HGH INDIA 2017 SM
HOME DECOR ▪▪▪ GIFTS ▪▪▪ HOUSEWARE
JULY 4-6, 2017 MUMBAI, INDIA

NEWS 2

A TEXZONE Event

Where business feels at home!

એચજીએચ ઈન્ડિયા ૨૦૧૭

હોમ રીટેલિંગમાં થતી વૃદ્ધિનું પ્રતિબિંબ

મુલાકાતીઓમાં વર્તમાનમાં પ્રિ–રજિસ્ટ્રેશનનું જે વલણ જોવા મળે છે, તેના પરથી અનુમાન કરી શકાય કે એચજીએચ ઈન્ડિયાના છ વર્ષના ઈતિહાસમાં, આ વર્ષે ૨૦૧૭માં, મુલાકાતીઓની સંખ્યા સૌથી વધારે નોંધાશે. તુલનાત્મક રીતે જોઈએ તો, ગયાં વર્ષે જે તારીખે ઑનલાઈન રજિસ્ટ્રેશન થયાં હતાં, તેના કરતાં આ વર્ષે તેમાં ચાર ગણો વધારો થયો છે, જે સ્પષ્ટપણે સૂચવે છે કે વ્યાપાર મુલાકાતીઓ આમાં ખૂબ જ રસ ધરાવે છે, તેમને ઘણી જ આશાઓ છે અને એચજીએચ ઈન્ડિયા ૨૦૧૭માં, તેઓ સેંકડો નવીનતાઓને જોવા, જાણવા તેમ જ ૨૦૧૭–૧૮માં ફેશન પ્રવાહો કયા, કેવા રહેશે તે જાણવા અત્યંત ઉત્સુક છે.

મુલાકાતીઓની સંખ્યામાં ગયાં વર્ષના ૨૫, ૪૫૦ કરતાં ઓછામાં ઓછા ૧૦થી ૧૫%નો વધારો થશે તેવી ધારણા છે અને આમાં હજારો સીઈઓ તેમ જ સોર્સિંગ વડાઓનો પણ સમાવેશ થાય છે. માનવામાં આવે છે કે સમગ્ર ભારતમાંનાં ૪૫૦ કરતાં વધુ શહેરો તથા નગરોમાંથી વ્યાપાર મુલાકાતીઓ અહીં આવશે. ભારતનાં શ્રેણી II અને III નાં શહેરો તથા નગરોની રીટેલિંગ અને ખરીદ શક્તિમાં વધારો થતો જાય છે , જે આ વિસ્તારોમાંથી ખૂબ મોટાં પ્રમાણમાં થતાં રજિસ્ટ્રેશનોરૂપે પ્રતિબિંબિત થતો જોવા મળ્યો છે. ઉત્તર ભારત અને દક્ષિણ ભારતમાંથી મુલાકાતીઓની સંખ્યામાં નોંધપાત્ર વધારો જોવા મળ્યો છે, પશ્ચિમ ઝોનમાંથી મુલાકાતીઓનાં રિપીટ રજિસ્ટ્રેશનમાં ખૂબ વધુ પ્રમાણમાં વધારો થયો છે, તદુપરાંત ઉત્તર ભારત અને દક્ષિણ ભારતમાંથી આવનારા મુલાકાતીઓની સંખ્યામાં નોંધપાત્ર વધારો થયો છે અને તે સૂચવે છે કે સમગ્ર દેશને એચજીએચ ઈન્ડિયાની મુલાકાત લેવામાં વધુ ને વધુ રસ પડતો જાય છે.

અત્યાર સુધીમાં જે મુલાકાતીઓએ નોંધણી કરાવી છે તેઓ ડિપાર્ટમેન્ટ સ્ટોરો, હાઈપર માર્કેટો, વિશેષ સ્ટોરો, વૈભવી ચીજવસ્તુઓ રાખનારા સ્ટોરો અને બુટિકો, પરંપરાગત સ્ટોર માલિકો અને ઑનલાઈન તેમ જ ઈલેક્ટ્રોનિક માધ્યમના રીટેલરો છે. સંસ્થાકીય ખરીદકર્તાઓ, કોર્પોરેટ ગિફ્ટ ખરીદકર્તાઓ, ઈન્ટિરિયર ડિઝાઈનરો, સંભવિત એજન્ટો અને ફ્રેન્ચાઈસીધારકોએ પણ પ્રિ–રજિસ્ટ્રેશન કરાવ્યું છે, જે સૂચવે છે કે તેઓ મુલાકાત લેવા ઈચ્છુક છે. આ સહુ ઉપરાંત, અગ્રણી ભારતીય આયાતકારો, વિતરકો, ખરીદ એજન્ટો અને બ્રાન્ડ પ્રતિનિધિઓ પણ નવી તકો તેમ જ નવી ભાગીદારીઓની શોધમાં અહીં આવશે.

એક અનુમાન મુજબ, હોમ બિઝનેસમાં ભારતભરના ટોચના ૧૦૦ રીટેલરોમાંથી લગભગ ૯૦% કરતાં વધારે, એચજીએચ ઈન્ડિયા ૨૦૧૭ની મુલાકાત લેશે અને તેમનું પ્રતિનિધિત્વ તેમના સૌથી વરિષ્ઠ નિર્ણયકર્તા અધિકારીઓ કરશે, આ બાબત સ્પષ્ટપણે દર્શાવે છે કે તેમના વ્યાપાર માટે આ વ્યાપાર શો કેટલી બધી ઉપયોગિતા ધરાવે છે.

વર્ષ ૨૦૧૭–૧૮ માટેના પ્રવાહો કઈ તરફના રહેશે તે ‘‘એક્રૉસ ટાઈમ્સ’’ નામના વિષયવસ્તુ અંતર્ગત હોલ ૧માં ટ્રેન્ડ્ઝ પેવેલિયનમાં, હોલ ૫(પાંચ)માં તુર્કી, તાઈવાન અને ચીનનાં પેવેલિયનોમાં હશે, એચજીએચ ઈન્ડિયા ૨૦૧૭માં ધ્યાનાકર્ષક બાબતો કઈ હશે તે જોઈએ તો, ૧૦૦ કરતાં પણ વધારે નવા ભારતીય અને આંતરરાષ્ટ્રીય પ્રદર્શનકારો સૌથી પહેલી વખત આમાં ભાગ લેવાના છે, આ શોમાં નિયમિતપણે ભાગ લેનારા ભારતીય અને આંતરરાષ્ટ્રીય નિર્માતાઓ પોતાની નવી પ્રોડક્ટો સૌ પ્રથમ વખત અહીં ઉદ્‌ઘાટિત કરવાના છે.

કાર્પેટ અને ફ્લોર કવરિંગ

આગામી કેટલાંક વર્ષો દરમ્યાન, ફ્લોર કવરિંગ, એરિઆ રગ અને કાર્પેટમાં– એક શ્રેણી તરીકે પ્રતિ વર્ષ લગભગ ૨૦% કરતાં પણ વધારે વધારો થવાનું ચાલુ રહેશે. ભારતભરમાં, મોટા ભાગના રીટેલરો, પોતાને ત્યાંથી કાર્પેટ વેચાણમાં ખાસો એવો વધારો થતો હોવાનું જણાવે છે.

હાથે બનાવેલા રગ અને ગાલીચા– કાર્પેટ, મશીન નિર્મિત ગાલીચા, વુડન ફ્લોરિંગ, દરી, વિનાઈલ ફ્લોરિંગ, સિન્થેટિક ફ્લોરિંગ, કોયર મેટ (નાળિયેરની કાથીમાંથી બનેલાં), બાથ મેટ, આઉટડોર માટેની ફર્શ જેવી કે કૃત્રિમ ઘાસ (આર્ટિફિશિયલ ગ્રાસ) જેવી પેટા શ્રેણીઓમાં પ્રોડક્ટો ખૂબ લોકપ્રિય છે અને તે સ્પષ્ટપણે સૂચવે છે કે ભારતીય બજારમાં અનેક પ્રકારની વિવિધતાઓ છે અને રીટેલરો, બ્રાન્ડો, નિર્માતાઓ તેમ જ આયાતકારોને વૃદ્ધિની અનહદ તકો આપે છે.

કિંમતની દ્રષ્ટિએ જોઈએ તો, પ્રીમિયમ, મધ્ય સ્તરીય અને કિફાયતી– તમામ વિભાગોમાં માંગ વધે છે. એચજીએચ ઈન્ડિયા ૨૦૧૭માં ૨૫થી વધારે પ્રદર્શનકારો ફ્લોર કવરિંગની શ્રેણી રજૂ કરવાના છે. કાર્પેટ એક્સપોર્ટ પ્રમોશન કાઉન્સિલ (સીઈપીસી– ગાલીચા નિકાસ પ્રોત્સાહન પરિષદ) ની મદદથી, આ શોમાં જૂથ રૂપે સહભાગી થવાનું આયોજન કરાયું છે, તે મુજબ ભારતના વિવિધ ભાગોમાંથી હાથેથી રગ બનાવનારા ૧૪ નિર્માતાઓનું એક જૂથ પણ ભાગ લેવાનું છે.

નવીનતાઓ ■ પ્રવાહો ■ ઉત્પાદનો ■ પ્રાપ્તિસ્થાનો ■ અવસરો

અગ્રણી બ્રાન્ડો બેડ અને બાથ વિભાગનું પ્રતિનિધિત્વ કરશે

ભારતનાં ઘરેલુ બજારમાં, હોમ ટેક્સ્ટાઇલનાં કુલ વેચાણમાં સૌથી મોટો, લગભગ ૫૦%જેટલો હિસ્સો બેડ અને બાથ શ્રેણી ધરાવે છે. આ શ્રેણીમાં એચજીએચ ઇન્ડિયા ૨૦૧૭માં ફરી એક વખત નવીનતાસભર પ્રોડક્ટોનું આગમન, નવીન રજૂઆતો અને વ્યાપાર યોજનાઓ જોવા મળશે.

સ્પેસીસ, પોર્ટિકો ન્યૂ યોર્ક, મેસ્પર, સ્વયં, ટેન્જેરિન, ટ્રાઇડન્ટ, બુટિક લિવિંગ, એના સિમોના, ડિસિટેક્સ, બિઆન્કા, સ્કિપર, માર્ક–હોમ, વેસ્ટહોમ્સ, સી.એ.પટેલ, જિંદલ; લગભગ બધા જ બજાર અગ્રણીઓ બેડ અને બાથ પ્રોડક્ટોમાં પોતાનાં નવાં કલેક્શનો અહીં સૌ પ્રથમ વખત બહાર પાડશે. એચજીએચ ઇન્ડિયા ૨૦૧૭માં ભાગ લેનારા ઘણા નવા પ્રદર્શનકારો, શિશુઓ અને બાળકો માટેનાં બેડિંગ, સુશોભનાત્મક (ડેકોરેટિવ) બેડિંગ, બેડ કવર, રજાઇઓ (ક્વિલ્ટ), વેડિંગ સેટની નવી જ શ્રેણીઓ રજૂ કરશે. અનેક આયાતકારો બજારના જુદા જુદા વિભાગોને માફક આવે તેવી, કિંમતો અને ગુણવત્તાઓમાં વિવિધતા મળી રહે તે મુજબની વ્યાપક શ્રેણીઓ અહીં રજૂ કરવાના છે.

યૂએસએ અને યૂરોપ જેવાં અભિજાત્યપૂર્ણ બજારોમાં પોતાની ડિઝાઇનો અને ગુણવત્તા માટે પ્રસિદ્ધ ઘણા નિકાસકારો સૌથી પહેલી વખત ભારતનાં બજારમાં પોતાની ઉત્પાદન હારમાળા રજૂ કરશે.

ફર્નિશિંગ ફેબ્રિક અગ્રણીઓ નવાં કલેક્શનો બહાર પાડશે

ભારતમાં ફર્નિશિંગ ફેબ્રિક્સનું સ્થાન, હોમ ટેક્સ્ટાઇલ અને હોમ ડેકોર વિભાગમાં એક સૌથી મોટી તેમ જ મજબૂત પ્રોડક્ટ કેટેગરી તરીકેનું રહ્યું છે. વિવિધ દેશોમાં ઘણી વખત, હોમ ટેક્સ્ટાઇલ સ્ટોરોનો ઉલ્લેખ ફર્નિશિંગ સ્ટોરો તરીકે થતો જોવા મળે છે.

ફર્નિશિંગ ફેબ્રિક્સની અનેક અગ્રણી બ્રાન્ડોએ સમય અને ગ્રાહકોની માંગમાં થતા બદલાવ અનુસાર રેડીમેડ પડદાઓ, બેડ લિનન, બ્લાઇન્ડ્સ, ડેકોરેટિવ મેડ–અપ્સ તેમ જ વૉલ પેપરો જેવી રેડીમેડ પ્રોડક્ટો રજૂ કરી છે. આમ છતાં, તેમાંના મોટા ભાગનાઓનાં વેચાણમાં સૌથી મોટો ફાળો ફર્નિશિંગ ફેબ્રિક્સનો હોવાનું વલણ ચાલુ રહેલું હોવાનું જોવા મળે છે.

એચજીએચ ઇન્ડિયા ૨૦૧૭માં ડિસિટેક્સ, રૂમર્સ, મેસ્પર, એબીએન ટેક્સ્ટાઇલ્સ, કેસી ફેબ્રિક્સ, એફ એન્ડ એફ, દેવા ટેક્સ્ટાઇલ્સ, ઝાયના, વેનેલી, વી એન્ડ જે ફર્નિશિંગ્સ, જેમ કલેક્શન્સ, ન્યૂહોમ ડેકોર, એમ્બ્રે જેવા બજાર અગ્રણીઓ પોતાની નવીનતાઓ તથા આધુનિકતમ, અદ્યતન કલેક્શનો ઉદ્દઘાટિત કરશે. અન્ય પ્રદર્શનકારો જેવા કે પ્રિન્સ ફર્નિશિંગ્સ (પાણિપત), જય દુર્ગા, (હૈદરાબાદ), શાહ દીપચંદ (પુણે) જેવા જે વિતરકો ડિસિટેક્સનું જ એક્સક્લુસિવ

પ્રતિનિધિત્વ કરે છે, તેઓ પણ પોતપોતાની બ્રાન્ડોમાંથી નવાં કલેક્શનો રજૂ કરશે.

આંતરરાષ્ટ્રીય સ્તરે વાત કરીએ તો, હાર્લેક્વિન (યૂકે), ડિઝાઇનર્સ ગિલ્ડ (યૂકે), કાસામાંસે (ફ્રાંસ), ઝિમ્મર+રોડે (જર્મની), ઓમેક્સકો (બેલ્જિયમ), ઇફી (આઇએફઆઇ–સ્પેન) પોતાનાં નવીનતમ કલેક્શનો અહીં રજૂ કરશે.

મુલાકાતીઓને આ ઉપરાંત અહીં મુંબઇ, દિલ્લી, સુરત અને પાણિપતના પણ અનેક નિર્માતાઓ જોવા મળશે જેઓ કિફાયતી એવાં અનેક ડેકોરેટિવ તેમ જ ફર્નિશિંગ ફેબ્રિક્સ રજૂ કરવાના છે.

મેટ્રેસની વધુ ને વધુ બ્રાન્ડ

છેલ્લાં ૩-૪ વર્ષથી ભારતમાં તૈયાર ગાદલાં- રેડીમેડ મેટ્રેસનાં વેચાણમાં પ્રતિ વર્ષ ૧૦૦% લેખે જબ્બર વૃદ્ધિ જોવા મળી રહી છે. આ કેટેગરીના નિષ્ણાતોના જણાવ્યા મુજબ, સારી ગુણવત્તાની ઊંઘ કેટલી મહત્ત્વની છે તે બાબતે ભારતના ગ્રાહકોમાં ખૂબ ઝડપથી સભાનતા આવતી જાય છે અને આથી, આવતાં થોડાં વર્ષોમાં બ્રાન્ડવાળાં મેટ્રેસની માંગમાં પણ આવી જ વૃદ્ધિ જોવા મળશે. આવક વધતી હોવાને કારણે હવે તેઓ સારી ગુણવત્તાનાં ગાદલાંઓ અને ઓશિકાંઓ પર ખર્ચ કરી શકે તેમ છે.

મેટ્રેસની બ્રાન્ડોએ જો ભારતનાં બજારોમાં પોતાનું વેચાણ વધારવું હશે તો તેમણે પોતાની રીટેલ અને વિતરણ ચેનલોને ફર્નિચર સ્ટોરો તથા સ્થપતિઓથી આગળ લઇ જઇને, ફર્નિશિંગ તેમ જ હોમ ટેક્સટાઇલ સ્ટોરો સુધી વિસ્તારવી જોઇશે તેવી સૌથી પહેલવહેલી હિમાયત; એચજીએચ ઇન્ડિયાએ ૨૦૧૨માં કરી હતી. તેમને એવી પણ સલાહ આપવામાં આવી હતી કે ફક્ત હોરેકા (એચઓઆરઇસીએ) ઉપર આધારિત ન રહેતાં, સાથોસાથ આવાસીય ગ્રાહક બજારમાં પણ પ્રવેશ કરવો જોઇએ.

બજારમાં રહેલી તકોને ઓળખી લઇને ભારતીય તથા આંતરરાષ્ટ્રીય બ્રાન્ડોએ આ વિભાગમાં થોડું પરીક્ષણ કરી જોવાનું નક્કી કર્યું. છેલ્લાં ૫ વર્ષો દરમ્યાન એચજીએચ ઇન્ડિયા શોમાં બધી જ મેટ્રેસ બ્રાન્ડો માટે આ રણનીતિ ગજબનું કામ કરી ગઇ. છે. રીટેલરો અને વ્યાપાર મુલાકાતીઓને આ વર્ષે ભારતીય તથા આંતરરાષ્ટ્રીય અગ્રણી બ્રાન્ડો જેવી કે કિંગ કોઇલ, પેપ્સ, હશ, ઇક્લિપ્સ, સેન્ચૂરી, મજેન્ટા, લિવાન્ટા મેટ્રેસ તરફથી સ્પ્રિંગ, મેમરી ફોમ, કોયર અને એવી અન્ય શ્રેણીઓમાં સૌથી વધુ વિવિધતા તેમ જ અનેક નવીનતાઓ જોવા મળશે.

સજાવટી ફર્નિશિંગ્સમાં વિકલ્પોની વિશાળતા

ભારત કુશન કવરો, બેડ કવરો, રજાઇઓ (ક્વિલ્ટ), ભરતકામ સહિતનાં સુશોભનાત્મક કાપડ અને સજાવટી કામ, હેન્ડલૂમ વીવિંગ, ઍપ્લિક કામ, સીક્વિન કામ વગેરે જેવાં ડેકોરેટિવ મેડઅપ્સ તથા સૉફ્ટ ફર્નિશિંગ્સમાં પોતાની અત્યંત રચનાત્મક ડિઝાઇનો તેમ જ રચના કૌશલ્ય માટે વિશ્વભરમાં જાણીતું છે. ભારતનાં ઘરોમાં સજાવટ તથા કાપડો માટે આ પ્રકારનાં સુશોભનાત્મક કાપડને સારાં એવાં પ્રમાણમાં પસંદ કરાતું જોવા મળે છે. અગ્રણી બ્રાન્ડો અને બજાર ખેલાડીઓએ, બદલાતા સમયની સાથે આ પરંપરાગત કૌશલમાં પણ સુધારાવધારા કરીને; તેનાં નવાં રંગરૂપ બનાવીને તેને સમકાલીન સ્વરૂપોમાં પણ ઢાળ્યું છે.

એચજીએચ ઇન્ડિયા ૨૦૧૭માં ડેકોરેટિવ મેડ-અપ્સમાં બેડ રૂમ અને લિવિંગ રૂમ માટે મેસ્પર, એના સિમોના, બિઆન્કા, સ્ક્રિપર, સિલ્વર થ્રેડ જેવી સુપ્રસિદ્ધ બ્રાન્ડો પોતાની છેલ્લામાં છેલ્લી નવીનતાઓ રજૂ કરશે.

ફોરેસ્ટ, ટોસો, એએમઆઇ, ઑસમ, ટચ બ્લાઇન્ડ્ઝ, ફંક ટ્યૂબ્યૂલર, એ-ઓકે, મેક્સ ઇન્ટિરિઅર્સ, કેરોટ અને તેવી બીજી અગ્રણી બ્રાન્ડો દ્વારા બ્લાઇન્ડ્ઝ, બારીઓની સજાવટ (વિન્ડો ડેકોરેશન) તેમ જ પડદાઓનાં મિકેનિઝમની વિશાળ હારમાળા રજૂ કરશે. કરવામાં આવશે.

સુશોભન સામગ્રી

ગ્રાહકો પોતાની સમગ્ર સજાવટ માટે કંઇક વધુની શોધમાં રહેતા થયા છે ત્યારે, રીટેલરો માટે ડેકોરેટિવ એસેસરીઝ ખૂબ જ મહત્ત્વની બનતી જાય છે અને હવે ભારતના હોમ ડેકોર, ફર્નિશિંગ તેમ જ હોમ ટેક્સટાઇલ્સના સ્ટોરોમાં તેમની હાજરી સારાં એવાં પ્રમાણમાં, વધુ ને વધુ જોવા મળવા લાગી છે.

ડેકો વિન્ડો, મલ્હાર, એથનિક ક્લોક્સ, કોક્ટેલ, એક દો ઢાઇ, ગાબિયા, ફોર વૉલ્સ, સાક્ષી હેન્ડિક્રાફ્ટ્સ, વિન્ટેજ મિરર્સ, અપીજય એક્સપોર્ટ્સ જેવી બ્રાન્ડો પડદા માટેના સજીલા રોડ, દીવાલ ઘડિયાળો, અરીસાઓ, ટેબલ ટૉપ, વૉલ હેંગિંગ, કલાત્મક ચીજો અને ઘર સજાવટની સમકાલીન ચીજોની વિશાળ હારમાળા રજૂ કરશે.

૨૦૧૭-૧૮ ના પ્રવાહો

એક્રોસ ટાઇમ

સમય અનુસાર

૨૦૧૭–૧૮માં ઘર ફેશન અને જીવનશૈલીના પ્રવાહો ક્યા, કેવા રહેશે તેનો આપને ખ્યાલ આવે તે માટે, એચજીએચ ઇન્ડિયા ૨૦૧૭ નો શો, ''એક્રોસ ટાઇમ'' (સમય અનુસાર) પ્રવાહો લઇને આવ્યો છે અને તે આ પ્રવાહ સૂચક પુસ્તકમાં દર્શાવવામાં આવ્યા છે.

ભારતના રીટેલરો તથા ગ્રાહકોને રંગો, ડિઝાઇનો, સામગ્રી (મટીરિયલ) અને શૈલી (સ્ટાઇલ) બાબતે ફેશન પ્રવાહો કઇ બાજુના રહેશે તે દર્શાવવા પાછળનો હેતુ, તેમને જાણ કરવાનો છે જેથી તેમને વિચારવાની ચોક્કસ દિશા મળે.

આ પ્રવાહો દ્વારા, હોમ બિઝનેસ ક્ષેત્રના નિર્માતાઓ, બ્રાન્ડો, રીટેલરો અને વ્યાવસાયિકો પોતાનાં ઉત્પાદનો તથા નવીનતાઓને ઇચ્છુક અને ઉત્સુક ભારતીય ગ્રાહકો સુધી લઇ જઇ શકે, તેમના સુધી સંકળાઇ શકે.

મુલાકાતીઓ એચજીએચ ઇન્ડિયા ૨૦૧૭ ટ્રેન્ડ્ઝ પેવેલિયનમાં ''એક્રોસ ટાઇમ'' પ્રવાહોને વાસ્તવિક ઉત્પાદનો રૂપે જોઇ શકશે.

ટ્રોપિકલ જોય
સાંસ્કૃતિક ખજાનો
ક્લાસિકલ ટ્રેલ
ડિજિટલનો જાદુ

જીવનશૈલીના પ્રવાહો, હંમેશાં સમાજમાં જોવા મળતી વાસ્તવિકતા અને પરિવર્તનોને પ્રતિબિંબિત કરે છે. શૈલી અને રંગો માટેની શોધખોળ, લગભગ અર્થ અને મૂલ્ય માટેની શોધખોળ બનતી હોવાનું જોવા મળે છે. નવી ટેક્નોલૉજીઓમાં અપાર શક્યતાઓએ, આપણા અનુભવ ક્ષેત્રને વ્યાપક બનાવ્યું છે. આપણી જીવન સ્થિતિ અને જીવનશૈલી, તેમના પ્રભાવ તળે પણ સતતપણે બદલાતી જાય છે.

એચજીએચ ઇન્ડિયા ૨૦૧૭/૧૮ માટે જે ચાર વિષયવસ્તુ પસંદ કરવામાં આવ્યાં છે તે ચાર પરંપરાગત ડિઝાઇન દિશાઓ સૂચવે છે : ફ્લો(ફ્લોરલ), પારંપરિક (ટ્રેડિશનલ), ક્લાસિકલ અને ભૌમિતિક (જિયોમેટ્રિક). આજના સમયમાં આ ચારેય વિષયવસ્તુઓ રંગો, આકારો તેમ જ સામગ્રી– દરેકમાં પોતાને તદ્દન નવી જ ઢબે વ્યક્ત કરે છે.

સમયના પથ પર પ્રવાસનો આનંદ માણો અને અનુભવ કરો :

કુદરતનો આનંદ – ભરપૂર પ્રકૃતિ, અનહદ ખજાનો
પારંપરિક ખજાનો – અત્યંત સુગમતાભરી પારંપરિક ફેશન
ક્લાસિકલ ટ્રેલ – નૂતન શૈલી
ડિજિટલ જાદુ – ટેક્નોલૉજીથી ભરેલી સુંદરતા

ટ્રોપિકલ જોય

વિવિધતાનું સૌંદર્ય, સૌથી સારી રીતે કુદરતમાં વ્યક્ત થાય છે. પરંપરાગત ફ્લોની ડિઝાઇનના અભિગમ, અદભુત, અનુપમ રંગોમાં, તેનાં સંયોજનોમાં અનેકવિધ રીતે ઉઘડે છે અને વિશાળ ડિજિટલ ફ્લાવર પ્રિન્ટરૂપે આકાર પામે છે. સતત તાણ અને અવાજોથી ભરેલી જિંદગી જીવતાં આપણે, છોડવાઓ તેમ જ ફ્લોથી ઘેરાયેલી પ્રકૃતિમાં આરામ કરીને શાંતિ મેળવીએ છીએ, હળવાશ અનુભવીએ છીએ.

સંશોધનો પરથી જાણવા મળ્યું છે કે, કુદરત, પછી ભલેને તે પ્રિન્ટરૂપે હોય તો પણ આપણી તાણ ઓછી કરે છે તથા ભાવનાત્મક તેમ જ શારીરિક સુખાકારી આપનારી બને છે. આપણી ઇન્દ્રિયો છોડવાઓની હાજરીથી સતત પ્રોત્સાહિત થતી રહે છે. કુદરતની અપાર શક્તિઓનું મહત્ત્વ સમજી, જાણીને, બધાં જ પ્રાકૃતિક ઉત્પાદનો, આ પ્રવાહનો એક ભાગ બને છે.

ક્લાસિકલ ટ્રેલ

ક્લાસિક ઇન્ટિરિયર એ માનવની સંતુલન અને સંવાદિતા માટેની ઝંખનાની અભિવ્યક્તિ છે. આપણે જાણીએ છીએ તેમ, આજના આધુનિક સમયમાં ક્લાસિકલની પ્રેરણા કંઇક અંશે પરોક્ષ બની છે. ટેક્સચરની મદદથી તેમાં કુદરતનો અંશ ભેળવવામાં આવે છે અને આમ થતાં જ સૂક્ષ્મપણે ક્લાસિકલ થીમની સુંદરતાને નવો અર્થ મળે છે. અહીં પ્રેરણા આપવાનું કામ ભૌમિતિક આકારો કરે છે. ધરતી પરનાં મનોરમ દ્રશ્યો, રેતી પર ઊઠી આવતી રેખાઓ અને ખડકોમાં કંડારાયેલા દેખાતા આકારો ગાલીચા, વૉલપેપરો અને અપહોલ્સ્ટ્રીનાં ફેબ્રિક્સ પર કઇ ડિઝાઇન રચવી તેનું પ્રેરણા સ્થાન બની જાય છે. સ્પર્શી શકાય તેવાં નવાં આકર્ષણો ઇન્ટિરિયરને સમૃદ્ધ બનાવે છે. મૃદુ રંગ સંયોજનમાં કલાત્મક રચનાઓ ઉપસે છે. એમ્બોસમેન્ટ અને કિંમતી પેટિના ઇફેક્ટ સહિત તેનાં કદાચ હેપ્ટિક પાસાંઓ પણ જોવા મળે. આને ખરબચડી, ઘબ્બાવાળી સપાટીઓ તથા ટેક્સચરની સાથે સાંકળી શકાય, જેથી સૌમ્ય, સંવાદિતાભર્યું, વૈભવી અને મધુરતાવાળું વાતાવરણ રચાય.

એથનિક ટ્રેઝર

પારંપરિક (એથનિક) ડિઝાઇનો પર ધ્યાન વધારે કેન્દ્રિત કરવામાં આવે છે અને તે દુનિયાભરને જોડનારો પ્રવાહ બની રહ્યો છે. ભારત પાસે તો ડાઇંગ, વીવિંગ, ક્વિલ્ટિંગ, પ્રિન્ટિંગથી લઇને કાષ્ટ કોતરણી (વુડ કાર્વિંગ્સ), નેતરકામ (બાસ્કેટરી ક્રાફ્ટ) અને ધાતુ કોતરણી જેવી પારંપરિક તેમ જ રચનાત્મક હસ્તકલાઓનો અપરંપાર વિશાળ ખજાનો છે ત્યારે, ખરેખર તો ભારત આ બાબતે કેન્દ્રમાં છે તેમ કહેવાય. સારી રીતે બનાવાયેલાં, ઉષ્માભર્યાં, વિકલ્પોથી ભરપૂર વાતાવરણમાં આ ભારતીય રચનાઓ ખૂબ સારાં સ્થાને, સારી સંગતમાં છે.

પારંપરિક ખજાનામાં જે ઉષ્મા, જે આહલાદ છે તે આજની દુનિયામાં સામાજિક જીવનનાં અને વિશ્વસનીયતાનાં મહત્ત્વને સશક્તપણે પ્રતિબિંબિત કરે છે. પ્રિયજનો સાથે સમય ગાળવો, સારો આહાર, રસોઇ અને અર્થપૂર્ણ તેમ જ મૂલ્યવાન ઉત્પાદનો, આ જીવનશૈલીનો મુખ્ય હિસ્સો છે. ટેક્સચરવાળાં વૉલ પેપર, પેટર્ન મિશ્ર અને લાકડાંનાં ફર્નિચરની સાથે ડેકોર એક મુખ્ય ભૂમિકા ભજવે છે. ઇન્ટિરિયર વાતાવરણ મનપસંદ ચીજોને અનુરૂપ હોય તેવું બનાવવામાં આવે છે. જાપાન અને આફ્રિકાની પરંપરાઓ પણ શહેરી સાંસ્કૃતિક ભાવ જગાવે છે, કારણ કે શૈલીને કોઇ એક ચોક્કસ સંસ્કૃતિ દ્વારા વ્યાખ્યાયિત નથી કરી શકાતી.

ડિજિટલ મેડલી

ડિજિટલ ટેક્નોલૉજી, સૌંદર્યનાં ક્ષેત્રમાં ડિઝાઇનરો માટે એક નવી જ દુનિયાના દરવાજા ખોલી આપે છે. એક સ્ક્રીનની સામે કલાકો ગાળીને આપણે આભાસી દુનિયાની તમામ પ્રકારની અસરોથી ટેવાતા જઇએ છીએ. આભાસી એટલે કે વર્ચુઅલ હેડ સેટ્સ અને કમ્પ્યૂટરયુક્ત તથાકથિત્ ''સ્માર્ટ લિવિંગ'' ની મદદથી, રમતરમતમાં, આનંદ તેમ જ લગનપૂર્વક નવીનતાસભર વાસ્તવિકતાઓની શોધ થઇ જાય છે. ડિજિટલ મેડલી આપણાં રોજિંદાં જીવનમાં રોમાંચકારી ઓપ્ટિકલ અસરોના ભાવનાત્મક અનુભવોને પ્રતિબિંબિત કરે છે. તેની મહત્ત્વપૂર્ણ શહેરી અપીલ, યુવાઓને સ્પર્શવાથી એક ડગ આગળ વધીને બધી જ વયનાં જૂથોને સ્પર્શનારી બને છે.