



**Instytut Wzornictwa
Przemysłowego**

Rola wzornictwa w poprawie konkurencyjności firm. Wzornictwo w Polsce



Iwona Palczewska

Innovation via Design, Zamek Ujazdowski, Warszawa, 1 grudnia 2009

Agenda

- Rola wzornictwa przemysłowego na świecie
- Rola wzornictwa przemysłowego w Polsce
- Rola IWP we wspieraniu rozwoju wzornictwa przemysłowego jako narzędzia podnoszącego konkurencyjność przedsiębiorstw



Miejsce wzornictwa wśród branż sektora kreatywnego wg raportu KEA European Affairs

Sektor	Branże	Sub- Branże	Charakterystyka
Sztuka	Sztuka wizualna	Rzemiosło, malarstwo, fotografia	Dobra kultury „do konsumpcji na miejscu”, nieprzemysłowe: targi sztuki, wystawy, koncerty
	<i>Performing arts</i>	Teatr, taniec, opera, cyrk	
	Dziedzictwo kultury	Muzea, biblioteki, zabytki	
Media	Film i wideo	Kina	Dobra kultury do masowego rozpowszechniania oparte o prawa autorskie
	TV i radio		
	Gry wideo		
	Muzyka	Rynek płyt	
	Książki i płyty		
Design	Moda, grafika, produkt, wnętrza		Skala działań przemysłowa lub pojedynczych egzemplarzy Produkty oparte o prawa autorskie i znaki towarowe Wykorzystanie kreatywności ludzi wywodzących się z sektorów sztuki i mediów jak czynnika rozwoju
Architektura			
Reklama			



Sektor przemysłów kultury i przemysłów kreatywnych w liczbach*

W Unii Europejskiej (EU 25)

- 1 Ponad **2%** udziału w produkcie krajowym brutto (PKB)
- 2 Rośnie o **12%** szybciej niż ekonomia regionu
- 3 Jest to wartość podobna do sektora produkcji żywności i wyrobów tytoniowych
- 4 Zatrudnia **6 mln** osób
- 5 Jest to **3%** ogółu zatrudnionych w 25 krajach Unii Europejskiej
- 6 **50%** z nich ma wykształcenie wyższe (przy średniej ogólnej 27%)

**The Creative Economy Report 2008. The Challenge of Assessing the Creative Economy: towards Informed, United Nations, 2008*



Sektor przemysłów kultury i przemysłów kreatywnych w liczbach*

W Polsce

- ❶ **1%** udziału w produkcie krajowym brutto (PKB)
- ❷ Rośnie z prędkością **6%** rocznie
- ❸ Zatrudnia **230 tys.** osób

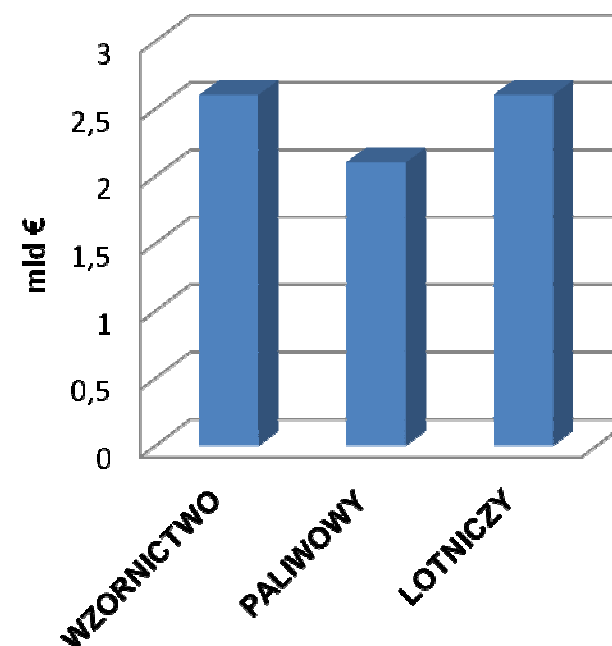
**The Creative Economy Report 2008. The Challenge of Assessing the Creative Economy: towards Informed, United Nations, 2008*



Wartość dodana oraz wzrost konkurencyjności firmy na rynku krajowym i zagranicznym

- **Konsumenci** mając duży wybór produktów podobnej jakości **poszukują marek unikalnych.**
- **od 20% do 40%** może wzrosnąć cena dobrze zaprojektowanego produktu według ¼ badanych firm - badanie IWP
- **2,6 mld €** wyniosła w 2001 roku wartość dodana wypracowana przez sektor design w Holandii, co jest wartością porównywalną z wartością dodaną wypracowaną przez sektor paliwowy (2,1 mld €) i sektor transportu lotniczego (2,6 mld €). Jednocześnie wartość ta odpowiada za **0,7%** wypracowanej wartości dodanej holenderskiej gospodarki*

Wartość dodana sektorów gospodarki holenderskiej w 2001 r.



* dane opublikowane w 2005 roku przez holenderską fundację Prensela
<http://www.creativeconnection.eindhoven.com/upload/pdf/Design%20in%20the%20Creative%20Economy%20a%20summary.pdf>. [Online]



Budowanie segmentu lojalnych klientów

25% - 95% wzrost zysków przedsiębiorstwa dzięki zwiększeniu retencji zadowolonych klientów o **5%***

Każde **100 £ zainwestowane w design** dało:

- wzrost obrotów firmy o **225 £**
- wzrost zysków o **83 £.**
- wzrost udziałów rynkowych średnio o **6,3% ****

* Reichheld F.F, Sasser W.E. Zero Defections: Quality Comes to Service. *Harvard Business Review* 68. September/October 1990, strony 105-111.

***Design in Britain 2005-2006, www.designcouncil.org.uk.*



Polskie firmy dostrzegają wartość wzornictwa ...

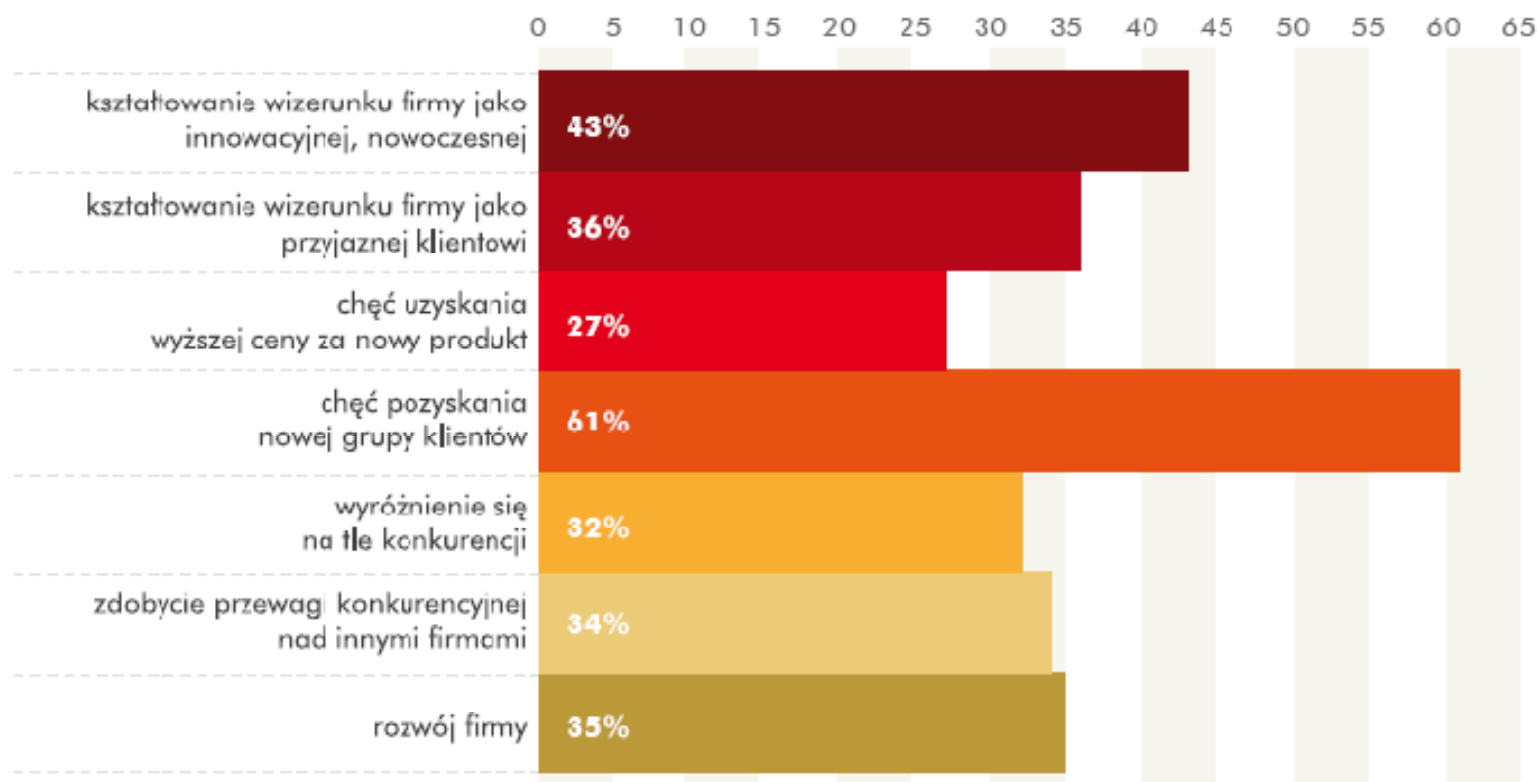
76% firm uznaje, że wzornictwo jest kluczowe dla ich rozwoju*

*„Analiza aplikacji wzornictwa” raport IWP dla Ministerstwa Gospodarki, 2007, badania 300 firm w 8 branżach



Wzornictwo – oczekiwania – motywy

Główne motywy wprowadzania przez firmę na rynek nowych projektów/produktów wzorniczych. N=299



A collection of numerous blue spheres of varying sizes scattered across a light-colored, slightly reflective surface. In the center of the frame, a single red sphere stands out prominently, contrasting with the surrounding blue ones. The lighting creates soft shadows and highlights on the spheres, giving them a three-dimensional appearance.

Wyróżniaj się lub zgiń!
(Jack Trout)

Wzrost wartości firmy

Tab.1. Wartość wybranych polskich marek w 2008 roku (wg rankingu organizowanego przez Rzeczpospolitą)

Marka	Branża	Wartość marki (mln. zł) 2008r	Zmiana wartości 2008/2007	Miejsce w rankingu 2008	Zmiana w rankingu vs 2007
Black Red White	Meble	397,2	13%	32	-1
Zelmer	AGD	176,3	71%	63	+17
Paradyż	Ceramika sanitarna	66,2	160%	145	+70



Studium przypadku



- Firma FLOWAIR powstała w 2003 r.
- Nagrzewnica LEO PLASTIC debiutowała na rynku polskim w 2005 roku
- w roku 2006 firma rozpoczęła eksport na rynek niemiecki.
- Nagrody za wzornictwo:



Dobry Wzór 2007 za najlepiej zaprojektowany produkt na rynku dla rodziny nagrzewnic wodnych LEO (LEO FB+ FL+ FS)
Dobry Wzór 2006 za najlepiej zaprojektowany produkt na rynku dla LEO PLASTIC (obecnie LEO FL)

- Między rokiem 2006 a 2007 sprzedaż wzrosła o 146%
- W 2009 roku firma jest obecna na rynkach 13 krajów europejskich



„Przy okazji nauczyliśmy się zasad współpracy z firmą wzorniczą. Idąc za ciosem, wdrożyliśmy kolejny produkt – LEO SMART, następne są w opracowaniu. Dzięki wykorzystaniu przewagi wynikającej z zastosowania wzornictwa staliśmy się bardzo dobrze rozpoznawalną marką na rynku i firmą naśladowaną przez inne.”

(Maciej Głogowski – szef firmy)



Wzornictwo – szanse

86% - opłacalna jest inwestycja we wzornictwo

20% do 40% - wzrasta cena dobrze zaprojektowanego produktu

60% - duży wpływ wzornictwa na satysfakcję konsumenta i wizerunek firmy

51% - duży wpływ wzornictwa na konkurencyjność produktów

65% - przekonanych, że nastąpi dalszy wzrost roli wzornictwa



Wzornictwo – problemy

8% - modyfikuje cudze wzory

> 50% - nie prowadzi badań preferencji konsumentów

5% - potrafi ocenić stopę zwrotu i ryzyko inwestycji we wzornictwo

38% - uważa, że barierą jest dostępność środków na inwestycje we wzornictwo

Niedostatek zasobów i wiedzy o zarządzaniu wzornictwem



SWOT - projektanci wzornictwa*

Silne strony	Słabe strony
<p>Duży potencjał twórczy</p> <p>Silna, ale nieliczna grupa projektantów i studiów projektowych świadczących usługi na światowym poziomie</p> <p>Konkurencja między projektantami</p> <p>Tradycja współpracy z przemysłem</p>	<p>Kształcenie projektantów na Akademiach Sztuk Pięknych w oderwaniu od zagadnień ekonomicznych.</p> <p>Brak kompetencji radzenia sobie młodych ludzi na rynku i niepodejmowanie pracy zgodnie z kierunkiem wykształcenia</p> <p>Niedostateczna umiejętność współpracy z przemysłem i w zespołach projektowych</p>
Szanse	Zagrożenia
<p>Kontakty międzynarodowe (dyfuzja talentów)</p> <p>Oferta ze strony zagranicznych studio projektowych</p> <p>Rozwój wzornictwa w Polsce</p>	<p>Trwała emigracja (wyciek talentów)</p> <p>Brak przygotowania przedsiębiorstw w zakresie współpracy z projektantami w procesie wdrażania nowych wzorów</p> <p>Brak ochrony praw własności intelektualnej</p>

*Bochińska B., Palczewska I.: Diagnoza stanu wzornictwa, jeden z rozdziałów Raportu Stanie Kultury, Kongres Kultury Polskiej, Kraków 2009



SWOT - kształcenie projektantów wzornictwa*

Silne strony	Słabe strony
<p>Wieloletnia tradycja kształcenia</p> <p>Wysoki poziom kształcenia artystycznego i warsztatu projektowania</p> <p>Kadra wybitnych nauczycieli akademickich</p>	<p>Programy kształcenia nie uwzględniające potrzeb gospodarki</p> <p>Brak dostosowania infrastruktury technicznej do potrzeb nowoczesnego kształcenia</p>
Szanse	Zagrożenia
<p>Wejście do UE</p> <p>Wymiana intelektualna z zagranicą</p> <p>Wdrożenie Procesu Bolońskiego</p> <p>Stworzenie oferty szkoleniowej w obszarze design management</p>	<p>Pojawienie się szkół nie gwarantujących wysokiego standardu kształcenia</p> <p>Brak reformy szkolnictwa wyższego i dostosowania do standardów światowych</p> <p>Brak współpracy międzyuczelnianej w kraju i za granicą</p> <p>Brak zagadnień sztuk plastycznych, wspomagania kreatywności, w programach szkół podstawowych, gimnazjów i szkół ponadgimnazjalnych (ślepotą plastyczną nowych pokoleń)</p>

*Bochińska B., Palczewska I.: Diagnoza stanu wzornictwa, jeden z rozdziałów Raportu Stanie Kultury, Kongres Kultury Polskiej, Kraków 2009



Instytut Wzornictwa Przemysłowego

- doradca dla przedsiębiorstw, samorządów i administracji w obszarze przemysłów kreatywnych
- finansowanie ze sprzedaży usług doradczych oraz grantów na projekty celowe
- spółka komercyjna i instytucja badawcza (CBR)

CENTRUM DESIGN PROMOCJA DESIGNU

- promocja najlepszych projektów "Dobry Wzór"
- wystawy dobrych praktyk
- promocja wzornictwa „Gdynia Design Days”
- biblioteka wzornictwa
- Publikacje

EDUSIGN EDUKACJA

- studia podyplomowe dla firm „Zarządzanie wzornictwem”
- szkolenia i warsztaty dla firm
- konferencje naukowe

DESIGNLAB DORADZTWO

- doradztwo dla firm jak wdrażać wzornictwo
- opracowanie briefu i wytycznych do projektowania
- konkurs na wyłonienie studia projektowego
- audyty wzornicze
- badania ergonomiczne

➔ więcej na: www.iwp.com.pl



Główne projekty



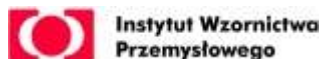
Gdynia Design Days



Dobry Wzór



Young Design



Studia podyplomowe



V międzynarodowa Konferencja Ergonomiczna „Ergonomia narzędziem innowacji” , 8 grudnia 2009



Słownik Projektantów Polskich



Imagine Cup



Projekt kluczowy POIG 5.2

550 firm:

- różnej wielkości
- początkujących i zaawansowanych



100 projektantów i studio projektowych



30 partnerów:

- parki technologiczne
- agencje rządowe



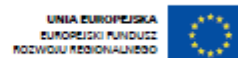
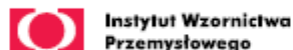
media gospodarcze



ZAPROJEKTUJ SWÓJ ZYSK

17 970 000 zł

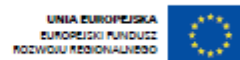
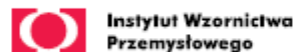
wartość projektu



Zaprojektuj Swój Zysk w liczbach



- 3,5** roku 2008 – 2011
- 550** firm i **100** studio projektowych objętych warsztatami
- 30** partnerów ogólnopolskich i regionalnych
- 3** partnerów zagranicznych
- 23** wystawy dobrych praktyk **1** podręcznik rozwoju nowego produktu
- 1** portal internetowy i forum udostępnienia wiedzy
- 2.500** pozycji w bibliotece cyfrowej
- 20** szkoleń e-learning




Studium przypadku – rozwój nowego produktu

Innowacyjne siedzisko do pracy z komputerem w pozycji siedząco-leżącej



 **PROFI[™]** – producent, wdraża nowy wzór

 **Instytut Wzornictwa Przemysłowego** – inicjator, dostawca badań, wytyczne, warsztaty dla projektantów, konkurs

 **STUDIO** – projektant – projekty, nadzór autorski nad wdrożeniem

Aplikacja wyników badań ergonomicznych

Pozyskanie projektu wzorniczego w trybie konkursowym (ICSID)

Innowacyjny produkt o wysokiej marży w branży meblowej

Pozyskanie nowych odbiorców

Wykorzystanie technologii i zaplecza produkcyjnego





**Instytut Wzornictwa
Przemysłowego**

Dziękuję za uwagę



dr n. przyr. Iwona Palczewska
dyrektor pionu badań i rozwoju
Instytut Wzornictwa Przemysłowego Sp. z o.o.
ul. Świętojerska 5/7
00-236 Warszawa
tel. +48 22 860 02 37
iwona_palczewska@iwp.com.pl