

TZ: Moderní technologie v průmyslovém designu. 3D tisk zrychluje výrobu o stovky procent. AI nám práci nevezme, shodují se designéři

Moderní technologie jsou prostředkem ke zvýšení konkurenceschopnosti na světovém trhu. A přední čeští hráči na poli průmyslového designu je uplatňují stále častěji. Výrobce městského mobiliáře mmcité získal s 3D tištěným produktem prestižní designové ocenění a v Preciose pomáhá umělá inteligence k efektivnější komunikaci s klienty.

20. 6. 2024 – Přední čeští designéři vnímají moderní technologie jako výzvu a prostředek k zefektivnění práce. David Karásek z mmcité a Lukáš Uliarczyk z Preciosy se podělili o svých zkušenostech na konferenci Design pro business, která mapuje trendy v českém průmyslovém designu. Její třetí ročník se uskutečnil ve spolupráci [Asociace Českého průmyslového designu](#) a [Design Centra CzechTrade](#).

3D tisk násobí výrobní kapacity a tvoří unikátní design

Změnit vnímání 3D tisku. To byl jeden z cílů při navrhování květináče TYPO, jednoho z prvních výrobků svého druhu na světě, sériově vyráběných technologií 3D tisku. „3D tisk známe jako prostředek k prototypování a modelování. Pro výrobu finálního produktu ale zas tak běžný není. Myšlenka to změnit nás zaujala natolik, že jsme se rozhodli ji realizovat,“ říká David Karásek, designér a majitel firmy mmcité, která patří k českým leaderům na poli průmyslového designu a inovací.

144× více produktů každý den. Tak vypadá navýšení výroby při využití 3D tisku. Jak je to možné? „Při odlévání do formy platí, že výrobek by měl tuhnout okolo 24 hodin. Měsíční výrobní kapacita s použitím jedné formy je tak zhruba 20 kusů. To může znamenat velký problém při realizaci objemnějších zakázek,“ vysvětluje David Karásek. Forma má navíc omezenou životnost a její výroba stojí zhruba 100–200 tisíc korun. Oproti tomu tisk jednoho květináče zabere zhruba 10 minut. „S 3D tiskem limitace výrobní kapacity tedy de facto mizí,“ dodává designér.

„Design nesmí být otravný,“ říká David Karásek, tak trochu i na účet 3D tištěných produktů, které se nevyhnou specifickému vzhledu „vosího hnízda“. I proto s kolegou Michaelem Tomalíkem zvolili poměrně radikální kónické tvarosloví, které není pro 3D tištěné výrobky typické. „Tvar byl pro tiskaře největší výzvou. Nejběžněji se tiskne ve svislém směru a cokoli se od něj odchyluje, může způsobovat problém. Museli jsme dlouho ladit ideální tuhost směsi, rychlost tisku a pracovat s výztuhami tak, aby květináč ve veřejném prostoru obstál,“ říká designér. TYPO v mmcité vyvíjeli rok a unikátní design přinesl značce zkraje roku prestižní ocenění Red Dot Design Award.

AI urychlí práci i rozhodování klientů

Design není jen o designu. „Obrovskou částí naší práce představuje tvorba prezentací, schůzky, mítinky, práce s Excelem... Pokud nejste sami dost kreativní nebo nemáte copywritera, AI vám pomůže rychle vytvořit kvalitní strukturu textů. Může poslouchat vaše schůzky a rovnou udělat zápis, nebo pomoci třeba s vytvářením briefů. Neudělá za vás vše, ale může vám dát první ‚kick‘ k práci nebo třeba nadhodit nápady, nad kterými můžete dále přemýšlet a diskutovat,“ říká Lukáš Uliarczyk, Lead Designer Preciosa Lighting. Nástup AI je podle něj další z revolucí, které přinesly obavy, ale bez nichž si s odstupem času nedokážeme život představit.

Klientův zájem je hra o čas. Součástí práce designérů je vytváření vizualizací pro klienty. Ti, kteří uvažují nad pořízením prémiového produktu, chtějí vidět výsledky a možnosti hned. A umělá inteligence to umožňuje. „V praxi to probíhá tak, že zákazník pošle fotku nebo vizualizaci interiéru a

řekne, kam chce umístit nové lustry či instalace. Díky AI pak nemusíme dělat složité renderování interiérů. Funkce ve Photoshopu udělá na jeden klik to, co bychom dříve retušovali hodiny,” říká designér. Během pěti vteřin je na světě náhled, který lze ihned poslat klientovi a udržet tak jeho cennou pozornost.

Skláři dál budou mít co jíst. Ve výstupech generativní umělé inteligence vidí Lukáš Uliarczyk stále i mnoho slabin, daných mimo jiné tím, že čerpá z referencí online. Pokud tedy chcete opravdu jedinečný výsledek, musíte se spolehnout na vlastní kreativitu. *„Designujeme dále ,postaru‘. Sklářské řemeslo má obrovský podíl fyzické výroby a také se nedá přesunout do AI. Tu si necháváme na pomocné úkony a zrychlení ,otravných‘ prací, které jsou součástí designu. Ušetří nám spoustu času a my se můžeme naplno zaměřit na kreativitu. Takže AI samotná nám nevezme práci, ale někdo, kdo umí využívat AI, nám už práci vzít může,”* uzavírá Lukáš Uliarczyk.

Asociace českého průmyslového designu

Asociace českého průmyslového designu vznikla se záměrem propagovat **design jako nedílnou součást inovace** a nástroj konkurenceschopnosti na našem i světovém trhu. Design přináší přidanou hodnotu produktu, vytváří unikátní příběh značky a přispívá ke zvyšování **povědomí o národním brandu**. Asociace je neziskovým profesním sdružením 26 firem, jejichž společným jmenovatelem je převažující výroba v Česku a systematická práce s designéry. **Propojuje dialog s majiteli firem, státními a vzdělávacími institucemi** a odbornou i širokou **veřejností**.

„Naším cílem je motivovat další podnikatele, aby následovali cestu firem, které vsadily na design jako prostředek k úspěchu, budování silného brandu a kultivaci prostředí našeho oboru. Ale také k originalitě produkce, která je dalším faktorem konkurenceschopnosti u nás i za hranicemi. A k tomu může přispět právě sázka na moderní technologie,” říká **David Karásek, místopředseda představenstva AČPD**.

- Více o nás: www.acpd.cz
- Sledujte nás na **sociálních sítích**: [LinkedIn](#) | [Instagram](#) | [Facebook](#)
- **Fotografie** k této tiskové zprávě najdete [ZDE](#). Další rádi poskytneme.

Kontakt pro média: **Karolína Hornová** | PR specialist AČPD
karolina.hornova@acpd.cz | 737 877 773