

Innowacyjni

Biuletyn Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka



w numerze:
str. 20-21

Piękne i praktyczne

str. 2	Liczby
str. 3	Wprowadzenie
str. 4-7	Rozmowa o designie z Beatą Bochińską, prezes zarządu Instytutu Wzornictwa Przemysłowego
str. 8-11	Pieniądze na opracowanie i wdrażanie nowych wzorów do produkcji
str. 12-13	Ochrona prawna wzorów przemysłowych i użytkowych
str. 14-16	Designer w Polsce – rozmowa z Michałem Stefanowskim, prezesem Stowarzyszenia Projektantów Form Przemysłowych
str. 17	EuroStars – nagrody dla innowatorów
str. 18-19	To nie sen, to Roombeek – wizyta w Enschede
str. 20-21	Dobre praktyki – projekt „Śląska sieć na rzecz wzornictwa”
str. 22-23	Co się pisze o innowacjach
str. 24-25	Wiadomości o PO IG



INNOWACYJNA GOSPODARKA
NARODOWA STRATEGIA SPOJNOŚCI

Publikacja współfinansowana
ze środków Europejskiego
Funduszu Rozwoju Regionalnego



Instytucja Zarządzająca PO IG:

Ministerstwo Rozwoju Regionalnego

Instytucje Pośredniczące PO IG:

Ministerstwo Gospodarki (MG)

Ministerstwo Nauki i Szkolnictwa Wyższego (MNiSW)

Ministerstwo Spraw Wewnętrznych i Administracji (MSWiA)

Liczby

Wśród firm, które odnotowały pozytywny wpływ realizowanego projektu doradczego na wzrost konkurencyjności, **ponad 50% określało ten wpływ jako znaczący.**

Konkurencyjność i innowacyjność firm po 18 miesiącach od uzyskania wsparcia w ramach działania 2.1 Wzrost konkurencyjności małych i średnich przedsiębiorstw poprzez doradztwo SPO WKP

74% beneficjentów działania 2.1 SPO WKP po 18 miesiącach od rozliczenia projektu wskazało, że skorzystanie z usług doradczych wpłynęło na zwiększenie konkurencyjności ich przedsiębiorstwa, jednocześnie co czwarta firma miała trudności z jednoznacznym określeniem takiego wpływu i tylko 1,3% firm nie dostrzegło w ogóle oddziaływania projektu w tym zakresie. Wśród firm, które odnotowały pozytywny wpływ realizowanego projektu doradczego na wzrost konkurencyjności, ponad 50% określało ten wpływ jako znaczący (bardzo duży 4% oraz duży 48%), 44% jako średni oraz 4% jako mały. Wzrost przewagi konkurencyjnej na rynku dotyczył głównie rynku lokalnego (27%), regionalnego (24%) oraz w najmniejszym stopniu ogólnokrajowego (21%). Zmiana zakresu poprawy konkurencyjności beneficjentów, jak pokazano na poniższym wykresie, jest wprost proporcjonalna do zasięgu rynku.

Zasięg oddziaływania projektu



Źródło: Ocena rezultatów działania 2.1 SPO WKP po 18 miesiącach, PARP, Warszawa 2007

Wśród badanych beneficjentów tylko 46% wskazało wpływ projektu na jeden z ważniejszych aspektów konkurencyjności firmy, jakim jest innowacyjność. Niemal połowa przedsiębiorstw spośród tych, które odnotowały związek między realizacją projektu doradczego a wzrostem innowacyjności, określiła ten wpływ jako średni, a tylko jedna czwarta jako duży.

W okresie 18 miesięcy od rozliczenia projektów działania 2.1 wsparte przedsiębiorstwa wprowadziły 426 innowacji produktowych, co stanowi średnio 1,83 innowacji w tym obszarze na firmę oraz 291 innowacji procesowych, co stanowi średnio 1,25 innowacji na firmę. Ponadto, 39% firm szacowało na moment badania, że w ciągu kolejnych 12 miesięcy wprowadzi do swojej oferty innowacje produktowe, a 30% procesowe.

Źródło: PARP

Więcej w książce „Dobre praktyki SPO WKP”, PARP 2008

Pobierz opracowaną przez PARP prezentację pt. Ocena rezultatów projektów działania 2.1 i 2.3 SPO WKP – po 18 miesiącach od zakończenia ich realizacji. Wyniki I i II rundy badania.

Wprowadzenie

Szanowni Czytelnicy,

O Programie Operacyjnym Innowacyjna Gospodarka będzie głośno. Ci przedsiębiorcy i naukowcy, którzy korzystali już z funduszy unijnych, zapewne dobrze już kojarzą tę nazwę. Rozpoczynająca się 12 maja 2008 r. kampania medialna ma szansę dotrzeć do wszystkich, nie tylko tych najlepiej zorientowanych, śledzących strony internetowe Ministerstwa Rozwoju Regionalnego oraz instytucji wdrażających. Od 12 maja do 8 czerwca stacje telewizyjne oraz radiowe będą emitowały spot promujący PO IG. Chcemy docierać do odbiorców audycji nie tylko z informacją, że istnieje taki program jak Innowacyjna Gospodarka, ale przede wszystkim przekazać wiedzę o jego celach, beneficjentach i możliwych obszarach wsparcia. Widzowie i słuchacze będą mogli prześledzić, jak dzięki dotacji z funduszy strukturalnych powstaje nowoczesne przedsiębiorstwo.

Do 11 kwietnia br. osoby mające doświadczenie w ocenie projektów innowacyjnych i bardzo dobrą wiedzę na temat innowacji w gospodarce mogły składać wnioski w konkursie na pełnienie funkcji „promotora projektów innowacyjnych” (PPI). Wpłynęły 144 aplikacje. Po pierwszej weryfikacji dokumentów 124 osoby zostały zakwalifikowane do testów. Następnym etapem weryfikacji, obejmującym kandydatów, którzy pozytywnie przejdą test, będzie szkolenie i ocena uczestnika po szkoleniu. W maju zostanie ogłoszona lista promotorów, którzy będą świadczyć usługi przedsiębiorcom starającym się o dofinansowanie innowacyjnych projektów w ramach działań 4.2 i 4.4 PO IG. Firmy otrzymają fachowe wsparcie. Zachęcamy do korzystania z usług PPI.

Ten numer biuletynu „Innowacyjni” niemal w całości poświęcamy wzornictwu i działaniu 4.2 *Stymulowanie działalności B+R przedsiębiorstw oraz wsparcie w zakresie wzornictwa przemysłowego* w ramach PO IG. Ten instrument finansowy umożliwi pozyskanie wsparcia finansowego na projekty dotyczące rozwoju działalności B+R przedsiębiorstw, a także na przedsięwzięcia związane z opracowaniem wzoru przemysłowego lub użytkowego i wdrożeniem go do produkcji. Dlaczego wzornictwo? Jest to wciąż mało znany obszar dla małych i średnich przedsiębiorstw. Dlatego zdecydowaliśmy się na popularyzację wiedzy o tym, czym tak naprawdę jest design, jak wpływa na innowacyjność produktu, jak się wdraża nowy wzór, jaka ochrona prawna przysługuje wzorom użytkowym i przemysłowym itp. Dużi przedsiębiorcy, którzy mają kontakty handlowe z zagranicą, już dawno zdali sobie sprawę z roli wzornictwa w przemyśle. Natomiast polskie MŚP rzadko współpracują z projektantami. Eksperci, z którymi rozmawiają nasi redaktorzy, przekonują, że jest to inwestycja, która się opłaca.

Zapraszam do lektury!

Agnieszka Jankowska

Dyrektor Departamentu Zarządzania Programami Konkurencyjności i Innowacyjności

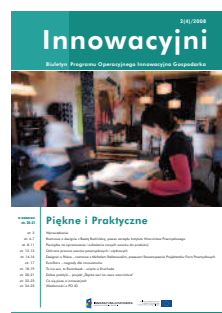
Biuletyn poświęcony PO IG wydawany jest przez [Ministerstwo Rozwoju Regionalnego](#)



Departament Zarządzania Programami Konkurencyjności i Innowacyjności
Zespół Informacji i Promocji
ul. Wspólna 2/4, 00-926 Warszawa
tel. 022 461 32 34
Koordynacja: Agnieszka Palenik,
Joanna Zawadzka

Publikacja współfinansowana jest ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego

Koncepcja: Smartlink Sp. z o.o.
ul. Kościelna 7, 60-446 Poznań
e-mail: biuro@smartlink.pl, www.funduszeonline.pl
Redakcja: Jerzy Gontarz
Projekt graficzny: Maciej Mazur
Skład i infografiki: Mariusz Mameł/Mac Map
Korekta: Agata Rokita



W tym numerze wyjaśniamy, czym jest wzornictwo, jak wpływa na innowacyjność produktów i jaka ochrona prawna przysługuje wzorom użytkowym i przemysłowym.

Fot. na okładce:
Wojciech Trzcionka

Nowe otwarcie

Jest potencjał techniczny, jest potencjał projektowy, lecz brakuje specjalistów od zarządzania procesem wdrażania produktów.

Nawet najlepiej przeszkoleni i przygotowani ludzie nie wystarczą do tego, by w praktyce przemysłowej upowszechniło się wzornictwo. Do tego potrzeba jeszcze jednego elementu: zachęty finansowej – mówi Beata Bochińska, prezes zarządu Instytutu Wzornictwa Przemysłowego

Jak trzeba przekonywać firmy do stosowania wzornictwa, do korzystania z projektantów?

Dziś nie jest problemem przekonanie firm do wzornictwa. Okres, kiedy panowało przekonanie, że przedsiębiorca to ten niewykształcony i nieświadomy, a projektant to ten oświecony, mamy już za sobą. Najtańszą metodą podniesienia innowacyjności produktów jest zastosowanie wzornictwa przemysłowego. Coraz więcej firm to doskonale rozumie.

Nawet małe i średnie firmy?

Monitorując rynek od 15 lat przy okazji realizowania konkursu Dobry Wzór, zaobserwowaliśmy, jak zmieniają się firmy. Kilkanaście lat temu w konkursie brało udział przedsiębiorstwo zatrudniające 5 pracowników, dziś pracuje w nim ponad 500 osób i jest trzecie w swojej branży w Europie. Nie da się takiego skoku zrobić bez znajomości rynku, bez wiedzy o mechanizmach wdrażania nowych produktów. Z firmami jest tak: póki wzornictwo nie było im potrzebne do wypracowania zysku, to go nie stosowały. Dziś sytuacja się zmieniła. Rynek wymusza współpracę przedsiębiorcy z projektantem.

Jaki mechanizm tu zadziałał?

Nasz rynek jest otwarty i z powodu działania międzynarodowej konkurencji kurczy się dla krajowych producentów. Mamy coraz bardziej wyedukowanego klienta, który interesuje się trendami i nowinkami technologicznymi na świecie. Na rynkach zagranicznych konkurencja jest niestłuchanie ostra. Wychodzimy z okresu taniej produkcji (niedawno dysponowaliśmy tanią siłą roboczą, ale teraz produkcja przenoszona jest dalej, na Wschód), a z drugiej strony działające w kraju przedsiębiorstwa bardzo unowocześniły park maszynowy. W takich okolicznościach logiczne jest postawienie na wzornictwo, dzięki któremu produkty staną się bardziej innowacyjne i atrakcyjne. Mamy wszystkie zasoby potrzebne do wdrażania dobrze i nowocześnie zaprojektowanych produktów.

W takim razie czego brakuje, dlaczego nie upowszechnia się taka praktyka?

Ani projektant, ani przedsiębiorcy do końca nie wiedzieli, jak z sobą współpracować. I tu wcale nie

chodzi o brak chęci do współpracy. Obie strony deklarują, że tego chcą. W dodatku wymaga tego rynek. Problem polega na tym, że to są procesy zarządcze. Proces wdrażania nowego produktu wymaga specjalistycznej wiedzy. W Polsce nie zdobyliśmy tej umiejętności, ponieważ większość firm działała wyłącznie jako podwykonawcy. Dostawała gotowy wzór i go odtwarzała. Przedsiębiorstwa nie mają więc opracowanych procedur.

Producent nie wie, co i w jaki sposób zamówić u projektanta. A projektant z kolei, pracując z doskoku jako freelancer, nie ma umiejętności współpracy z dużym przedsiębiorstwem, w dużym zespole interdyscyplinarnym. Ba, nie potrafi rozmawiać o finansach. Współpraca z technologiem, zarządzanie nowym produktem, badania rynku – nikt się tym u nas nie zajmował, a nasze akademie sztuk pięknych tego nie uczyły. Potrzebna jest zatem wiedza i umiejętności z zakresu *design management*. Taki jest stan obecny. Jest potencjał techniczny, jest potencjał projektowy, lecz brakuje specjalistów od zarządzania procesem wdrażania produktów.



[Rozmowa o wzornictwie]

Szkoły nie nadążają za potrzebami rynku? Za mało związków z praktyką?

Szkoły kształcące projektantów restrukturyzowały się dwa lata temu, przechodząc na dwustopniowy system boloński. Studenci mają więcej zajęć związanych z rynkowym podejściem do projektowania. Przedsiębiorcy tego oczekują, chcą wprowadzać nowe produkty i korzystać z projektantów, ale w formie uporządkowanej, ustrukturyzowanej współpracy. W firmach nie ma czasu na eksperymenty i pokazywanie przedmiotów na wystawach. Wyroby muszą trafiać do dystrybucji.

Podobno często przedsiębiorca dzwoni po projektanta, gdy etap koncepcyjny jest zakończony i potrzeba nadać nowemu produktowi ładną formę. A to chyba błąd, bo projektant zaangażowany odpowiednio wcześniej może wnieść do produktu nowe rozwiązania.

Nie jest to oczywiście reguła, ale tak się zdarza. Projektanci chcą się pozycjonować jako wysokiej klasy specjaliści, którzy powinni pracować nad produktem na etapie tworzenia koncepcji. Stłusznie, że tego wymagają. Warunkiem jest jednak doświadczenie i kompetencje, a tego może brakować.

Design to wypadkowa wielu elementów: badań rynkowych, technologii, sztuki. Estetyka na pewno nie decyduje o wartości nowego wzoru, ale jest bardzo ważna dla klienta.

Instytut Wzornictwa Przemysłowego w swoim projekcie kluczowym (realizowanym w ramach Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka) będzie realizował specjalistyczne szkolenia dla kierowników produktów.

Korzystając ze wzorców brytyjskich (raport z 2005 r. sir George'a Coxa, przewodniczącego rady nadzorczej Design Council), zrobiliśmy na zamówienie Ministerstwa Gospodarki duże badanie stanu aplikacji wzornictwa w polskich przedsiębiorstwach (ukazało się pod koniec kwietnia tego roku). Z raportu jasno wynika, czego nam dziś potrzeba: projektanci powinni mówić językiem rynkowym i być członkami zespołów pracujących w firmach nad nowymi wdrożeniami. Projektant musi umieć rozmawiać ze specjalistami różnych dziedzin oraz z przedsiębiorcą.

Przedsiębiorca z kolei chce wiedzieć, jak wygląda cały cykl życia zaprojektowanego produktu, jak i kiedy go testować, jak wygląda etap prototypowania i modelowania, w którym momencie prosić konsumentów o opinię (na pewno nie na końcu) – takiej wiedzy nie ma. Dlatego IWP tworzy podręcznik.

Sam projekt kluczowy zaplanowany w PO IG musi być wzmocniony innymi działaniami. Korzystając z finansowania Ministerstwa Nauki i Szkolnictwa Wyższego uruchamiamy w partnerstwie z SGH pierwsze w Europie studia podyplomowe z zakresu design management. Teraz jesteśmy na etapie tworzenia metodyki studiów, skryptów i innych materiałów edukacyjnych.

Kto będzie na nich studiować?

Są przeznaczone zarówno dla absolwentów kierunków projektowania, jak i dla absolwentów zarządzania. Nie każda osoba kończąca studia w zakresie wzornictwa chce się zajmować bezpośrednio projektowaniem. Stwarzamy ofertę dla tych, którzy chcieliby zarządzać projektami. Z kolei absolwenci zarządzania poszukują dla siebie specjalizacji. Jedną z nich – myślę, że bardzo atrakcyjną – może być właśnie design management. Na te trzyletnie studia podyplomowe możemy przyjmując 50 osób. Niedawno mieliśmy spotkanie z przedsiębiorstwami, które już się tym zainteresowały i zarezerwowały dla swoich pracowników 10 miejsc. Chcą mieć u siebie ludzi o wysokich kompetencjach w zakresie kierowania nowymi projektami.

A jak się ma do tego projekt kluczowy Zaprojektuj Swój Zysk?

Ten projekt będzie realizowany w trzech obszarach: metodyka (planujemy opracować pierwszy podręcznik projektowania nowego produktu, oparty na polskich doświadczeniach), część promocyjno-upowszechnieniowa (musimy pokazać dobre praktyki i uczyć na przykładach, jak kalkulować zysk z wdrożenia nowego wzoru) oraz narzędzia internetowe (prezentacje referencji projektantów, szkolenia e-learningowe, materiały edukacyjne, digitalizacja i udostępnienie poprzez stronę internetową naszych bogatych zbiorów). W te działania wpisują się warsztaty dla projektantów, przedsiębiorców oraz obu grup jednocześnie.

Zdajemy sobie sprawę, że nawet najlepiej przeszkoleni i przygotowani ludzie nie wystarczą do tego, by w praktyce przemysłowej upowszechniło się wzornictwo. Do tego potrzeba jeszcze jednego elementu: zachęty finansowej. Konsultowaliśmy się w krajach, gdzie realizowano specjalne programy wspierające wzornictwo przemysłowe. Wszyscy nasi rozmówcy podkreślali jedną rzecz: pierwszy projekt musi być sfinansowany ze źródeł zewnętrznych. Dlaczego? Ponieważ przedsiębiorcy obawiają się, że we współpracy z projektantami utopią swoje pieniądze. Programy wsparcia finansowego zachęcają ich do podjęcia próby. W Wielkiej Brytanii 73% wspartych przedsiębiorstw zdecydowało się na samodzielne

Przedsiębiorcy obawiają się, że we współpracy z projektantami utopią swoje pieniądze.

Programy wsparcia finansowego zachęcają ich do podjęcia próby.



Nowe otwarcie

Polska otrzymała historyczną szansę. Żaden kraj nie stworzył jeszcze tak kompleksowego programu wsparcia dla wzornictwa, w którym współdziałają z sobą elementy edukacyjny, badawczy, promocyjny i finansowy.



finansowanie kolejnego wdrożenia nowego produktu. Ten wysoki wynik jasno pokazuje korzyści z uruchomienia systemu pomocy w tym zakresie.

Jak Pani ocenia możliwości działania 4.2 Stymulowanie działalności B+R przedsiębiorstw oraz wsparcie w zakresie wzornictwa przemysłowego w ramach Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka? 186 mln euro to nie jest duży budżet, zważywszy, że część pieniędzy trafi w tym działaniu na rozwój działalności B+R w firmach. Poza tym próg 400 tys. zł może być nie do pokonania dla małych przedsiębiorstw.

Małe firmy często nie są w stanie organizacyjnie podołać wdrożeniu nowego projektu. Jednakże bardzo innowacyjne małe przedsiębiorstwa przejdą ten próg i mogą wprowadzać do praktyki nowe wzory. Przebadaliśmy 300 różnej wielkości firm. Okazuje się, że najlepiej przygotowane do zarządzania nowym produktem są duże przedsiębiorstwa. Wiele z nich jeszcze niedawno mieściło się w kategorii MSP. Konsekwentnie rozwijały u siebie kompetencje tworzenia nowych produktów i m.in. dzięki temu szybko się powiększały. One mają już wypracowane podstawy i potencjał do inwestowania w nowo projektowane produkty.

Design Council (brytyjski odpowiednik IWP) swoim programem objął 6,5 tys. firm. W naszych

warsztatach ma wziąć udział 50 dużych przedsiębiorstw i 500 małych i średnich. Cieszyłabym się, gdyby choć 5-10 z nich zaistniało ze swoimi markami na międzynarodowych rynkach. Polskie marki poza „Wyborową” praktycznie nie istnieją w świadomości konsumentów z innych krajów. Poza naszymi warsztatami przedsiębiorstwa mogą otrzymać wsparcie finansowe z PO IG udzielane przez PARP, o czym już mówiliśmy. Dla mnie jest jasne, że z tego programu skorzystają tylko najlepiej przygotowani i najsilniej zmotywowani.

Polska otrzymała historyczną szansę. Żaden kraj nie stworzył jeszcze tak kompleksowego programu wsparcia dla wzornictwa, w którym współdziałają z sobą elementy edukacyjny, badawczy, promocyjny i finansowy.

Instytut Wzornictwa Przemysłowego zmienił swoją strukturę i sposób działania.

Od tego roku funkcjonują trzy działy: Centrum Design (wystawiennictwo i promocja), Edusign (działania szkoleniowe) i Designlab (obszar badawczy). Zmieniła się struktura IWP, ludzie, sposób zarządzania, metody naszej pracy. Otworzyliśmy się na współpracę z biznesem, administracją i samorządami.

Angażują się Państwo w nowe inicjatywy. Poza projektem kluczowym, studiami podyplomowymi, konkursem Dobry Wzór

[Rozmowa o wzornictwie]

sz jeszcze konkursy dla młodych projektantów.

Wraz z Fortis Bankiem realizujemy wspólny projekt Fortis Young Design. I edycję FYD podzieliliśmy na dwie części. W pierwszej z nich projektanci starają się odpowiedzieć na pytanie: jak będzie wyglądało spędzanie wolnego czasu za 10 lat? Z formami wypoczynku i rekreacji wiąże się ogromny przemysł. Młodzi designerzy muszą wybiec daleko w przyszłość. Najciekawsze propozycje będzie można obejrzeć w lipcu, w Gdyni na wystawie Future Design „Pora Relaksu”.

W drugiej części projektanci walczą o stypendium im. prof. Wandy Telakowskiej i o staż w profesjonalnym studio Designera Roku (który zostanie wyłoniony w konkursie Dobry Wzór). Tu nie ma danego tematu; przesyłają swoje portfolio. 10 najbardziej zdolnych projektantów będzie miało okazję zaprezentować swoje możliwości przed jury złożonym wyłącznie z przedstawicieli dużego biznesu (produccenci i dystrybutorzy, m.in. finaliści konkursu Dobry Wzór) oraz sponsora konkursu. To będzie obrona jednego z wybranych projektów. Zwycięzca (osoba lub zespół projektowy) otrzyma cały pakiet wsparcia i szansę nawiązania profesjonalnej współpracy z firmami.

Kolejna inicjatywa skierowana do młodych to Microsoft Imagine Cup 2008. To największy międzynarodowy konkurs dla studentów związanych z nowymi technologiami. W tym roku w edycji polskiej IWP jest współorganizatorem kategorii Pro-

jektowanie Oprogramowania. Jak się narodził pomysł? Rok temu byłam zaproszona do jury finałów Imagine Cup. Wszystko było świetne poza jednym – pisane przez uczestników programy były okropnie nieprzyjazne dla użytkownika. Zaproponowałam, by zintegrować środowisko studentów kierunków informatycznych i studentów kierunków komunikacji wizualnej, wzornictwa. Dzięki temu może powstać oprogramowanie nie tylko zaawansowane technologicznie, ale i funkcjonalne, z przyjaznym interfejsem. A zadanie dotyczy „technologii, która pomaga chronić środowisko”. Spośród 100 krajów biorących udział w konkursie jedynie Polska wzbogaciła swoją edycję o element wzornictwa. Doceniło to kierownictwo Microsoftu – na polski finał przyjedzie szef firmy na Europę. Najlepsi pojadą na międzynarodowy finał do Paryża.

No i wreszcie zaangażowaliśmy się w Gdynia Design Days, pierwsze w Polsce Dni Designu Krajów Nadbałtyckich. Uważam, że polskie wzornictwo ma bardzo dużo wspólnego ze skandynawskim. Będą tam wystawy otwarte dla szerokiej publiczności i znakomita okazja do promocji designu.

Rozmawiał **Jerzy Gontarz**

Zmieniła się struktura IWP, ludzie, sposób zarządzania, metody naszej pracy. **Otworzyliśmy się na współpracę z biznesem, administracją i samorządami.**

Instytut Wzornictwa Przemysłowego (IWP) powstał jesienią roku 1950, wcześniej niż słynny paryski Instytut Estetyki Przemysłowej Jacques’a Vienota. Był wtedy jedynym ośrodkiem wspomagającym pionierski okres wzornictwa w powojennej Polsce. Twórczynią idei Instytutu, wyspecjalizowanej placówki artystyczno-badawczej, była prof. Wanda Telakowska. W 2008 r. IWP zmienił swoją strukturę, tworząc trzy działy – Centrum Design, Edusign i Designlab – odpowiadające obszarom działalności Instytutu.

Misją Centrum Design jest upowszechnianie i promocja wzornictwa wśród polskich producentów i konsumentów (organizacja wystaw prezentujących najciekawsze rozwiązania i dobre praktyki wzornicze – polskie i zagraniczne, konkursy wzornicze, m.in. Dobry Wzór).

Edusign odpowiada za obszar działalności edukacyjnej Instytutu Wzornictwa Przemysłowego. Misją tego działu jest wsparcie edukacyjne polskich przedsiębiorców i projektantów w zakresie wprowadzania nowych produktów wzorniczych na rynek.

Zadaniem Designlab jest dostarczanie rzetelnej i zweryfikowanej wiedzy naukowej i rynkowej dla przedsiębiorców, projektantów i decydentów gospodarczych. Prowadzi badania z dziedziny ergonomii, antropometrii i biomechaniki, które są podstawą do współczesnego projektowania ergonomicznego. Badania realizowane są we współpracy z polskimi producentami, na zlecenie administracji publicznej, w ramach projektów własnych oraz przyznawanych grantów. Designlab prowadzi też badania rynkowe, ekspertyzy i konsultacje na zamówienie przedsiębiorstw, projektantów, administracji państwowej i samorządowej.

IWP stworzył projekt indywidualny (kluczowy) *Zaprojektuj Swój Zysk*, który zyskał akceptację Ministerstwa Gospodarki i Ministerstwa Rozwoju Regionalnego. Dzięki temu wzornictwo otrzyma znaczne dofinansowanie z PO IG.

Instytut Wzornictwa Przemysłowego wydaje

kwartalnik poświęcony tematyce wzornictwa przemysłowego, wdrażaniu nowych produktów i zarządzaniu designem. Biuletyn dostępny jest również online.



Pieniądze na wzornictwo

Przedsiębiorcy, którzy już wiedzą, że warto inwestować w design swych produktów, bo to decyduje o ich konkurencyjności, otrzymują nową zachętę w Programie Operacyjnym Innowacyjna Gospodarka. Podpowiadamy, jak uzyskać dofinansowanie na opracowanie wzoru przemysłowego lub użytkowego i wdrożenie go do produkcji.

Wzornictwo to nie tylko pomysł na nowy wygląd produktu. To także – a może przede wszystkim – ergonomia, funkcjonalność i zastosowanie nowych materiałów. Z tego powodu wzornictwo jest bardziej dyscypliną naukową niż sztuką i wymaga ścisłego współdziałania projektanta z technologami. Wielu dużych przedsiębiorców, którzy sprzedają swoje wyroby za granicą, zna wartość dobrego wzoru przemysłowego czy użytkowego. Ich specjalnie nie trzeba przekonywać do korzyści płynących z wdrożeń produktów o przyciągającym designie. Wśród polskich przedsiębiorstw, szczególnie tych najmniejszych, dominuje jednak stereotyp, że zaangażowanie projektanta to zbędny koszt. Jak dotrzeć do tych przedsiębiorców, a przede wszystkim jak ich przekonać, że warto inwestować w nowe wzory, gdyż to decyduje o konkurencyjności w stosunku do tądnie i funkcjonalnie zaprojektowanych produktów z Włoch, Niemiec czy Skandynawii?

Sporą szansę w przełamaniu negatywnych stereotypów stwarza Program Operacyjny Innowacyjna Gospodarka (PO IG). W ramach tego programu – obok projektu indywidualnego realizowanego przez Instytut Wzornictwa Przemysłowego – zaplanowano m.in. działanie 4.2 *Stymulowanie działalności badawczo-rozwojowej (B+R) przedsiębiorstw oraz wsparcie w zakresie wzornictwa przemysłowego*. Do roku 2015 firmy inwestujące w działalność B+R oraz budujące swoją konkurencyjność poprzez wykorzystanie wzornictwa przemysłowego i użytkowego będą mogły pozyskać **186 mln euro**.

O dofinansowanie mogą się ubiegać zarówno małe i średnie, jak i duże przedsiębiorstwa, zarejestrowane w Polsce, z wyjątkiem firm, których projekty dotyczą działalności gospodarczej związanej z produkcją pierwotną produktów rolnych, z wytwarzaniem i obrotem produktami mającymi imitować lub zastępować mleko i przetwory mleczne, a także w sektorach górnictwa węgla, rybołówstwa, akwakultury, hutnictwa żelaza i stali, włókien syntetycznych oraz budownictwa okrętowego. 60% środków programu trafi na wsparcie inwestycji dokonywanych przez mikro, małe i średnie przedsiębiorstwa.

W ramach działania 4.2 PO IG wspierane będą dwa typy projektów:

- dotyczące rozwoju działalności B+R przedsiębiorstw, w tym w szczególności przekształceń przedsiębiorców w centra badawczo-rozwojowe

- dotyczące opracowania wzoru przemysłowego lub użytkowego i wdrożenia go do produkcji.

Tym razem postanowiliśmy się przyjrzeć projektom drugiego typu i sprawdzić warunki skorzystania ze wsparcia. Dofinansowanie obejmuje w tym wypadku zakup usług szkoleniowych, a także doradczych związanych z opracowaniem dokumentacji projektu koncepcyjnego, dokumentacji konstrukcyjnej i techniczno-technologicznej, wzorniczego projektu autorskiego, przygotowaniem projektu ostatecznego. Z dotacji można również częściowo zrefundować zakup środków trwałych lub wartości niematerialnych i prawnych niezbędnych do wykonania partii testowej i wdrożenia wzoru do produkcji seryjnej.

Dofinansowanie przedsiębiorcy mogą pozyskać na projekty o wartości minimum 400 tys. zł (koszty kwalifikowane w części inwestycyjnej). Mniejsze przedsięwzięcia o podobnym charakterze z reguły mogą pozyskać wsparcie w ramach Regionalnych Programów Operacyjnych. Projekty mogą zawierać komponenty szkoleniowe i doradcze. Intensywność dofinansowania inwestycyjnego wynosi od 30% do 70% w zależności od lokalizacji projektu i wielkości przedsiębiorstwa, natomiast wysokość wsparcia szkoleniowego dla MSP wynosi 45% (55% dla pracowników w gorszym położeniu) oraz 35% dla dużych przedsiębiorców. Do 50% kosztów usług doradczych można sfinansować z dotacji. Jednocześnie udział wydatków na szkolenia nie powinien przekroczyć 10% kosztów kwalifikowanych oraz 600 tys. zł w wypadku usług doradczych. Bezzwrotna pomoc na realizację części inwestycyjnej projektu może sięgnąć nawet 21 mln zł.

W kwietniu br. PARP ogłosiła rundę aplikacyjną do tego działania i już od 12 maja Agencja będzie przyjmować wnioski o dofinansowanie w trybie ciągłym do wyczerpania alokacji na 2008 r.

Jerzy Gontarz

Współpraca: **Wojciech Gralec**, PARP

Firmy inwestujące w działalność B+R oraz budujące swoją konkurencyjność poprzez wykorzystanie wzornictwa **będą mogły pozyskać z PO IG 186 mln euro**.

[Nowe wzory przemysłowe i użytkowe w ramach PO IG 4.2]

Zanim sięgniesz po dotację na opracowanie i wdrożenie nowego wzoru, zapoznaj się z poniższymi wyjaśnieniami. Zwróciliśmy się do przedsiębiorców o to, by zgłaszali swe wątpliwości dotyczące tej formy wsparcia (działanie 4.2 – projekty dotyczące opracowania wzoru przemysłowego lub użytkowego i wdrożenia go do produkcji). Wszystkie pytania przekazaliśmy Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości. Poniżej przedstawiamy wyjaśnienia ekspertów PARP.

Jak mam dowiedzieć we wniosku, że projekt, który chcę wdrożyć, jest wart wsparcia?

Każdy przedsiębiorca chcący uzyskać dofinansowanie na realizację projektu powinien wykazać we wniosku oraz w biznesplanie celowość realizacji przedsięwzięcia. Wniosek o dofinansowanie zawiera jedynie fragmentaryczne dane o projekcie, takie jak: wpływ projektu na polityki horyzontalne, dane wnioskodawcy, miejsce realizacji projektu czy kwotę dofinansowania, jaką przedsiębiorca chce uzyskać. Natomiast szczegółowe dane o projekcie powinien zawierać biznesplan będący załącznikiem do wniosku. Jest on zestawem informacji i analiz, aktualnej sytuacji finansowej, danych historycznych oraz przewidywanych zmian w otoczeniu przedsiębiorstwa. A więc w biznesplanie powinna być zawarta projekcja celów firmy i sposobów ich osiągnięcia przy wszelkich istniejących uwarunkowaniach ekonomicznych.

Ważne jest, by koncepcje dotyczące prowadzonej działalności przełożyć na język konkretnych i realnych planów techniczno-ekonomicznych. Podczas oceny merytorycznej eksperci będą sprawdzać, czy założone cele i wskaźniki są realne i możliwe do osiągnięcia w zakładanym terminie przez konkretne przedsiębiorstwo. Dlatego nie należy stawiać sobie zbyt wygórowanych, nierealnych wskaźników, ponieważ nieosiągnięcie ich może skutkować odebraniem dotacji.

Czy oceniany będzie poziom innowacyjności projektów dotyczących wzornictwa przemysłowego? Czy produkty muszą się charakteryzować jakimś poziomem zaawansowania technologicznego, czy może to być na przykład nowa linia wyrobów z porcelany lub wyrobów tekstylnych (z nowej membrany) albo nowe kolekcje mebli?

Dokumenty programowe nie przewidują oceny innowacyjności projektów dotyczących wzornictwa przemysłowego. Produkty powstałe w wyniku realizacji projektu nie muszą charakteryzować się wysokim poziomem zaawansowania technologicznego. Celem działania jest zachęcenie przedsiębiorców do samodzielnego opracowania wzorów bądź współpracy z profesjonalistami w tym zakresie,

a następnie wdrożenia nowoopracowanych wzorów do produkcji. Jeżeli projekt będzie zgodny z tymi założeniami, będzie mógł uzyskać wsparcie.

Nie ma żadnych przeciwwskazań, aby wzór przemysłowy/użytkowy dotyczył nowych wyrobów tekstylnych lub mebli.

Czy kwalifikowalność projektów wzorniczych będą również oceniali tzw. promotorzy projektów innowacyjnych? Jak może pomóc promotor (gdzie się zgłosić i jak znaleźć specjalistę w tym zakresie)? Czy mam obowiązek korzystania z promotora?

Wnioskodawcy, składając wniosek do działania 4.2, mogą skorzystać z usług tzw. Promotorów Projektów Innowacyjnych (PPI). Celem działania sieci Promotorów PPI jest stworzenie przyjaznego przedsiębiorcom systemu wdrażania. Promotorzy będą służyli pomocą w zrozumieniu istoty wzornictwa przemysłowego oraz rozwoju działalności B+R, a także oceny zgodności pomysłu na projekt z zasadami działania.

Weryfikacja kwalifikowalności projektów będzie polegała m.in. na analizie składanych przez przedsiębiorców wniosków o wsparcie w ramach działania 4.2 PO IG (również listy wydatków kwalifikowanych). Przedsiębiorcy otrzymają opinię dotyczącą kwalifikowalności przedstawionego projektu, zawierającą zalecenia dotyczące prezentacji i opisu projektu (np. wskazywanie elementów wymagających poprawy, lepszego uzasadnienia lub dodatkowych weryfikacji, sugestie dotyczące przygotowania biznes planu i innych załączników, a w przypadku nie kwalifikowalności sugestie dot. skorzystania z innego działania PO IG lub RPO).

Promotorzy Projektów Innowacyjnych (PPI) to specjaliści rekomendowani przez organizacje zarejestrowane w Krajowym Systemie Usług dla Małych i Średnich Przedsiębiorstw lub inne organizacje zrzeszające przedsiębiorców. W chwili obecnej prowadzony jest nabór kandydatów na Promotorów, dlatego też nie można wskazać instytucji, do których należy się zwrócić o pomoc. Pełna lista PPI zostanie ogłoszona na stronie internetowej www.parp.gov.pl. Skorzystanie z usługi PPI nie jest obowiązkowe.

W ramach działania 4.2 można pozyskać pieniądze na projekty dotyczące **opracowania wzoru przemysłowego lub użytkowego i wdrożenia go do produkcji.**

Pieniądze na wzornictwo

Jeżeli wnioskodawca nie będzie w stanie samodzielnie zaprojektować oraz wdrożyć projektu dotyczącego wzornictwa przemysłowego do produkcji, **powinien wtedy skorzystać z usług firmy zewnętrznej.**

Czy mogę z dotacji pokryć część opłat za zdobycie ochrony prawnej nowego wzoru?

Nie. Katalog wydatków kwalifikowanych do uzyskania wsparcia w ramach działania 4.2 PO IG zawarty w Rozporządzeniu Ministra Rozwoju Regionalnego z 7 kwietnia 2008 r. w sprawie udzielania przez Polską Agencję Rozwoju Przedsiębiorczości pomocy finansowej w ramach Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka, 2007-2013, nie zawiera takiego wydatku. Pomoc finansową na pokrycie kosztów uzyskania ochrony prawnej nowego wzoru będzie można uzyskać z działania 5.4 PO IG.

Proces wdrażania projektu może być bardzo długi (począwszy od prac koncepcyjnych, po stworzenie nowych form do odlewów i zmiany technologiczne w wyrobie). Czy zatem można otrzymywać wsparcie w transzach, po zakończeniu poszczególnych etapów? Czy wniosek o refundację składam dopiero po wdrożeniu opracowanego wzoru do produkcji?

Zgodnie z regulaminem przeprowadzania konkursu w ramach działania 4.2 Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka, beneficjent może otrzymać wypłatę dofinansowania, występując z wnioskiem o płatność końcową po zakończeniu realizacji projektu lub składając wniosek o płatność pośrednią po zakończeniu określonych zadań. Łączne dofinansowanie przekazane beneficjentowi w formie płatności pośrednich nie może przekroczyć 95% maksymalnej wysokości dofinansowania, jakie uzyskał projekt.

Do opracowania nowego wzoru fotela dentystycznego potrzebuję nie tylko projektanta, ale i technologa. Czy konieczne prace innych specjalistów niż projektant również mogę pokryć z dotacji?

W działaniu 4.2 PO IG nie przewidziano zwrotu kosztów osobowych poniesionych przez wnioskodawcę w związku z realizacją projektu. Katalog kosztów kwalifikowanych zawarty jest w Rozporządzeniu Ministra Rozwoju Regionalnego z dnia 7 kwietnia 2008 r. w sprawie udzielania przez Polską Agencję Rozwoju Przedsiębiorczości pomocy finansowej w ramach Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka, 2007-2013. Zgodnie z nim, do kosztów kwalifikowanych można zaliczyć usługi doradcze związane z opracowaniem i wdrożeniem wzoru przemysłowego/użytkowego do produkcji lub gotowy zakup wzoru opracowanego na zlecenie przedsiębiorcy (rozumiany jako zakup wartości niematerialnych i prawnych). Zakup usług świadczonych przez technologa, niezbędnych do opracowania wzoru, bę-

dzie kwalifikowany jako usługa doradcza. Przy czym należy podkreślić, że kupione wartości niematerialne i prawne muszą spełniać łącznie następujące warunki:

- będą wykorzystywane wyłącznie na cele projektu objętego wsparciem na zwiększenie potencjału badawczo-rozwojowego lub wsparciem w zakresie wzornictwa
- będą podlegać amortyzacji zgodnie z odrębnymi przepisami
- będą nabyte od osób trzecich na warunkach rynkowych
- będą stanowić aktywa przedsiębiorcy, który otrzymał wsparcie i pozostaną w jego przedsiębiorstwie przez co najmniej 5 lat, a w przypadku przedsiębiorstwa mikroprzedsiębiorcy, małego lub średniego przedsiębiorcy przez co najmniej 3 lata od dnia zakończenia realizacji projektu.

Czy mogę pokryć koszty testów wytrzymałościowych nowego materiału, który ma być użyty w nowym wzorze?

Nie, szczegółowy katalog kosztów kwalifikowanych zawiera Rozporządzenie Ministra Rozwoju Regionalnego z dnia 7 kwietnia 2008 r. w sprawie udzielania przez Polską Agencję Rozwoju Przedsiębiorczości pomocy finansowej w ramach Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka, 2007-2013.

Wśród kryteriów merytorycznych obligatoryjnych wymienia się „opłacalność projektu”. Czy opłacalność będzie oceniana na podstawie biznesplanu, czy będą potrzebne jakieś dodatkowe opinie (nowy wzór jest do pewnego stopnia niewiadomą – czy to podchwyci rynek)?

Podstawę oceny finansowej projektów inwestycyjnych stanowi biznesplan. Zadaniem biznesplanu jest wskazanie celowości realizowanego przedsięwzięcia, wielkości i rodzaju zasobów niezbędnych do jego realizacji oraz korzyści (m.in. finansowych, technologicznych), jakie firma zamierza osiągnąć. Wnioskodawca, starając się o dofinansowanie projektu, powinien przede wszystkim wykazać, że inwestycja jest opłacalna. Analiza ekonomiczna projektu zostanie dokonana na podstawie sekcji E biznesplanu.

PARP nie wymaga żadnych dodatkowych załączników (opinii, ekspertyz).

Jako MŚP muszę zapewnić trwałość projektu (czyli produkcję nowego wzoru) przez minimum 3 lata. A jeśli będę chciał

[Nowe wzory przemysłowe i użytkowe w ramach PO IG 4.2]

po dwóch latach dokonać zmian w produkowanym wzorze?

Zgodnie z zasadą trwałości projektu oraz zasadami regionalnej pomocy inwestycyjnej, konieczne jest utrzymanie inwestycji w regionie otrzymującym pomoc. Mowa jest o utrzymaniu działalności produkcyjnej, a nie utrzymaniu produkcji wyrobu o określonym wzorze przemysłowym/użytkowym. Innymi słowy utrzymanie projektu oznacza, że zakupione dobra trwałe oraz efekty projektu będą zachowane w firmie przez wyznaczony przepisami okres. Po zrealizowaniu celu produkcji, a więc po wdrożeniu wzoru do produkcji dopuszczalna jest zmiana profilu produkcji, czyli np. produkcja nowego wzoru.

Kryteria mówią: „wnioskodawca dysponuje zasobami umożliwiającymi realizację projektu”. Realizowaliśmy wcześniej unijne projekty, ale nie mamy na etacie projektanta ani technologa. Zlecamy te usługi i kupujemy technologie. Dysponujemy natomiast nowoczesnymi urządzeniami produkcyjnymi i kadrą, która umie rozliczać unijne projekty. Kwalifikujemy się zatem?

Wnioskodawca chcący uzyskać wsparcie z działania 4.2 PO IG powinien wykazać, czy dysponuje zasobami umożliwiającymi realizację projektu (np. know-how, doświadczona kadra, w tym kadra B+R, potencjał techniczny). Eksperti, oceniając to kryterium, będą sprawdzać, czy przedsiębiorca dysponuje zasobami rzeczowymi i kadrowymi, które powinny umożliwić terminową realizację projektu, a więc wdrożenie wzoru do produkcji lub utworzenie/rozbudowę laboratorium B+R. Dysponowanie kadrą, która umie rozliczać projekty, jest niewystarczające do uznania tego kryterium za spełnione.

W przypadku projektów wzorniczych konieczne jest wykazanie przez wnioskodawcę posiadania odpowiednich specjalistów w zakresie wzornictwa lub, w przypadku ich braku, zaangażowanie w ramach realizacji projektu zewnętrznej firmy specjalizującej się we wzornictwie.

Ponadto warto zwrócić uwagę, że nie wszystkie zasoby przedsiębiorcy musi posiadać już w momencie składania wniosku o dofinansowanie. Część z nich może nabyć lub wynająć w trakcie realizacji inwestycji. W takim przypadku powinien to opisać w punkcie C4 lub C5 biznesplanu.

Nie mając wykwalifikowanych projektantów, przedsiębiorca musi przejść szkolenia. Czy można je wybrać na rynku, czy PARP rekomenduje jakieś szkolenia?

Dokumenty programowe nie przewidują obowiązkowych szkoleń z zakresu projektowania/wdrażania wzorów przemysłowych lub użytkowych do produkcji. Jeżeli wnioskodawca nie będzie w stanie samodzielnie zaprojektować oraz wdrożyć projektu dotyczącego wzornictwa przemysłowego do produkcji, powinien wtedy skorzystać z usług firmy zewnętrznej. Fakt ten musi znaleźć odzwierciedlenie w biznesplanie.

Zgodnie z dokumentami programowymi, wnioskodawca może dofinansować szkolenia pracowników. Wydatki na szkolenia muszą obejmować zakup szkoleń specjalistycznych bezpośrednio związanych z realizacją projektu (np. przeszkolenie pracowników obsługujących nową linię technologiczną), do wysokości nie przekraczającej 10% całkowitych wydatków kwalifikujących się do objęcia wsparciem. Dokumenty programowe nie narzucają Wnioskodawcom podmiotów gospodarczych realizujących szkolenia ani samych szkoleń.

Czy o wsparcie na opracowanie i wdrożenie nowych wzorów może wystąpić grupa przedsiębiorców z tej samej branży? Jeśli tak, to jak będzie liczona minimalna kwota wsparcia (na wszystkie firmy, czy na jedną)?

W działaniu 4.2 PO IG dokumenty programowe nie przewidują składania wniosków przez konsorcja lub grupy przedsiębiorców. Działanie skierowane jest do pojedynczych podmiotów gospodarczych.

Czy można finansować w ramach działania kampanię wprowadzenia na rynek nowego produktu?

Nie. Szczegółowy katalog kosztów kwalifikowanych zawiera Rozporządzenie Ministra Rozwoju Regionalnego z dnia 7 kwietnia 2008 r. w sprawie udzielania przez Polską Agencję Rozwoju Przedsiębiorczości pomocy finansowej w ramach Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka, 2007-2013.

Lista pytań i odpowiedzi ukaże się na stronie internetowej [PARP](#) (będą tam sukcesywnie dodawane wyjaśnienia nowych pojawiających się kwestii dotyczących działania 4.2 PO IG).

Wsparcia na nowe wzory można też szukać

poza PO IG. Klaster Kotlarski w Pleszewie pozyskał dofinansowanie z programu pilotażowego PARP dla klastrów. Dzięki temu opracował model kotła nowej generacji – RetKlaster 25 Premium.



Wzór zastrzeżony

Przestrzenny charakter cech technicznych wzoru użytkowego **wyklucza cechy materiałowe.**

Wzór użytkowy, wzór przemysłowy? Co oznaczają te pojęcia? Jak uzyskać ochronę prawną na nowe wzory? Na te wszystkie pytania postaramy się odpowiedzieć. Warto jednak sięgnąć po szczegółowe zapisy Prawa własności przemysłowej. Dla ułatwienia w nawiasach podajemy numery odpowiednich artykułów.

Pojęcia

Wzorem użytkowym jest nowe i użyteczne rozwiązanie o charakterze technicznym, dotyczące kształtu, budowy lub zestawienia przedmiotu o trwałej postaci (Prawo własności przemysłowej, art. 94 ust. 1). Może nim być wyłącznie wytwór materialny, określony poprzez swoje cechy przestrzenne. Wzór użytkowy stanowi zestaw części, jeśli są ze sobą wyraźnie powiązane funkcjonalnie, np. drzwi i ościeżnica, rozkładany model samolotu. Przestrzenny charakter cech technicznych wzoru użytkowego wyklucza cechy materiałowe, np. „z drewna”, „poliuretanowy”, „przezroczysty”, „lepki” itp. Pojęcie „wzoru użytkowego” (podobnie jak wynalazku) jest ściśle związane przede wszystkim z innowacyjnym charakterem rozwiązania technicznego.

Wzory przemysłowe uwypuklają natomiast wygląd przedmiotu. Wzorem przemysłowym jest nowa i posiadająca indywidualny charakter postać wytworu lub jego części, nadana mu w szczególności przez cechy linii, konturów, kształtów, kolorystykę,

strukturę lub materiał wytworu oraz przez jego ornamentację (art. 102 ust. 1). Kryterium nowości wzoru przemysłowego jest podobne do wymogu nowości wynalazku albo wzoru użytkowego: wzór przemysłowy uważa się za nowy, jeżeli przed datą, według której oznacza się pierwszeństwo do uzyskania prawa z rejestracji, identyczny wzór nie został udostępniony publicznie przez stosowanie, wystawienie lub ujawnienie w inny sposób (Prawo własności przemysłowej, art. 103 ust. 1). Wzór przemysłowy nie musi posiadać poziomu wynalazczego ani nie musi nadawać się do przemysłowego stosowania. Musi jednak mieć indywidualny charakter. Wzorami przemysłowymi mogą być: broszka srebrna z polerowanymi agatami i bursztynami, kubek z trzema uchami, materiał wełniany w kratkę w kolorach niebieskim i zielonym, spodnie do kolan z kieszeniami na nogawkach, biurko owalne z mahoniu itp. Nie są wzorami przemysłowymi: drzewka ozdobne hodowane na plantacji (ochrona odmiany zgodnie z ustawą o nasiennictwie), wiązanka utworów na płycie kompaktowej (ochrona utworów według

Klaster Kotlarski w Pleszewie przed publiczną prezentacją nowego kotła RetKlaster 25 Premium **dokonał zgłoszenia patentowego (na konstrukcję) oraz zgłoszenia wzoru przemysłowego (na design) w Urzędzie Patentowym.** Wyrób został też oznaczony chronionym znakiem towarowym „Innowacyjny Kocioł Pleszewski”



[Ochrona prawna]

ustawy o prawie autorskim), zestaw do eutanazji (wykorzystywanie sprzeczne z prawem).

Ochrona wzorów użytkowych

W systemach prawnych niektórych krajów pojęcie „wzoru użytkowego” nie istnieje, zawierając się w pojęciu „wynałazek”. Należy jednak pamiętać, że w polskim prawie wzór użytkowy nie jest „okrojona” wersją wynalazku, lecz samodzielną i odrębnie chronioną kategorią własności przemysłowej. Prawa wyłączne na wzór użytkowy są zasadniczo takie same jak prawa płynące z uzyskania patentu, z tym, że *czas trwania prawa ochronnego wynosi dziesięć lat od daty dokonania zgłoszenia wzoru użytkowego w Urzędzie Patentowym* (Prawo własności przemysłowej, art. 95 ust. 3). Dla porównania: ochrona patentowa jest dwukrotnie dłuższa i trwa dwadzieścia lat od daty zgłoszenia wynalazku.

Prawo ochronne, podobnie jak patent, jest zbywalne i podlega dziedziczeniu, ale przeniesienie tego prawa na inną osobę (fizyczną lub prawną) staje się skuteczne wobec osób trzecich dopiero po ujawnieniu tego faktu w odpowiednim rejestrze, prowadzonym przez Urząd Patentowy. Właściciel praw wyłącznych może udzielić innej osobie upoważnienia, czyli licencji do korzystania z jego wynalazku lub wzoru użytkowego. Należy w tym celu zawrzeć umowę licencyjną.

Istnieje również możliwość udzielenia wszystkim zainteresowanym tzw. licencji otwartej, co następuje poprzez złożenie w Urzędzie Patentowym odpowiedniego oświadczenia, którego nie można ani odwołać, ani zmienić. Licencja otwarta jest pełna (na cały zakres ochrony) i niewyłączna (jednakowo dostępna dla wszystkich), a opłata licencyjna nie może przekroczyć 10% korzyści netto uzyskanych w każdym roku korzystania z wynalazku albo wzoru użytkowego.

Jeżeli prawa wyłączne przysługują kilku osobom (współuprawnionym), to każda z nich może, bez zgody pozostałych współuprawnionych, korzystać z wynalazku lub wzoru użytkowego we własnym zakresie oraz dochodzić roszczeń z powodu naruszenia praw wyłącznych. Z kolei jeśli jedna z tych osób osiągnie korzyści z wynalazku lub wzoru użytkowego, to jedną czwartą korzyści netto musi rozdzielić pomiędzy wszystkich współuprawnionych, stosownie do ich udziału w prawach wyłącznych. Udział ten może być równy lub dowolnie określony odrębną umową. Uprawniony może zakazać osobie trzeciej, nie mającej jego zgody (np. licencji), korzystania z wynalazku lub wzoru użytkowego w sposób zarobkowy lub zawodowy, ale tego prawa nie może nadużywać. W kwestii nadużywania prawa funkcje regulacyjne pełni Urząd Patentowy, który w razie konieczności może wydać licencję

przymusową na korzystanie z zastrzeżonego rozwiązania.

Rejestracja wzorów przemysłowych

Prawa z rejestracji różnią się tym od praw ochronnych, że przed udzieleniem prawa wykonuje się tylko badanie formalno-prawne, sprawdzające prawidłowość zgłoszenia, natomiast nie przeprowadza się badania merytorycznego, np. nie sprawdza się, czy wzór przemysłowy rzeczywiście spełnia kryteria nowości i indywidualnego charakteru. Rynek wymusza dążenie do indywidualizacji produktów, więc naturalnym działaniem producentów jest odróżnienie własnych wyrobów od produktów konkurencyjnych. Jeżeli jednak wystąpiłaby kolizja pomiędzy dwoma zarejestrowanymi wzorami przemysłowymi, to o prawie do wzoru przemysłowego decyduje data pierwszeństwa do uzyskania prawa z rejestracji. Prawo z rejestracji jest prawem wyłącznym do korzystania z zarejestrowanego wzoru przemysłowego w sposób zarobkowy lub zawodowy na całym obszarze Polski. Daje ono producentowi narzędzie do walki z piractwem przemysłowym i nieuczciwą konkurencją.

Uprawniony może zakazać osobom trzecim wytwarzania, oferowania, wprowadzania do obrotu, importu, eksportu lub używania wytworu, w którym wzór jest zawarty bądź zastosowany, lub składowania takiego wytworu dla takich celów (art. 105 ust. 3). Z ochrony wynikającej z prawa z rejestracji wyłączone są programy komputerowe, które są objęte ochroną na podstawie prawa autorskiego. Prawo z rejestracji nie obejmuje cech wynikających wyłącznie z funkcji technicznej wytworu oraz cech formy i wymiarów, które muszą być dokładnie odtworzone w celu umożliwienia mechanicznego połączenia lub współdziałania z innym wytworem (cechy zapewniające kompatybilność wyrobów). *Prawa z rejestracji wzoru udziela się na 25 lat od daty dokonania zgłoszenia w Urzędzie Patentowym, podzielone na pięcioletnie okresy [...]* (Prawo własności przemysłowej, art. 105. ust. 6).

Zgłoszenie wzoru przemysłowego powinno zawierać: podanie, ilustrację wzoru (rysunki, fotografie, próbki materiału), opis wyjaśniający ilustrację wzoru oraz umożliwiający odtworzenie na podstawie ilustracji wzoru przemysłowego i wszystkich jego odmian. W jednym zgłoszeniu można przedstawić do dziesięciu odmian wzoru, ale wszystkie muszą się zmieścić na jednym rysunku lub fotografii. Liczba odmian może być większa, jeżeli w całości tworzą komplet wyrobów.

Wybrał **JG**

Na podstawie opracowania dra Pawła Koczorowskiego, eksperta Urzędu Patentowego, opublikowanego w serwisie www.winnova.pl.

Wzory przemysłowe **uwypuklają wygląd przedmiotu**.

Zgłoszenie wzoru przemysłowego powinno zawierać:

podanie, ilustrację wzoru, opis wyjaśniający ilustrację wzoru oraz umożliwiający odtworzenie wzoru przemysłowego i wszystkich jego odmian.



Zawód: projektant

Właściciel firmy ma decydujący głos, czy inwestować w dany wzór, czy nie. Dlatego lepiej, żeby był blisko fazy projektowania – mówi Michał Stefanowski, prezes Stowarzyszenia Projektantów Form Przemysłowych, kierownik Katedry Projektowania na Wydziale Wzornictwa Przemysłowego warszawskiej Akademii Sztuk Pięknych, właściciel firmy INNO Projekt.

Kilka lat temu napisał Pan: „Przedmioty produkowane przemysłowo muszą na siebie zarobić, ale przedmioty, na które warto wydać pieniądze, powinny być piękne, użyteczne i sensowne”. Czy uderzał Pan w marketing, który próbuje wchodzić w sferę projektowania? Czy przedsiębiorcy nie powinni się bardziej wsłuchiwać w to, co ma do powiedzenia projektant?

Marketing jest elementem naszego życia. Nie można designu stawiać w opozycji do marketingu. Ważne, żeby ludzie reprezentujący te dziedziny zachowywali się dojrzałe i profesjonalnie. Jeśli będą z sobą rozmawiali profesjonalści, to nie widzę żadnego problemu. Problemem jest marketing, który uważa, że jest jedyny i najważniejszy. Polska – mimo prawie 20 lat od przemian ustrojowych i rynkowych – nadal znajduje się w okresie przejściowym. Wciąż mamy do czynienia z marketingiem z początkowej fazy dojrzewania naszej gospodarki wolnorynkowej.

Przy wprowadzaniu nowego produktu na rynek istotne są trzy elementy: wzornictwo, marketing i technologia. Te trzy działy muszą z sobą współpracować. Ludzie marketingu i technolodzy mają całkowicie odmienne spojrzenia na produkt. Technolog chce, żeby był on maksymalnie sprawny i technologicznie jak najprostsz, a marketingowiec – żeby był ładny i atrakcyjny, bo to łatwiej sprzedać. Projektant jest pomiędzy nimi. Musi godzić interesy jednych i drugich.

Projektant jest wciąż rzadko angażowany w polskich firmach. Większość małych i średnich przedsiębiorców nie zdaje sobie sprawy, że może on wpłynąć na innowacyjność produktu.

Udział projektanta w pracy nad nowym produktem jest potrzebny od samego początku. Może on zdecydować o innowacyjności produktu. Technolog często patrzy rutynowo, a projektant wykracza poza tę rutynę. I myśli nie tylko o wyglądzie – jak się powszechnie uważa – ale również o technologii i funkcjonalności. Ergonomia to część projektowania. Co więcej, dziś projektant musi też myśleć o recyklingu produktu. Na jednym z brytyjskich uniwersytetów zapoznałem się z projektem, który był odwrotnością procesu produkcyjnego. W hali produkcyjnej postawiono dwie taśmy – na jednej

montowano wyrób, a na drugiej rozkładano go na części. Produkty musiały być tak zaprojektowane, by było je jak najłatwiej rozebrać i poddać recyklingowi.

Jak zachęcić małe i średnie przedsiębiorstwa do korzystania ze wzornictwa?

Jest kilka dróg. Trzeba oczywiście iść do przedsiębiorców z informacją, czym jest wzornictwo. Uświadomić im, że to nie jest tylko dodatek, na który będzie stać bogatych. Wyjaśnić, że wzornictwo dotyczy wszystkich produktów, a nie tylko przedmiotów „lifestyle’owych”.

Oczywiście potrzebne są szkolenia dla firm, jak wdrażać nowe wzory, jak zarządzać takimi przedsięwzięciami (szkolenia w tym zakresie będzie realizować Instytut Wzornictwa Przemysłowego). Myślę jednak, że nasze firmy dojrzały także do inwestowania. Najważniejsze to przekonać producentów, że wzór użytkowy czy przemysłowy jest inwestycją, która przynosi zysk. W najmniejszych firmach jest to najtrudniejsze, bo ci przedsiębiorcy doszli do wszystkiego własną ciężką pracą. Nie lubią gadania. Tam trzeba pokazać przykłady, jak udało się innym.

Jeśli przedsiębiorca boi się inwestować we wzornictwo, to państwo może mu pomóc na przykład w sfinansowaniu pierwszego projektu. W niektórych państwach działają programy, z których nawet w całości można sfinansować pierwszą taką inwestycję.

W Programie Operacyjnym Innowacyjna Gospodarka stworzono instrument, który pozwala dofinansować opracowanie i wdrożenie nowego wzoru. Czy jest to wystarczająca zachęta, by przekonać do korzystania z profesjonalnego wzornictwa?

Z tego programu oprócz projektu producent może zakupić nowoczesny park maszynowy, na który zwykle, bez dofinansowania, nie byłoby go stać. Dzięki PO IG firmy mają szansę na jakościową zmianę. Jest to jednak duży program, przeznaczony do finansowania większych projektów. Dla małych i średnich firm ofertę stworzono w regionalnych programach operacyjnych (RPO). Ale wiedza o możliwościach jest nikła. Większą inicjatywę można dostrzec w środowisku projektan-

Polskie duże firmy mają kontakty handlowe z zagranicą. Często poprzez udział kapitałowy zachodnich koncernów wprowadzają u siebie kulturę pracy nad nowymi wzorami.

[Designer w Polsce]



tów. Przedsiębiorcy sami z siebie wciąż rzadko wychodzą z pomysłem. Teraz to zwykle projektant przychodzi do firmy, proponuje swoją usługę, a dodatkowo narzędzia dofinansowania prac nad nowym wzorem. W trakcie opracowywania regionalnych programów operacyjnych Stowarzyszenie Projektantów Form Przemysłowych przygotowało precyzyjne informacje o wskazanych kierunkach dofinansowania wzornictwa z RPO. Mamy wiedzę i dzielimy się nią.

W najmniejszych polskich firmach trzeba cały czas wykonywać tę pracę u podstaw. Większe firmy, które sprzedają swoje produkty za granicę, zatrudniają specjalistów od wzornictwa. Jaki status ma projektant u nas i jak to jest w innych krajach?

W polskich firmach projektanta często spycha się na najniższy szczebel. Deleguje się go do współpracy z działami technicznymi. W firmach zachodnich menedżerowie najwyższego szczebla, mający wiele strategicznych spraw na głowie, zazwyczaj znajdują czas dla projektanta i angażują się w fazę projektowania. Designer zyskuje wtedy silne wsparcie w szefie firmy.

O wiele lepiej, gdy decydent jest zaangażowany w takie działania. Powinien wiedzieć, co się dzieje w pracach nad nowym wzorem, być pozytywnie nastawionym. W przeciwnym razie trudno się spodziewać zachwycających efektów. Właściciel firmy ma decydujący głos, czy inwestować w dany wzór, czy nie. Dlatego lepiej, żeby był blisko fazy projektowania.

Polskie duże firmy mają kontakty handlowe z zagranicą. Często poprzez udział kapitałowy zachodnich koncernów wprowadzają u siebie tę kulturę pracy nad nowymi wzorami. Dlatego większy nacisk należy kłaść na przekazywanie know-how do małych i średnich firm. W praktyce zaobserwowałem, że najtrudniej przekonać do pracy nad innowacyjnymi rozwiązaniami wzorniczymi przedsiębiorstwa zatrudniające poniżej 20 pracowników.

Czy u nas okres PRL przeszkodził w rozwoju wzornictwa? Jak wyglądała ta dyscyplina przed II wojną światową?

Przed II wojną światową nad wzorami pracowali plastycy, nie było zawodu projektanta w dzisiejszym rozumieniu. Potencjał polskich środowisk projektowych – od architektury po grafikę użytkową – pokazują efektowne ekspozycje na Światowych Wystawach Sztuki i Techniki w Paryżu w 1925 i 1937 r. W II połowie lat 30., gdy zakończył się kryzys w światowej gospodarce, pojawiła się świadomość, że wzornictwo przemysłowe, co wówczas nazywano „sztuką stosowaną” albo „sztuką dla przemysłu”, zyskuje na znaczeniu dla gospodarki. W 1939 r. plastyczce i projektantce Wandzie Telakowskiej (zajmującej się również dydaktyką w zakresie sztuki użytkowej) zaproponowano utworzenie w Ministerstwie Przemysłu i Handlu „placówki służącej plastykom, którzy mimo wszelkich trudności działają w przemyśle”. Już wtedy opracowała ona system dofinansowania projektów wzorniczych, który miał zostać uruchomiony we wrześniu. Przeszkodził wybuch II wojny światowej.

Czyli zaczynamy od tego samego punktu?

Nie jest tak, że okres PRL-u był całkowitą pustynią. Zaraz po wojnie czerpano z wypracowanych w II RP rozwiązań, a prof. Wandzie Telakowskiej umożliwiono działalność. W 1950 r. opracowała koncepcję Instytutu Wzornictwa Przemysłowego (IWT) i przyczyniła się do jego powstania. Miał on swoje wzloty i słabsze okresy. W czasach PRL stworzono szkolnictwo na przyzwoitym poziomie. Działo w tym czasie wielu zdolnych projektantów. Niestety, ich pomysły zbyt często trafiały do szuflady.

Ważne, by nie zapominać o bogatym dziedzictwie. Mamy charakterystyczne przykłady krajów skandynawskich, które z wzornictwa uczyniły element własnej promocji. W promocji tej zawsze się odwołują do swoich przedwojennych sukcesów na paryskich wystawach. Na tych samych wystawach taką samą liczbę medali dostała Polska czy Czechy. Czesi zresztą też zaczęli się do tego odwoływać. My jakoś zapomnieliśmy o swoich koleniach.

Wraz z BEDA – Europejskim Stowarzyszeniem Projektantów –

doprowadziliśmy do wprowadzenia projektanta na listę zawodów.



Zawód: projektant

Jak Stowarzyszenie Projektantów Form Przemysłowych (SPFP) wspiera designerów?

Przez wiele lat Stowarzyszenie było klubem projektantów. Formalną opiekę nad tą dziedziną sprawował Związek Polskich Artystów Plastyków (sekcja projektowania), który w stanie wojennym został rozwiązany. Odrodził się w wolnej Polsce w części dotyczącej „sztuki czystej” i projektowania wnętrza. My – ludzie zajmujący się wzornictwem – trochę naiwnie wierzyliśmy, że poradzimy sobie w nowych warunkach, że wystarczy robić swoje i solidnie pracować. Później zdaliśmy sobie sprawę, iż wszyscy wokół nas korzystają z pomocy państwa, tylko nie my. Nie było promocji wzornictwa ani w kraju, ani za granicą, nikt nie interesował się zmianą postrzegania wzornictwa przemysłowego. Wówczas IWP był pogrążony w kryzysie, nie istniał Śląski Zamek Sztuki i Przedsiębiorczości w Cieszynie itd. Stowarzyszenie w pewnym momencie wzięło na siebie inną rolę niż ta pierwotnie przypisana. Zaczęliśmy się angażować w organizację wystaw i konferencji. Działaliśmy już nie tylko jako ciało doradcze, ale jako siła sprawcza, inicjator przedsięwzięć, które miały się przyczynić do promocji polskiego wzornictwa, pokazania jego znaczenia dla gospodarki. Mieliśmy udział w prezentacji polskiego wzornictwa na Biennale Projektowania w St-Étienne, wystawie IDoT w Warszawie, w organizacji konferencji Wzornictwo, Kultura i Gospodarka w 2006 r. Za ważne uważam wystawy i konkursy organizowane dla młodych projektantów, które mogą im pomóc wystartować w zawodzie.

Kilka lat temu nastąpił efekt kuli śnieżnej. Media i decydenci zaczęli się interesować designem, wstąpiliśmy do UE (nowe programy wsparcia), powstał Śląski Zamek Sztuki i Przedsiębiorczości, z którym SPFP ściśle współpracuje, zmieniły się władze IWP. W programach unijnych wzornictwo uznano za ważny obszar dla rozwoju gospodarki, pobudzania jej innowacyjności. Mają powstać regionalne centra designu (Poznań, Kraków, Wrocław, Kielce).

Teraz Stowarzyszenie musi przewartościować swoje cele i priorytety. Skupimy się na wsparciu członków projektantów w zakresie doradztwa, informowania o możliwościach dofinansowania, wyceny projektów. Dotychczas opracowaliśmy kodeks etyczny dla projektantów oraz poradnik wspomagający współpracę projektanta i producenta.

Mamy na koncie mały sukces. Wraz z BEDA – Europejskim Stowarzyszeniem Projektantów – doprowadziliśmy do wprowadzenia projektanta na listę zawodów. Dotychczas znajdowaliśmy się w kategorii „inne”, wraz z ludźmi, którzy zajmują się odczytywaniem gazomierzy. Okazało się, że nie była to tylko specyfika naszego kraju. W Eu-

ropie Zachodniej również obowiązywała taka terminologia, mimo że zawód projektanta był mocno osadzony w tamtejszej kulturze. Dziś możemy formalnie zmieniać kategorię zatrudnienia.

Studenci ASP zdobywają praktyczne umiejętności współpracy z przemysłem?

Uczelnie powinny kłaść większy nacisk na praktyki studentów w firmach. W Polsce wciąż jest to trudne, ze względu na sposób działania przedsiębiorstw, które z reguły nie mają w swoich strukturach działów wzornictwa. Są jeszcze firmy projektanckie. W zachodnich studiach designerskich regularnie przyjmuje się kilku praktykantów i najlepszym proponuje się kontrakty. Staramy się zmienić tę sytuację, ale nie jest to łatwe. Studenci warszawskiej ASP mają możliwość współpracy z przemysłem poprzez projekty realizowane wspólnie z firmami zagranicznymi, m.in. z Nokią.

Jak liczną grupą zawodową są u nas projektanci?

W Polsce brakuje jeszcze badań tego sektora (w kwietniu 2008 r. raport przygotował IWP – przyp. red.), który nazywamy przemysłami kreatywnymi. W Holandii takie badania przeprowadzono całkiem niedawno. Powołano tam specjalną Fundację „Prensel”. Wyniki jej prac były zaskakujące. Okazało się, że sektory, które są związane z projektowaniem, przynoszą w Holandii dochód porównywalny z wypracowywanym przez branżę paliwową czy transportową.

Rozmawiał **Jerzy Gontarz**

Uczelnie powinny kłaść **większy nacisk na praktyki studentów w firmach.**

Nagrody EuroStars

Na polu innowacyjności, jak w żadnej innej dziedzinie, konieczna jest promocja dobrych praktyk. Tutaj nie wystarczy podać definicji oraz kryteriów i czekać na rezultaty realizacji projektów. Innowacyjności trzeba „dotknąć”, by poczuć na czym ona polega w praktyce i przekonać się, że sukces nie zawsze zależy od dużych nakładów finansowych.

Szczególne role w promocji innowacyjnych rozwiązań przypada Komisji Europejskiej (KE). Po pierwsze – dlatego, że Komisja stoi na straży kierunku rozwoju Unii Europejskiej wytyczonego przez Strategię Lizbońską. Po drugie – KE jest jedną z niewielu instytucji, która posiada dość sił i środków na monitoring innowacyjności we wszystkich krajach członkowskich oraz koordynację przepływu informacji o dobrych praktykach. Nic dziwnego, że ogłoszony w ubiegłym roku konkurs promujący innowacyjne projekty współfinansowane z funduszy strukturalnych UE został przyjęty z dużym entuzjazmem. Cieszy to tym bardziej, że już w pierwszej edycji do konkursu stanęły polskie regiony. Dwa projekty z naszego kraju znalazły się wśród nominowanych do głównej nagrody.

Polskie nominacje

Na liście nominowanych znalazły się: Dolnośląski Inkubator Naukowo-Technologiczny oraz Centrum Transferu Technologii w Toruniu. Polskie projekty były wysoko notowane, więc tuż przed ogłoszeniem wyników czuć było spore napięcie wśród kandydatów. Do Brukseli przyjechał specjalnie ówczesny Marszałek Województwa Dolnośląskiego Andrzej Łoś.

Ceremonia wręczenia nagród odbyła się w reprezentacyjnych salach znanej brukselskiej restauracji Concert Noble. Kryształowe Statuetki i dyplomy wręczała komisarz ds. polityki regionalnej Danuta Hübner. Niestety, polskie projekty tym razem nie zdobyły najwyższego trofeum.

Zwycięzcy

W kategorii „Efektywność energetyczna i energia odnawialna” wygrał projekt Energivie z Alzacji (Francja) popularyzujący korzystanie z odnawialnych źródeł energii. Obejmuje on różne działania, m.in. podnoszenie kwalifikacji w tej dziedzinie oraz wsparcie przy budowie budynków energooszczędnych. Częścią przedsięwzięcia są też prace badawcze nad biopaliwami, biogazem i energią geotermalną.

Region transgraniczny Øresund (Szwecja, Dania) oraz OpTIC Technium – Centrum Optoelektroniczne (Walia) zdobyły nagrody w kategorii „Wspieranie klastrów i sieci biznesowych”. W ramach

pierwszego z tych projektów utworzono sześć platform innowacji, ułatwiających współpracę władz regionalnych, przedsiębiorstw oraz 14 uniwersytetów ze Szwecji i Danii w takich obszarach jak: zdrowa żywność, logistyka, środowisko naturalne, informatyka, ochrony zdrowia i projektowanie. Drugi projekt dotyczy optoelektroniki – innowacyjnego połączenia techniki optycznej i elektroniki, która znajduje coraz szersze zastosowanie w komunikacji światłowodowej, przechowywaniu danych na nośnikach optycznych (CD/DVD), wyświetlaczach telefonów i komputerów, drukarkach laserowych i aparatach cyfrowych. OpTIC Technium jest ośrodkiem inkubacji firm z tej branży.

EnviroINNOVATE, West Midlands (Wielka Brytania) i Centra współpracy przemysłowej w Yorkshire i Humber (Wielka Brytania) wygrały w kategorii „Transfer technologii z instytucji badawczych do sektora małych i średnich firm”. Projekt z West Midlands wspomaga MŚP w rozwoju technologii i rozwiązywaniu problemów w dziedzinie ochrony środowiska naturalnego. Przedsiębiorstwa mogą korzystać z konsultacji ekspertów pracujących na uczelniach działających w regionie. Z kolei w ramach projektu z Yorkshire utworzono sieć, która pomaga przedsiębiorstwom korzystać z innowacji i nowatorskiej wiedzy, którą dysponują uniwersytety regionu Yorkshire i Humber.

Wyróżnienia

Jury Konkursu przyznało dwa wyróżnienia:

- Pływająca, samodzielna, ekologiczna stacja odsalania wody morskiej, Wyspy Egejskie Południowe (Grecja)
- Wsparcie innowacji w Dolnej Austrii (Austria).

Warto podkreślić, że Komisja Europejska zapowiedziała już drugą edycję konkursu EuroStars. Dyrektor generalny DG Regio, Dirk Ahern, zapowiedział, że laureaci będą wybierani w dwóch kategoriach: innowacje, badania i rozwój technologii oraz przeciwdziałanie zmianom klimatycznym. Miejmy nadzieję, że konkurs wzbudzi jeszcze większe zainteresowanie w Polsce.

Andrzej Szoszkiwicz
Bruksela

Nagrody EuroStars
są przyznawane najbardziej
innowacyjnym projektom
współfinansowanym z funduszy
strukturalnych UE.



To nie sen, to Roombeek

Roombeek jest jednym z najważniejszych projektów architektonicznych XXI wieku, wizytówką holenderskiej innowacyjności.

Odkąd w Roombeek wybudowano pierwsze nowe domy, dzielnica stawała się prawdziwą atrakcją Enschede, największego miasta wschodnich Niderlandów. Przyjeżdżają tutaj architekci, projektanci, artyści, studenci i wreszcie wszyscy, którzy marzą o własnym domu w niebanalnym miejscu.

Nic dziwnego – Roombeek jest jednym z najważniejszych projektów architektonicznych XXI wieku, wizytówką holenderskiej wolności i innowacyjności, tym razem w dziedzinie architektury, projektowania przestrzeni publicznej i sztuki użytkowej.

Trochę historii

Pewnie nigdy nie byłoby tego projektu, gdyby nie... katastrofa sprzed ośmiu lat. 13 maja 2000 r. wyleciał w powietrze magazyn sztucznych ogni położony w samym środku tej starej dzielnicy Enschede. Obok wielu ofiar śmiertelnych, eksplozja spowodowała ogromne szkody materialne – 200 domów zostało całkowicie zniszczonych, a 2000 trwale uszkodzonych. Zaraz po katastrofie władze Enschede w porozumieniu z różnymi partnerami zaczęły szukać pomysłu na odbudowę dzielnicy.

Pod uwagę wzięto wiele aspektów. Po pierwsze, historię – gdy po 1890 r. Roombeek został połączony linią kolejową z resztą Holandii, dzielnicą zaczęli się interesować fabrykanci z branży tekstylnej i piwnej. Wkrótce zaczęły powstawać zakłady – głównie włókiennicze, a także browar Grolscha. Fabryki potrzebowały wielu rąk do pracy, więc wokół fabryk zaczęły szybko powstawać nowoczesne jak na ówczesne czasy dzielnice dla robotników.

Stare i nowe

Pracując nad planami odbudowy, projektanci trzymali się naczelnej zasady, żeby tam gdzie to możliwe zachować elementy dawnej architektury przemysłowej, a jednocześnie puścić wodze fantazji w miejscach, w których można było coś budować od początku. Powstała więc dzielnica, w której na 62 hektarach stworzono niespotykaną dotąd kombinację mieszkań zakładów pracy, sklepów, miejsc rekreacji, szkół i instytucji kultury. Nadzór nad projektem powierzono słynnemu architektowi Pi de Bruijn, który jak nikt inny w swoich projektach potrafi łączyć stare elementy z nowoczesnymi.

Na początku skrupulatnie odnowiono te domy, które przetrwały katastrofę. W ten sposób odtworzono część dawnej dzielnicy robotniczej. Wrócili do nich dawni mieszkańcy, głównie robotnicy, którzy przez długie lata stanowili trzon tej dzielnicy. Władze miasta od razu zauważyły, że nowy Roombeek może pomóc w realizacji jednego z ważniejszych celów strategii rozwoju: przyciągnięcie lu-



dzi kreatywnych i zamożnych. Wystawiono na sprzedaż działki, na których mogli budować domy według projektów własnych architektów. W zależności od zasobności portfela koszt działek i projektów waha się od kilkuset tysięcy do kilku milionów euro. Pomimo wysokich cen, chętnych jest wielokrotnie więcej niż dostępnych działek.

Klastry

Stare i nowe łączy wspólna przestrzeń publiczna wraz z budynkami publicznymi. Nowocześnie zaprojektowane miejsca uporządkowano tematycznie i nazwano klastrami. W obrębie starej fabryki w centralnej części dzielnicy mieści się klastera kulturalny. Na jej obszarze zbudowano i urządzono mieszkania połączone z pracowniami artystów (lofty). Mieszkający i pracujący tam malarze, rzeźbiarze i przedstawiciele innych zawodów kreatywnych otwierają drzwi atelier, wystawiają dzieła na zewnątrz pracowni. Idąc do pracy, szkoły czy sklepu, każdy mieszkaniec doświadcza codziennego kontaktu ze sztuką i jej twórcami. Wokół jest ładnie i kolorowo. W środku klastera utworzono sztuczny staw ze sceną nad wodą, na której latem będą się odbywać koncerty.

Centralnym punktem klastera kulturalnego jest muzeum Twentse Welle pokazujące dzieje tego regionu od czasów prehistorycznych po współczesność. Słowo „muzeum” jednak źle określa tę pla-

[Wizyta w Enschede]

cówkę. Jest to raczej przeszklona interaktywna wystawa edukacyjna, wykorzystująca najnowocześniejsze techniki multimedialne. Częścią obiektu jest też obserwatorium astronomiczne, wystawa rzeźby, biblioteka multimedialna oraz kawiarnia.

Prismare – to klaster edukacyjny. Znajduje się tutaj wszystko, co potrzebne jest do pobierania nauki i uprawiania sportu: trzy szkoły podstawowe (publiczna, katolicka i protestancka), przedszkola, świetlice, boiska sportowe, sala teatralna, pracownie klubów zainteresowań i tak zwany Dom Opowiadań, w którym dzieci i młodzież mogą nie tylko wypożyczyć książki, lecz przyjść i posłuchać opowiadań.

Jest jeszcze klaster opiekuńczy zlokalizowany w najbardziej charakterystycznym budynku Roombeek. W tym 10-piętrowym bloku o bardzo interesującej architekturze (projekt pochodzi z pracowni architektów Claus & Kaan) usytuowane są gabinety lekarskie, stomatologiczne i fizjoterapeutyczne oraz apteka. Na wyższych piętrach zlokalizowane są apartamenty przystosowane dla osób niepełnosprawnych.

Innowacyjne firmy

Do zrealizowania koncepcji dzielnicy, która ma być miejscem zamieszkania, wypoczynku i pracy brakowało jeszcze przedsiębiorstw. Jak przystało na dzielnicę XXI wieku w planach przewidziano przestrzeń do rozwoju innowacyjnych firm z sektora ICT, nowych mediów i technologii. Przestrzeń to jednak za mało – by szybko zrealizować to zamierzenie, konieczne są konkretne zachęty finansowe, które ułatwiłyby przedsiębiorcom decyzję przeniesienia swoich firm właśnie do Roombeek. Wiedząc o tym, władze Enschede utworzyły celo-

wy fundusz dotacyjny pod nazwą APR Roombeek. Mali i średni przedsiębiorcy, którzy przeniosą tu swój biznes mogą starać się o jednorazową wypłatę 4000 euro na każdego pracownika zatrudnionego w pełnym wymiarze godzin.

Trudno sobie wyobrazić, by w Roombeek osiedlali się kreatywni ludzie i kwitły innowacyjne firmy bez nieograniczonego dostępu do internetu. Zanim powstały tutaj pierwsze inwestycje, rozpoczęto instalację najnowszej generacji światłowodowych łączy. Teraz wszystkie mieszkania, instytucje publiczne i firmy podłączone są do sieci z możliwością superszybkiego przesyłu danych. Dzięki temu na terenie dzielnicy otworzyły się możliwości rozwoju telepracy, telemedycyny, teledukacji i administracji elektronicznej. Mieszkańcy mogą wybierać pomiędzy różnymi multimedialnymi pakietami telewizyjnymi i radiowymi. Połączenia telefoniczne w obrębie dzielnicy są bezpłatne, a szybkie łączy umożliwia prowadzenie tanich rozmów przez telefonię internetową.

Cały projekt finansowany jest z wielu źródeł – budżetu samorządu, państwa i Unii Europejskiej (okoliczności Enschede podlegają jeszcze Polityce Spójności UE). Sukcesem koordynatorów projektu jest duży wkład kapitału prywatnego. Sprawdza się zatem zasada, że uzgodniona wspólnie przez wszystkich partnerów wizja, nawet bardzo śmiała i kosztowna, skazana jest na sukces. Zwłaszcza gdy wcielana jest w życie przez dobrze dobranych liderów. Świadczą o tym prestiżowe nagrody – projekt nowego Roombeek został laureatem „Złotej Piramidy 2007”, państwowej nagrody za doskonałość w dziedzinie architektury, planowania przestrzennego, zieleni miejskiej i za design.

Hilde Mertens
Enschede



Nowocześnie zaprojektowane miejsca uporządkowano tematycznie i nazwano klastrami.

Prismare – to klaster edukacyjny.



INNOWACYJNA GOSPODARKA
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



Piękne i praktyczne

Fot. Wojciech Trzcionka (2)

Dzięki środkom z Europejskiego Funduszu Społecznego w Cieszynie utworzono centrum spotkań projektantów i przedsiębiorców. Projekt zaowocował ożywieniem relacji między tymi dwoma środowiskami. W Polsce w dziedzinie wzornictwa jest wiele do nadrobienia. I warto to nadrobić, bo skorzystają na tym zarówno producenci, jak i konsumenci.

Misją projektu „Śląska sieć na rzecz wzornictwa”, zrealizowanego przez Śląski Zamek Sztuki i Przedsiębiorczości w Cieszynie, było przekonanie przedsiębiorców, że korzystanie ze wzornictwa ma sens i że się opłaca. Projekt, który trwał od stycznia 2005 r. do grudnia 2007 r., kosztował 1,25 mln zł (otrzymał dotację w wysokości 1,1 mln zł z Europejskiego Funduszu Społecznego i budżetu państwa w ramach ZPORR, działanie 2.6). Nie jest to pierwsze przedsięwzięcie realizowane w tym miejscu przy unijnym wsparciu. W 2004 r. w miejscu dawnej oranżerii wybudowano nowe centrum przedsiębiorczości oraz wyremontowano i zaadaptowano do nowych celów część zamku i wolnostojący budynek na jego dziedzińcu. Inwestycja ta powstawała w niecały rok. Jej wartość wyniosła ok. 12 mln zł (75% pochodziło ze środków Phare ESC 2001, a 25% z budżetu państwa, Urzędu Marszałkowskiego oraz gminy Cieszyn). Stworzono dzięki tym inwestycjom zarówno miejsce pielęgnacji dorobku regionalnej sztuki i rękodziela, jak i nowoczesne centrum przedsiębiorczości i wzornictwa.

Zaskakujące efekty

Inwestycje te mają wspólny cel: wykorzystanie potencjału projektantów i artystów na rzecz pobudzenia rozwoju gospodarczego Śląska i wzmoc-

nienia konkurencyjności przedsiębiorstw. – Stworzyliśmy tu miejsce spotkań dla producentów i projektantów, organizujemy wystawy, konferencje, dni otwarte i warsztaty poświęcone przedsiębiorczości i wzornictwu – mówi Ewa Gołębiewska, dyrektor Śląskiego Zamku Sztuki i Przedsiębiorczości w Cieszynie. Zamek zorganizował m.in. konkurs „Śląska Rzecz”, wystawę „Polska pasja tworzenia – Meble”, „Dizajn w przestrzeni publicznej”, „Narzędzia, środki produkcji i komunikacji” i promował „Najlepsze Dyplomy Projektowe” z dziedziny wzornictwa przemysłowego. W ramach projektu odbyło się łącznie: 10 ogólnopolskich konferencji (planowano 8), 8 warsztatów projektowych i technologicznych, 14 wystaw designu (planowano 11), 6 Dni Otwartych i 21 spotkań informacyjno-doradczych (planowano 18). Już samo przekroczenie wskaźników projektu pokazuje, że ambicje pomysłodawców były większe. Wzbogaconą ofertą odpowiadano wprost na potrzeby: prawie 1000 uczestników konferencji, 327 firm biorących udział w szkoleniach, ponad 27 tys. osób zwiedzających wystawy, 2160 osób, które przybyły na wszystkie Dni Otwarte. Co najważniejsze – mimo że projekt finansowany ze środków zewnętrznych się zakończył, wypracowane produkty nadal żyją. A miejsce zyskało markę wśród specjalistów od designu oraz przedsiębiorców.

Działalność „Sieci” była impulsem do stworzenia w mieszczącej się w zamkowej oranżerii klubokawiarni „Presso” – pierwszej w Polsce żywej galerii wzornictwa „Design Alive!”. To miejsce ogólnodostępne, ekspozycja najlepszych przykładów polskiego designu, którego katalog przyjął formę kawiarnianego menu.





Ewa Gołębiowska:

„Na wzornictwo patrzemy pod kątem ergonomii, funkcjonalności, wykorzystania nowych technologii i materiałów”.

Najważniejsze przy tym wszystkim są wyniki badań innowacyjności śląskich firm. Porównano dwie edycje – z 2003 r. i z 2006 r. W ankietach pytano firmy m.in. o to, czy potrzebują pomocy w rozwoju nowego produktu, usługi lub technologii oraz czy potrzebują pomocy projektanta. W 2003 r. 32% firm zgłaszało potrzebę skorzystania ze wsparcia w rozwoju nowego produktu i tylko 2,5% – z pomocy projektanta. Trzy lata później wskaźniki te wyniosły odpowiednio 25% i 42%. Prawie o 40% więcej przedsiębiorców zgłaszało potrzebę skorzystania z pomocy w rozwoju wzornictwa. Wynik ten przekonuje, że wśród producentów wzrosła świadomość roli projektanta przy wdrażaniu nowych produktów.

Ścieżka projektowania

– Nie chodzi o to, by wzornictwo traktować jedynie jako pomysły – mówi Ewa Gołębiowska. – Na wzornictwo patrzemy pod kątem ergonomii, funkcjonalności, wykorzystania nowych technologii i materiałów. Dla nas istotne jest, w jaki sposób poprowadzić przedsiębiorcę i projektanta we wspólnej pracy do efektu, jakim jest zmodernizowany wyrób bądź silna, rozpoznawalna na rynku marka.

W ramach projektu powstała internetowa bezpłatna baza danych, która jest praktycznym narzędziem kojarzenia śląskich firm i projektantów. To najlepsza płaszczyzna kontaktu między środowiskiem producentów i ludzi zajmujących się wzornictwem. „Śląska sieć na rzecz wzornictwa” pomagała też młodym projektantom (warsztaty „Jak

wystartować w zawodzie projektanta”, Letnia Szkoła Designu – projektowanie szlaków turystycznych) oraz przedsiębiorcom w trakcie spotkań informacyjno-doradczych, które były poświęcone m.in. metodologii wdrażania nowych wzorów, budowaniu wizerunku firmy czy ochronie dorobku przedsiębiorstwa przed działaniami konkurencji. Na spotkaniach profesjonalści radzili również, jak szacować ryzyko przy wprowadzeniu nowego produktu oraz gdzie szukać środków na sfinansowanie wdrożenia.

Tradycja i design

Zamek zapewnia producentom i projektantom dostęp do specjalistycznych pracowni: tkaniny, grafiki komputerowej, a nawet ceramiki. W jednym z pomieszczeń zamku stoi przygotowany do pracy beskidzki warsztat tkacki. W Cieszynie zatroszczono się o wymierające zawody i rzemiosła, ale nie do celów muzealnych. Połączenie tradycyjnych wzorów i technologii z nowymi materiałami daje czasem zaskakująco dobre efekty.

Jak przyznają menedżerowie projektu, najważniejsza jest konsekwencja w działaniu i podnoszenie poziomu. W najbliższych miesiącach Zamek czekają kolejne wyzwania. Szykuje się do następnego projektu, wciąż monitoruje ciekawe wzorniczo produkty i chce doradzać przy konkretnych projektach. Wizyta na cieszyńskim Wzgórzu Zamkowym może zainspirować nowymi pomysłami na współpracę i przekonać do wzornictwa najbardziej nieprzekonanych.

Jerzy Gontarz

Efekty zakończonych i realizowanych działań dostępne na stronie: www.wzornictwo.net lub www.zamekcieszyn.pl

Co się pisze o innowacjach

POLSKIETECHNOLOGIE.PL zawiera **bazę innowacyjnych rozwiązań stworzonych przez polskich naukowców.**

Polskie technologie w sieci

Od lutego działa serwis poświęcony nowym, polskim rozwiązaniom technologicznym. Projekt realizowany jest przez Ośrodek Przetwarzania Informacji (OPI) z inicjatywy Ministerstwa Nauki i Szkolnictwa Wyższego. Celem serwisu jest ułatwienie komunikacji pomiędzy naukowcami a przedsiębiorcami. Dostęp do zasobów serwisu jest bezpłatny. Jak mówi w imieniu OPI Agnieszka Karasińska-Kupis, POLSKIETECHNOLOGIE.PL zawiera bazę innowacyjnych rozwiązań, stworzonych przez polskich naukowców oraz informacje o zapotrzebowaniu przedsiębiorców na konkretne technologiczne rozwiązania. Portal ma także śledzić najważniejsze wydarzenia dotyczące polskiej nauki i zaawansowanych technologii. Będzie też w sposób przejrzysty prezentować dane branżowe. „Jednym z zadań serwisu POLSKIETECHNOLOGIE.PL jest zainspirowanie środowisk naukowych do bardziej komercyjnego wykorzystania efektów swojej pracy oraz rozbudzenie polskiego rynku w kontekście wykorzystywania polskich technologii” – mówi Karasińska-Kupis.

Według przedstawicielki OPI, portal będzie przede wszystkim ogólnodostępnym źródłem informacji skierowanej do naukowców i przedsiębiorców oferujących lub poszukujących rozwiązań technologicznych. Znajdą tu oni również informacje na temat rozwijania działalności. Jak wyliczają twórcy portalu, POLSKIETECHNOLOGIE.PL zawierają liczne działy tematyczne (m.in. najnowsze zagadnienia dotyczące finansowania badań i praw własności intelektualnej, informacje o konferencjach, szkoleniach, obowiązujących regulacjach prawnych). OPI zapowiada, że będą tu

publikowane także artykuły fachowe, zaproszenia do udziału w imprezach oraz wiadomości dotyczące polskiej nauki i przemysłu.

Źródło: PAP, *winnova.pl*, 11-03-2008
Więcej informacji: www.polskietechnologie.pl

Klinika Biznesu

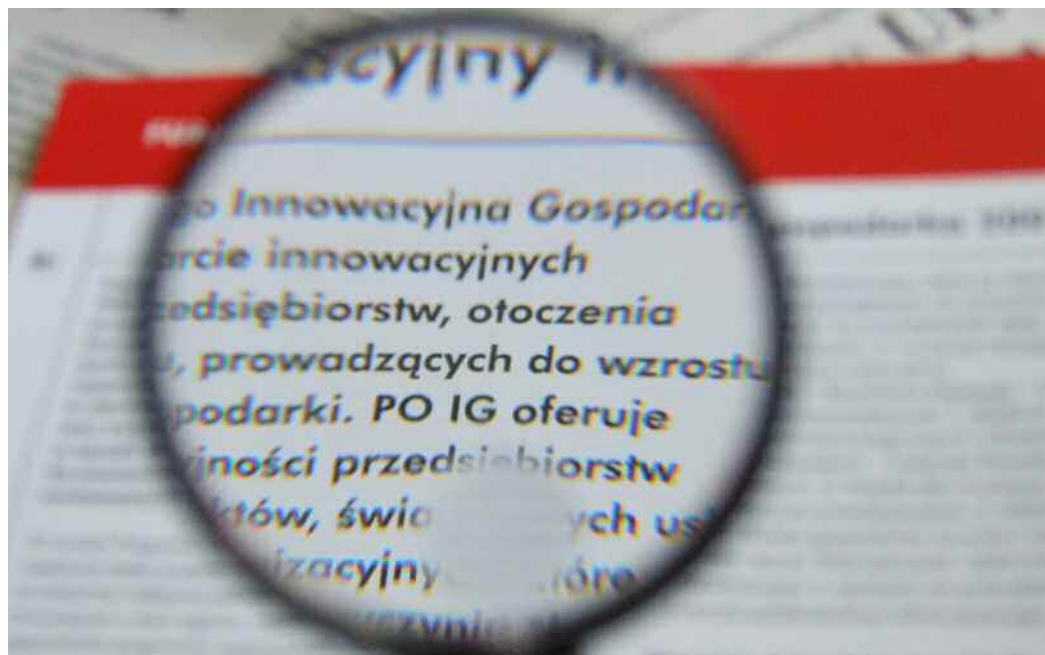
Portal Laboratorium Adaptacyjności i Konkurencyjności Przedsiębiorstw to warmińsko-mazurska klinika biznesu – można przeczytać w dodatku do „Dziennika”. Dzięki portalowi przedsiębiorcy mogą samodzielnie zbadać kondycję firmy i porównać jej konkurencyjność z innymi spółkami. Wiedza, którą otrzyma w ten sposób przedsiębiorca, jest niezbędna przy podejmowaniu decyzji biznesowych. Uzyskana informacja pomoże także w lepszym zaadaptowaniu się przedsiębiorców do zmian na lokalnym rynku i podniesieniu swojej konkurencyjności. W warmińsko-mazurskiej klinice biznesu można znaleźć również informacje niezbędne do prowadzenia i założenia działalności gospodarczej, wiadomości o rynku pracy, listę organizacji pozarządowych wspierających działalność gospodarczą, informacje o programach unijnych, a także wzory wniosków o dofinansowanie.

Źródło: „Dziennik”, 21-04-2008.
Więcej informacji: wmklinikabiznesu.pl

Technologiczny zaścianek Europy?

Światowe Forum Ekonomiczne jak co roku opracowało najnowszy ranking Global Information Technology 2007-2008. Polska pogorszyła swoją

Dzięki portalowi wmklinikabiznesu.pl przedsiębiorcy mogą samodzielnie **z badać kondycję firmy i jej konkurencyjność wobec innych spółek.**



[Przegląd prasy]

pozycję, zajmując 62. miejsce. W poprzednim rankingu nasz kraj zajmował 58. pozycję.

Analitycy Forum główną winę za gorszy wynik Polski w rankingu upatrują w niewystarczającej roli instytucji państwowych w tworzeniu warunków do wykorzystania IT w gospodarce. Duże znaczenie mają także zaniedbania administracyjne. Pod względem wykorzystania IT w administracji Polska znajduje się na 103. miejscu na 130 państw uwzględnionych w zestawieniu.

Jak pisze Zbigniew Zwierzchowski, ocena Polski w raporcie Światowego Forum Ekonomicznego pogorszyła się, mimo że rynek IT w Polsce szybko rośnie. W ubiegłym roku wzrost ten był wyjątkowy na tle świata, bo sięgnął blisko 25 proc. Obecnie wartość rynku szacuje się na 23 mld zł.

Jak można przeczytać w artykule, analitycy Światowego Forum Ekonomicznego twierdzą, że gwałtowny rozwój polskiego rynku napędzają głównie wydatki firm i konsumentów na podstawową infrastrukturę – komputery i internet. A inwestycje informatyczne w sektorze publicznym pozostają najczęściej w sferze planów.

Źródło: „Rzeczpospolita”, 09-04-2008

W Krakowie najwięcej innowacji

Według raportu Firmy DiS, badającej rynek teleinformatyczny, na prawie 50 tys. polskich firm informatycznych tylko 1000 prowadzi aktywność badawczo-rozwojową – donosi „Puls Biznesu”. DiS spośród tego tysiąca wyodrębniła 75 najbardziej innowacyjnych przedsiębiorstw informatycznych. Okazało się, że najwięcej takich firm jest w Krakowie (24,7 proc.), następnie w Warszawie (22,4 proc.), Wrocławiu (13,5 proc.) i Trójmieście (8,8 proc.). Badaniami i rozwojem zajmuje się w nich ok. 8 tys. osób. Łączna roczna wartość nakładów na badania i rozwój w tych 75 firmach wyniosła w 2006 r. 852,8 mln zł. Z tego firmy polskie wydaty 322,4 mln zł, pozostałą część – 530,4 mln zł – firmy zagraniczne.

Raport donosi, że najbardziej popularnym celem badań były aplikacje ERP i pokrewne (17 przypadków na 75 badanych). Drugie miejsce zajmuje telekomunikacja (10), trzecie media i rozrywka (9).

Źródło: „Puls Biznesu”, 02-04-2008

Wielka szansa dla polskiej nauki

Jeszcze w tym półroczu Rada Europejska podejmie decyzję, gdzie powstanie Europejski Instytut Technologii i Innowacji (EIT) – donosi „Gazeta Wyborcza”. W lutym 2005 r. przewodniczący Komisji Europejskiej José Manuel Barroso zaproponował, by Instytut powstał we Wrocławiu – przypomina

Maciej Nowaczyk w artykule. Inne miasta, które ubiegają się o siedzibę, to m.in.: Wiedeń, Monachium, Paryż, Bruksela i Budapeszt.

Strategia Lizbońska zakłada uczynienie z Europy najbardziej konkurencyjnej gospodarki na świecie. Aby tak się stało, konieczny jest rozwój biznesu opartego na wiedzy i technologii. Europejski Instytut Technologiczny wzorowany na amerykańskim Massachusetts Institute of Technology ma być przedsięwzięciem, które ten proces przyspieszy i zmniejszy lukę technologiczną do Stanów Zjednoczonych czy Japonii.

Źródło: „Gazeta Wyborcza”, 07-03-2008

Polacy oceniają naukę

Spółka Index Copernicus International stworzyła platformę współpracy między naukowcami oraz narzędzia do weryfikacji projektów badawczych – donosi „Puls Biznesu”. Index Copernicus to społecznościowy serwis internetowy dla naukowców. Jak wyjaśnia Marcin Złoch, dzięki serwisowi możliwa jest analiza dorobku naukowców, prezentacja osiągnięć oraz poszukiwanie innych badaczy do współpracy, także współpracy międzynarodowej.

Index Copernicus analizuje potencjał naukowca lub grupy naukowej przy wykorzystaniu 15 elementów aktywności zawodowej, m.in.: aktywność badawczą i innowacyjną, zdobyte granty lub patenty, uzyskane tytuły i stopnie naukowe, członkostwo i pozycję zawodową w instytucjach naukowych, prowadzenie doktorantów oraz czynny udział w kongresach i spotkaniach naukowych.

Źródło: „Puls Biznesu”, 02-04-2008

Łatwiejszy start w biznesie

Działa nowy fundusz zalążkowy AIP Seed Capital, utworzony przy Akademickich Inkubatorach Przedsiębiorczości – czytamy w „Rzeczpospolitej”. Fundusz ten inwestuje w początkujące firmy relatywnie małe kwoty – od 50 tys. do 400 tys. zł. Skierowany jest do młodych właścicieli mikro- i małych firm, które mają innowacyjny pomysł na biznes. Młodzi przedsiębiorcy oprócz kapitału dostaną także wsparcie merytoryczne ze strony Akademickich Inkubatorów Przedsiębiorczości, m.in. w zakresie prawa, zarządzania czy finansów. Pierwszym inwestorem w ramach AIP Seed Capital został amerykański przedsiębiorca polskiego pochodzenia Tad Witkowicz.

Źródło: „Rzeczpospolita”, 12-03-2008

Jeszcze w tym półroczu Rada Europejska podejmie decyzję, gdzie powstanie Europejski Instytut Technologii i Innowacji.

Czy jego siedziba będzie we Wrocławiu?

Nowy fundusz zalążkowy AIP Seed Capital inwestuje w początkujące firmy kwoty od 50 tys. zł do 400 tys. zł.



Wiadomości o PO IG

Dotacje na innowacje – cykl konferencji

Ministerstwo Rozwoju Regionalnego – Instytucja Zarządzająca PO IG – organizuje cykl konferencji na temat Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka, 2007-2013. Odbývają się one pod hasłem „Dotacje na innowacje”.

W ramach cyklu konferencji odbędzie się 7 spotkań:

- 6 maja 2008 r. w Warszawie – Dotacje na innowacje – Program Operacyjny Innowacyjna Gospodarka 2007-2013
- 12 maja 2008 r. we Wrocławiu – Dotacje na innowacje – wsparcie sfery badawczo-rozwojowej oraz Instytucji Otoczenia Biznesu
- 28 maja 2008 r. w Poznaniu – Dotacje na innowacje – wsparcie sfery badawczo-rozwojowej oraz Instytucji Otoczenia Biznesu
- 4 czerwca 2008 r. w Katowicach – Dotacje na innowacje – wsparcie przedsiębiorców oraz projektów z zakresu społeczeństwa informacyjnego
- 6 czerwca 2008 r. w Lublinie – Dotacje na innowacje – wsparcie przedsiębiorców oraz projektów z zakresu społeczeństwa informacyjnego
- 11 czerwca 2008 r. w Gdańsku – Dotacje na innowacje – wsparcie przedsiębiorców oraz projektów z zakresu społeczeństwa informacyjnego
- 17 czerwca 2008 r. w Warszawie – Innowacyjność w kontekście realizacji projektów przedsiębiorców

Wszystkie informacje oraz formularz rejestracyjny znajdują się [tutaj](#).

PO IG w mediach

12 maja 2008 r. rusza kampania medialna poświęcona Programowi Innowacyjna Gospodarka 2007-2013. Będzie realizowana na zlecenie Ministerstwa Rozwoju Regionalnego. W ramach kampanii, w dniach 12 maja – 8 czerwca stacje telewizyjne: TVP 1, TVP 2, TVP 3, TVN oraz TVN 24 będą emitowały spot promujący PO IG. Dodatkowo w maju i czerwcu słuchacze radiowi będą mieli okazję usłyszeć informację o PO IG na antenie następujących stacji: PiN (Warszawa), Program 1 i Program 3 Polskiego Radia, Radio ZET, TOK FM, RMF FM, Radio Złote Przeboje. Widzowie i słuchacze poznają naukowca i przedsiębiorcę, którzy dzięki wzajemnej współpracy i dotacji z funduszy strukturalnych z PO IG stworzą nowoczesne przedsiębiorstwo. Zapraszamy do słuchania i oglądania!

Uwaga: konkursy!

Ostatnio w ramach PO IG ogłoszono kilka konkursów. Podajemy najważniejsze informacje, szczegółów należy szukać w dokumentacji konkursowej.

W ramach **działania 4.2 Wsparcie inwestycji B+R w przedsiębiorstwach** pieniądze przeznaczone są na wsparcie firm, które podejmują lub rozwijają działalność badawczo-rozwojową (B+R), m.in. ubiegają się o status Centrum Badawczo-Rozwojowego. Ponadto, na dofinansowanie będą mogli liczyć przedsiębiorcy opracowujący i wdrażający wzory przemysłowe. Działanie wdrażane jest przez Polską Agencję Rozwoju Przedsiębiorczości. Nabór wniosków będzie się odbywał w trybie konkursowym. Dostępny budżet to 186 mln euro. Termin składania wniosków: **od 12 maja 2008 r. (więcej)**.

Do przedsiębiorców realizujących duże projekty inwestycyjne oparte na najnowszych rozwiązaniach technologicznych (stosowane nie dłużej niż 3 lata na świecie, bądź posiadające stopień rozprzestrzenienia w danej branży nie przekraczający 15%) w produkcji i usługach adresowane jest **działanie 4.4 Nowe inwestycje o wysokim potencjale innowacyjnym**. Wsparcie będzie także obejmowało doradztwo i szkolenia niezbędne dla realizacji projektu. Działanie wdrażane jest przez Polską Agencję Rozwoju Przedsiębiorczości. Koszty kwalifikowalne muszą wynosić minimum 8 mln zł. Nabór wniosków będzie się odbywał w trybie konkursowym. Pula dostępnych środków wynosi 1,42 mld euro. Termin składania wniosków: **od 12 maja 2008 r. do 31 lipca 2008 r. (więcej)**.

W ramach **działania 4.5 Wsparcie inwestycji o dużym znaczeniu dla gospodarki** przedsiębiorcy mogą otrzymać wsparcie na innowacyjne inwestycje (stosowane nie dłużej niż 3 lata na świecie, bądź posiadające stopień rozprzestrzenienia w danej branży nie przekraczającej 15%) w sektorach kluczowych z punktu widzenia całej gospodarki, tj. nowoczesnych produktów (4.5.1) i usług (4.5.2). Dodatkowo preferowane będą te, które tworzą w tych obszarach największą liczbę nowych miejsc pracy (netto – min. 200 osób, w projektach dotyczących B+R – min. 10 osób personelu B+R). Koszty kwalifikowane dla 4.5.1 wynoszą min. 160 mln zł. Pula dostępnych środków: 1,024 mld euro. Nabór wniosków będzie się odbywał w trybie konkursowym. Działanie to jest nadzorowane przez Ministerstwo Gospodarki (MG) i bezpośrednio wdrażane przez Departament Instrumentów Wsparcia Ministerstwa Gospodarki. Termin składania wniosków **od 12 maja 2008 r. (więcej)**.

Środki pomocowe z **działania 6.4 Inwestycje w produkty turystyczne o znaczeniu ponadregionalnym** przeznaczone są na wsparcie najważniejszych, unikatowych przedsięwzięć, które stworzą atrakcyjną ofertę turystyczną w związku z organizacją przez Polskę Mistrzostw Euro 2012. Kwota 138 mln euro dostępna jest na in-

Ważne linki:

[Obwieszczenie w sprawie listy projektów kluczowych](#)

[Zaktualizowany harmonogram naboru wniosków do PO IG](#)

[Co nowego w Programie]

westyjcie realizowane przede wszystkim przez instytucje administracji samorządowej i rządowej. Wartość każdego projektu powinna opiewać na kwotę nie niższą niż 10 milionów złotych. Nabór wniosków prowadzi Polska Organizacja Turystyczna. Termin składania wniosków: **od 8 kwietnia 2008 r. do 20 maja 2008 r.** ([więcej](#)).

Rozporządzenie dotyczące dotacji z PARR

Dnia 7 kwietnia 2008 r. zostało podpisane rozporządzenie ministra rozwoju regionalnego w sprawie udzielania przez Polską Agencję Rozwoju Przedsiębiorczości pomocy finansowej w ramach Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka 2007-2013. Rozporządzenie zostało podpisane w porozumieniu z ministrem gospodarki. Określa ono szczegółowe warunki, przeznaczenie i tryb udzielania wsparcia w ramach dziesięciu działań PO IG, w których instytucją udzielającą wsparcia jest PARR. Są to działania:

- 1.4 Wsparcie projektów celowych (dla MŚP)
- 3.1 Inicjowanie działalności innowacyjnej
- 3.3 Tworzenie systemu ułatwiającego inwestowanie w MŚP
- 4.1 Wsparcie wdrożeń wyników prac B+R (dla MŚP)
- 4.2 Stymulowanie działalności B+R przedsiębiorstw oraz wsparcie w zakresie wzornictwa przemysłowego
- 4.4 Nowe inwestycje o wysokim potencjale innowacyjnym
- 5.1 Wspieranie rozwoju powiązań kooperacyjnych o znaczeniu ponadregionalnym
- 5.2 Wspieranie instytucji otoczenia biznesu świadczących usługi proinnowacyjne oraz ich sieci o znaczeniu ponadregionalnym

- 5.4 Zarządzanie własnością intelektualną
- 6.1 Paszport do eksportu.

Rozporządzenie weszło w życie 24 kwietnia 2008 r. ([więcej](#)).

Projekty kluczowe w PO IG

2 kwietnia 2008 r. w Monitorze Polskim Nr 27 poz. 260 zostało opublikowane obwieszczenie ministra rozwoju regionalnego z 19 marca 2008 r. w sprawie listy projektów indywidualnych dla Programu Innowacyjna Gospodarka 2007-2013. Załącznik obwieszczenia stanowi lista projektów indywidualnych dla Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka na lata 2007-2013.

Przewodnik po kryteriach

9 kwietnia 2008 r. Instytucja Zarządzająca Programem Innowacyjna Gospodarka udostępniła zaktualizowany Przewodnik po kryteriach wyboru finansowanych operacji w ramach Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka, 2007-2013, uwzględniający uwagi zgłoszone podczas II tury konsultacji z partnerami społeczno-gospodarczymi ([więcej](#)).

Jeszcze tylko do 20 maja

można aplikować o wsparcie projektów w ramach działania 6.4 Inwestycje w produkty turystyczne o znaczeniu ponadregionalnym. Nabór wniosków prowadzi Polska Organizacja Turystyczna.

Co to jest?

Wzornictwo przemysłowe

Polska tradycja kształcenia w dziedzinie wzornictwa przemysłowego umiejscawia je w kręgu sztuki. Taki punkt widzenia jest atrakcyjny dla części projektantów i studentów bardziej z powodów emocjonalnych niż racjonalnych. W rozwoju sztuk użytkowych, a zwłaszcza wzornictwa przemysłowego z racji na jego masowy charakter i pole oddziaływania, coraz większą rolę odgrywają zagadnienia cywilizacyjne z zakresu ekologii, etyki, prawa, globalizacji lub lokalnej polityki społecznej. Do tego należy dodać klasyczne zagadnienia estetyki, techniki, marketingu, zarządzania, ekonomii i socjologii. Oto jedna z wielu współczesnych definicji wzornictwa, która jest próbą syntezy wszystkich czynników wpływających na tworzenie wzoru: „Wzornictwo przemysłowe – działania twórcze, uwzględniające czynniki technologiczne, marketingowe, społeczne, kulturowe, ergonomiczne i ekologiczne, polegające na projektowaniu formy powielanych w produkcji przedmiotów” (Michał Stefanowski, 2005). Dla określenia tego pojęcia przenośnej formy użył Derrick de Kerckhove (1993): „Wzornictwo to skóra oblekająca technologię; technika jest na tyle niezrozumiała, że wymaga interpretacji”.

Na podstawie publikacji „O wzornictwie przemysłowym”, wydanej przez Akademię Sztuk Pięknych w Warszawie – Wydział Wzornictwa Przemysłowego, 2007

