiga vaagen.

**Mõju ja tulemus** Valminud vaagnad on kingitustena hinnatud ning edasiarenduste näol töö projekti kallal jätkub.

**Kliendi kontakt** Kärkla Linnavalitsus / [www.kardla.ee](http://www.kardla.ee)

**2** Kultuuripealinna Tallinn 2011 meene

**Lähteülesanne** Tellija SA Tallinn 2011 kuulutas koostöös Eesti Disainerite Liiduga välja konkursi "Eetiline Eesti suveniir", et leida uusi meeneid, mida SA Tallinn 2011 võiks kultuuripealinna-aastal jagada oma sõpradele ja külalistele.

**Kontseptsioon ja strateegia** Mõte valmistada veinipokaali tallast sõlg oli disainerite peas küpsunud juba mõnda aega. Idee sai alguse katki läinud pokaalide kilde silmitsedes – purunenud pokaali tallaosa meenutas sõlge. Konkursi tundus sobiv selle mõtte teoks tegemiseks. Projekti raames tehti koostööd ehtekunstnikuga, kes teostasid sõle hõbedast detailid ja sõle kinnituse.

**Mõju ja tulemus** Projekti tegi eriliseks idee ja lõpuni viimistletud teostus. Väljakutse peitus põhimõttes, et taaskasutatud ese oleks ilus, esteetiline ja väärtuslik. Soov oli anda vanale, täiesti kasutule asjale uus ning väärtustatud elu. Hetkel levitatakse sõlge Eestis, tegu on SA Tallinn 2011 ametliku meenega, mis rändab kingituse näol ka mujale maailma.

**Kliendi kontakt** SA Tallinn 2011 / [www.tallinn2011.ee](http://www.tallinn2011.ee)



**3** Ergo Kindlustuse firmakingitused

**Lähteülesanne** Ergo Kindlustus tellis Annkris-Glassilt 300 klaasvaagnat, mida kinkida oma klientidele. Tellija soov oli, et firmakingitused oleksid Ergo korporatiivvärvides, kaunistatud logoga ning näeksid välja väärivad ja hinnalised. Tähtjaks seati kaks nädalat.

**Kontseptsioon ja strateegia** Annkris-Glassi suurimateks väljakutseteks oli väga lühike tellimuse täitmise aeg ja suur kogus. Toormaterjali hankimine oli esialgu suurim mure, kuna seda tuli tellida väljastpoolt Eestit. Klaasidisaineritel ei olnud aega teha erinevaid tehnilisi katsetusi, otsustati lihtsa ja tehniliselt kindla disainilahenduse kasuks. Koostööd tehti keraamikuga, kes valmistab vajaliku vormi, ja ettevõttega, kes teostas kilelõikused.

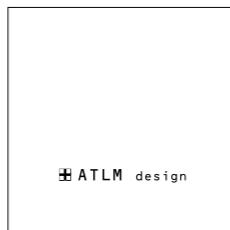
**Mõju ja tulemus** Klient jäi vaagnatega väga rahule ning tänaseks on kõik tellimustööna valminud kingitused leidnud omaniku. Annkris-Glassi jaoks oli projekt väljakutse, selgitamaks välja klaasistuudio võimekus ja tehnika töökindlus.

**Kliendi kontakt** Ergo Kindlustus / [www.ergo.ee](http://www.ergo.ee)





**ATLM Design** tegutseb alates 2009. aasta varakevadest ning disainibüroo põhitegevuseks on rõivaste disain. Lisaks pakub Tiia Orgna juhitud disainiettevõtte rõivadisaini konsultatsioone, rõivatootmise organiseerimist allhankena ning sellega kaasnevat projektijuhtimist.



ATLM Design keskendub kõrgema kategooria vabaaja ja spordirõivaste disainimisele. Oma töös paneb disainer Tiia Orgna põhirõhku kvaliteedile ja disainile, ühendades toodete funktsionaalsuse ja innovatsioonilised tehnoloogiad, kasutades inspiratsioonina nii vanu traditsioone kui ka uusi kujunevaid trende.

Sel aastal tõi ATLM Design turule oma esimese rõivabrändi - Mithio, mis ühendab uuenduslike kangatehnoloogiate kasutamise traditsiooniliste Balti ja Skandinaavia rahvusmuustritega. Tulemuseks on kvaliteetsed rahvusmuustrielementidega kaunistatud igapäevaselt kantavad rõivaesemed nii meestele kui naistele. Mithio rakendab rõivatootmispõhimõtet, kus kogu disain, logistika ja juhtimine toimub Eestis, kuid tootmine toimub allhankena üle maailma. Mithio positsioneerib lubab disainibürool olla paindlik ja vastavalt jaeklientide vajadustele oma tellimisvõimsusi sujuvalt muuta.

Mithioga koostööd tehes tuleb arvestada, et eritellimuse valmistamine A-st Z-ni võtab aega 6–12 kuud. Kui tellija soov on aga olemasolevat baasmudelit muuta, tuleb ajakuluks arvestada 3–6 kuud. Oma töös väärtustab disainer Tiia Orgna tähtaegadest kinni pidamist ning iga projekt hõlmab aktiivset kliendi kaasamist kõikides protsessi etappides.

**1** MITHIO brändi loomine ja esimese rõivakollektsiooni turuletoomine sügisel 2010

**Lähteülesanne** ATLM Design OÜ tõi 2010 aasta varasügisel turule oma esimese rõivakollektsiooni. Mithio toodetes on ühendatud funktsionaalsus ja innovaatilised kangatehnoloogiad traditsiooniliste Balti ning Skandinaavia rahvusmuustritega. Peamine väljakutse oli kollektsiooni müümine kauplustele majanduslanguse ajal.

**Kontseptsioon ja strateegia** Mithio sügis-talve 2010-2011 kollektsioon on inspireeritud põhjamaisest lihtsusest ja tagasihoidlikust loomusest, luues kaasaegselt funktsionaalseid tooteid, kus igal väikesel detailil on oma tähendus. Selle hooaja muustrite valikul inspireerisid disainerit väikesed miniatuursed geomeetriselised motiivid erinevatel esemetel – kinda- ja sukakirjadest, vöökirjadest ja Kihnu troi kirjad erinevatel kampsunitel. Pea igal motiivil on oma märgiline tähendus ja Mithio toob neid märke tagasi igapäevaselt kantavatesse rõivastes. Toodete valmistamine toimub allhankena firmades, kus on olemas kaasaegsetele tehnoloogiatele vastavad seadmed, masinad ja teadmised.

**Mõju ja tulemus** Esimese sügiskollektsiooniga on edukalt brändile teed rajatud ning hetkel tegeletakse aktiivselt kevad-süvi 2011 ja talv 2011/2012 kollektsioonidega. Mithio sügiskollektsioon on 70% ulatuses välja müüdnud ning kaubamärk on esindatud ligi kahekümnes poes Eestis ja Lätis. Tegemist on hea nurgakiviga, millest edasi minna.

**Kliendi kontakt** MATKaSPORT OÜ / [www.matkasport.ee](http://www.matkasport.ee) jpt.



**2** Läti Olümpiakoondise ametlik esindusrõivaste komplekt Vancouveri Olümpiamängudeks 2010. aastal 130-liikmelisele olümpiameeskonnale.

**Lähteülesanne** ATLM Design OÜ kujundas ja teostas oma kaubamärgi Mithio all Läti Olümpiakoondise ametliku esindusrõivaste komplekti 2010. aasta Vancouveri Olümpiamängudeks. Mithio ülesandeks oli luua unikaalsed ja omapärased rõivad, eristudes massstoodangust ja rõhutades just nimelt Läti rahvuslikku eripära ning põlisornamente. Peamiseks väljakutseks osutus näiliselt kõige süütum osa kogu projektis – kliendile õigeaegne kauba tarnimine, sest avatseremoonia toimub ainult üks kord.

**Kontseptsioon ja strateegia** Olümpia-kollektsioon koosnes üheksast rõivaesemest: vatiiniga pikk mantel, vatiiniga suusajope ja -püksid, vabaaja püksid, kootud sviiter ja kampsun, kootud sall, müts ja suusakindad. Kuna tegemist oli äärmiselt vastutusrikka projektiga, valis Mithio väga kindlad ja usaldusväärsed allhankepartnerid, kelle kvaliteet, töömeetodid ja taust olid tuttavad. Algidee kasutada Läti rahvustraditsioone tuli Mithio disaineri Tiia Orgna poolt - töö käigus põimiti erinevaid rahvuselemente olümpiakoondise rõivastel ning kasutati mitut Läti rahvusmotiivi üle kogu kollektsiooni, kombineerides need kaasaegsete kõrgtehnoloogiliste kangastega. Suurim väljakutse disaineri jaoks oli rõivaste õigeaegne tarnimine, näiteks oli vaja kangas Jaapanist kaks korda kiiremini kätte saada, kui tavaprotsess seda ette näeb.

**Mõju ja tulemus** Läti Olümpiakomitee kui klient oli äärmiselt teadlik ja nõudlik oma esindusriiete kvaliteedi kui ka tehniliste lahenduste suhtes. Koostöö laabus hästi, kuna tellija ja disaineri tööpõhimõtted haakusid hästi ning klient oli väga teadlik oma lõppsoovis – toote põhinõugete, kvaliteedis, materjalides ja põhivärvides. Tänu väga heale planeerimistööle sai koondis oma rõivakomplekti kätte ennetähtaegselt. Projekti tulemus oli nähtav ning avalik. Vastukaja oli suur nii Lätis kui ka mujal. Mithio tooted said suure heakskiidu osaliseks ning olümpiakoondis kasutab neid rõivaid veel terve olümpiatsükli ehk järgneva nelja aasta vältel.

**Kliendi kontakt** Latvian Olympic Committee / [www.olimpiadi.lv](http://www.olimpiadi.lv)

**mithio**





KONTAKT

Baas Disain
Martin Rästa
T: +372 518 3258
mammuto@baas.ee
www.mammuto.baas.ee

TEENUSED

Informatsiooni ja graafilise disaini
Disaini- ja trükialane nõustamine

KLIENDID

Tallinna Filharmoonia
Eesti Draamateater
Solnessi Arhitektuurikirjastus
Lääkärikeskus ars & Medicus oy
IMAR – Institutio do Mar, FCT/UNL – DCEA

KEELED

Eesti
Inglise

MEESKOND

Martin Rästa

Baas Disain on Martin Rästa ettevõte, mis pakub klientidele graafilise disainiga seotud teenuseid, keskendudes põhiliselt kultuuriturundusele ning visuaalse imago loomisele. Oma töös juhindub disainer põhimõttest, et disainimine on maailma korrastamise viis.



Baas Disaini pädevuste hulka kuulub lai spekter erinevaid teenuseid: firmagraafika kontseptsiooni ja rakenduste väljatöötamine, küljendus ja trükiettevalmistus ning illustratsioonide, trükimaterjalide ja veebilehtede kujundus. Lisaks veel disaini- ja trükialane nõustamine, trükiteenuste vahendamine, fotomaterjalide tootmine ja fototöötlus.

Baas Disaini põhjalikud teadmised kujundustööde tehnilistest detailidest ning oskus protsesse juhtida on ettevõtte olulisim tugevus. Martin Rästal on väga laialdased teadmised ja pikaajaline kogemus ning ta viib projektid alati ellu algusest kuni eduka lõpuni. Disaineriga koostööd tehes tuleks arvestada, et üldjuhul on kõikide projektide hinnad töömahupõhised ning sõltuvad kliendist, töö otstarbest ja keerukusest. Mis puutub ajakulusse, siis firmagraafika valmib ligikaudu kuuga, raamatute ja trükiste puhul on protsess pikem.

Disaineril on kümne tegutsemisaasta jooksul välja kujunenud oma kindel käekiri. Tänu omanäolisele ja äratuntavale stiilile on ta pälvinud laialdast tunnustust nii Eestis kui mujal maailmas. Disainer on teinud kujundusprojekte ettevõtetele ja tellijatele Soomest, Suurbritanniast, Portugalist, Hiinast ja USAst.

1 Arhitektuuri- ja ajalooraamatute sarja "Jalutaja teejuht" kujundus

Lähteülesanne Solnessi Arhitektuuri- kirjastus annab välja raamatusarja "Jalutaja teejuht", mille eesmärk on muuta linnakeskkonnaga seotud informatsioon võimalikult laiale lugejaskonnale kättesaadavaks ja huvitavaks. Raamatud on kui ekskursioonid Tallinna ja teiste Eesti linnade erinevatesse piirkondadesse. Tellija soovis raamatusarjale kujundust, mis oleks funktsionaalne ja sobiks laiale lugejaskonnale, olles samas ülimalt informatiivne ning andes edasi kirjeldatava miljöö emotsionaalset külge. Kuna raamatud sisaldavad väga mitmekesist pildimaterjali, siis eeldas see kujunduselt selget ja kindlat süsteemi, mis seoks erineva materjali hõlpsasti haaratavaks ühtseks tervikuks.

Kontseptsioon ja strateegia Raamatusarja "Jalutaja teejuht" kujundamisel said määravaks tellija nõuded: raamat pidi olema kaasaskandmiseks mugava formaadiga ning sisu poolest selgelt liigendatud. Seetõttu lähtus Baas Disain kontseptsioonilisele kõige lugejasõbralikkusest. Disainer ehitas kujunduse üles nii, et eri objektide leidmine raamatust oleks lugejale lihtne ning kujunduse selge paigutusloogika toetaks mitmekesise pildimaterjali esitlemist. Kirjeldatava miljöö emotsionaalset laengut annavad edasi suured meeleolukad fotod, mis on valitud igale piirkonnale kõige iseloomulikumast või huvitavamast objektist. Pildimaterjali ülesandeks on ka lugejate tähelepanu pööramine põnevatele detailidele, mis esmapilgul võivad jääda möödujale märkamatuks. Martin Rästa on osalenud erinevates tööprotsessides fotode toimetamises, pildistamises, fototöötluses, küljendamises, trükiettevalmistuses jne.



Mõju ja tulemus "Jalutaja teejuhi" huvitav sisu ning terviklik kujundus, mis arvestab erinevate tarbijate huvisid, on leidnud palju heakskiitu – sarja on Eesti raamatumuügi edetabelites pidevalt kõrgetel kohtadel, mitmest osast on ilmunud kordustrükk ning mõned osad on tänaseks välja müüdnud. Sarjas on ilmunud kuus teejuhti.

Kliendi kontakt Solnessi Arhitektuuri- kirjastuse OÜ / www.solness.ee

1.1



1.2



2 Birgitta festivali graafiline imago

Lähteülesanne Tellijaks oli Birgitta festivali korraldaja Tallinna Filharmoonia, kes tegi ülesandeks luua festivalile visuaalne identiteet, mis kajastaks festivali rahvusvahelist suunitlust ning vastaks esinejate ning repertuaari kõrgele tasemele. Kuna ürituse toimumispaigaks on Pirita kloostri varemed, soovis klient, et kujundus oleks nendega seostatud. Samuti rõhutas tellija vajadust kuvada kõikidel graafilistel lahendustel suures mahus informatsiooni ja kasutada rohkelt pildimaterjali. Juba projekti alustades oli oluline silmas pidades festivali korraldamist igal aastal, seega tuli luua arenemisvõimeline graafiline süsteem. Lisaks eelnevale tuli arvestada, et Birgitta festivali turustatakse nii Eestis kui ka rahvusvahelistel kultuurimesseidel, mistõttu pidi loodav graafiline imago kasutama universaalseid kujunduselemente.

Kontseptsioon ja strateegia Taustauringutest ning lähteülesandest saadud infost tulenevalt otsustas disainer kasutada Birgitta festivali visuaalse identiteedi kujundamisel tänapäevast, selget ja abstraktselt kujundikeelt, mis seob erinevad graafilised elemendid ühtseks tervikuks. Graafiliste rakenduste loomise esimeseks etapiks oli festivali logo kujundamine. Kuna side toimumiskohaga oli erakordselt tähtis, kasutati Birgitta festivali logos Pirita kloostri stiliseeritud motiive. Turundusmaterjalidel oli vaja selgelt eristada põhiinfo, kavaosa ning lisainfo. Trükiste ja reklaamide väga suur infomaht tingis vajaduse luua graafiline süsteem, mis toimiks efektiivselt nii väikestel lehereklaamid kui ka suurtel välireklaamid. Kavainfo keerulise struktuuri tekstilahendus mõjus nii kirjatüübi valikult kui kompositsioonilt selge ja lakoonilisena.

Mõju ja tulemus Birgitta festival on Tallinna ainuke esindusfestival, mille toimumispaik on nii omanäoline. Festivali kõrge korralduslik ning kunstiline tase on leidnud publiku tunnustuse. Graafilise disaineri seisukohalt oli see mahukas ning vastutusrohke projekt, mis nõudis head planeerimisoskust ning võimet loominguksel käsitleda suuri infomahte. Eesti kontekstis ainulaadse Birgitta festivali graafiline identiteet õigustab ennast – välja on kujunenud selgelt äratuntav kultuuribränd, mis teenib edukalt nii korraldajate, esinejate kui ka publiku huvisid.

Kliendi kontakt Alice Pehk / Tallinna Filharmoonia turundusjuht / alice.pehk@filharmoonia.ee

3 Memokraat.ee graafiline stiil

Lähteülesanne Memokraadi blogi põhiautori ja omaniku Daniel Vaariku huvi oli leida uus kujunduskontseptsioon, mis annaks blogi kvaliteetsele sisule vastava vormi. Märksõnadeks olid kvaliteetajakirjandus, uued teadmised, vaba meedia platvormid, analüüs ja funktsionaalsus. Väljakutseks oli luua graafiline identiteet, mis mõjuks visuaalselt teravalt ning jõuliselt, oleks värske graafilise joonega ning samas piisavalt esteetiline, et veenda ka konservatiivsemaid lugejaid ja sobida eri teemadega.

Kontseptsioon ja strateegia Memokraadi graafilise identiteedi eesmärgiks oli luua iseseisev, meediamaastikul teistest erinev lahendus, mis aitaks Memokraadil eristuda Eesti peavoolu meediakanalistest ning kajastaks blogi meelust, seejuures mitte tekitades lugejates võõrastust. Kuna Memokraat nimena oli küll huvitav ja meeldejääv, aga visuaalselt mahukas, siis efektse ning kompaktselt visuaali loomiseks keskendus logo kujundus M-tähele. Tähemärgi visuaalselt huvitav konstruktsioon inspireeris selle arendamist ruumiliseks, kolmemõõtmeliseks volitud linti meenutavaks.

Mõju ja tulemus Uus visuaal kannab isetegemise ja -mõtlemise, avatuse sõnumit. Logo sakiline serv annab märku blogi teravusest ning julgusest rääkida teemadest, mis pole põhivoolumeedias piisavalt kajastust leidnud. Blogi uus logo ja lehekujundus võimaldasid Memokraadil töusta läbinisti algupäraseks omaette meediakanaliks. Sisule vastav graafiline identiteet kinnitas blogi usutavust ning selgem kujundus muutis selle kasutamise funktsionaalsemaks. Memokraat.ee mõjub värske ning usaldusväärse infoallikana, mille lugejate hulgas on paljud Eesti ajakirjanikud, otsustajad, poliitikud ja kultuurinimesed, samuti on blogi tekste kasutatud õppematerjalina humanitaaralade loengutes nii Tartu Ülikoolis kui Tallinna Ülikoolis.

Kliendi kontakt Daniel Vaarik / daniel.vaarik@gmail.com / http://memokraat.ee/

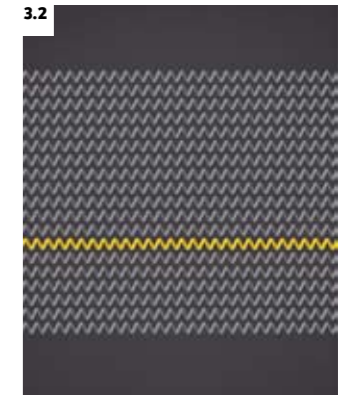
2



3.1



3.2



3.3





KONTAKT

**Brand Manual**  
 Roseni 7C-IV  
 10111 Tallinn  
 T: +372 664 5049  
 index@thebrandmanual.com  
 www.thebrandmanual.com

TEENUSED

Teenusedisain  
 Bränding  
 Disainialane nõustamine ja koolitamine  
 Informatsiooni- ja graafiline disain  
 Pakendidisain

KLIENDID

Prisma  
 Eesti Loto  
 Rautakirja  
 Luiga Modý Hääł Borenius  
 TaxiPal  
 Baltic Beer Co Ltd  
 Warsaw Business Garden  
 WHO

KEELED

Inglise  
 Vene  
 Eesti  
 Saksa  
 Rootsi

MEESKOND

Markko Karu  
 Dan Mikkin  
 Kaarel Mikkin  
 J. Margus Klaar

**Brand Manual** on 2009. aastal loodud brändingu ja teenusedisaini ettevõtte. Firma loob kestvaid brände, mille keskmes on läbitöötatud toode või teenus.

brand manual

Brand Manual aitab defineerida ettevõtete konkurentsieeliseid. See väljendub paremas tootes, teenuses, identiteedis, pakendis või arenguvisionis, mis muudab toote sihtrühmale arusaadavaks ja ihaldusväärseks. Brand Manuali tehtud tööde hulka kuuluvad kasutajaliidesed, teeninduskontseptsioonid, esitlused ja koolitused, mis aitavad ettevõtetel aru saada konkurentsieeliste loomisest oma tarbijate silme läbi.

Brändinguprojektid algavad põhjaliku analüüsiga kliendi ärikeskkonnast, puudutades tihti ka tema strateegilisi plaane. Firma neli partnerit, kel igapähe seljataga vähemalt 15-aastane kogemus reklaami- ja disainivaldkonnas, töötavad ettevõtte juhtkonna ja omanikega, kes suudavad firmasisesid muudatusi ka realselt ellu viia.

Brand Manual eelistab pikaajalist koostööd ning rahvusvahelise potentsiaaliga väljakutseid. Seni on firma toimetanud USA, Suurbritannia, Kanada, Venemaa, Mandri-Euroopa ning Kesk-Aasia turgudele suunatud projektide ja klientidega.

**1** Hüpermarketi re-positsioneerimine  
 Prisma erineb teistest hüpermarketitest – seal pole kirjusid reklaamikampaaniaid ega euroalustel kaubahunnikuid, küll aga avarad vahekäigud ja kiired kassad. Samas oli Prisma oma müügiargumendiks valinud hinna ning kommunikatsioonis hoiti säästupolee omast joont. Kliendiuuritud näitasid, et inimesed sisuliselt ei eristanud Prisma konkurentidest.

**Strateegia ja kontseptsioon** Brand Manual viis esimese ülesandena läbi põhjaliku auditi ning koostas pikaajalisi strateegilisi ettepanekuid sisaldava raporti. Vastavalt raportile olid kommunikatsiooni esimeseks ja ka peamiseks sihtrühmaks töötajad. Kaheksa kuu vältel tegeles Brand Manual Prisma sisekommunikatsiooniga, selgitades Prisma eripära ning näidates, kuidas töötajate käitumine ja igapäevane tegevus saab lihtsate vahenditega suurendada klientide lojaalsust. Sisekampaaniale järgnes massimeediakampaania, mis keskendus kauba saadavusele ning ostmisprotsessi sujuvusele. Brand Manual töötas välja ostunimekirja kontseptsiooni, mille alusel koostati nii reklaamisõnumid kui internetis täidetav ostunimekiri. Alustades brändi raportist ja selle soovitusel on Prisma oluliselt vähendanud hinnaargumentide osakaalu oma kommunikatsioonis, rõhutades selle asemel tarbijatele Prisma erilisust.

**Mõju** Prisma on tänaseks oma konkurentidest tugevasti eristunud, mille tulemusena on tema turuosa kasvanud ning ostude arv on isegi suurem kui senisel tippaastal 2008. Aastal 2009 oli Prisma ainus kasumlik hüpermarketite kett Eestis.

**Kliendi kontakt** Kadri Lainas / Turundus- ja kommunikatsioonijuht / kadri.lainas@sok.fi



**2** Öllemergi eripära võimendamine re-brändingu abil

Viru on Suurbritannias registreeritud kaubamärk. Ölu on pruulitud ja villitud Eestis ning müügil eksklusivsetes klubides ja restoranides üle maailma. Brändi esialgne areng oli juhuslik ning seda peegeldas ka ebakõla pudeli ja etiketi vahel. Kommunikatsioon rääkis natuke kõigest ning brändil puudus selgroog.

**Lähteülesanne** Brand Manuali töö oli sõnastada ning korrastada Viru positsioneerimise, rõhutades tema tugevusi ning kõrvaldades kõik, mis ei sobi Viru legendiga, ilma et senised lojaalsed tarbijad brändist võõrduksid.

**Strateegia ja kontseptsioon** Brand Manual paigutas Viru disainikeele art déco ajastusse, tuues esiplaanile Viru pudeli unikaalsuse ning luues sellega sobivad kujunduselementid. Pudeli lisati tunnuslemente, suurendati etiketi osakaalu ning muudeti pudeli pinnaviimistlust. Viru brändi olemus kristalliseerus kodulehel www.virubeer.com. Järgnevalt töötati välja uus müügiargumentide süsteem, mille ülesandeks oli toetada brändi ja rõhutada pudeli unikaalsust tunnuslausega "Beautiful Beer". Uuenenud identiteet laienes ka nelipakkidele, transpordikastidele ning muule toetavale materjalile, alates õllealustest ja lõpetades T-särkidega.

**Mõju ja tulemus** Uus pakend ja müügiargumentid olid oluliselt kasvatanud Viru läbimüüki ja suurendanud uute turgude arvu.

**Kliendi kontakt** Baltic Beer Company Ltd (London) / T: +44 8442472058.

1.1



1.2



1.3



1.4



2.1



2.2



2.3





KONTAKT

**Graafikamari**  
Kume 1  
11218 Tallinn  
www.graafikamari.ee  
Marge Robam  
T: +372 5300 2207  
robam.marge@gmail.com  
marge@graafikamari.ee

TEENUSED

Graafiline disain – visuaalne identiteet, müügmaterjalid, illustratsioonid, infograafika  
Raamatud, ajakirjad, trükised  
Kalligraafia ja kollaaži tööd

KLIENDID

Oksana Tandit  
SÜDA boutique  
Eesti Käsipalliliit  
Eesti Veskiaramu  
Meresõitja  
Harmonia ökosalong  
Mooste Viinavabrik  
Mixi Kirjastus  
Perinneleikit ry  
Karjalan Kuvalehti

KEELED

Eesti  
Vene  
Inglise  
Soome

MEESKOND

Marge Robam

**Graafikamari** on graafilisele disainile keskenduv disainibüroo. Koostöös klientidega otsitakse lahendusi, mis aitavad neil olla parimal kombel nähtavad, mõistetavad ja huvipakkuvad.



Graafikamari disainibüroo on pikaajalise kogemusega ning pädev raamatute ja ajakirjade kujundusmakettide disainis ja tüpograafias, samuti korporatiiv- ja infograafikas, reklaammaterjalide disainis ning illustreerimises ja kalligraafias. Lisaks viib Marge Robam läbi kirjakunsti õpitubasid, millest tasub osa võtta ka disaini rakendajatel ja tellijatel, et õppida tundma graafilise disaineri tööpõhimõtteid ja baasoskusi.

Graafikamarilt disainiteenust tellides peab arvestama, et kõik projektid koosnevad järgmistest etappidest: ülesande püstitus, põhjalik info kogumine, kavandamine, vormistamine, viimistlemine ning tootmise kinnitamine. Disainer Marge Robam väärtustab oma töös ajalistest kokkulepetest kinnipidamist ja partneritevahelist usaldust ning on vajaduse korral võimeline töötama ka lühikeste tähtaegadega. Oluline on tellija ja teostaja täpne eneseväljendus, et saavutada koos parim tulemus kõigile osapooltele.

Graafikamari peab tootmisprotsessis oluliseks keskkonnasäästlikkust, loodushoiule viitab disainibüroo nimigi. Graafikamari üks eesmärkidest on luua ravim- ja toidutaimedest inspireeritud graafilist disaini, tähtsustades loodusliku liigirikkuse säilimist ja edastades mõtlemapanevaid sõnumeid sisustusgraafika ja illustratsioonidena. Hea ja selge visuaalne kommunikatsioon on vajalik nii urbanistlikul kiirteel kui väikesel metsarajal.

**1** Kujundusmaketid Kalev Meedia ajakirjadele Ärielu ja Avenüü

**Lähteülesanne** 2007.–2009. aastal töötas Graafikamari disainer Marge Robam Kalev Meedias peadisainerina ning sai lisaks kujundusosakonna juhtimisele ülesandeks luua uued maketid ajakirjadele Ärielu ja Avenüü.

**Kontseptsioon ja strateegia** Kuna Avenüü oli Eesti üks vanimaid moeajakirju, tuli kujunduses ühendada ajatu stiil nüüdisaegse moemaailma visuaalse keelega. Disainer tugines kujunduses kaunile kirjafontidele ja kvaliteetsetele fotodele. Ärielu oli aastaid Eesti juhtiv ja hinnatud majandusajakiri, mille konservatiivne sisu tingis klassikalise ja konkreetse kujunduskeele.

**Mõju ja tulemus** Avenüü pälvis oma kauni sisuga avalikkuse ja Eesti moeinimeste tähelepanu. Ärielu oli pika ajalooga hinnatud äriväljaanne Eesti turul.

**2** Mängude kogumikud Pihaleikit ja Sisäleikit ning meisterdamisjuhiste kalender Askartelukalenteri

**Lähteülesanne** 2009. aastal tellis Perinneleikit ry Graafikamarilt illustreeritud mängude kogumiku. Graafikamari ülesandeks sai kujundada ja joonistada mängude juhised ning kalendri meisterdamisülesannete juurde selgitavad ja huvi äratavad pildid, mis motiveeriks nii noori kui vanu koos tegutsema ja pärimuskultuuri hoidma.

**Kontseptsioon ja strateegia** Parima lahenduse leidmiseks viis Graafikamari koos trükise väljaandjaga läbi turu-uuringu ning küsitluse laste seas, saamaks teada sihtgrupi mängueelistused. Uuringust tulenevalt said trükise kujunduses tähtsaima rolli joonistused ning akvarelltehnikas maalitud taustad. Graafikamari töö ulatus ideede visandamisest trüki valmis materjali kujundamiseni.

**Mõju ja tulemus** Soome traditsiooniliste lastemängude kogumikust ja kalendrist on ilmunud neli erinevat trükist, mille levitamine toimub Soomes. Projekt jätkub.

**Kliendi kontakt** www.perinneleikit.fi

1



2.1



JAIN HEINMAA

2.2



JAIN HEINMAA

**3** Moekunstnik Oksana Tanditi logo

**Lähteülesanne** 2009. aastal pöördus Graafikamari poole tunnustatud Eesti moekunstnik Oksana Tandit, kes soovis muuta oma moebrändi senist logotüüpi. Brändi kaugem eesmärk on vallutada ka välisurget, nii oli lähteülesandes määrava tähtsusega logo „loetavus“ ja mõistetavus keelest ja kultuurikontekstist sõltumata.

**Kontseptsioon ja strateegia** Tellija soov oli uue märgi loomisel lähtuda monogrammist. Graafikamari kujundas nimemärgile uue vormi ning monogrammist tuleneva pindornamendi. Märki luues oli oluline leida nimetähtede elementide omavaheline mänguline kooskõla. Valiti avatud ja õhulisust edastav tüpograafia.

**Mõju ja tulemus** Tulemuseks on minimalistlik ja moedisaineri elegantset klassikalist stiili toetav logotüüp, mis on mõistetav nii Eestis kui ka rahvusvahelises keskkonnas. Seoses uue, Oksana Tanditi ja Mulberry kaubamärke koondava butiigi avamisega Eestis on kujundamisel ka esinduspoe logo, reklaamtrükised ning pakendid.

**Kliendi kontakt** www.oksanatandit.ee / www.suda.ee

**4** Meresõidukoolitusfirma logo

**Lähteülesanne** Meresõitja OÜ, kes on spetsialiseerunud meresõidukoolituste korraldamisele, tellis seoses ettevõtte arengu ja nimemuutusega Graafikamarilt uue visuaalse identiteedi.

**Kontseptsioon ja strateegia** Tööd alustati ajurünnakuga, mille käigus otsustati koos tellijaga, et uus logo peab kandma endas meresõidule omast kiire liikumise, avaruse ja julguse ideed ning traditsioonilisust. Seejärel visandas Graafikamari nimemärgi peamised jooned ning logo digitaliseeriti.

**Mõju ja tulemus** Meresõitja OÜ uus logo viitab dünaamikale ning koosneb firma nimest ja eraldi kasutatavast märgist. Koostöö ettevõttega on kestnud kümnekond aastat.

**Kliendi kontakt** www.meresoitja.ee

3.1



FILIPPO CAROTTI

3.2



4





## KONTAKT

**Identity**  
Pärnu mnt 142a  
11317 Tallinn  
info@identity.ee  
www.identity.ee  
Egle Raudvee  
T: +372 6830 2000

## TEENUSED

Korporatiivne visuaalne identiteet  
Brändi strateegia, positsioneerimine  
ja identiteet  
Brändi- ja pakendiarhitektuur ning -disain  
Strateegiline nõustamine  
ja konsultatsioon  
Turundusmaterjalide väljatöötamine

## KLIENDID

Statoil  
KESKO Foods  
Eesti Vabariigi valitsus  
Hansapank  
Baltika Grupp/Monton bränd  
Solaris Keskus  
ETV

## KEELED

Eesti  
Vene  
Inglise  
Soome

## MEESKOND

Ionel Lehari  
Maret Põldre  
Kristian Paljasma  
Egle Raudvee  
Ants Lusti

Ettevõtete ja organisatsioonide brändistrateegia ja visuaalse identiteedi väljatöötamisele keskendunud **Identity** visioon on olla juhtiv ja rahvusvaheliselt tunnustatuim brändinguagentuur regioonis.



IDENTITY

Ettevõtete strateegilise partnerina tegutsedes peab agentuur oma põhiväärtusteks süsteemsust ja meetodilisust. Need tagavad klientidele läbilöögivõimeliste brändiplatvormide arenduse koos olulise eristuvusega konkurentidest ja ekspordisuutlikkuse kasvuga.

Identity on oma üheksa tegutsemisaasta jooksul loonud enam kui 100 identiteediprogrammi ettevõtetele ja organisatsioonidele, muuhulgas Statoilile, Eesti Vabariigi valitsusele, Baltika Grupile, Solarise Keskusele, ETV-le, Maksu- ja Tolliametile, kinole Cinamon ja Kultuuriministeriumile.

Identityle kuulub seni kõrgeim rahvusvaheline tunnustus Eestist pärit agentuuride seas – 2008. aastal toimunud rahvusvahelisel reklaamifestivalil *Golden Hammer* pärjati ta tiitliga *Creative Agency of the Year*.

### 1 EXPO Eesti paviljon

**Lähteülesanne** 2010. aasta maailmanäitus toimus Hiinas Shanghai deviisi all "Parem linn, parem elu". Eesti otsustas osaleda korraldajate poolt pakutavas rendipaviljonis, selmet luua originaalset arhitektuuriobjekti. Põhjused olid paljuski pragmaatilised: unikaalne ehitus oleks olnud kallim ning teostuse juhtimine kauges ja võõras äri- ja kultuurikeskkonnas vaevarikas.

**Kontseptsioon ja strateegia** Hoolikalt läbimõeldud ja lahtikirjutatud Eesti EXPO-projekt oli lahendatud turundusliku, mitte arhitektuurse ülesandena. Kontseptsioon oli mitmekihiline ja keskendus eestlaste ilmavaate ning mõtteviisi edastamisele, püüdmata luua rendipaviljonist arhitektuuriimet, ent laskumata ka primitiivse turismipromo tasemele. Märksõnadeks olid säästlikkus, taaskasutus, inimeste kaasamine, low-tech, kogukondlik mõtteviis ja demokraatlikud väärtused.

**Mõju ja tulemus** Rahutus nihkes rahvariidemustrilistest kangapaneelidest fassaad varjas edukalt ilmetu rendipaviljoni ning kujunes visuaalseks magnetiks naabruskonna põhjamaiste paviljonide monokroomses keskkonnas. Kaheks jaotatud siseruumi rahvale nähtavas osas, avaliku ala taaskasutatud puidust trepistikul poseerisid üleelusuurused ja erksavärvilised hoiupörsad, igapäev oma number ning sõnum linnaelu parandamiseks. Külalastajad said valida oma lemmiknumeri ning hääletada, lastes hoiupörsa seljapilusse sedeli ning saates SMS-i. Pidev järjekord paviljoni ukse taga andis tunnistust õnnestunud lahendusest, värviküllane fassaad ning hoiupörsad olid fotohuviliste lemmikobjektide seas. Eesti paviljon oli ka üks vähesid, mis korraldajate väljahüütud deviisile tõsiselt võetava vastuse pakkus.

**Kliendi kontakt** [www.eas.ee](http://www.eas.ee)

### 2 IIZI

**Lähteülesanne** E-kindlustuse nime all tegutsenud kindlustusmaaklerile jäi pikk ning keelekeskne kirjeldav nimi uutele turgudele laienemisel jalgu. Väljapoolse Eesti piire suundudes oli vaja rahvusvahelist kaubamärki, mistõttu otsiti uut ja lihtsat nime. Mõttes oli luua kaubamärk, mis erineks nii oma nime kui ka olemuse poolest kindlustussektorile omasest traditsioonilisest ja igavast kuvandist.

**Kontseptsioon ja strateegia** Teenuse põhipositsiooni iseloomustamiseks sobis "kerge" või "lihtne" ning nii sündiski ingliskeelsest omadussõnast easy tuletatud brändinimi IIZI. Graafilisse vormi toodi pehme nime tasakaalustamiseks ning kiiruse iseloomustamiseks teravust. Nii sündiski töögrupis "pommitajaks" ristitud logokuju, mida iseloomustab lihtsuse, meeldejäävuse ning originaalsuse harvaesinev kooslus.

**Mõju ja tulemus** Eestis, Lätis, Leedus ja Soomes on kliendid ja partnerid IIZI kaubamärgi omaks võtnud ning ettevõttest on saanud Balti riikide turuliider. Täna on IIZI esindatud Eestis, Lätis, Leedus ja Soomes. 2010. aastal vahendas IIZI kindlustuspreemiaid ligi 40 miljoni euro eest. Lisaks on IIZI grupil plaanis siseneda rahvusvahelisele IT-lahenduste turule ning pakkuda IIZI services'i kaubamärgi alt info-tehnoloogialahendusi ja -teenuseid kindlustus- ja finantsvallas tegutsevatele ettevõtetele.

**Kliendi kontakt** [www.iizi.net](http://www.iizi.net)

### 1.1



### 1.2



### 1.3



### 3 Viimsi Kool

**Lähteülesanne** Eesti suurimaid kesk-kooli sai aastal 2006 uue ja arhitektuurset väljapaistva hoone. Uus maja vajab ka selget ideoloogiat ja visuaalset identiteeti.

**Kontseptsioon ja strateegia** Sõnastati kooli põhiväärtused, kus rõhutati võrdsete võimaluste pakkumist kõigile õpilastele, kooli sotsiaalset rolli ja piüüdlust tasakaalustatud arengu poole. Harmooniaaotlus vormis ja sisus juhataja loojad lääne kultuuri lätete juurde, Sokratese-eelsesesse Kreekasse. Neli universumi põhielementi – maa, õhk, tuli ja vesi – said logos uue ning modernse vormi, iseloomustamaks Viimsi Kooli filosoofilist vundamenti.

**Mõju ja tulemus** Täna on kooli korporatiivne identiteet kinnistunud ja omaks võetud. Hiljutise rahulolu-uuringu tulemusel selgus, et kooli hinnatakse ja siia soovitakse õppima tulla pigem kooli brändi maine kui kodu läheduse pärast. Kooli õpilaste arv on viimase viie aastaga suurenenud ligi 500 õpilase võrra.

**Kliendi kontakt** [www.viimsi.edu.ee](http://www.viimsi.edu.ee)

### 4 WePlay!

**Lähteülesanne** Tallinnasse loodav laua-, digi- ja kaardimängudele spetsialiseerunud pood vajab brändi. Enesekindla vastuoolu uujana sooviti ukseid avada kesk sügavat üleilmset majanduslangust 2009. aastal.

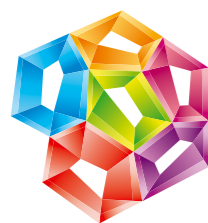
**Kontseptsioon ja strateegia** WePlay! puhul oli eesmärk luua dünaamiline noortebränd, mis meeldiks just kooliealistele ja teismelistele. Seepärast kaasati identiteedi väljatöötamise ka noorte kunstnike töid ja loodi muutuva identiteediga bränd, millesse kodeeriti sisse tubli annus tegijate attitude'i. Vormi otsingutel ammutati inspiratsiooni sihtgrupi visuaalsest maailmast ja nii loodi graffitist ja arvutiretost mõjutatud logo, mis raamistab mänguliselt muutuvat sisu.

**Mõju ja tulemus** WePlay! on tõestus sellest, et hea kontseptsioon müüb edukalt ka majanduslanguse ajal. Hetkel on WePlay!-i kauplus Tallinnas, lähijal laieneb WePlay! Tartusse ja Eestist välja.

**Kliendi kontakt** [www.weplay.ee](http://www.weplay.ee)







**erinevus  
rikastab**

6.1



6.2



## 5 Erinevus rikastab

**Lähteülesanne** TTÜ juures tegutsev Inimõiguste Keskus vajas homofobia- ja võõravihavastasele kampaaniale nii sõnalist kui ka pildilist identiteeti. Vältimaks takerdumist russofoobiasse või mõjumist geipropagandana, tuli programm defineerida positiivses ja üldises võtmes.

**Kontseptsioon ja strateegia** Ajurünnakutes sündis üleskutsena mõjuv elementaarne mõtlemisvõimega inimesel on hoiakuliselt raske vastu vaielda. Märkivalt toetab seda värviküllane ja struktuurselt põimunud geomeetiline kujund, mille saab ka "lahti harutada", kasutamaks seda kujunduselementidena erinevatel visuaalidel. Motiiv on pärit korallrahudelt, kus kirevas koosluses võib kohata erinevate eluvormide sümbioosi – tegu on looduse tabava metafooriga erinevuste rikastavale toimele. Geomeetria loovad rikastavat kontrasti illustreerivad – mustvalge ja vabakäeline koomiksižanris joonistuste sari, mis annab tegelastele ja süžeedele vajaliku tinglikkuse.

**Mõju ja tulemus** Sündis läbi aegade suurim erinevusteteemaline debatt, mis pälvis laialdast meediakajastust ja tekitas resonantsi kõikides ühiskonnakihtides ja -gruppides.

**Kliendi kontakt** [www.erinevusrikastab.ee](http://www.erinevusrikastab.ee)

## 6 Bauhof

**Lähteülesanne** Ehituskaupade poekett vajab uutele turgudele sisenemiseks ja koduturul suurema eristuvuse saavutamiseks uut brändi. Taotlemaks assotsiatiivset seost kvaliteedikuvandiga, pöörduiti saksa keeleruumi poole.

**Kontseptsioon ja strateegia** Visuaalne identiteet sai lihtne ja selge, fookusega nimel ja tugeval tunnusvärvil.

**Mõju ja tulemus** Täna on Bauhofist saanud Eesti ehituskaupade jaemüügi-turu liider, tuntuim ehituskaupluste bränd ja hinnanguliselt sektori hinnatuim bränd.

**Kliendi kontakt** [www.bauhof.ee](http://www.bauhof.ee)

7.1



7.2



## 7 Thermory

**Lähteülesanne** Termotöödeldud puidu, peamiselt põrandalaudade tootmisele keskendunud Tretimber vajab eksport-brändi.

**Kontseptsioon ja strateegia** Eksportiks loodud Thermory sai oma nime ja visuaalse identiteedi tehnoloogilise protsessist, mis oli oma loogilises lihtsuses rabavalt enesestmõistetav. Brändi jutustus poetiseerib põrandat läbi tantsuteema, mis lisab emotsionaalse mõõtme. Diapasoon nagu tootevalikki on lai – erinevaid meeleolusid ja temperamenti jagub aeglasest valtsist tangoni.

**Mõju ja tulemus** Projekt luua termopuidule tugev kaubamärk õnnestus. Thermory kaubamärk on kõige laiemat kandepinda leidnud Saksamaal, Austrias, Norras, Itaalias, USA-s, Belgias, Portugalis, Rootsis, Lätis, Venemaal jt sihtturgudel. Täna on iga terrassi-, voodri- ja põrandalaud, mis tootmisest väljub, märgistatud Thermory sümboliga.

**Kliendi kontakt** [www.thermory.com](http://www.thermory.com)

## 8 Tallinn 2011

**Lähteülesanne** Tallinn kui Euroopa kultuuripealinn 2011 vajab visuaalset identiteeti.

**Kontseptsioon ja strateegia** Ülesanne luua Euroopa kultuuripealinn 2011 identiteedi kujundus sisaldas endas paraja annuse paradoksaalsust. Ühelt poolt pidi kultuuriaasta identiteet olema jõuline ja oma lihtsuses meelde jääv, teisalt aga avatud ja paindlik, et haakuda kultuurifääri märgikeelelt rikkalike ilmingutega.

**Mõju ja tulemus** Lahenduses on lihtsust: silmapiirile asetatud aastanumbritest katus peidab endas muutuvat sisu kultuurile omases külluses. Logo silmapiiri alune ala on valla improvisatsioonidele ja parafraaseeringutele, tõlgendustele ja mugandustele, interpretatsioonidele ja arranžeringutele, plagiaatidele ja koopiatele. Identiteet võeti projektis osalejate poolt aegsasti enne kultuuriaasta saabumist omaks.

**Kliendi kontakt** [www.tallinn2011.ee/est](http://www.tallinn2011.ee/est)

7.3



7.4



8.1



8.2





**Iseasi**  
Rüütli 18  
10130 Tallinn  
T: +372 6766236  
iseasi@iseasi.ee  
www.iseasi.ee

Disainjuhtimise ja disaini strateegilise kasutuse konsultatsioon  
Disainiuringute ja disainiauditi läbiviimine  
Tööstusdisaini ja tootearenduse ühiskondlike ruumide sisearhitektuursed lahendused  
Disainmõtlemise ja kasutajakeskse lähenemise rakendamine erinevate ülesannete lahendamisel

Extery  
Thulema  
Konesko  
Cleveron

Eesti  
Vene  
Inglise  
Soome  
Ungari

Martin Pärn  
Edina Dufala-Pärn  
Sven Sörmus  
Pent Talvet  
Kaspar Torn  
Kätlin Kangur

**Iseasi** on isemoodi, rikka ja isesuguse kogemusega multidistsiplinaarne disainibüroo, kelle toimetamised ulatuvad tootearendusest tööstusdisaini ja arhitektuurini ning asjade projekteerimisest kogemuste loomise ja disainjuhtimise nõustamiseni.

# iseasi



Oma partneriteks otsib büroo ettevõtteid, kellega koos vormida nende soove ja võimalusi ajas kestvateks ning edukateks lahendusteks, mis toovad naeratuse näole nii ettevõtjatele kui nende toodete ja teenuste kasutajaile. Iseasi disainerid usuvad, et vastastikune kasu on võimalik ja see on edu ainuõige eeldus – selle nimel püütakse parimal moel avada klientide probleeme ning luua uusi ja tõhusamaid lahendusi, mis tuginevad kasutajate mõistmisele ning disainitehnikate kõrgtasemel valdamisele.

Iseasi disainerite pikaajaline ja mitmekülgne kogemus on teinud nad meistriks ka keerukate ja piiratud võimalustega ülesannete lahendamisel. Iseasi disainerid teavad, et alati võib teha asju teisiti ja samas veel paremini. Selle eelduseks on vastastikune usaldus ja suhtlemine juhtkonna tasandil. Ka teavad Iseasi disainerid, et nende kliendid usuvad disaini loodavasse väärtusesse, kuid rakendades disainmõtlemist tervikuna oma partnerite äriideede strateegilisse arendusse, on disainibüroo suuteline palju enamaks.

Iga Iseasi projekt algab uuringust, et paremini mõista kliendi probleeme ja eesmärke, tema soove ja võimalusi. Sellele järgneb kahepoolne koostöö lähteülesande püstitamisel ning seejärel loovlahenduste otsimise ja projekteerimise protsess kuni turuletoomise toeni välja.

Iseasi partnerite senise töökogemuse sekka mahub nii meditsiinitehnikat, elektroonikat, masinaid ja vanne, mööblit, ühiskondlike sisearhitektuurseid projekte ja ettevõtete disainjuhtimise alast nõustamist. Mitmeid töid on märgatud ka laiemalt ning need on pälvinud rahvusvahelist tunnustust konkurssidel *Red Dot*, *Adex Award*, *Braun Prize*, Bruno ja *European Design Management Award*.

Iseasi disainerid ei pea ennast staarideks. Staarideks on nende loodud tooted ja tehtud teod.

## 1 Klaari pingiseeria

**Lähteülesanne** Projekti eesmärgiks oli luua pinkide seeria, mis sobiks Helsingi linna identiteediga.

**Kontseptsioon ja strateegia** Disainerite sihiks oli mõista täpselt kliendi ootusi ja tabada loodud tooteperega Helsingi vaimu. Tegemist oli konkursiga ja seega n-ö välktööga.

**Mõju ja tulemus** Klaari pingiseeria võitis Helsingi linna hanke ja seda kasutatakse Helsingi avaliku ruumi sisustamisel. Variatsioone Klaari pinkidest müüakse teistes Euroopa riikides.

**Kliendi kontakt** [www.extery.com](http://www.extery.com)

## 2 Krogi büroomööbliseeria

**Lähteülesanne** Disainer Martin Pärn sai ülesandeks luua ökonoomne büroomööbliseeria.

**Kontseptsioon ja strateegia** Eesmärgiks oli luua seeria, mille hoolimata taskukohasest hinnast oleks selgelt eristuv identiteet ja mis moodustaks nii Thulema brändi kui majandustegevuse selgroo.

**Mõju ja tulemus** Krogi seeria kujunes kohe pärast turule tulekut Eesti üheks enimmüüvaks büroomööbliseeriaks. Soodsale hinnale vaatamata ei näi lahendus odavana ja seeriat kasutatakse ka esinduslikumate pindade sisustamiseks olles tõestuseks, et hea disain ei tähenda tingimata kallist hinda. Jätkuvalt edukas Krog on pälvinud Bruno disainiauhinna. Thulema terviklikku disainjuhtimist ning koostööd disainer Martin Pärnaga on tunnustatud European Design Awardil.

**Kliendi kontakt** [www.thulema.ee](http://www.thulema.ee)



## 3 Massaaživannide juhtimiskonsool ja kasutajaliides Leaf

**Lähteülesanne** Disainer Sven Sörmuse ideeks oli luua ettevõttele Aquator ainulaadne massaaživannide puuetundlik juhtimispaneel.

**Kontseptsioon ja strateegia** Standardsete mehaaniliste ja abstraktsete juhtsüsteemide asemele sooviti luua selgelt mõistetava ja lihtsalt juhitava puuetundliku ekraaniga juhtimiskonsool. Partneritena kaasati Artec Grupp, kes lõi seadmele uude tark- ja riistvara.

**Mõju ja tulemus** Uudse tehnoloogia kasutamine ja puuetundliku ekraani toomine vannitoa märga keskkonda andis võimaluse luua kasutajaliides, mille abil on hõlbus oma vannielamusi juhtida. Konsool võtab arvesse ka kergema nägemisvaegusega kasutajate vajadusi. Sveni pikaajalise koostöö tulemusena on Aquatori disainlahendusi märgitud ära Bruno konkursil ning ettevõtte disainjuhtimine on leidnud äramärkimist European Design Awardil.

**Kliendi kontakt** [www.aquator.ee](http://www.aquator.ee)



**Keha3**  
Soo 4  
10414 Tallinn  
www.keha3.ee

Katrin Karu  
T: +372 504 0813  
katrin@keha3.ee

Toote- ja tööstusdisain  
Disaini- ja tootearendusala nõustamine  
Keskkonnadisain  
Disainjuhtimine

Kultuuriväärtuste Amet  
Tartu Linnavalitsus  
Kultuurikatel

Eesti  
Vene  
Inglise  
Soome

Ville Jehe  
Margus Triibman  
Tarmo Luisk  
Pavel Sidorenko  
Aivar Lepp  
Katrin Karu  
Regina Rennu

Disainibüroo **Keha3** põhitegevusaladeks on tootedisain ja disainjuhtimine. Lisaks disaini-teenuste pakkumisele arendab Keha3 ka oma tooteportfelli, mis koosneb valgustitest, sisekujunduselementidest ja tänavainventarist.



Keha3-es töötavad Eesti ühed tunnustatuimad tootedisainerid: Tarmo Luisk, Margus Triibmann ning Pavel Sidorenko. Disainikompanii eeliseks on pikaajaline kogemus avaliku ruumi ja valgustuse disainis ning tootmises. Lisaks on tegu praktiliselt ainsa disainibürooga kohalikul turul, kes oma töodes edukalt ja oskuslikult kasutab LED-tehnoloogiat.

Keha3-e tugevus on madalad tootearenduskulud ning võimalus kasutada suurt allhankevõrgustikku. Ettevõtte rakendab Eestis uutset mudelit, kus disainibüroo on samal ajal nii tootearendaja, omanik kui ka müüja – disaini-ettevõtte on tahtmine ja võimalus suunata oma energia toote arendamisse, ei lepita vaid prototüüpide tegemisega.

Keha3-e disainerite valgusteid, välimööblit ning kujunduselemente iseloomustab läbimõeldud tänapäevane ja nutikas lahendus, millest ei puudu kunagi väike lõbus nüanss. Ettevõtte meeskond usub, et disainer loob inimese ümber asuva tehiskeskonna: kõik, mida me peale elusa looduse enda ümber näeme – nii materiaalsed objektid kui ka nähtamatud protsessid.

Oma töös lähtub ettevõtte põhimõttest, et ainult Eesti turu jaoks ei ole otstarbekas toota. Disainibüroo on juba välja valinud tooted, millel on eeldused rahvusvaheliselt edu saavutada, ning teinud välisurgude suunas ka esimesi samme. Lisaks plaanidele välismaal jätkab Keha3 linna- ja eluruumide vallutamist ka Eestis, olles ainsa kohaliku valgustidisainerina esindatud Tallinna valgustimüügi esindussalongis Hektor Light ning tõestades, et disainilähenedamise ega tootmise poolest ei jää Keha3-e tooted alla välismaistele.

#### 1 Tänavavalgustid

**Lähteülesanne** Keha3-e poole pöördus Eesti tööstusautomaatika seadmete projekteerimise, valmistamise ja müügi tegelev ettevõtte ATS Group OÜ, kelle eesmärgiks oli uude LED-tehnoloogial põhineva tänavavalgustelahenduse turuletoomine 2010. aasta sügisel. Tööstusdisainibüroo Keha3 valiti seetõttu, et tegu on ainukese ettevõttega Eestis, kellel on pikaajaline kogemus nii valgustite disainimisel kui ka tootmisel.

**Kontseptsioon ja strateegia** Lahenduse väljatöötamisel oli eesmärgiks saada unikaalse vormiga, tänapäevast disainikeelt ja tootele ainuomast identiteeti kande LED-tänavavalgusti korpus. Keha3-e disainerid lähtusid valgusti väljatöötamisel tootmiskõlblikkusest, funktsionaalsusest, esteetilisest kriteeriumidest ja ka sellest, et samu lahendusi võiks rakendada teistele tooteperekonda kuuluvatele toodetele tulevikus. Protsessis said paljuski määravaks tehnoloogilised tingimused: nõuetele vastav valgustugevus, madala temperatuuri tagamine korpus ja valgusti väliskülgedel, valguselemendi vahetamise kergus, korpuse kaal, sobitumine linnapilti, sobivus eri turgudele jpm.

**Mõju ja tulemus** Toote väljaarendamine on lõpusirgel ning plaanis on uute projektide näol koostööd jätkata. ATS Group veendus, et disain on protsess ja disainerid on partnerid, kellega koos ühise eesmärgi poole liikuda.

**Kliendi kontakt** <http://www.atsg.ee>

#### 2 Rattahoidja Grazz

**Lähteülesanne** Disainer Margus Triibmani tabas inspiratsioon ühel kevadisel jalgrattamatkal, kui ta puhkepausiks peatuses lükkas ratta võsanoorendiku vahele, kuhu see kenasti seisma jäi. Juhtunust innustatuna otsustas Keha3-e disainer laiendada disainibüroo tootevalikut rattahoidja näol.

**Kontseptsioon ja strateegia** Rattahoidja moodustub elastsetest plastikkattega metallvitstest, mille otstes paiknevad metallivaluõõsid rattaluku kinnitamiseks. Plastikkatte tõttu ei kraabita jalgrattaraami ära ning elastne konstruktsioon vähendab suuremate vigastuste ohtu näiteks ratas ümbervajumisel. Ratas püsib püsti metallvarbade jäikuse toel ning ratta lukustamiseks piisab tavapärase rattaluku asemel ka väiksemõõtmelisest tabalukust.

**Mõju ja tulemus** Rattahoidja Grazz saavutas konkursil "Eesti disain ja elukeskkond 2009" esimese koha. Bruno disainikonkursil 2010. aastal pidas rahvusvaheline žürii rattahoidjat tootedisaini kategoorias nominentide hulgas esiletõstmise vääriks. Rattahoidja on turul olnud aasta, toode on seeriatootmiseks valmis ning ootab tellimusi.



#### 3 Linnapink Klimp

**Lähteülesanne** Keha3-e disaineritele tundus, et avaliku ruumi mööbli osas valitseb turul konservatiivne, tõsine ning kohati igav meeleolu. Puudu oli lõbus, tänapäevast mõttelaadi edastav, kasutusmugavuselt paindlik ja dünaamiline mööbliese, mis ühtlasi vastaks kõikidele linnaruumi poolt seatud tingimustele – puudutagu see siis ilmastikku, vandalismi või pikka kasutusiga. Keha3, kes on aastaid linnamööblit disaininud, viis läbi linnakeskkonna uuringu ning pani kirja linnaametnike, arhitektide ning linnaruumis liikuvate kodanike soovid. Vastavalt saadud infole alustasid disainerid linnapingi loomist.

**Kontseptsioon ja strateegia** Pingi Klimp vorm ühes oma põhiasendis kannab traditsiooniliste pargipinkide ja teisalt tubaste sohvade vormi, olles mõeldud konservatiivsema meelelaadiga tarbijale. Pinki keerates tekivad uued ja ootamatud vormid, mis kõik on mugavalt kasutatavad istumiseks, nõjatamiseks või muidu mõnusaks äraolemiseks. Äramärkimist väärib pingi materjal, milleks on taaskasutatav plastmass – pingi tegemiseks ei ole vaja maha raiuda ühtegi puud.

**Mõju ja tulemus** Pink valmis 2010. aasta sügisel. Keha3 on avatud pakkumistele. Klimpist võiks saada kas Tallinna, Londoni, Madridi või ükskõik millise maailmalinna sümbol.

#### 4 Identiteet läbi valgustite – Kultuurikatel

**Lähteülesanne** Arhitektuuribüroo Pink sisearhitektid pöördusid Keha3-e poole ülesandega luua eripärased valgustid, mis saaksid Kultuurikatla identiteedi kandjaks.

**Kontseptsioon ja strateegia** Kuna Kultuurikatla ruumide näol on tegu endise katlamaja ruumidega, lähtusid disainerid lampe luues vana elektrijaama sümboliliselt.

**Mõju ja tulemus** Täna hetkeks on Tallinna linn kui tellija valgusti idee ja prototüübi heaks kiitnud. Kultuurikatel on kultuuripealinna Tallinn 2011 suurimaks ja olulisimaks ehitiseks.

**Kliendi kontakt** <http://pink.ee/>  
[www.tallinn.ee](http://www.tallinn.ee)





**Konstruktor**

Kadi Adrikorn  
T: +372 5648 5246  
kadiadrikorn@hotmail.com

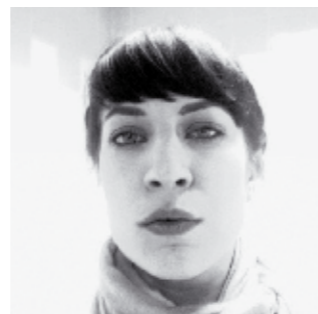
Rõivamudelite tehniline disain  
Rõivaste tehnilise disaini konsultatsioonid  
Tootmisprotsesside korraldamine

KM Ideas / Tallinn Dolls  
Liisi Eesmaa  
Karolin Kuusik

Eesti  
Vene  
Inglise

Kadi Adrikorn

**Konstruktori** tegevusvaldkond on rõiva-  
disainialased konsultatsioonid, tehniline disain  
ja teostus ning rõivatootmisprojektide juhtimine.  
Konstruktori näol on tegu disaineri parema  
käega, kes töötab välja disainerite rõivamudelid  
ning aitab nende keerulisi ideid ellu viia.



Konstruktori peamiseks teenuseks on mudelite välja-  
töötamine, see tähendab, et nii disainerid kui ka ettevõtjad  
võivad oma idee ja/või joonisega pöörduda Konstruktori  
poole ning sellest koostööst sünnib rõivaese või kollektsioon.  
Lisaks on võimalik sõlmida projektipõhine leping näiteks uue  
kollektsiooni väljatöötamise ajaks. Ettevõtete soovi ja  
huvi korral saab tehniline disainer Kadi Adrikorn korraldada  
ja juhtida ka kõiki ettevõtte tootmisprotsesse.

Kadi Adrikorn on väga pädev mudelite loomises ja  
disainerite visioonide elluviimises. Koostöö lõpptulemusena  
valmib lõige, mis on nii kontseptsioonilt kui ka tehnolo-  
ogiliselt täpselt läbi mõeldud. Eeskätt tegeleb Konstruktor  
naiste rõivastega (kleidid, seelikud, pluusid, jakid, mantlid,  
korsetid jne), kuid võimalik on tellida ka meeste riiete  
teostust. Ettevõtte eeliseks on projektide regulaarne  
vaheldumine, mistõttu pole kinnistunud ühene mõtlemisliin  
– pidevalt tekivad uued ideed ja järjest leidlikumad  
lahendused.

Konstruktoriga koostööd tehes peaks arvestama,  
et rõivamudeli disainimisele ja konstrueerimisele kulub  
ligikaudu nädal, kuid keerulisemate ideede ja lõigete puhul  
võib protsess olla oluliselt pikem.

#### 1 Tallinn Dolls'i kollektsioonide elluviimine

**Lähteülesanne** Konstruktori kliendiks olid rõivabrändi Tallinn Dolls arendajad, kes seadsid Kadi Adrikornile lähteülesandeks tunnustatud Eesti disainerite Karolin Kuusiku ja Liisi Eesmaa kollektsioonide elluviimise joonistest poeetile jõudmiseni.

**Kontseptsioon ja strateegia** Kollekt-  
siooni tegemisel oli Konstruktori  
peamiseks eesmärgiks pakkuda tellijale  
kõige paremat ja soodsamat tehnilist  
lahendust. Projekti ellu viies pidas  
Kadi Adrikorn kõige otstarbekamaks ja  
mugavamaks pidevalt ettevõttes kohal  
olla, et vastavalt olukorrale optimaalse  
kiirusega reageerida ja kogu protsessi  
juhtida. Ta töötas välja mudelid –  
maketid, lõiked, tehnoloogiad – ning  
suhtles jooksvalt tootmisettevõtetega.  
Üheks väljakutseks oli leida kõige  
otstarbekam viis liigendada kollektsioon  
mudelite perekondadeks nii, et  
eriilmeliste rõivaste lõppkliendini  
jõudmine oleks lihtne ja kiire. See  
täendas moedisaineritega kompro-  
misside tegemist, ettepanekute  
väljakäimist ja pidevat omavahelist  
suhtlemist. Kõige olulisemaks eesmärgiks  
jäi alati hea ja silmapaistev disain.

**Mõju ja tulemus** Uus ja omanäoline  
rõivabränd sai palju vastukaja meedias  
ja võitis klientide südamed. Tallinn Dolls'i  
rõivaid müüakse omanimelises pop-up  
poes.

**Kliendi kontakt** Mari Martin /  
KM Ideas OÜ / T: +372 5622 6225

1.1



1.2



1.3





**Kristina Viirpalu** kaubamärgi all tegutsev ettevõtte on keskendunud peamiselt naisterõivaste, autoriehete, käsitsi kootud kleitide ning peo- ja pulmarõivaste disainile ja müügile.

Ettevõtte peadisainer Kristina Viirpalu austab vanu traditsioone ja modernset stiili. Oma loomingus kasutab moedisainer tarbijasõbralikke materjale ning eelistab lihtsaid ja selgeid jooni, sidudes need keeruliste lõigete ja *art déco* värvipaletiga. Kristina Designi tooteportfell jaguneb kolmeks. Esimese tootegrupi moodustavad üleriie kolektsioonid, mis koosnevad peamiselt unikaalsetest ja keeruliste lõigetega üksikeksplaridest: mantlitest, jakkidest, kostüümidest, õhtu- ja pulmakleitidest. Teise grupina valmivad kordumatutes värvitoonides väikeseeriatoodekena sukad, sukahoidjad, sukkpüksid ja retuusid. Kolmanda tootegrupi moodustavad peenvillast käsitsi kootud eksklusiivsed õhtu- ja pulmakleidid, mis baseeruvad ajaloolisel Haapsalu salli tehnikal. Individuaaltellimustena valmivate eksklusiivsete pulmakleitide kliendid asuvad peamiselt välisriikides. Kristina Viirpalu kootud kleiti kandis ka presidendiproua Evelin Ilves Eesti Vabariigi aastapäeva vastuvõtul 2010. aastal.

Esimestel aastatel tegeles Kristina Design peamiselt tellimustööde ja ainuüksplariididega, kuid alates 2010. aastast on suund võetud väikeseeriaste tootmisele. Käesoleva aasta suvel alustati edukalt kollektsioonide müüki Soome turule, kus esimesed kliendid on Helsingi südalinna asuvad eksklusiivsed butiidid *Ajatar* ja *My o My*. Ettevõtte konkurentsieeliseks nii Eestis kui välisriigis on kiirus ja paindlikkus uute mudelite turuletoomisel, väga kvaliteetsed materjalid ning uuendusliku lähenemisega lõiked.

Lõigete digitaliseerimine, näidismudelite väljatöötamine ning ainuüksplariidide ja väikeseeriaste valmistamine toimub Kristina Designis kohapeal. Tiražeeritavad tooted tellitakse alltöövõtu korras Eestis asuvatel õmblusettevõtetel, kangad ja muud materjalid ostetakse sisse maailma juhtivatelt kangatootjatelt.



## 1

**Lähteülesanne** Kristina Viirpalu otsustas luua oma kaubamärgi, mille tooteid turustada nii Eestis kui ka välisriigis.

**Kontseptsioon ja strateegia** Disainer lähtus kaubamärgi loomisest ideest, et tooted peaksid olema jõuliselt naiselikud. Otsustati valida sukatooted, mille puhul said olulisteks märksõnadeks efektne välimus ja pikaajaline kantavus. Materjalidest otsustas disainer lüüra kasuks ning tootmisviisiks valiti õmblemine, mis tagab sukade parema vastupidavuse. Töö käigus tekkisid mitmed alagrupid: põlvikud, sukad, sukkpüksid, retuusid, sukahoidjad ja korsetid. Kõik tooted on liigitatud mustriks lähtuvalt eri kategooriatesse – laiema värvilise triibu ja kitsa rullkandiga põlvikud, laia ja kitsa triibuga sukad ning käsitsi tikitud sukad, põlvikud ja sukkpüksid. Kuna tegemist on unikaalüksplariididega, saab toodete tellija ise määrata, millistes värvikombinatsioonides ja kui laia triibuga tooteid ta turustada soovib.

**Mõju ja tulemus** Esialgu müüdi tooteid Kristina Designi kaupluses, seejärel jõudsid need müügile Riia kauplusesse Sockbox. Teine edasimüüja on hetkel kauplus My o My Helsingis. Tegemist on maailmas täiesti unikaalse toodanguga, mis on Kristina Designi peamisi müügijartikleid. Tooteid arendatakse pidevalt edasi.

**Kliendi kontakt** Sockbox Riias ja My o My Helsingis.

## 2

**Lähteülesanne** Eesmärgiks oli Kristina Viirpalu kaubamärgi tootevaliku laiendamine ning uute toodete turustamine lisaks Eestile ka välisriigis. Teise tootekategooria moodustavad naiste ülerõivad – mantlid ja kostüümid, mille disainis lähtuti taas jõulisuse ja naiselikkuse kombinatsioonist.

**Kontseptsioon ja strateegia** Kristina Viirpalu otsustas luua väga erilise, tänaval kohe silma hakkavatest esemetest koosneva kollektsiooni, mis oleks samas siiski n-õ kiiksuga klassika. Kasutatakse vaid väga kvaliteetseid kangaid. Eduka eksporttegevuse tagamiseks otsustas ettevõtte palgata Soome meediaagentuuri D'Oro Mediapalvelu.

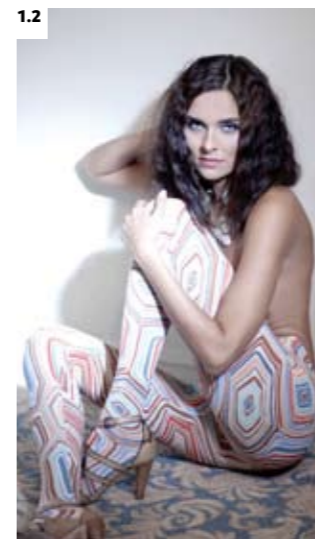
**Mõju ja tulemus** Tootevalikus on 40 eri rõivaeset, mantlid on hetkel müügis Helsingi butiidis Ajatar.

**Kliendi kontakt** Ajatar / www.ajatar.fi

## 1.1



## 1.2



## 1.3



## 1.4



## 1.5



## 2.1



## 2.2



## 2.3



## 2.4



## 2.5



## 2.6



## 2.7





## KONTAKT

**Kromo Disain**  
Roosikrantsi 8-3  
10119 Tallinn  
info@kromodisain.ee  
www.kromodisain.ee

Anzhelika Torn/ Marko Uibo  
T: +372 516 4040

## TEENUSED

Sisekujundus ja keskkonnadisain  
Disainialased konsultatsioonid  
Erimööbli ja sisustuselementide  
projekteerimine  
Tootedisain (mööbel, valgustid,  
sisekujunduselemendid)  
Projektijuhtimine ning autorijärevalve  
Mööbli ja sisustuskaupade müük

## KLIENDID

Hardmeier OÜ  
United Motors  
Vihterpalu Mõis  
Buen Provecho OÜ  
Husqvarna Eesti OÜ  
Pernod Ricard Estonia OÜ  
SIA Autohalle

## KEELED

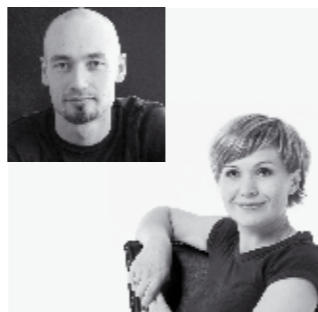
Eesti  
Vene  
Inglise  
Soome

## MEESKOND

Anzhelika Torn  
Marko Uibo

**Kromo Disain** tegutseb disaini ja sisustamise valdkonnas, pakkudes tootedisaini ja sisekujundusalaseid konsultatsioone ning teenuseid. Disainerid peavad oma töös oluliseks säästva mõtteviisi arendamist kvaliteetsete toodete kaudu.

kromo  
disain



Kromo Disain on peamiselt sisekujunduses tegev disainiettevõtte, kelle unistuseks on keskenduda senisest enam toodete loomisele. Pikk koostöökogemus Läti partneritega on Kromo Disainile andnud sealsest turust hea ülevaate, mistõttu on Läti turust huvitatutel soovitav koostööd teha just selle meeskonnaga.

Disainerite Marko Uibo ja Anzhelika Torni näol on tegu vastutulelike ja vastutustundlike partneritega, kes hindavad kliendiga koos ühise eesmärgi nimel tegutsemist. Kromo Disainiga koostööd tehakse tuleks arvestada, et projektid koosnevad kahest etapist: esimene hõlmab kliendi tundmaõppimist, ideede väljatöötamist, mõõdistamist, konsultatsioone ja plaanide koostamist, teises etapis toimub kavandite ja ideede tutvustamine, kooskõlastamine, täpsustamine ja kinnitamine ning etapp lõpeb projekti elluviimisega. Esimene ja teine etapp kokku kestavad ligikaudu kuu, kuid reaalse sisekujundusprojekti või toote disainimise ajakulu sõltub suuresti konkreetse töö mahust, kliendi soovist ning koostatud lähteülesandest.

### 1 Vihterpalu mõisa sisekujundusprojekt

**Lähteülesanne** 2004. aastal alustasid Kromo Disaini disainerid koostööd Vihterpalu mõisa omaniku Timo Lembergiga, kes oli selleks ajaks tegelenud mõisa renoveerimisega juba kolm aastat ja suuremad üldehitustööd lõpetanud. Disainerite ülesandeks oli mõisa peahoone sisekujundusprojekti koostamine. Lahendus pidi olema kooskõlas mõisa kui ajaloolise hoonega ja samas siduma vana maja uue valitud suunaga, milleks on hotell ja konverentsikeskus. Peamajaja oli planeerinud 19 hotellituba, peosaal, kaks seminariruumi, raamatukogutuba, restoran, baar ja kaks sigarituba. Kuna mõisa algsest arhitektuurist ei ole jäänud säilinud, ei teatud mõisa omaaegsest väljanägemisest midagi. Ka originaalset oli mõisas säilinud vähe – vaid üks kahest puittrepist, kaks lihtsamat ahju, tükike Pompei stiilis seinamaalingut, suure saali sambad ja osa karniisist. Seega kaasnes ülesandega suur vastutus mõisahoonel ajaloo ees.

**Kontseptsioon ja strateegia** Töö jagati tähtsuse järjekorras neljaks etapiks. I etapp koosnes objektiga tutvumisest, vajaliku infoaasi loomisest ja ideekavandite väljatöötamisest. II etapis toimus projekteerimine, mis sisaldas mõisahoonel värvikombinatsioonide ja seinakattematerjalide valimist ja peasaali seinamaalingute läbitöötamist, samuti eritellimusel valmistatava mööbli, kardinade ja muude sisustusdetailide ning aksessuaaride projekteerimist. Selles etapis esitas Timo Lemberg disaineritele ka oma nägemuse tulevases mööblis ja sealhulgas motiivist, mis praegu valminud mööblit kaunistab. Tootedisainer Marko Uibo töötas välja Vihterpalu mõisa mööblisarja kahes interpretatsioonis, ühe lihtsamatesse ja teise sviitubadesse. III etapp haaras spetsiaalse valmismööbli, antiikmööbli ja aksessuaaride valikut.

Valmismööbel telliti Itaaliast, antiikesemete otsimisele kulus üle poole aasta. IV etapp sisaldas projekti järelevalvet, konsultatsioone tellijaga, suhtlemist alltöövõtjate, materjali pakkujate ja tarnijatega. Neljandas etapis toimus ka projekteeritud mööbli ja sisekujunduselementide teostaja leidmine ja valmistamisprotsessis osalemine, siseviimistlusmaterjalide ning paigaldatud sisekujunduselementide sisekujundusprojektille vastavuse kontroll ja kvaliteedinõuete jälgimine. Viimases etapis osutus keerulisimaks leida eritellimismööbli teostaja, kes lõpuks leiti Lätist.

**Mõju ja tulemus** Poolteist aastat koostööd tellijaga on lühike aeg Vihterpalu mõisa pikas ajaloos, aga Kromo Disaini disaineritele andis see palju kogemusi, rõõmu ning hulga mälestusi. Mõisaga jäid rahule muinsuskaitse, päästeamet, tervisekaitse ja teised olulised ametid. Disainerite töö kiitsid heaks ka mõisa omanikud ja külastajad.

**Kliendi kontakt** www.vihterpalu.ee

### 1.1



### 1.2



### 2 Sõrmistikud läbipääsu kontrollsüsteemide tootjale ja paigaldajale OÜ Hardmeierile

**Lähteülesanne** Hardmeier OÜ tegevusalaks on valvetsüsteemide loomine, müük ja paigaldus. Süsteemi üheks lüülis on sõrmistik, mida kasutatakse kontorit või kodu valvetsüsteemi erinevatele kasutajatele. Ülesanne oli luua ühe sõrmistiku kaks versiooni – lihtsam LED-indikaatoritega ja teine nõudlikumale kliendile LCD-ekraaniga. Toote üks tähtsamaid kriteeriume oli madal tootmishind. Klient oli otsustanud hea puhastatavuse huvides kasutada kilenupustikku ja määratud nuppude asetuse.

**Kontseptsioon ja strateegia** Kromo Disaini meeskonnaga liitus tootedisainer Veiko Liis, kellel oli häid kogemusi plastiktoodete alal. Kuna kliendil oli tulevases tootest üsna selge ettekujutus, leidis meeskond kiiresti sobilikud kujunduslahendused, et koos Hardmeier OÜ inseneridega edasi keskenduda tehnilistele küsimustele. Kui meeskond oli jõudnud klienti rahuldava lõpplahenduseni, tehti viimased korrektuurid tootejoonistes ning algas tootmine.

### 1.3



### 1.4



### 2.1



### 2.2





**Leonardo Disain**  
 Kentmanni 10-2  
 10116 Tallinn  
 www.leonardo.ee  
 Leonardo Meigas  
 T: +372 501 6479  
 leonardo@leonardo.ee

Tootedisain  
 Visuaalne kommunikatsioon  
 Korporatiivgraafika  
 Näituste ja muuseumiekspositsiooni  
 kujundus  
 Audiovisuaalsete ja  
 valgusinstallatsioonide loomine

Välisministeerium  
 Tallinna Kultuuriväärtuste Amet  
 Tallinna Linnamuuseum  
 Inseneribüroo "Skoop"  
 OÜ Hansanova  
 MTÜ Valgusfestival

Eesti  
 Inglise  
 Vene

Leonardo Meigas

**Leonardo Disain** on Leonardo Meigase disainibüroo, mille peamised tegevusvaldkonnad on tootedisain ning näituste, muuseumide ja linnaruumi kujundamine. Disainibüroo lähtub oma töös juhtmõttest, et disainimine on interpreteeriv tegevus, mille käigus saab kuuldavast ideest ja sõnast midagi kombatavat ja reaalselt.

Disainer Leonardo Meigas on disainivaldkonnas tegutsenud juba alates 1980ndatest, mis teeb temast Eesti disaini väga pikaajalise kogemusega tipptegija. Disaineri amplituuda on väga lai – ta on teinud nii sisekujundusi kui disaininud mööblit, valgusteid ja kelli, loonud kommunikatsioonidisaini ning firmade logosid.

Lisaks Eestile on Leonardo Disain pälvinud tunnustust ka välismaal – disaineri keraamika on jõudnud nii Soome kui Prantsusmaale ning infomaastiku kujundus Moskva Kunstiöötajate Keskajas on üks tema hinnatumaid töid. Disainer on korduvalt tõestanud, et saab suurepäraselt hakkama nii funktsionaalse disaini kui ka vabakunsti-projektidega. Leonardo Meigas unistab teemapargi disainimisest kontseptsioonist lõpliku teostuseni.

Leonardo Disain väärtustab koostööd tellijaga ning leiab, et ühine projekt peaks viima sünkroonsele avastus-retkele. Disainer on seisukohal, et disainis pole üht ja ainsat õiget vastust, vaid neid on mitu, millest tuleb leida sobivaim. Meigas on veendunud, et hea disain sünnib vaid siis, kui mõlemad koostööpartnerid on avatud mõtlemisele.

Koostöö erinevate klientidega on toonud disaineri ellu küllaga põnevust. Kõige tulemusrikkam on aga partnerlus klientidega, kel on aega ja tahtmist disainiprojektidesse süüvida, sest disain vajab aega, hoolt ja armastust. Leonardo Disainis teostatavate projektide aja- ja ressursikulu sõltub suurel määral kliendi detailsetest soovidest, näiteks lihtsama korporatiivgraafika loomisele kulub vähemalt üks nädal.

leonardo  
design



TII VEERMAE

**1** Kiek in de Köki suurtükitorni ja bastionikäikude renoveerimine

**Lähteülesanne** 2009. aastal tellisid Tallinna Kultuuriväärtuste Amet ja Tallinna Linnamuuseum Leonardo Disainilt Kiek in de Köki suurtükitorni renoveerimiseks ruumidele ja näituse väljapanekule uue disainilahenduse.

**Strateegia ja kontseptsioon** Leonardo Disaini eesmärgiks oli luua tänapäevaste elektrooniliste vahendite kaasabil atraktiivne, minevikukihistusega ruumi respektiivne näituse kujundus. Suurtükitorni loomingu disainilahenduse puändiks sai VI korruse kohvik, kus on dominandiks laes rippuv üleelusuurust suurtükipommi meenutav kell "Kuu", mis harmoneerub keskkonnaga ning annab endast täis- ja veerandtundidel heliliselt märku, kellanumbri aga võib tõlgendada sajanditena. "Kuu" on torudest ja võrgust karkassiga kerakujuline vorm, mille krobeline pind markeerib keskaegse kivikuuli faktuuri. Võlvruumi laes täpselt pörand keskel klaasitud augu kohal rippuv kell tundub ise olevat väljaspool aega, seda vaadates kaob ajataju: sekundid jooksevad ümber "pommi", valgustades keskel vaid väikest löiku ja üht numbrit. Kohvikusse disainis Meigas ka seitse ümmargust lauda ja 21 tooli – detailsemalt on läbi töötatud tooli poolkerakujuline liikuv seljatugi, mida saab kasutada ka abilauana.

**Mõju ja tulemus** Kiek in de Köki külastajate arv on võrreldes 2006. aastaga kahekordistunud.

**Kliendi kontakt** Tallinna Linnamuuseum

**2** Ajarong

**Lähteülesanne** 2009. aasta kevadel korraldas Tallinna Linnamuuseum bastionikäikude renoveerimistööde raames Ajarongi disainiideede võistluse. Konkursi idee oli paigutada liikuv sõiduk bastionikäikude pikimasse sirgelt kulgevasse löiku. Mõte oli julge, sest nii keerukat atraktsiooni Eesti muuseumides varem ei leidunud.

**Strateegia ja kontseptsioon** Leonardo Disaini peamiseks küsimuseks sai Ajarongi stiili valik – kas sobitada midagi vana interjööri või luua sellele vastanduv, ulmeline seade – valiti viimane. Järgnes koostöö inseneribürooga Skoop konstruktsiooni projekteerimisel ja karkassi esimesed katsetused firmas Hansanova. Tuli leida materjalid, millest rong valmistada, nii et ta ei hallitaks ega mädaneks, oleks tugev, lihtsalt puhastatav ja muuseumikülastajale turvaline. Kitsad bastioniseinad mugavusi ei võimaldanud. Ajarongi välisvorm on visioon aja lõputusest ja meie elu vormivast perioodilisusest. Ajarong on kaheksast sektsioonist koosnev mänguline liikur, mis sõidutab muuseumikülastajaid külgsuunas 68 meetrit edasi ja tagasi. Sõidu ajal vaadatakse videoprogrammi monitoridest, mis kinnituvad üles-alla liikuvate visiiride külge. Rong vastandub teda ümbritsevale röskete bastionikäigule sisevalgustuse külmalgete LED-lampide ja otsavagunite punaste hõõguvate poolkeradega. Projekti tegi eriliseks muuseumi paiknemine Tallinna vanalinnas ja ekspositsiooni tehniliste lahenduste esmakordne kasutamine.

**Mõju ja tulemus** Kiek in de Köki külastajate arv on võrreldes 2006. aastaga kahekordistunud.

**Kliendi kontakt** Tallinna Kultuuriväärtuste Amet / Tallinna Linnamuuseum

1



2.2



2.3



TII VEERMAE





### 3 Valgusinstallatsioon "AEG"

**Lähteülesanne** Uue, 21. sajandi saabumist Tallinnas sooviti tähistada suurejoonelise valgusinstallatsiooni ja etendusega Harjumäel. Lavatüki ja installatsiooni eesmärk oli visualiseerida kõiki ühendava aja kulg ning luua väljakut aktiveeriva energiväljaga keskkond. Ideed esitleti Tallinna Linnavalitsuses ja Kultuuriministeeriumis ning saadi luba.

**Kontseptsioon ja strateegia** Disainer Leonardo Meigase, lavastaja Jaanus Rohumaa ja produtsent Valdo Kasega koostöös loodud installatsioon koosnes neljast osast – eluring, ajatelg, ajasambad ja laser kell. Eluring väljendas ühtekuuluvust ja pühitsetust ning esitas valgusprogrammi, mis oli sünkroniseeritud väljakul kõlava muusikaga. Mõõda ajatelge liikus valgus, täites selle tsükli 60 sekundiga. Ajasambad näitasid kellaaegu 12 eri ajavööndis ja signaliseerisid uue aastasaja algusest vastava maa tähtsaimas linnas: Honolulu, New Yorgis, Buenos Aireses, Rio de Janeiros, Londonis, Brüsselis, Moskvast, Bangkokis, Pekingis, Tokyos, Sydneys, Kiribatis. Laser kell moodustus Tallinna Linnavalitsuse hoone keskele paigutatud laserist väljuvast kiirest. Kella "numbrilauaks" oli hoone fassaad. Tänu laseri suurele võimsusele olid osutid ka küljelt vaadatuna nähtavad ja ülaasendis ulatus kiir kolme kilomeetri kõrgusel olevate pilvedeni.

**Mõju ja tulemus** Installatsioon asus Tallinna kesklinnas Vabaduse väljakul ning töötas seanssidenal alates 27.12.1999 kuni 03.01.2000. Leonardo Meigase valgusinstallatsioon "AEG" visualiseeris aja kõikeläbivat ja kõiki ühendavat kulgu ning lõi pealtvaatajaid aktiveeriva energiväljaga keskkonna. Projekti kajastati laialdaselt Eesti meedias ja ka BBC telesaates World 2000 Today.

**Kliendi kontakt** Kultuuriministeerium / Tallinna Kultuuriväärtuste Amet

### 4 Keraamikasari "MERI"

**Lähteülesanne** Tallinna Keraamika-tehase tellimus oli luua keraamiline tootepere, mis sobiks kokku tänapäevase minimalistlikus stiilis sisekujundusega ja vastaks seejuures head disaini hindava tarbija kriteeriumidele.

**Kontseptsioon ja strateegia** Leonardo Meigas lähtus tellimust lahendades Eestile omasest mere-teemast. Disainer oli mitmel suvel kogunud fotode ja kipsäljenditena mere liivase põhja kauneid fragmente. Need reljefid said aluseks tulevasele kivikeraamikast toodete sarjale. 2004. aasta juunist asus Meigas koos kipsvormide meistriga Tallinna Keraamikatehases toodete prototüüpe valmistama.

**Mõju ja tulemus** Kahe aastaga valmisid ja läksid tootmise seinakell "Mere-aeg", vaagen ja taldrik Mere Jälg, küünlaalus Mere Tuled ja lilleseadealus Mere Öied. 2006. aastal esitleti sarja Pariisis messil Maison&Objet ja 2008. aastal Bornholmi saarel näitusel European Ceramic Context. Swedbank valis vaagna Mere Jälg oma korporatiivkingituseks.

**Kliendi kontakt** Tallinna Kunstkeramikatehase





## KONTAKT

**Les Petites Disain**  
E-R 12-18 / L 12-16  
Tartu mnt 28  
10115 Tallinn  
www.lespetites.ee

Elena Volk  
T: +372 5817 6831  
elena@lespetites.ee

## TEENUSED

Disainitoodete müük  
Disainehete töötoad  
Moedemonstratsioonid

## ESINDATUD DISAINERID

Karolin Kuusik  
Liisi Eesmaa  
Jaana Varkki  
Mari Martin  
Vassilissa  
GKDisaini  
Marimofashion

## KEELED

Eesti  
Inglise  
Vene

## MEESKOND

Elena Volk  
Liisi Joala

*Eesti mitmete tunnustatud disainerite ja loomeinimeste loomingut pakub stiilne kauplusalong **Les Petites** Tallinna kesklinnas Tartu maanteel. Valik ulatub nutikalt disainitud tarbeesemetest eksklusiivse kõrgmoeni.*



Salong Les Petites keskendub unikaaldisainile – eksponeeritud on tarbekunst, mööbel ja valgustid, ehted, riided ning rahvustemaatika uuendatud ja klassikalisel viisil. Les Petites'i teeb eriliseks ainulaadne võimalus soetada vaid siit kõige värskemad valikud tekstiilikunstnike Liisi Joala ja Helen Valki, GKDisaini ehtemeistrite, meeste disainrõivaste brändi Marimofashion ning TallinnDolls'i loomingust.

Tuntud disaineritest on salongis Les Petites esindatud Vassilissa, Karolin Kuusiku ning Liisi Eesmaa (TallinnDolls), Mari Martini (Re-Use Republic), Jaana Varkki (Monton), Anneli Valtini (Waltin Disain) ja Helen Valki looming. Eksponeeritud on ka täna veel laia publiku poolt avastamata talentide šedöövrid. Les Petites tegutseb lisaks aktiivsele müügile ka atraktiivse galeriina, kus viiakse pidevalt läbi nii moedemonstratsioone kui meistritubasid. Nii on Les Petites'i ukseid näitusepinda otsivatele disaineritele alati avatud. Populaarsed ehteringid ning teised loomingulisust avavad üritused ootavad kõiki huvilisi.

Tallinnast kaugemal asuvatele disainisõpradele on avatud ka e-pood [www.lespetites.ee](http://www.lespetites.ee). Eelneval kokkuleppel saab teoseid tellida ka välisriikidest.





**Loomelabor** on ettevõtte, mis tegeleb disaini ja tootearendusega ning pakub ka disainialast nõustamist. Pikaajalise tegutsemise jooksul on Loomelabori disainer Annika Laigo kujundanud mitmekülgse valiku kodutekstiile ning muid tooteid, mida on edukalt turustatud peamiselt välismaal. Aastatega on Loomelaboril kogunenud arvestatav välismessidel käimise ja esinemise kogemus.

Annikelaigo on Eesti tunnustatuimaid tekstiilidisainereid. Tema uued vaibad ja Kivi-istmed on pärvinud mitmeid disainiauhindu kodu- ja välismaal ja neid on müüdnud nii Euroopas kui ka USAs ja Jaapanis. Annika Laigo usub kvaliteetsete asjade jäävusse, tema toodete puhul on olulised uudsus, esteetika, kasutusmugavus ja üheaegselt nii trendikus kui ajatus. Ettevõtte konkurentsieelisteks on loodud toodete vau-efekt, paindlikkus ning disaineri suur kogemustepagas.

Tekstiil- või sisekujundustoote loomisprotsess kavandist tootmisvalmis prototüübini kestab kuus kuud kuni paar aastat. Töö koosneb mitmest etapist: uue koostööpartneriga tutvumine ning tema soovide kaardistamine; disaini lähteülesande läbitöötamine ja kavandite loomine; toote arendamine ja prototüüpide tegemine; toote testimine ja vajaduse korral selle täiendamine ning tootmine.

Oma töös hindab disainer kliendiga koos tegutsemist ja ühist sihtide seadmist – klient on oodatud igas etapis kaasa rääkima.

**1** Välisturgude vallutajad – unikaalsed KIVI-istmed

**Lähteülesanne** Annika Laigo otsustas kujundada välja oma kaubamärgi koos autoritoodetega. Esimeseks tooteks sai KIVI-iste.

**Kontseptsioon ja strateegia** KIVIde loomisel ja toote arendamisel olid tähtsaimateks etappideks sobiva töömeetodi leidmine, materjalide hankimine ja tootmisprotsessi väljatöötamine. Esialgu valmisid kõik KIVIid käsitööna, kuid tellimuste hulga suurenedes oli vaja leida uus, kiirem ja mugavam tootmismeetod. Nüüd tehakse KIVIde sisud valuvormides.

**Mõju ja tulemus** Pärast KIVIde äärmiselt edukat välismaadebüüti 2004. aastal Prantsusmaal St. Etienne'i disainibiennaalil on disainer istmeid pakunud 6–7 messil Euroopas, kus neid on mitmel juhul ka trendiloojatena esile tõstetud. KIVI-istmeid on müüdnud nii kodu- kui välismaal, peamiselt Jaapanis, USA-s, Soomes, Rootsis, Prantsusmaal ja Šveitsis. Klientideks on nii hulgimüüjad kui erasektor, sisekujundusbürood, hotellid ja muuseumid.

**Kliendi kontakt** Isabelle Klein / Espace marin K-LINE, T: (+ 41) (21) 801 59 73 / SooSoo galerii / soosoo@soosoo.ee

**2** Textile+Light – pimedas helendav vaip

**Lähteülesanne** Töö lähtekohaks oli Loomelabori tootevaliku täiendamine uue, innovaatilise tootega.

**Kontseptsioon ja strateegia** Pimedas helendava vaiba loomist inspireerisid selged talveööd, mil kuu valgustab eluruume nii, et ringi liikudes ei ole tarvidust tuld süüdata. Edasi hargnes mõte pimedas teed näitavast vaibast. Esmane idee oli elektri või patareidega töötava seadme integreerimine põrandakattesse, kuid mõte juhtmetest ei tundunud atraktiivne ning poleks olnud ka kuigi energiasäästlik. Edasi töötades jõudis disainer fosforpigmenti kasutamiseni – fosfor kogub valguse endasse ja see efekt võimaldab luua pimedas mitmeid tunde helenduvat materjali. Kontseptsiooni puhul tekitas raskusi küsimus, kuidas helenduv materjal tekstiiliga integreerida. Siiani parimat lahendust veel leitud pole, kuid võimalusi on mitmeid. Helendava vaiba idee on disainer tutvustanud ka Kölni mööblimesi Talents konkursil, kus see valiti publikule tutvustamiseks välja 460 projekti seast. Textile+ Light pälvis ka esimese Eesti disaini auhinna BRUNO parima projekti eest.

**Mõju ja tulemus** Projekt ootab koostööpakkumisi ja tootmisest huvitatud partnereid.

**Kliendi kontakt** Annika Laigo / info@annikelaigo.ee



MEELI KÜTTIM



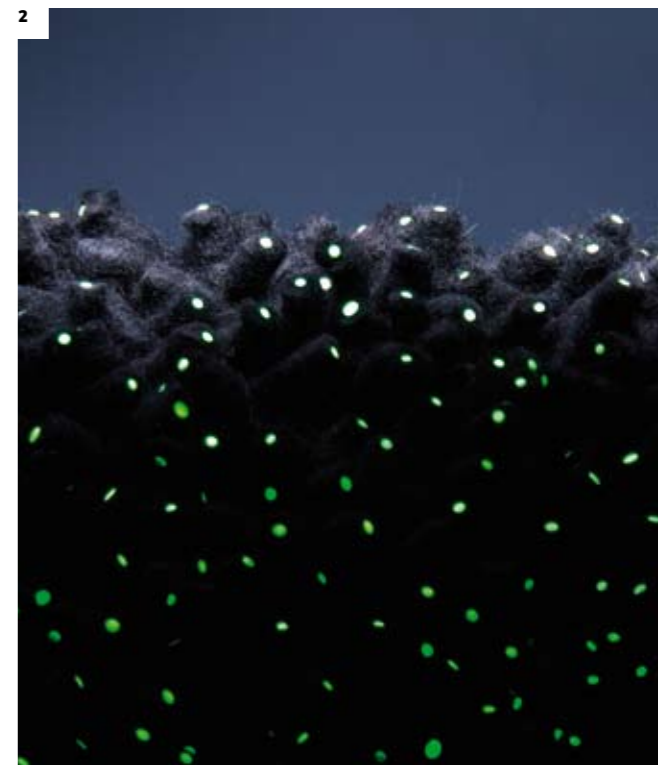
**3** 3D Stripe – kolmemõtteline vaip

**Lähteülesanne** 2000. aastal töötas Annika Laigo OÜ Valleys, kus asus välja arendama Eestis sel ajal veel tundmatut käsitraftingtehnooloogiat.

**Kontseptsioon ja strateegia** Tehnoloogia oli uus ja huvitav ning disainer katsetas mitmeid võimalusi, kuni leiutas kolmemõttelise vaiba mudeli. Tugevalt reljeefne vaip oli uudne seni traditsioonitruult kahemõttelisusest kinnihoidvas vaibamaailmas.

**Mõju ja tulemus** Lainevaip on olnud väga edukas müügiartikkel nii Eestis kui kaugemal. 3D Stripe on turul kõrge nõudluse tõttu praegugi saadaval.

**Kliendi kontakt** Annika Laigo / info@annikelaigo.ee



**4** Lifestyle OÜ disainistrateegia, tootedisaini juhised ja bränding

**Lähteülesanne** Rootsi päritolu keraamilisi sisustuselemente vahendanud klient plaanis laiendada oma senist tegevusala. Ettevõtte soovis luua uue sisustustoodete brändi, mille tooted oleksid kohalike disainerite poolt loodud ning võimalust mööda toodetud Eestis. Annika Laigolt telliti Lifestyle OÜ disainistrateegia, tootedisaini kollektiooni juhised ja käsiraamat ning bränding.

**Kontseptsioon ja strateegia** Arvestades kliendi varasemaid kogemusi sama laadi valdkonnas tegutsemisel, selgitas disainer välja sobivaim ning koostati sellele vastav disainistrateegia. Koostöö teises etapis töötati välja tootekollektsiooni loomise juhised ja käsiraamat. Käsiraamatu näol oli tegu praktilise abimehaga ettevõtte visioonide tutvustamiseks nii potentsiaalsetele koostööpartneritele kui disaineritele toodete loomiseks lähteülesande koostamisel. Kuna brändi disain ja disainistrateegia on tihedalt omavahel läbi põimunud terviklik koostöö, töötas Annika Laigo selles projektis koos brändingule spetsialiseerunud ettevõttega Brand Manual.

**Mõju ja tulemus** Projekti esimene etapp on lõppenud, jätkuetaapid on töös.

**Kliendi kontakt** Lifestyle OÜ / T: +372 528 6544.



**Mare Kelpman** on Eesti tekstiilidisainer, kel on ainulaadne oskus siduda pärimuslikke tekstiilitehnikaid tänapäevaste ja innovaatiliste lahendustega. Disaineri eesmärgiks on luua tõeliselt tarbitavaid ja unikaalseid tooteid ruumikujundusse ning rõivaakssuaarideks.

## mare kelpman tekstiilistuudio



VALLO KRUISEL

Tekstiilistuudio konkurentsieelis teiste kohalike tekstiilivaldkonna disainiettevõtete ees on uudsete tehnikate ja tehnoloogiate kasutamine – disaineri näol on tegu tekstiilmaterjalide asjatundjaga, kes on kirglik uute võimaluste ja lahenduste katsetaja. Mare Kelpmani tekstiilistuudio pakub omanäolisi ja innovaatilisi sisustus- ja rõivaakssuaare, disainlahendusi ning ka tekstiilmaterjalide- ja disainialast nõustamist ning koolitust. Stuudio tööde hulka kuuluvad muuhulgas laserlõikes aknatekstiilid ja ruumijagajad, kolmemõõtmeliselt kootud kangad, pimedas helendavad kardinad ja padjad ning reservvanutustehnikas rõivaesemed ja -akssuaarid.

Sisustustekstiili tellimisel algab projekt ideekavandist, kust liigutakse edasi materjalide valimise ja tellimiseni. Seejärel tehakse proovitööd, mille põhjal klient projekti kinnitab, ning tekstiil läheb tootmisesse. Sisustustekstiil valmib algusest lõpuni keskmiselt ühe kuuga, hind sõltub projektist.

Mare Kelpmani tööd on leidnud tunnustust nii välisriikides kui ka Eestis. Tema laserlõikeid on esitletud Münchenis, Vilniuses ja Manchesteris, kangaid premeeriti 2005. ja 2006. aastal Jaapani rahvusvahelisel rõivakangaste konkursil Japan Textile Contest. 2008. aastal pärjati Mare Kelpman Eesti disaini auhinnaga Bruno parima tootedisaini kategoorias.

- 1 Laserlõikes kangakolleksioon "Eesti rahvuslik tikand" (Estonian National Embroidery Collection) ja Light & Stripes Collection'i high-tech kangad

**Lähteülesanne** Disaineri eesmärgiks oli luua tänapäevane sisustustekstiilide kolleksioon, mis sobiks moodsasse minimalistlikku interjööri nii materjali- kui ka vormikäsitlusel, kuid samas rikastaks ruumi eestipäraste mustritega.

**Kontseptsioon ja strateegia** Disainerit inspireerisid laserlõikes kanga loomisel esiemade tikandimustrid. Tikandeid töödeldi ja muudeti üleelusuuruseks ning teostati laserlõiketehnoloogias abil. Kangad sobivad nii ruumijagajateks, kardinateks ja ruloodeks kui ka dekoratiivseteks ruumielementideks. Padjakolleksiooni puhul kasutas disainer uude kvaliteediga kõrgtehnoloogilisi materjale. Mare Kelpman valmistas esmased tootenäidised ja tegi näidis-kangaste kolleksioonid. Käsitöötoodetest eristuvad kangad selgelt nii kujunduse kui ka teostuses kasutatavate materjalide ja tehnoloogiate poolest. Laserlõikes kangad teostas Laserstuudio OÜ. Padjakolleksiooni järelhelendavad kangad kodus Tekstiiliverstas Soomes.

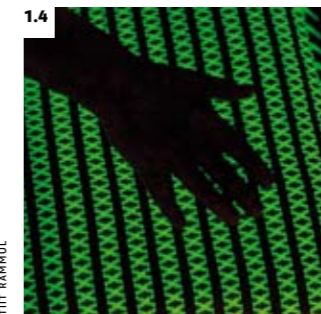
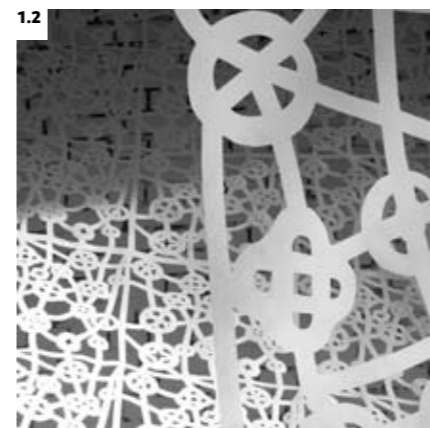
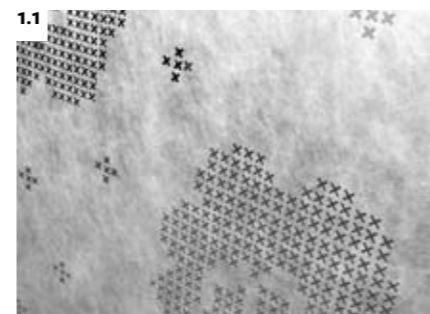
**Mõju ja tulemus** Järelhelendavast kangast valmistatud padjakolleksioon pälvis 2008. aastal Eesti Disainerite Liidu poolt korraldatud disainivõistlusel Eesti disainiauhinna Bruno parima tootedisaini eest. Laserlõikes teostatud kangad on äratanud tähelepanu paljudel rahvusvahelistel ja ka kodumaistel näitustel. Nii kangad kui ka padjad on leidnud rohkelt tellijaid ning neid on ostetud täiendama ka Eesti Tarbekunsti- ja Disainimuuseumi kolleksiooni.

- 2 Rõivakangaste kolleksioon 3D Collection ja rõivaakssuaaride kolleksioon Winter Flower Collection

**Lähteülesanne** Projekti eesmärgiks oli valmistada uudsel tehnoloogial baseeruvad kvaliteetsed rõivakangad.

**Kontseptsioon ja strateegia** Kolleksioonid põhinevad kvaliteetse villakanga eripärasele töötlusele – vanutamisel ja reservvanutamisel, mille tagajärjel osa pinda vanub ja eristub läbikumavast ornamendist. Kanga poolkäsitöendusliku töötlemise käigus muutub iga toode unikaalseks. Lõpptulemus on kerge ning soe vanutatud ja mustris osas läbipaistev rõivaese. Mõned kolleksiooni toodetest valmivad ka aplikatsioonitehnikas. 3D Collectioni ja Winter Flower Collectioni valmistamisel teeb stuudio koostööd Tekstiiliverstasega Soomes.

**Mõju ja tulemus** Mõlema kolleksiooni kangad on premeeritud Jaapanis toimivald rahvusvahelisel rõivakangaste konkursil Japan Textile Contest, vastavalt 2005. ja 2006. aastal. Akssuaarid on leidnud tänuilike tarbijaid nii Eestis kui mujal maailmas. Kangad täiendavad ka Eesti Tarbekunsti- ja Disainimuuseumi kolleksiooni.



- 3 Pimedas helendavad kardinad

**Lähteülesanne** Mare Kelpman sai tellijalt ülesandeks sisustustekstiilide loomise historitsistlike sügemetega suvemaja Eesti rannaalal. Kliendi sooviks oli sisustada lastetoa maja interjööri sobivate kõrgtehnoloogiliste pimedas helendavate kardinatega.

**Kontseptsioon ja strateegia** Disainer otsustas ühendada rahvuslikud mustrid pimeduses helendavate triipude ning toa omanike nimedega. Kardinad valmisid kõrgekvaliteedilisel puuvillast ja high-tech järelhelendavast materjalist. Töö jagunes etappideks: interjööri tutvumine, kardinadisaini kontseptsiooni väljatöötamine ja kinnitamine tellija esindajaga, lõngade valik ja tellimine, projekteerimine arvuti kudumisprogrammis, kanganaidiste kudumine, lõpliku disaini valik ja selle sisestamine arvutiprogrammi. Sellele järgnes kangaste teostamine, töötlemine, kardinade õmblemine ja paigaldamine. Kangad kodus käsitööna ettevõtte Kangotekstiil OÜ.

**Mõju ja tulemus** Tellija ja sisearhitekt jäid tulemusega väga rahule. Tekstiilides oli ühendatud interjööri sobiv kodukootuse ja mõnusa maaläheduse tunne laste sooviks olnud "kiiksu" ja põnevusega, mis muutiski projekti eripäraseks.

**Kliendi kontakt** Sisearhitekt Katrin Emmus / kemmus@gmail.com

- 4 Tekstiilmaterjalide alane nõustamine ja koolitused

**Lähteülesanne** Kaasagsete tekstiilmaterjalide alane nõustamine. Loengu- ja koolitusmaterjalide koostamine ja koolituste läbiviimine tellija vajadusest lähtuvalt.

**Kontseptsioon ja strateegia** Mitmekülgse info edastamine vastavalt tellija koolitusvajadusele, lisaks teave kõige uuematest tekstiilmaterjalidest ja teadussaavutustest antud valdkonnas.

**Mõju ja tulemus** Rahulolevad partnerid, kellega koostöö jätkub.

**Kliendi kontakt** www.wendre.ee / www.stockmann.ee / www.disainikeskus.ee



**Maris Lindoja Disain**  
www.lindojadisain.ee

Maris Lindoja  
T: +372 5635 4250  
maris.lindoja@gmail.com

Informatsiooni ja graafilise disaini (logoanalüüs, firmagraafika, brändiraamatud)  
Trükiste disain (aastaraamatud, kataloogid, brošüürid)  
Multimeedia disain (esitlused, multimeediaprogrammid, interface disain)

Fazer Maiustused Eesti  
Eesti Metsaselts  
Eesti Kunstnike Liit  
Eesti Kunstmuuseum  
Euroopa Riigimetsade Ühendus EUSTAFOR

Eesti  
Vene  
Inglise

Maris Lindoja

**Maris Lindoja Disain** pakub ettevõtetele graafilise disaini täislahendusi – tellija saab nii logo, trükised kui ka digitaalsed esitlused, animatsioonid ja multimeediaprogrammid. Maris Lindoja on üks vähestest multimeedia disaineritest Eestis.

## LINDOJADISAIN



Maris Lindoja Disaini eesmärgiks on luua ennekõike otstarbekaid lahendusi, mis vastavad tellija nõudmistele ja pakuvad tegemisrõõmu disainerile.

Graafilise disaini arenguga kaasas käies pakub Maris Lindoja lisaks klassikalisele graafilisele disainile ka uue meedia lahendusi. Oma töös lähtub disainer põhimõttest: mida mitmekülgsemad on probleemid, seda loominguilsemalt saab neid lahendada. Maris Lindoja Disain pakub ettevõtetele nii korporatiivdisaini, trükiste ja flash-animatsiooni loomist kui ka õppekeskkondade disainimise teenust, mida paljudest teistest Eesti disainibüroodest tellida ei saa. Firmagraafika paketiga koos saab tellija vajaduse korral ka esitlused, animatsioonid, e-kaardid, e-visitkaardid, ekraanisäästjad jpm.

Igale tellimustööle eelneb situatsiooni ja kliendi vajaduste põhjalik analüüs, millele järgneb juba konkreetne tööprotsess – materjalide ja lahenduste valik, täpsustamine ning kinnitamine. Töös kliendiga lähtub Maris Lindoja Disain juhtideest, et hea disain on selge ja arusaadav – disaineri ülesanne on muuta keeruline sõnum nii lihtsaks kui võimalik.

Maris Lindoja Disain on peamiselt orienteeritud väike- ja keskmise suurusega firmadele, on töös kiire ning põhjalik. Firmagraafikat tellides tuleks ettevõtjal arvestada, et selle saab kasutusele võtta umbes kuu jooksul, logo 5–10 sekundilise animatsiooni valmimine võtab kaks nädalat ning suuremate trükiste tähtaeg on kolme kuu pikkune.

**1** Metsanädala logo, identiteet ja trükised

**Lähteülesanne** Tellija Eesti Metsaseltsi eesmärgiks on suunata metsanduse arengut. Ühe ettevõtmisena korraldab Eesti Metsaselts igal aastal üle-eestilist metsanädalat, mis peab kaasama võimalikult palju Eestimaa elanikke. Tellija teadvustas vajadust senisest atraktiivsema ja tänapäevasema tunnusgraafika ja materjalide järele, mis ürituse sõnumi paremini nähtavale tooksid. Selleks tuli kõigepealt uuendada metsanädala logo ja koos sellega luua ühtne graafika kõigi metsanädalaga seotud ürituste tarbeks. Püstitati ülesanne olla senisest silmatorkavam, kuid samas jääda metsandusele omaselt konservatiivseks. Ürituse toimumine kord aastas eeldab samuti konservatiivset disaini, mis sobiks ka kümne aasta pärast.

**Kontseptsioon ja strateegia** Metsanädala sihtgrupp on lai, nii ei saanud logo kujundamisel lähtuda sihtgrupi omadustest, vaid tuli leida üldisemaid siduvaid väärtusi. Logo lahenduse võtmeks sai fakt, et enam kui pool Eestist on kaetud metsaga. Kolmnurksest "kuuskedest" loodud Eesti-kujuline märk illustreerib seda rikkust ja eestlase suhet metsaga. Lihtsatest kujunditest üles ehitatud sümbol tuleb rahvakunsti geomeetrisest ornamendist ja loob seose kultuuripärandiga, mille osaks on ka mets. Metsanädala kujundused on lahendatud minimalistlikult suurte värvipindadega ja lihtsa korduva geomeetriaga. Lahenduse tugevus on, et õnnestus leida traditsioonidest küllastunud üritusele sobiv selge ja loogiline kuju.

**Mõju ja tulemus** 2010. aasta üritustest võttis osa umbes 4000 inimest. Projekt on Eesti-keskne ja areneb iga aastaga: arutelude käigus on selgunud vajadus enam eristada üksikutele huvigruppidele suunatud infot ja arendada identiteeti vastavalt sellele.

**Kliendi kontakt** MTÜ Eesti Metsaselts / Heiki Hepner / heiki@metsaselts.ee

**2** Localtrade'i firmagraafika.

**Lähteülesanne** Tellija OÜ Localtrade, kes impordib Eestisse kvaliteetseid mänguasju ja vabaajatooteid, otsis võimalust, kuidas firmagraafika abil olla tulevastele koostööpartneritele nähtav ja äratuntav. Kuna tegemist on maaletoojatega, on äri peamiselt B2B. Vajadus oli seega olla nähtav nii välismaistele koostööpartneritele ja varustajatele mitmel pool Euroopas kui kohalikele Eesti klientidele ehk jaemüüjatele.

**Strateegia ja kontseptsioon** Eesmärgiks oli luua firma tegevusele vastav rõõmsameelne logo, et jätta endast mulje kui nooruslikust, aktiivsest, uuele avatud ning usaldusväärsest ettevõttest. Tellija eelistuseks olid kirkad ja elavad värvid ning soov olla kõike muud kui konservatiivne.

**Mõju ja tulemus** Localtrade'i logo on hästi tuntud sümboli arendus, mis teeb selle hetkega mõistetavaks ja lihtsalt meelde jäävaks. Firma sai endale naerunäo, mis tekitab elevust ja rõõmsaid vastukajasisid. Lustlik lahendus näitab, et eristumiseks pole vaja olla maailmas ainulaadne, sest ka tuntud kujund toimib suurepäraselt.

**Kliendi kontakt** OÜ Localtrade / Anu Toodu / T: +372 522 7727



**3** Eesti Kunstnike Liidu aastaraamatud 2005–2010

**Lähteülesanne** Aastaraamatute tellijaks oli Eesti Kunstnike Liit. Tellija esitatud lähteülesande kohaselt tuli koostaja poolt esitatud ülimahukat teksti- ja pildimaterjali käsitleda pieteeditundeliselt, lähtudes aastaraamatu alapeatükkide spetsiifisest ja pildimaterjali poolest infotihedalt väljandelt kiirelt hoomatavat tulemit.

**Kontseptsioon ja strateegia** Probleemiks oli mitmekülgse info surumine ühte köitese ja ühtse kujunduse raamidesse. Aastaraamat peaks andma ülevaate organisatsioonist tervikuna ja seega ei saa ühegi üksikloome töid esile tõsta – mis on tõsisel vastuolul kunstiloomingu isiksusekeskse olemusega. Organisatsioonist ülevaate andmise huvides jäi reproduce osakaal aastaraamatus väiksemaks kui kunstitruukise puhul tavaliselt. Sisutihedate tekstide vahele pildimaterjali sobitamine muutis aastaraamatu kujundamise tõeliselt kompromisskunstiks.

**Mõju ja tulemus** Kunstnike Liit on Eesti kunstielu siduv organisatsioon ning selle aastaraamatu kujundamine prestiižne ülesanne. Aastaraamatu disain sai nii lihtne ja eesmärgipärane kui võimalik. Eesti Kunstnike Liidu aastaraamatut levitatakse eelkõige Kunstnike Liidu liikmete hulgas, samuti asutuse kingitusena Eestis ja välismaal. See on ka sobiv kingitus EKL-i külalistele.

**Kliendi kontakt** Eesti Kunstnike Liit / Jaan Elken / jaan@eaa.ee



**4** "Kustuti" – tuleohutuse õppeprogramm koolinoortele

**Lähteülesanne** Statistika näitab, et põlengute põhjused on läbi aastate võrdlemisi sarnased. See viis Eesti Tuletõrjeliidu ja Harju Päästeteeenistuse töötajad mõttele paigutada kooliõpilastele internetikeskkonda tüüpulokordadel põhinevaid harivaid ülesandeid, millele õpilane peab etteantud vastuste hulgas valima õige. Disaineri ülesandeks oli õppekeskkonna ülesehitus ja disain.

**Kontseptsioon ja strateegia** Lastes huvi tekitamiseks ei tohtinud õppekeskkonna kujundamisele läheneda klassikalise õpiku laadis. Et sihtgrupiks olid koolinoored ja esitus pidi olema võimalikult ilmekas, sai kujunduses keskseks animeeritud olukordade esitamine. Hea leid oli projekti lühike ja teemakohane nimi – „Kustuti“ ning sellele loodud logo. Kustutist tegelane on nii programmi tunnusgraafika kui interface'i element, kes annab tagasisidet õigete või valede vastuste kohta. Stiilistika on skemaatiline, piirdudes ainult vajalike objektidega ja keskendudes olukorrale ning tagajärgedele.

**Mõju ja tulemus** Eesti keeles on välja antud mitmesugust ohutusalast materjali, kuid "Kustuti" oma konkreetsete situatsioonide lahendamisel põhineva ülesehituse ja mängulisusega oli loomise hetkel ainulaadne. "Kustuti" annab võimaluse arvuti taga istudes kontrollida tuleohutuslaseid teadmisi ning leida vastused selleleemalistele küsimusele. Hetkel ootab projekt huvitatud arendajaid ja ideid uuele sisulisele tasandile jõudmiseks.

**Kliendi kontakt** Põhja-Eesti Päästkeskuse avalike suhete büroo juhtivspetsialist Ants Raava / ants.raava@rescue.ee



## KONTAKT

**MELIORAD**  
Lemmiku 20A  
10911 Tallinn  
info@meliorad.com  
www.meliorad.com

Martin Melioranski  
T: +372 551 2026

Ingmar Melioranski  
T: +372 5661 4990

## TEENUSED

Tööstus- ja tootedisain  
Arhitektuur ja arhitektuurne disain  
Keskkonnadisain  
Disaini- ja tootearendusealane  
nõustamine

## KLIENDID

Alfred & Partners  
Alver Arhitektid  
Aunin + Melioranski  
Columbia University GSAPP  
EAReng  
Eesti Kunstiakadeemia  
Arhitektuuriteaduskond  
KMRA Audiitorbüroo

## KEELED

Eesti  
Inglise  
Soome  
Vene

## MEESKOND

Martin Melioranski  
Ingmar Melioranski  
Ruth-Helene Melioranski

**MELIORAD** meeskonnal on pikaajalised kogemused tööstus- ja tootedisaini, arhitektuuri, keskkonnadisaini ning disaini- ja arhitektuuri- valdkonna uuringute ja konsultatsioonide alal. Lisaks on MELIORADi disainerid ja arhitekt ellu viinud mitmeid laialdast tähelepanu pälvinud projekte teenuste arendamise, sisearhitektuuri ja kiirprototüüpimise alal.

# MELIORAD



MELIORAD lähtub oma töös põhimõttest, et igas projektis tuleb leida väljakutse ning tuvastada kliendi tõeline lahendamist vajav probleem. Ainult nii jõutakse parimate võimalike tulemusteni, mis toovad tellijale majanduslikku tulu ning loovad lõpptarbijatele kasutusmugavuse.

MELIORADil on põhjalikud teadmised ja mitmekesised kogemused uute tehnoloogiate rakendamisest nii disaini kui arhitektuuri valdkonnas. Meeskond valdab hästi vabavormilist modelleerimist ning vajalikke arvutiprogramme 3D mudelite loomiseks. Ülesande spetsiifikast lähtuvalt valitakse sobiv modelleerimistehnika, et luua 2D- või 3D-mudel ja andmed objekti valmistamiseks prototüübi ning lõpptootena.

Koostööprojektid MELIORADiga on sujuvad – disainibürool on lai töökogemuste pagas, palju erialaseid partnereid ning tänu tihedatele sidemetele teiste oma ala professionaalidega võimalus vastavalt projekti vajadustele meeskonda laiendada. Tänu mitmetele lähivälisriikides teostatud projektidele on meeskond hästi kursis sealsetel turgudel toimuvate protsessidega.

MELIORAD alustab uusi koostööprojekte alati kliendi ja tema vajaduste tundmaõppimisest ning alles seejärel koostab hinnapakumise ja esialgse ajagraafiku. Kuigi sellise lähenemise tõttu koostatakse pakkumist vähemalt nädal, on tulemuseks palju täpsem hinnang nii kuluva ajale kui ka vajalikele finantsvahenditele. Iga projekti töökäik ja etapid sõltuvad selle eripärast. Uus toode jõuab ideest prototüübini orienteeruvalt kuue kuuga.

### 1 City Plaza ärihoone klaasfassaad ja pöördtrepp

**Lähteülesanne** Tellija ja ühtlasi ka koostööpartneri Alver Trummal Arhitektide poolt antud lähteülesanne oli luua Eestis tolleagset uudet tehnoloogiat kasutades fassaadilahendus, mis haakuks ärihoone üldise arhitektuurse kontseptsiooniga, varjaks parkimistasandit ning sobiks linnakeskkonda.

**Kontseptsioon ja strateegia** Martin Melioranski lähtus parklafassaadi lahenduses viitustest ja terasest kinnituselementidega paigaldatud raamistamata klaaslehtedest, millele oli siidrükimeetodil kantud hoone sisemust varjav tekstuur. Fassaadi kahele põhimoodulile genereeris ta spetsiaalalgoritmidega hajuvana mõjuva abstraktse struktuuri. Terviklikkuse saavutas lahendus klaaselementide pööramise ja varieeruva paigutuse kaudu. Sama laadi kontseptsioon sai lähtekohaks ka hoones asuval pöördtrepile.

Fassaadi arendamise etapid olid üldise parameetrilise ülesehituse loomine arvutimudelina, lakoonilise teras-konstruktsiooni projekteerimine, klaaselementide tekstuuride kontseptsiooni väljatöötamine ning digisidtrükiks vajalike andmete ettevalmistamine. Kõrghoone kaht viimast korrust ühendava painutatud lehtterasest konstruktsiooni ja muutuva perforeringuga alumiiniumpaneelidest piirdeelementidega pöördtrepi projekteeris samuti Martin Melioranski. Projekti koostööpartneriteks oli VH Piire valmistajana ja PAL-KLAAS digisidtrüki teostajana.

**Mõju ja tulemus** Alver Arhitektid OÜ pälvib City Plaza ärihoone arhitektuurse ja linnaehitusliku lahenduse eest 2005. aastal Eesti Kultuurkapitali arhitektuuri sihtkapitali aastapreemia.

**Kliendi kontakt** Alver Arhitektid OÜ / T: +372 641 5533

1



### 2 Esteloni kõlariseeria

**Lähteülesanne** Tellija Alfred & Partners OÜ antud lähteülesanne oli ülevaade toote olemusest ja sihtturust ning taustinformatsioon maailmas toodetavatest hi-end-kõlaritest. Eesmärgiks oli luua muusika taasesitamise instrumendid, mis tekitaksid emotsionaalse elamuse nii heli kui ka visuaali osas. Elegantsel välismuse saavutamisel oli eelduseks uudne korpusematerjal ning vormiloojika. Samuti nägi klient kõlaritele ette eksklusiivsusest tuleneva väga kõrge hinnataseme. Põhiliste sihtturgudena olid nimetatud Põhja-Ameerika ja Euroopa riigid. MELIORADi väljakutseks sai kõlarite geomeetria esteetiliselt harmoonia seostamine tellija valitud valjuhäldite ning teiste komponentidega, akustiliselt täpse sise- ja väliskuju loomine ning mudeli ettevalmistamine tootmistehnoloogiale.

**Kontseptsioon ja strateegia** Toote kontseptsioon lähtus vabavormilisest akustiliselt mitteresoneerivate pindadega kõlarikorpusest. Vormigeomeetria keerulisuse tõttu määrati projekteerimise strateegiaks arvutipõhise otse- ja parameetrilise ruumilise modelleerimisega seostatud lahendus. Vormitoorik valmistati kiirmeetodil (art-to-part) kolmeteljelise CNC-masinaga freesides. Kõlari arendamise etapid olid tellija protomaketi digitaliseerimine, sellest lähtuvalt vormisteedetika ja ülesehituse rafineerimise kontseptsiooni loomine, vabavormilise ja parameetrilise väliskuju ning siseehituse modelleerimine, korpuse lisaavade kontseptsiooni loomine, selle mahtmodelleerimine ning ruumiliseks freesimiseks vajalike andmete ettevalmistamine. Koostööpartneriteks olid EKA Arhitektuuriteaduskonna 3DL ning AW Neon.

**Mõju ja tulemus** Kõlarit esmaesitleti oktoobris 2010 veebilehel www.estelon.com ja tutvustati edukalt Rocky Mountain Audio Fest 2010 helitehnika suursündmusel USA-s. Estelon XA kõlarid pälvivad 2010. aasta sügisel prestiižika innovatsiooniahinna International CES Innovations 2011 Design and Engineering Awards. Põhikõlarile lisaks on loomisel terviklik tooteperekond.

**Kliendi kontakt** Alfred & Partners OÜ / Alfred Vassilkov / T: +372 661 0614

2





## KONTAKT

**Naiiv / Lviira**  
Pikk 33  
10133 Tallinn  
www.lviira.com

Liina Viira  
T: +372 5373 8780  
liina@lviira.com

## TEENUSED

Rõivaste disain ja tootmine  
Näitused  
Moedemonstratsioonid

## KLIENDID

EAS  
Stockmann  
KUMU  
Tallink

## KEELED

Eesti  
Inglise  
Rootsi

## MEESKOND

Liina Viira

**Naiiv** on Liina Viira disainiettevõtte, mis pakub peamiselt Eesti rahvarõivastest ja mustritest inspireeritud kootud riietusesemeid ja aksessuaare Lviira kaubamärgi all. Disainer on rõivaste disaini ja tootmisega tegelenud kümme aastat, neist viimased viis aastat Eestis ning varem Stockholmis Rootsi rõivafirmas H&M.

Naiiv



Lviira

Liina Viira loomingus on äratuntav Skandinaavia disaini selgejooneline ja puhas vorm, mida rikastavad Eesti rahvarõivaste erksad värvid ja mustrid. Oma loomingus lähtub disainer naturaalsusest, taaskasutusest ja materjalidega avatult eksperimenteerimisest. Kõik kolleksioonid toodetakse Eestis, kus ettevõttel on lai koostööpartnerite ring.

Liina Viira seni tuntuimateks klientideks on EAS, Stockmann, KUMU, saatkonnad, diplomaatiline korpus ning mitmed muusikakollektiivid nii kodumaal kui ka väljaspool Eesti piire. Disaineri looming oli kaasatud ka Eesti paviljoni muusikaprogrammi projekti 2010. aasta Shanghai EXPO-I ning Tallinki kevadsuvisesse kampaaniasse. Koostöös EASI ja Eesti saatkondadega korraldab Liina Viira välismaal Eestit tutvustavatel üritustel moedemonstratsioone ja näitusi. Liina Viira näol on tegu väga eduka disaineriga, kelle looming pakub huvi ka välisurgudel: alates 2010. aasta oktoobrist müüvad Lviira kolleksioone disainipoed ja muuseumid Rootsis ning Saksamaal. Samuti lisandub pidevalt Eestis edasimüüjaid, hetkel leiab Liina Viira loomingut Loomekombinaadist, Eesti Esindusest Tallinnas, NuNordikust ja Vuhti galeriist Pärnus.

Alates detsembrist 2010 on avatud Lviira esinduspood Naiiv Tallinna vanalinnas. Naiivis on alati saadaval kõige uuemad kolleksioonid, tihti on kohal disainer Liina Viira ise. Esinduspood on väga hubane ja isiklik ning pakub mõnusat peatust vanalinnas.

1

**Lähteülesanne** Oma esimest müüjikkollektsiooni luues lähtus Liina Viira looduslikkuse ja taaskasutuse ideest, millega haakusid hästi Eesti rahvariite mustrid ja värvid, eesti rahva ajalugu, päritolu, kultuur ja traditsioonid. Oluline tingimus seejuures oli, et rõivad ja aksessuaarid pidid olema mugavad ja soojad. Kolleksioon sai nimeks Lviira.

**Strateegia ja kontseptsioon** Kolleksiooni loomisel määratles disainer oma sihtgruppi järgmiselt: rõivaste kandja on üsna edev naine, kes ihkab hallist massist välja paista, kuid hindab mugavust ja loomulikkust. Vanus ei ole tema jaoks küsimus. Moes ei näe ta globaalsete trendide kinnisilmi järgimist, vaid pigem isikupära ja eneseväljendust.

**Mõju ja tulemus** Kolleksioon on müügil nii Eestis kui ka välisurgudel – Rootsis ja Saksamaal. Tulevikus on plaanis tootevaliku laiendamine meeste kolleksioonide ja kodutekstiili näol.

1.1



1.2



1.3







**Taikonaut** on keskendunud tootedisaini ja tootearenduse teenuse pakkumisele. Eesmärgiks on luua pikemas perspektiivis kasu toovaid ja jätkusuutlikke tooteid. Oma töös võtavad disainerid arvesse kõigi osapoolte soove ja vajadusi, võrdselt olulised on nii tellijad, tootjad kui ka lõpptarbijad.

Taikonaudi meeskonnas on esindatud nii inseneeria kui disaini kompetentsid ja kogemused. Oma töös hindavad loojad lihtsaid jooni, maksimaalset mugavust ja töökindlust. Töös juhitud nad seisukohast, et nende loodud tooted peaksid olema kasutuskõlblikud ka tulevastele põlvkondadele. Disainerite näol on tegu realistidega, kes valmistavad vaid vajalikke tooteid, väärtustades ressursisäästlikkust ja võimalikult ökoloogilist lähenemist nii tootmise kui ka toote hilisemat kasutamist silmas pidades.

Taikonaudi disainerid on paindliku suhtumisega kiired reageerijad, kes pakuvad oma klientidele alati optimaalseid lahendusi. Kõik Taikonaudi disainiprojektid koosnevad kindlastest etappidest: esmalt kaardistatakse kliendi konkurentsieelised ja eesmärgid, seejärel toimub ideede genereerimine ja 3D visualiseerimine ning tehniliste tööjooniste tegemine. Edasi jätkub protsess tootmiskulude kalkuleerimise, prototüüpide ja väike-seeriade valmistamisega, lõppetappides toimub tootmise organiseerimine ja järelevalve. Kõik need etapid moodustavad kokku Taikonaudi teenusepaketi, kuid vajaduse korral on võimalik üksikuid teenuseid ka eraldi tellida.

Taikonaudiga koostööd tehes peab arvestama, et tootedisaini ja -arendus on pikk ja aeganõudev protsess. Kõige kiiremini saab uue toote luua kuue kuuga, kuid realselt tuleks arvestada kahe aastaga. Taikonaudi suurimaks unistuseks ja eesmärgiks on osalemine erinevates teadus- ja arendusprojektides, esimesed sellelaadsed disainitööd on nende portfoolios juba olemas.

### 1 Voldikkann kilepiimale

**Lähteülesanne** Taikonaudi disainerid panid tähele, et kauplustes müüdava kilepiima kannusid pole piimaleti vahetus läheduses müügil. Ostjad valisid kilepiima või tetrapaki lähtudes sellest, kas neil on kodus kilepiimakann olemas või mitte. Disainiprotsessi alustati eesmärgiga muuta kilepiima kasutamine mugavamaks ja stiilsemaks. Esmane väljakutse oli luua toode, mis kannaks endas ökoloogilist mõtteviisi. Peamine lahendamist nõudev probleem oli seotud müügi ja võimaliku kliendi/koostööpartneri leidmisega. Arendatava toote nõutavateks omadusteks said tugevus ja vastupidavus. Sooviti luua toodet, mis juba ainuüksi oma pika ja aktiivse kasutusaja poolest oleks jätkusuutlik ja ökoloogiline.

**Kontseptsioon ja strateegia** Projekt algas uuringuga, mille käigus selgitati välja, et ligikaudu 90% Eestis müüdavast piimast pakendatakse kilesse. Samuti selgus, et kilepiim pole müügil üksnes Eestis, vaid isegi sellistes suurtes riikides nagu Brasiilia, Argentiina ja India. Tootearendust alustati erinevate tootmistehnoloogiate võrdlusega ning lähteülesandele vastas paremini polüpropüleenist kannu stantsimine ja voltimine. Töö jagunes mitmeks pikaks, kokku üle kahe aasta kestvaks etapiks, mille jooksul tegeleti erinevate küsimustega: konstruktsiooni loomine ja selle esitlemine, tehniliste sõlmede ja kinnituste edasiarendused, tootmine, müümine ja hinnastamine. Lisaks kavandati tootele spetsiaalsed müügiakorvid, mis asuvad otse piimaletis piimatoodete juures. Tootega koos loodi kodulehekülj, müügi materjalid, kasutusjuhend ning hulgi müügi pakend. Leiti ka koostööpartner OÜ Foldplast.

**Mõju ja tulemus** Traditsioonilise plastikkannu kõrvale kavandati täiesti uus toode, mis eristub kardinaalselt teistest turul pakutavatest, olles kompaktsem, mugavam ja lihtsamini turustatav. Lisaks väärtustab toode oma disainiga odavamalt müüdatavat kilepiima, näidates, et hoolikalt läbi mõeldud tooted ei pea olema tingimata kallid või eksklusiivsed. Voldikkannud on müügil mitmes Eesti suuremas kauplusteketis juba üle aasta. 2010. aasta kevadel lisandus täiesti uus toode, mis lihtsustab hapukoorepaki kasutamist. Praegusel hetkel käivad läbirääkimised mitmete välisriikidega, kus kasutatakse piima pakendamiseks kilepakki. 2010. aastal tunnustas rahvusvaheline žürii voldikkannu Eesti disaini auhinna Bruno vääriliseks parima tootedisaini kategoorias.

**Klient/koostööpartner** Foldplast OÜ / edasimüüjad Selver, Prisma

### 1.1



### 2 Teadusprojekt BrainCapsule

**Lähteülesanne** Taikonaudi poole pöördus Cognuse OÜ sooviga ühiselt välja arendada uus, nii riist- kui tarkvara ühendav terviklahendus BrainCapsule eakate kasutajate kognitiivsete võimete arendamiseks. Arvutimängu loomise raames tuli luua kasutajaliides, mis sobituks olemasoleva mängukonsooliga ning oleks kasutatav intuiitselt, ilma juhendita. Projekti tegid huvitavaks lõppkasutajaga seotud eripärad.

**Kontseptsioon ja strateegia** Teadusprojektide puhul peab disainifirma strateegia olema väga paindlik ja muutustele avatud. Taikonaut valis antud ülesannete lahendamiseks strateegia, kus keskel kohal on kiire ja hetkevajadusi arvestav prototüübi valmistamine. Disainerite eeliseks olid teadmised erinevatest tootmismeetoditest ja -võimalustest ning prototüüpide valmistamise hindadest. Pikk tööprotsess koosnes mitmest etapist, mis kõik algasid testseadme või detaili loomiseks vajaliku lähteülesande kirjapanekust, sh pandi paika teostatavate detailide kogus ning hind, seejärel tehti joonised ja prototüübid, mis vajaduse korral ka kokku monteeriti.

**Mõju ja tulemus** Taikonaudi osalemine teadusprojektides tagab nende partneritele rohkem reaalseid seadmete ja prototüüpide valmistamise võimalusi ning vähendab kogu protsessi kuluvat aega. Cognuse OÜ tegutseb ülemaailmsel turul, kus ollakse ühes kitsas valdkonnas oma ala parimate hulgas. Projekt jätkub, arvestatakse pikaajaliste plaanidega.

**Klient/koostööpartner** Cognuse OÜ

### 1.2



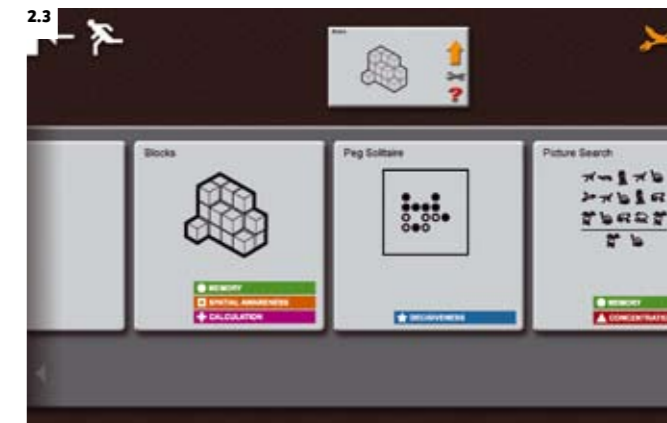
### 2.1



### 2.2



### 2.3



### 3



### 3 Jätkusuutlik koristuseseade kaubandus-, lao- ja tootmispindadele

**Lähteülesanne** Eesmärgiks oli luua toode, mis muudaks koristuseneuse ökoloogiliseks. Lähteülesande täpsustamiseks ja lisainformatsiooni hankimiseks korraldati mitmeid küsitlusi koristuseneusest pakkuvates firmades. Üks uuritavatest koristuspindest oli tehnik Elcoteq, kus koristatavat pörandapinda on 26 000 ruutmeetrit, mida puhastatakse elektriliste combi-tüüpi masinatega. Mopp kui klassikaline ja väga universaalne pörandapuhastamisvahend jääb nii suurte pindade puhul aeglaseks. Arvestades mitme suure koristusfirma reaalseid vajadusi, kujunes lähteülesande peamiseks sisuks luua uudne koristuseseade, mis töötab ilma elektrita või tarbiks elektrit minimaalselt, oleks käes kandmiseks piisavalt kerge ja mugav ning sobiks oma tööefektiivsusest just suurte pindade puhastamiseks.

**Kontseptsioon ja strateegia** Töö esimeses etapis visualiseeriti toote tööühimõtteid, jättes ideede faasis kõrvale tootmisega seotud kulude arvestuse ning detailse inseneritehnilise realiseeringu. Järgmisena selgitati välja kõige minimalistlikum lahendus, loobudes kõigest, mis polnud ilmingimata vajalik või mis võinuks seadme kalliks muuta. Eriist tähelepanu pälvis täpsete kasutusnäarumide loomine, ergonomika väljatöötamine ning töötavate prototüüpide valmistamine.

**Mõju ja tulemus** Projektis oli esikohal soov luua ülimalt mugav ja kasutajasõbralik koristuseseade, mille ökoloogiline aspekt avaldub säästetud kuluartikkelites. Projekti tulemusi on kavas müüa ja turustada üle kogu maailma. Praegusel hetkel otsib Taikonaut sobivaid koostööpartnereid, kes aitaksid tegeleda nii müügi kui ka tootmisega.



## KONTAKT

**Ten Twelve**  
Narva mnt 9a  
10117 Tallinn  
www.tentwelve.ee  
Evelly Kasemaa  
T: +372 5663 0001  
evelly@tentwelve.ee  
Jukka Halttunen  
T: +372 5621 6173  
jukka@tentwelve.ee

## TEENUSED

Tööstus- ja tootedisain  
Informatsiooni ja graafilise disain  
Keskonnadisain  
Teenuse ja elamuse disain  
Disaini- ja tootearendusealane  
nõustamine

## KLIENDID

Defendec OÜ  
Hotel Viru  
Isku  
Möve  
Pioneer Engineering Group  
Sokos Hotel Viru  
Viru Keskus  
Tiedekeskus Heureka  
TTÜ

## KEELED

Eesti  
Soome  
Inglise  
Vene  
Prantsuse  
Rootsi  
Saksa

## MEESKOND

Jukka Halttunen  
Tarmo Härmaorg  
Emmanuel Meslet  
Evelly Kasemaa  
Marjut Nousiainen  
Margit Lillemaa  
Lotta Ojaver

**Ten Twelve** on orienteeritud oma koostööpartnerite toote, brändi või ettevõtte edu tagamisele turul, ühendades selleks tootearenduse, graafilise ja tootedisainialased oskused ja kogemused. Ten Twelve'i eesmärk on luua nii sihtgrupi kui tellija väärtustest ja ootustest lähtuvaid tooteid ja lahendusi, mis vastavad turu vajadustele.

TENTWELVE



Viit rahvusvahelise taustaga disainerit koondav Ten Twelve kombineerib meeskonna kogemusi ja oskusi, et luua edukaid lahendusi nii kohalikule kui välisturule. Kõikide projektide puhul on Ten Twelve'i eesmärgiks oma klientide konkurentsivõime tõstmine, madalad tootmiskulud, loodud toodete kasutusmugavus, taaskasutatavus, esteetiline välimus ja selgelt eristuv brändiloojika. Lisaks tootedisainile ja graafilisele disainile on neilt võimalik tellida ka kasutajaliidese disaini, mööblidisaini ja sisustuselemente, teenusedisaini ning interaktiivsete objektide disaini.

Ten Twelve jagab oma projektid üldjoontes neljaks etapiks: esmalt koostatakse koostöös kliendiga lähteülesanne ja sooritatakse taustauuringud, seejärel valmivad esialgsed skeemid ja eskiisid. Esmaste eskiiside alusel selgitatakse välja suunad, mis vastavad kõige paremini kliendi eesmärkidele. Nende põhjal valmivad edasiarendatud digitaalsed 3D-mudelid, maketid, fotorealistlikud visuaalseeringud ja joonised. Sihtgrupi esindajate, kliendi ja tootjapoolse tagasiside alusel toimub lõplik tootearendus ja prototüüpide testimine, millele järgneb toote lansseerimine sihtturgudel.

Tehniliste küsimuste parimaks lahendamiseks ja kalkulatsioonide teostamiseks teevad disainerid koostööd Eesti ja Soome tootearendus- ja inseneribüroodega, suurte töömahtude korral laiendatakse meeskonda teiste disainibüroode ja vabakutseliste disaineritega.

Ten Twelve'i välja töötatud tooteid ja teenuseid on turustatud lisaks Eestile ka mitmetel välisturgudel, teiste seas Soomes, Taanis, Rootsis, Norras, Venemaal, Leedus, Lätis, Bulgaarias, Rumeenias, Itaalias, Saksamaal, Prantsusmaal, Austraalias, Inglismaal ja USA-s.

### 1 Möve vannitoa-akسسuaaride sari

**Lähteülesanne** Vannitoa-akسسuaaride sarja väljatöötamine toimus koostöös Eesti tootjaga, kelle kliendiks oli Saksamaal tegutsev müügikett Möve. Möve kaubamärgi all müüdi peamiselt vannituppa mõeldud tooteid. Lähteülesanne saadi Möve kaubamärgi esindajalt, kelle eesmärgiks oli laiendada oma olemasolevat tooteportfelli, kuhu oli kavas lisada seebialused, tekstiilist pesukindad ja kuivatusrestid. Ten Twelve'i ülesanne oli teha turu-uuring, et välja selgitada Saksamaa vannitoa-akسسuaaride turul valitsevad trendid ning Mövele sobilik disainijoon, mis täiendaks juba olemasolevat tootevalikut. Kogu protsessi ajal oli tähtis teha koostööd tellijaga, kuivõrd projekti üheks lähtekohaks olid tootja eelistatud tootmistehnoloogiad ja materjalid. Väljakutseks oli luua Saksamaa vannitoa-akسسuaaride turule uus tootesari, mis vastaks hetketrendidele ja värskendaks olemasolevat valikut.

**Kontseptsioon ja strateegia** Koostöö esimeses faasis loodi uus, ühtne tooteperekond ning tutvuti seni Möve poolt pakutavate toodete disaini ja klientide eelistustega. Teises faasis tehti toodetest esimesed eskiisid, võttes aluseks Saksamaa turult kogutud ja eelnevalt koostöös kliendiga läbi töötatud info. Erinevate lahenduste puhul lähtuti muuhulgas tootmise seisukohast optimaalseimatest variantidest. Eskiisidest tehti esialgsed valikud, millega edasi töötati ja hakati valmistama tööjooniseid. Klient oli pidevas kontaktis Mövega, saades jooksvalt tagasisidet, mille põhjal said disainerid töötada välja nende tooteliini sobivaimad tooted.

**Möju ja tulemus** Toodet müüdi edukalt üle Saksamaa. Kuna kohe alguses oli tootesarja elueaks planeeritud kuni aasta, siis tänaseks seda sarja enam ei toodeta.

**Kliendi kontakt** www.moeve-shop.de

## 1



### 2 Jälgimisseade Defendec OÜ-le

**Lähteülesanne** Koostöös Defendec OÜ ja Eesti Piirivalveametiga osales Ten Twelve tootearendusprotsessis Defendec OÜ tootele, mis on mõeldud erinevate strateegiliste objektide jälgimiseks: riigipiirid, naftatorud jne. Lähteülesandeks oli luua võimalikult kompaktne ja märkamatu jälgimisseade väliskeskonnas kasutamiseks. Täiendavad tingimused olid, et toode sulanduks erinevatesse väliskeskondadesse (erililised metsad, linn, kõrb, kaljud, veekogud jne), vastaks kõrgetele ergonomikanõuetele, oleks võimalikult lihtsalt ja kiirelt paigaldatav. Lisaks pidi toode olema väga veekindel, samuti vandalismi- ja varguskindel.

**Kontseptsioon ja strateegia** Tööd alustati taustauuringutega, selgitamaks välja erinevad lähenemisviisid ning võimalused. Uuringu käigus analüüsiti juba turul olevaid lahendusi, tooteid ja süsteeme, millel oleksid loodava tootega sarnased funktsioonid. Taustauuringute alusel töötati välja toote ja selle lahenduste erinevad kontseptsioonid, mis hõlmasid toote parimaid kasutuslikke stsenaariume, toote funktsioonidest tulenevaid ideelahendusi, eri tehnoloogiate võrdlust ja analüüsi ning visuaalset analüüsi sihtgrupile usaldusväärse vormi ja välimuse loomiseks. Kontseptsioonidele tuginedes valmisid erinevad eskiislahendused, millest koostöös kliendiga valiti välja optimaalseimad. Nende alusel loodi funktsionaalsed maketid ning testiti sihtgrupiga erinevaid lahendusi, simuleerides selleks reaalseid kasutuslikke situatsioone. Testitulemuste analüüs sai aluseks edasisele tootearendusele ja digitaalse prototüübi loomisele. Järgmistes arendusetappides valmistati prototüüpe erinevate tingimuste, funktsioonide ja kasutuslike omaduste lõikes. Toodet testiti sihtgrupi esindajate ja Defendec OÜ potentsiaalsete klientide hallatavatel objektidel.

**Möju ja tulemus** Eelseeria mudeleid testitakse ja turustatakse mitmes Euroopa riigis. Tehakse ettevalmistusi jälgimisseade seeriatootmiseks. Tulemus vastab püstitatud eesmärkidele, toode on unikaalsete omadustega ja tal on konkurentsieeliseid rahvusvahelisel turul.

**Kliendi kontakt** www.defendec.com / Tauri Tuubel / tauri.tuubel@defendec.com

## 2





KONTAKT

**Velvet**  
Niine 11  
10414 Tallinn  
T: +372 521 6162  
info@velvet.ee  
www.velvet.ee

TEENUSED

Informatsiooni ja graafiline disain  
Tööstus- ja tootedisain  
Teenuse ja elamuse disain  
Keskkonnadisain  
Disaini- ja tootearendusealane nõustamine

KLIENDID

Eesti Energia  
Eesti Pank  
Eesti Vabariik  
Elering  
EMT  
ESA  
Estonian Air  
NASDAQ OMX Tallinn  
Põhjamaade Ministrite Nõukogu  
Eesti esindus  
Raidla Lejins & Norcous  
Meiren Engineering  
TV3  
WNB

KEELED

Eesti  
Vene  
Inglise  
Soome

MEESKOND

Janno Siimar  
Mart Lankots  
Marion Jõepera  
Kaarel Vahtramäe  
Jaak Peep  
Tim Martin  
Rainer Olbri  
Magnus Haravee  
Liina Jakobson  
Lauri Pugast  
Kristian Kirsfeldt

**Velvet** on loovate meeskondade liit, kus luuakse arusaadavust ja selgeid sõnumeid, mis ühendavad inimesi. Velveti disainerid töötavad koos klientidega, kes naudivad pidevalt muutuva keskkonna poolt pakutavaid väljakutseid. Tegu on agentuuriga, kus tulemuste saavutamiseks ühendatakse enda oskused kliendi tarkuse ja kasutajate vajadustega. We. Make. Sense.



VELVET

creative alliance

Velvet on ettevõtete strateegiline partner visuaalse kommunikatsiooni valdkonnas, mis on keskendunud teenuse-, kommunikatsiooni-, toote-, trüki-, keskkonna- ja interaktsioonidisainile. Samuti tegeleb agentuur igapäevaselt graafilise disaini, kaubamärgi strateegia loomise, tootmisvahenduse ja programmeerimisega.

Velveti disainerite ühine eesmärk on luua selgust ja ihaldusväärust. Iga alustatud projekt on protsess, mis algab kliendi vajaduste, väljakutsete ja võimaluste kaardistamisega. Nii leiab ja töötab Velveti meeskond välja vahendid, mis muudavad olulised väärtused realselt vajaminevateks ning kasumlikeks lahendusteks.

Disain on osa äristrateegiast ja seega alati osa tulevikust. Velveti jaoks algab tulevikukeskne tegutsemine teadmisest, et oma töös lähtutakse koostöös kliendiga välja töötatud visioonist ja püstitatud eesmärkidest.

1 ESA Loomeskubaatori sisegraafika

**Lähteülesanne** Loomeskubaator on ettevõtluskeskkond loomemajanduse valdkonnas tegutsevatele ettevõtetele, mis avati 2009. aasta sügisel Tallinnas Baltika Kvartalis. Velveti ülesandeks oli välja töötada inspireeriv loov-kontseptsioon ja graafiline kujundus Loomeskubaatori vastrenoveeritud siseruumidele. Endisest tehasehoonest tuli sisegraafika jõul luua muhe, soe ja mõtteid innustav keskkond. Väljakutseks oli ka projekti suhteliselt lühike teostamisperiood, kus loov-kontseptsioon, graafilise kujunduse väljatöötamine ning sisegraafika tootmine teostati vähem kui kahe kuuga.

**Kontseptsioon ja strateegia** Sisegraafika eesmärgiks oli siduda kokku kahel eri korrusel tegutsevad ettevõtted ja tekitada Loomeskubaatori asukatele inspireeriv keskkond, mis annaks hoonest valitseva õhkkonna kohe edasi ka Loomeskubaatori külastajatele ning aitaks neil ilma eksimata ruumides liikuda. Sisegraafika läbivaks jooneks on voolujooneline väätmuster, millesse on põimitud kontorite, nõupidamisruumide ja abiruumide nimed. Mustrid detailid saavad alguse koridorist ja juhatavad külalisi mööda treppe Loomeskubaatori suunas. Kõikide tubade numbrid on edasi antud maailma eri keeltes – lahendus, mis pakub nuputamist nii igapäevastele asukatele kui ka külalistele, andes neile märku, et kohas, kuhu nad jõudnud on, ei peaks mõtlema väljakujunenud normide järgi. Interjööri graafikat täiendavad loomapildid ja inspireerivad tsitaadid, mis toetavad ühiskasutuses olevate ruumide funktsioone.

**Mõju ja tulemus** Loomeskubaatori ruumides tegutseb tänaseks 20 loomemajanduse valdkonna ettevõtet, samuti paiknevad seal ESA töötajate ja tugipersonali tööruumid. Velveti loodud sisegraafika võitis ADC<sup>c</sup>Estonia disainiauhindade 2009. aasta konkursil keskkonnadisaini kategoorias kuldmale. Kuldmuna 2010 konkursil sai töö illustratsiooni kategoorias Hõbemuna.

**Kliendi kontaktinfo** Ettevõtluse Toetamise ja Krediidid Haldamise Sihtasutus / Anu Lõhmus / info@esa.ee / www.esa.ee

1.1



1.2



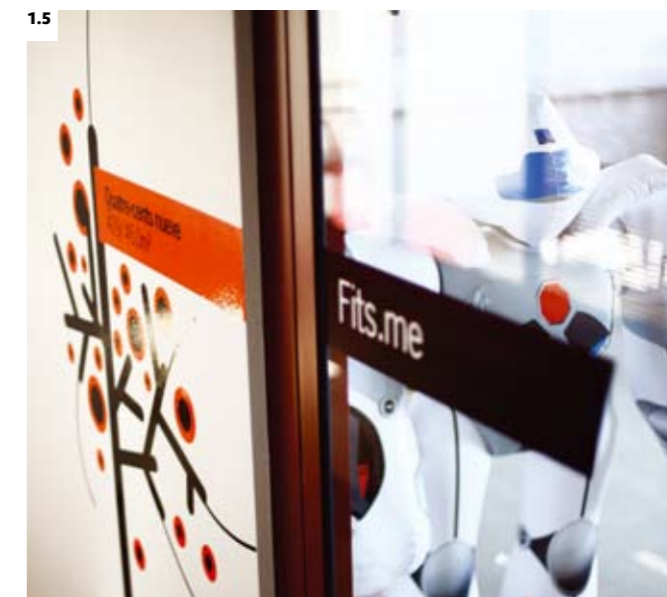
1.3



1.4



1.5







## 2 Meiren Snow

**Lähteülesanne** Meiren Engineering OÜ tegutseb tootearenduse ning projekteerimise valdkonnas, ettevõtte peamisi tegevusalasid on lumesahkade, koppade ja eriseadmete väljatootamine, tootearendus ja valmistoodete müük. Ülesanne Velvetile oli luua uus bränd ja turundusstrateegia sisenemaks uutele turgudele – Skandinaavia riikidesse, Islandile, Ameerika Ühendriikidesse ja Kanadasse. Väljakutseks oli luua visuaalselt tugev bränd, mis eristuks selgelt konkurentidest, ning brändi lubadus, mis peegeldaks Meireni omanike ja töötajate suhtumist ning mõjutaks Meireni toodete igapäevast kasutajat – lumesaha juhti, kes oskab hinnata Meireni toodete kõrget kvaliteeti, kasutusmugavust ning vastupidavust.

**Kontseptsioon ja strateegia** Töö etappideks olid: strateegia valimine, identiteedi kujundamine, brändi lubaduse ehk slogan sõnastamine, fotopanga loomine, kommunikatsioonikandjate valimine, veebilehe loomine, turundus- ja müügimaterjalide koostamine. Kõik vajalikud tööloigud läbis agentuur koostöös Velvet Creative Alliance'i tiimidega, kaasates lisaks strateegia ja disainimeeskonnale veebitiimi (Velvet DigitalPaper) ja fotostuudio (Kliff ja Klaus). Loodi bränd ja slogan, mis peegeldab Meireni omanike ja töötajate suhtumist nii ettevõtte järjekindlasse arengusse kui ka tootearendusse. Veebitiimi töö tulemusena valmis veebileht, mis annab väga hea ülevaate Meireni alambrändide tootevalikust ning tööpõhimõtetest. Turundusstrateegia osas töötas Velvet välja uued müügi- ja turundusmaterjalid, tegevuskava sotsiaalmeedia kanalite jaoks ning meened, mida kasutatakse tootesitlustel ning messidel.

**Mõju ja tulemus** Meiren Snow' tooteid on pärast uue brändi lansseerimist müüdnud kõikidesse riikidesse, mis algse eesmärgina kirjas olid, ning aktiivne töö uute turgude vallutamisel jätkub. Ettevõtte juhtkond prognoosib 2010. aasta käibe kasvaks üle 20% võrreldes 2009. aastaga.

**Kliendi kontakt** Meiren Engineering OÜ / Toomas Uibo / toomas@meiren.ee / www.meiren.ee

## 3 NASDAQ OMX-i turuinfo infograafika

**Lähteülesanne** NASDAQ OMX Group, Inc. on maailma suurim börsikontsern, mis pakub kauplemise, börsitehnoloogiate ja noteeritud ettevõtetega seotud teenuseid kuuel mandril. Velveti ülesanne oli välja mõelda, disainida ja tehniliselt teostada lahendus, mis näitaks reaajas Balti väärtpaperituru kauplemisinformatsiooni, oleks visuaalselt atraktiivne, sisuliselt informatiivne ja kiiresti arusaadav ning hoomatav.

**Kontseptsioon ja strateegia** Põhiliseks väljakutseks kujunes suure infomahu esitamine kujul, mis oleks arusaadav ka põgusal pealevaatamisel. Parima tulemuse saavutamiseks võitis meeskond appi kõik infograafika võtted ja erinevad geometrilised kujundid, mis võimaldavad numbrilise info dünaamilikat illustreerida. Mängiti mitmete infovisuusi versioonide ja nende omavahelise kombineerimisega. Tehniliselt leidis infograafika lahenduse Flash platvormil. Kiireks ja ökonoomseks andmete edastamiseks kasutatakse AMF-formaati. Valitud tehniline lahendus võimaldab süsteemi vajadusel kasutada ka näiteks otse kodulehel või desktop-rakendusena tavalises arvutis.

**Mõju ja tulemus** Projekti tulemusena on Baltimaade börside kauplemisinfo valatud graafiliselt atraktiivsesse ja arusaadavasse vormi. NASDAQ OMX kasutab seda rakendust suurtel teleekraanidel oma kontoris ja kontorihoone fuajees. Samuti jookseb reaajas kauplemisinfo ka demo-keskuses. Välja töötatud graafiline lahendus on pälvinud tunnustust mitmel konkursidel. Täna on sama lahenduse kasutusele võtnud ka NASDAQ OMX gruppi kuuluvad ettevõtted Lätis ja Leedus. Huvi samalaadse lahenduse kasutuselevõtmiseks on üles näidanud ka Põhjamaade börsid.

**Kliendi kontakt** Tex Vertmann / tex.vertmann@nasdaqomx.com / www.nasdaqomxbaltic.com



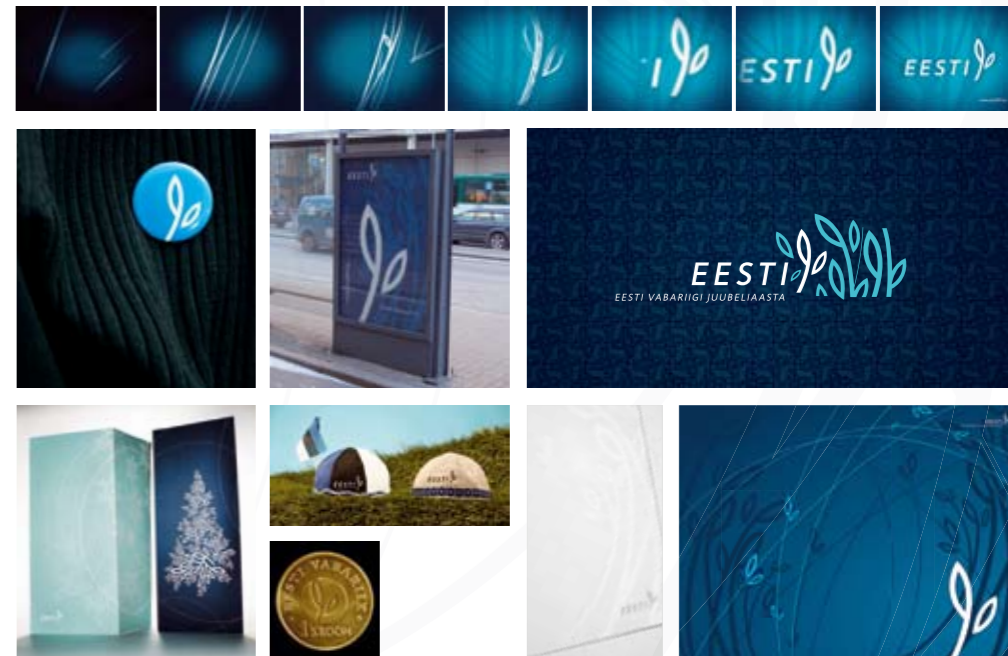
## 4 Eesti Vabariik 90

**Lähteülesanne** Pühitsemaks Eesti Vabariigi 90 aasta juubelit, korraldas Riigikantselei juubeliaastale logo leidmise konkursi. Logost pidi saama kogu juubeliaastat tähistav sümbol, märk, mis annab edasi Eesti ja eestlaste olemust just selles hetkes, kuhu meie riik on kasvada jõudnud.

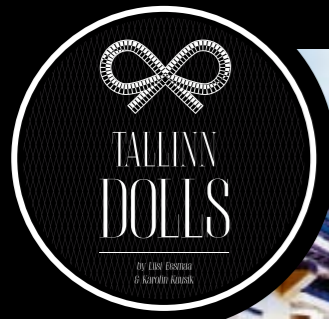
**Kontseptsioon ja strateegia** Logo loomisel lähtusid Velveti disainerid kahest peamisest eesmärgist: logo funktsionaalsusest ja tähendusest. Kuna märgi kasutusvaldkond oli maksimaalselt lai, see pidi olema nähtav kogu aasta vältel ning jääma pikaks ajaks püsima ka pärast juubeliaasta möödumist, pidi märk olema puhas ja lihtne ning sobituma logokandjatele, mõjudes seejuures väärikalt, silmapaistvalt, kuid mitte ennast kordavalt. Lisaks pidi logo esindama, kandma endas arengut, suundumust tulevikule, puhtust ja looduslähedust ning tähistama meie riiki tervikuna – meie ajalugu, seda, kuhu olemine välja jõudnud ning mis meid alles ees ootab. Töö tulemusena sündis Eesti 90 märk, mis kujutab tugevat rohuliblet. Märk sümboliseerib sisemist jõudu, mis on eestlastele teenäitajaks. Number 90 sulatati märgi keelde, see jäi arvulise tähisena alles, kuid esmapilgul mõnelegi märkamatuks.

**Mõju ja tulemus** Juubeliaasta terviklikku identiteeti tähistav märk pälvis aasta vältel tunnustust nii ametlikul kui laialdasemal tasemel. Inimesed hakkasid endale soovima juubelimärgiga logokandjaid, mängulist ja elegantset märki pandi tähele ning hinnati. Elujõudu ja terviklikkust tähistav tunnusgraafika võitis 2008. aastal firmastiili kategoorias Kuldmuna auhinna ning juubeliaasta sümbol jõudis oma teekonnal isegi kroonisele mündile. Eesti Vabariigi juubeliaastaks lõi Velvet Riigikantseleile veebiportaali ka e-poe, kuhu jõudsid müüki juubeliaastaks mõeldud ja loodud meened. Riik kasutas juubelilogo kõikidel vajalikel trükitel ning logokandjatel.

**Kliendi kontakt** Riigikantselei / info@riigikantselei.ee







Tallinn Dolls on ready-to-wear rõivabränd, millele loojad Karolin Kuusik ja Liisi Eesmaa on lisaks kõrgkvaliteedilisele disainile ka oma isikliku pitseri ja karakteri andnud.

Tallinn Dolls võluresept on:  
100 g klassikalist ilu  
Lõpmatus koguses Stiili  
Maitsekas koguses julgust ning  
Näpuotsatäis naiselikku vürtsi

Omaette kunst on ühendada tugev disain ning  
tarbijasõbralikkus, kuid just selle on Tallinn Dolls  
oma peamiseks eesmärgiks võtnud.

Silmapaistev, särav ja mänguline, kuid siiski igapäevaselt kantav.  
Karakteriga naistelt karakteriga naistele!

www.tallinn dolls.com



www.artun.ee

[www.artun.ee/teenused](http://www.artun.ee/teenused)  
[www.artun.ee/uslugi](http://www.artun.ee/uslugi)  
[www.artun.ee/services](http://www.artun.ee/services)

äri on kunst  
kunst on looming  
looming viib edasi

Koostöövõimalused Eesti  
Kunstiakadeemias  
[www.artun.ee/teenused](http://www.artun.ee/teenused)



Collaboration opportunities offered  
by the Estonian Academy of Arts  
[www.artun.ee/services](http://www.artun.ee/services)

бизнес – это искусство  
искусство – это творчество  
творчество – это движение вперед  
Возможности сотрудничества  
с Эстонской Академией Художеств  
[www.artun.ee/uslugi](http://www.artun.ee/uslugi)

Yhteistyön mahdollisuudet  
Eestin Taiteiden Akademin kanssa  
[www.artun.ee/services](http://www.artun.ee/services)



## Tallinn Creative Incubator

### Launchpad for creative start-ups!

\* Ca 50 creative start-ups  
– fashion designers,  
jewellers, glass artists,  
interior architects, graphic  
designers, photographers.

\* Best supportive  
environment for business  
growth and development:  
know-how, joint marketing,  
networks.

\* The 2nd place winner of  
the global Best Science  
Based Incubator 2010 award.



ESA Tallinn Creative Incubator / Veerenni 24C, 10135 Tallinn, Estonia  
Manager: Ele-Mall Vainomäe, elemall@esa.ee, tel +372 604 0621

[www.esa.ee](http://www.esa.ee)

## Ärijuhtimise magistrikraad teenuste disaini valdkonnas

Tartu Ülikoolist – unikaalne magistriõppekava Eestis

Õpi tundma disaini rakendusvõimalusi teenindusorganisatsioonis ja elamust pakkuvate teenuste arendamisel, arenda loovat mõtlemist ning projektide juhtimise oskust. Õppetööd viivad läbi TÜ majandusteaduskonna ning Pärnu kolledži õppejõududele lisaks rahvusvaheliselt tunnustatud disainipraktikud ja õppejõud.

Vaata lisainfot: [www.pc.ut.ee/teenusedisain](http://www.pc.ut.ee/teenusedisain)



## Wellness and Spa Service Design and Management

- unique Master programme in the whole Europe.

Learn about wellness philosophy, spa management, service design, spa treatments. Experience international network of lecturers, practical internship and study-trips, innovative web-conferences and studying partly online.

See more information: [www.pc.ut.ee/wellspa](http://www.pc.ut.ee/wellspa)



## **Design Excellence Estonia ootab uusi liikmeid liituma!**

Eesti Disainikeskus kutsub kõiki Eesti disainibüroosid liituma Design Excellence Estonia võrgustikuga, mis on disainivaldkonna kompetentside, võimaluste ja kontaktide kohtumispaik.

Design Excellence Estonia võrgustikuga liitunud ettevõtetele pakub Eesti Disainikeskus arenguvõimalusi koolituste, nõustamiste ja kontaktürituste läbi ning nende kontakte vahendatakse potentsiaalsetele koostööpartneritele nii Eestis kui välisriikides. Kuulumine Design Excellence Estoniasse soodustab disainibüroo ettevõtlusalast tegevust, disaini- ja ettevõtlusalast kompetentsi kasvu ning koostööd teiste disainibüroode ja disainiteenuste tellijatega.

Design Excellence Estonia liikmeteks ootame ettevõtteid, kes pakuvad disainiteenuseid järgmistes valdkondades:

- Informatsiooni ja graafiline disain
- Tööstus- ja tootedisain
- Rõiva- ja tekstiilidisain
- Teenuse ja elamuse disain
- Disaini- ja tootearendusealane nõustamine
- Keskkonnadisain

Liikmeks astumiseks tuleb täita registreerumisankeet ja maksta aastane osalustasu. Tingimustega saab tutvuda Disainikeskuse kodulehel [www.disainikeskus.ee](http://www.disainikeskus.ee) või küsida lisainfot Design Excellence Estonia arendusjuhilt: Sirli Nõmm / [sirli@disainikeskus.ee](mailto:sirli@disainikeskus.ee) / T: +372 523 0561

## **Eesti Disainikeskus**

Eesti Disainikeskus on disainivaldkonna edendaja, kes panustab igakülgset teadmispõhisesse, loova ja konkurentsivõimelise Eesti arengusse. Eesti Disainikeskuse missiooniks on luua disaini arenguks inspireeriv, innovaatiline ja koostööle suunatud keskkond. Usume, et hea disainiga saavutame kasumlikkuse nii majanduslikus, sotsiaalses kui ka keskkondlikkus mõtmes.

Eesti Disainikeskuse strateegilisteks eesmärkideks on:

- Suurendada disainibüroode ja disainerite disaini- ja ettevõtlusalaseid oskusi, arendamaks nende konkurentsivõimet;
- Toetada efektiivset disainikasutust ettevõtetes ja avalikus sektoris, edendamaks innovatsiooni ning maailma tasemel kaubamärkide, toodete ning teenuste arendamist Eestis;
- Turundada disainivaldkonda Eestis ja kaugemal, loomaks soodsat tegevuskeskkonda disainiteenuste pakkujatele;
- Toetada riiklike disainipoliitikate arendamist, soodustamaks disaini kasutust läbi riiklike regulatsioonide.

Eesti Disainikeskus tegutseb Eesti ettevõtluses ja avalikus sektoris disaini rolli suurendamise nimel pakkudes nõustamist nii uute toodete ja teenuste arendamisel kui strateegilisel juhtimisel. Lisaks osaleme aktiivselt valdkondlikes uutes koostööprojektides ning ettevõtlusalgatustes.

Eesti Disainikeskus korraldab erinevaid disaini valdkonnaga seotud täiendkoolitusi, kontaktüritusi, mõttekodasid, seminare, uuringuid, töötubasid ja näituseid ning tegutseb disainiala eksperdi ja konsultandina.

Täiendavat informatsiooni nii Eesti Disainikeskuse tegemistest kui ka disainivaldkonnas toimuvast leiab meie kodulehelt: [www.disainikeskus.ee](http://www.disainikeskus.ee) ning elektroonilisest uudiskirjast: [uudiskiri.disainikeskus.ee](mailto:uudiskiri.disainikeskus.ee)

Ootame kõiki huvitavaid ettepanekuid e-posti aadressile: [info@disainikeskus.ee](mailto:info@disainikeskus.ee)

Disainikeskuse asutasid 2008. aastal  
Eesti Kunstiakadeemia, Tallinna Tehnikaülikool,  
Eesti Disainerite Liit ja Eesti Disaini Instituut.





Eesti Disainikeskus  
Kooli 7-4, 10133 Tallinn, Eesti  
T: +372 631 1508, [info@disainikeskus.ee](mailto:info@disainikeskus.ee)  
[www.disainikeskus.ee](http://www.disainikeskus.ee)