



BIULETYN

informacyjny

**KLASTER
POLIGRAFICZNO
REKLAMOWY**

www.poligrafia.leszno.eu

17.11.2007 r.

NR 1/1/2007 Rok I

List Intencyjny

Klastra Poligraficzno-Reklamowej w Lesznie

Leszno, 1 sierpnia 2007 r.

Inicjatorzy powstania Klastra Poligraficzno-Reklamowego, którzy są sygnatariuszami niniejszego listu, dostrzegają potrzebę poprawy kondycji sektora poligraficznego i reklamowego w subregionie leszczyńskim oraz gminach z nim sąsiadujących, pozostających w silnych związkach gospodarczych z Leszmem.

Klaster Poligraficzno-Reklamowy jest instytucją stymulującą postęp technologiczny i organizacyjny, wspierającą firmy w nim uczestniczące we wprowadzaniu innowacyjnych rozwiązań oraz popularyzującą osiągnięcia technologiczne i organizacyjne, wspierającą wzrost zatrudnienia i jakości kadr i inicjującą powstawanie nowych firm w branży poligraficznej i reklamowej.

Obszarem zainteresowania klastra są mikroprzedsiębiorstwa, małe i średnie firmy poligraficzne usługowe i produkcyjne, wykonawcy opakowań, agencje projektowe i reklamowe stosujące technologie poligraficzne, serwisanci sprzętu, dostawcy materiałów, środków technicznych i usług dla branży poligraficznej i reklamowej.

Celem klastra jest:

- stworzenie sieci powiązań pomiędzy lokalnymi firmami a otoczeniem gospodarczym i samorządowym, jednostkami naukowo-badawczymi, placówkami edukacyjnymi różnych szczebli oraz instytucjami okołobiznesowymi
- wzmocnienie współpracy firm lokalnych, bez ograniczania zdrowej, wynikającej z praw wolnego rynku, konkurencji
- zorganizowanie przepływu informacji w sektorze i klastrze
- pomoc w tworzeniu miejsc pracy w sektorze poligraficznym i reklamowym oraz stymulacja powstawania nowych firm
- promowanie przedsiębiorczości ze szczególnym naciskiem na postawy proinnowacyjne
- wspieranie lokalnych firm w pozyskiwaniu nowych rynków
- współpraca w tworzeniu strategii rozwoju technologicznego i organizacyjnego firm reprezentowanych w klastrze oraz wypracowanie wspólnej trajektorii rozwoju klastra
- integracja przedsiębiorców aktywnych w sektorze poligraficznym i reklamowym

Sygnatariusze wyrażają przekonanie, że Klaster Poligraficzno-Reklamowy stanowić będzie istotny instrument stymulujący rozwój gospodarczy sektora poligraficznego i reklamowego oraz pozytywnie oddziałujący na inne branże.

Podpisanie powyższego Listu Intencyjny Powstania Klastra Poligraficzno-Reklamowego w Lesznie zaproponowaliśmy instytucjom naukowo-badawczym, oświatowym, okołobiznesowym, samorządowym oraz przedsiębiorcom aktywnym w branży poligraficznej lub reklamowej.

Dotychczas podpisały go następujące instytucje:

naukowo-badawcze: Dyr dr Ewa Mudrak - Instytut Poligrafii Politechniki Warszawskiej, Dyr dr Jerzy Hoppe - Centralny Ośrodek Badawczo-Rozwojowy Przemysłu Poligraficznego, dr hab. Jacek Guliński - Poznański Park Naukowo-Technologiczny;

oświatowe: Dyr Kazimierz Maćkowiak - Zespół Szkół Elektroniczno-Telekomunikacyjnych;

okołobiznesowe: Prezes Dorota Zgaińska - Centrum Innowacji i Transfery Technologii, Dyr Lech Woźny - Regionalna Izba Przemysłowo-Handlowa w Lesznie, Prezes Ewa Galka - Stowarzyszenie Centrum Promocji i Rozwoju Inicjatyw Obywatelskich PISOP;

samorządowe: Starosta Leszczyński - Krzysztof Benedykt Piwoński, Prezydent Miasta Leszna - Tomasz Malepszy;

przedsiębiorcy: 25 osób reprezentujących 20 mikro i małych firm branży poligraficznej i reklamowej.

Lista sygnatariuszy nie jest zamknięta. Zapraszamy instytucje i przedsiębiorców, którzy mają podobne do naszych intencje do podpisania tego listu.

Cezary Głównka - Prezes Klastra Poligraficzno-Reklamowego w Lesznie

KLASTER - co to takiego?

Klaster jest pojęciem, którym posługuje się Komisja Europejska w budowaniu strategii gospodarczej od 2000 roku, kiedy to w Lizbonie kraje unijne przyjęły Strategię Lizbońską, która zakładała, że:

W oparciu o pełną realizację rynku wewnętrznego, szeroko zakrojone reformy wewnętrzne oraz odpowiednie ukierunkowanie pomocy publicznej UE ma stać się najbardziej konkurencyjną i dynamiczną, opartą na wiedzy gospodarką na świecie, zdolną do trwałego rozwoju, tworzącą większą liczbę miejsc pracy oraz charakteryzującą się większą spójnością społeczną [PFSL - zeszyt 11, Polityka wspierania klastrów, IBnGR, Gdańsk 2004].

Europa miała osiągnąć ten idealny stan do 2010 roku. Już w pięć lat później trzeba było te ambitne założenia nieco złagodzić. Dzisiaj wielu polityków i działaczy gospodarczych z przymusem mówi o Strategii Lizbońskiej, lecz niezaprzeczalnym jej sukcesem jest stworzenie instrumentów, które do tego celu miały doprowadzić. Jednym z nich jest właśnie klaster. Mówiło się nawet o kształtowaniu polityki gospodarczej krajów członkowskich w oparciu o klastry (*cluster-based-policy*). Jest jednak pewien problem z tym instrumentem - **definicja**.

Stosowana powszechnie definicja klastra pochodzi jeszcze od M.E. Portera i została przezeń sformułowana w 1990 r. Zaczynają ją, ponieważ nie ma jeszcze precyzyjniejszej: *Klaster to geograficzne skupisko wzajemnie powiązanych firm, wyspecjalizowanych dostawców, jednostek świadczących usługi, firm działających w pokrewnych sektorach i związanych z nimi instytucji (...) w poszczególnych dziedzinach, konkurujących między sobą, ale również współpracujących. Klastry osiągające masę krytyczną (...) i odnoszące niezwykłe sukcesy konkurencyjne w określonych dziedzinach działalności, są uderzającą cechą niemal każdej gospodarki narodowej, regionalnej, stanowej, a nawet wielkomiejskiej, głównie w krajach gospodarczo rozwiniętych. [M.E. Porter, Porter o konkurencji, PWE, Warszawa 2001].*

Pozwolę sobie nieco uprościć tę, i tak nieprecyzyjną, definicję: *Klaster, to skupisko firm działających w określonej branży lub z branżą związanymi, konkurujących ze sobą i współpracujących, wchodzące w silne interakcje z otoczeniem.*

W definicji brak jest wskazania na konieczność formalizacji klastra. Jest to jednak konieczne, jeśli ma on być beneficjentem środków publicznych. **CG**



ZEBRANIE ZAŁOŻYCIELSKIE STOWARZYSZENIA KLASTER POLIGRAFICZNO-REKLAMOWY W LESZNIE

3 sierpnia 2007 r.

Począwszy od szkolenia na temat klastrów 23 listopada 2006 r. w Centrum Innowacji i Transferu Technologii w Lesznie, poprzedzonego „akcją werbunkową” inicjatora klastra oraz po wielu spotkaniach roboczych, na których przedsiębiorcy inicjujący powstanie Klastra Poligraficzno-Reklamowego w Lesznie wspólnie dyskutowali i opracowywali formę prawną, nazwę, cele, statut, strategię działania etc. oraz po dwóch spotkaniach integrujących środowisko przedsiębiorców branży poligraficznej i reklamowej, zwołane zostało zebranie założycielskie 3 sierpnia 2007r.

Zgodnie z porządkiem zebrania przyjęto następujące uchwały:

1. Uchwała 1/2007

w sprawie powołania Stowarzyszenia Klastr Poligraficzno-Reklamowy w Lesznie

2. Uchwała 2/2007

w sprawie wyboru Komitetu Założycielskiego Stowarzyszenia Klastr Poligraficzno-Reklamowy w Lesznie

3. Uchwała 3/2007

w sprawie wyboru Zarządu Stowarzyszenia Klastr Poligraficzno-Reklamowy w Lesznie

4. Uchwała 4/2007

w sprawie wyboru Komisji Rewizyjnej Stowarzyszenia Klastr Poligraficzno-Reklamowy w Lesznie

5. Uchwała 5/2007

w sprawie uchwalenia Statutu Stowarzyszenia Klastr Poligraficzno-Reklamowy w Lesznie
(Pełny tekst Statutu Stowarzyszenia znajduje się na stronie klastra w zakładce dokumenty)

Na zebraniu założycielskim wybrano władze klastra:

Zarząd Klastra w składzie:

Cezary Główka
- Prezes Zarządu
Marek Swojak
- Wiceprezes Zarządu
Dariusz Świerzewski
- Sekretarz Zarządu
Alicja Jankowska
- Skarbnik Stowarzyszenia

Komisję Rewizyjną w składzie:

Paweł Dopierała
- Przewodniczący Komisji
Hanna Świerzeńska
Mirosław Małecki

Komitet Założycielski przygotował i złożył do Sądu Rejonowego w Poznaniu dokumenty rejestrowe. Stowarzyszenie uzyskało osobowość prawną 25 września 2007 r.

Klaster Poligraficzno-Reklamowy w Lesznie został zarejestrowany jako stowarzyszenie osób fizycznych. Członkami założycielami jest 25 przedsiębiorców reprezentujących 20 przedsiębiorstw, po uzupełnieniu 5 października jest 27 osób i 21 przedsiębiorstw. Obok aktualna lista.

LISTA PODMIOTÓW FUNKCJONUJĄCYCH W RAMACH KLASTRA POLIGRAFICZNO-REKLAMOWEGO W LESZNIE

1. AD STUDIO
64-111 Lipno
ul. Powstańców Wielkopolskich 6
adstudio@poczta.onet.pl
Andrzej Dyba
2. AIDA AGENCJA REKLAMOWA
63-910 Miejska Górka
ul. Febryczna 4
aida-reklama@wp.pl
Karol Zawieja
3. ARIS Opakowania Sp.J.
64-100 Leszno
ul. Bema 35
aris.sp.opakowania@wp.pl
Zdzisław Burzec
Mikołaj Burzec
Jerzy Kosowicz
4. ATALOD Wiesław Dolata
64-113 Osieczna
Rynek 29
dolata@atalod.com.pl
Wiesław Dolata
5. Biuro 2000 Agencja Reklamowa
64-100 Leszno
ul. Słowiańska 52
biuro2000kasia@poczta.fm
Katarzyna Paul
6. FHPU ALGRAF Alicja Jankowska
67-400 Wschowa
ul. Ks. A. Kostki 25
drukarnia@algraf-jankowska.com.pl
Alicja Jankowska
7. GARFF REKLAMA WIZUALNA
64-100 Leszno
ul. Zielona 23
info@maroplex.pl
Mirosław Małecki
8. GARFI s.c.
56-200 Góra
ul. Poznańska 15c
jacek@grafi.az.pl
Robert Kulesza
9. HALPRESS s.c.
64-100 Leszno
ul. Ostroroga 28/5
dominik@siecinski.com
Dominik Sieciński
10. KAMELEON
67-400 Wschowa
ul. Ks.A. Kostki 23a/2
julita.a@vp.pl
Julita Adamowska
11. MANUS BIURO HANDLOWE
64-100 Leszno
ul. Bolesława Chrobrego 35 A
manus@post.pl
Danuta Główka
Paweł Dopierała
12. MANUS PRZYGOTOWALNIA
POLIGRAFICZNA
64-100 Leszno
ul. Bolesława Chrobrego 35 A
manus@data.pl
Cezary Główka
Karol Główka
13. MAROPLEX Sp.C.
64-100 Leszno
ul. Zielona 23
info@maroplex.pl
Magda Bagrowska
14. MAVIS OPAKOWANIA Z FOLII PE I PP
64-100 Leszno
ul. Włodarczaka 24/7
mavis@interia.pl
Marek Szeiber
15. PPHU "Ja i On" Iwona Szmagaj
67-400 Wschowa
ul. Niepodległości 23
sigma@zw.pl
Janusz Szmagaj
16. P.P.H.U. INTER-PACO
64-100 Leszno
ul. Niepodległości 35
interpaco@op.pl
Hanna Świerzeńska
Dariusz Świerzewski
17. PPUH REAL
63-800 Gostyń
ul. Zacisze 1
real@rubikon.net.pl
Marek Komorowski
18. STUART GARFIKA KOLOROWA
64-100 Leszno
ul. Zamenhofa 10
kolorki_stuart@o2.pl
Marcin Stachowiak
19. TOP-ARTEK Barbara Zendran
64-100 Leszno
ul. Holenderska 14/6
azendran@poczta.fm
Artur Zendran
20. Wielkopolska Agencja Reklamowa
64-130 Rydzyna
ul. Kurpińskiego 1
info@reklama.info.pl
Marek Swojak
21. Zakład Poligraficzny GRAFIT
64-100 Leszno
ul. Przemysłowa 20
leder.ws@op.pl
Janusz Gruszka
Włodzimierz Skórzewski

**Marek Swojak - Wiceprezes Klastra
Poligraficzno-Reklamowego
w Lesznie**



Konferencja OPEN DAYS 2007

19 października w Poznaniu odbyła się konferencja w ramach OPEN DAYS 2007 pt. "Instrumenty i programy sprzyjające innowacji w Wielkopolsce".

Na zaproszenie Urzędu Marszałkowskiego przedstawiciel Klastra Poligraficzno-Reklamowego w Lesznie uczestniczył w konferencji w ramach **OPEN DAYS 2007**. Konferencja była poświęcona **polityce innowacyjnej Wielkopolski**. Obrady w imieniu Marszałka Województwa otworzył **Wojciech Jankowiak** - Członek Zarządu Województwa Wielkopolskiego. Dyrektor Departamentu Gospodarki Urzędu Marszałkowskiego - **Omar Saoudi** przedstawił politykę innowacyjną Wielkopolski na lata 2007-2013, wskazując rolę instytucji naukowo-badawczych oraz klastrów jako instrumentów stymulujących innowacyjne rozwiązania w wielkopolskiej gospodarce.

Było to wprowadzenie do rozważań o udziale wielkopolskich instytucji badawczo-rozwojowych w rozwoju gospodarczym Wielkopolski. **Prof. Wanda Gaczek** z Akademii Ekonomicznej w Poznaniu przedstawiła potencjał wielkopolskiej nauki. Z jej prezentacji wynika, że posiadamy wystarczającą bazę badawczą, która może stanowić silne źródło innowacji. Słabą stroną jest brak silnej współpracy nauki z gospodarką. **Prof. Aleksandra Rakowska** z Politechniki Poznańskiej przedstawiła koncepcję "Inicjatywy Technologicznej" - rządowego instrumentu wspierania innowacji. Może to będzie mostem łączącym naukę z gospodarką.

Dru ga część konferencji poświęcona była klastrom.

Zaprezentowany został klaster chemiczny ze Szczecina skoncentrowany wokół Zakładów Chemicznych Police oraz klastry wielkopolskie: **KLASTER POLIGRAFICZNO-REKLAMOWY z Leszna**, Wielkopolski Klaster Meblarski, powstający przy Wielkopolskiej Gildii Rolno-Ogrodniczej klaster spożywczy, koncepcja Wielkopolskiego Klastra Chemicznego przy Uniwersytecie Poznańskim oraz Wielkopolskiego Klastra Motoryzacyjnego.

Przedstawiciel Komisji Europejskiej - **Jose Becerra** z Dyrekcji Generalnej Przemysłu i Przedsiębiorstw przedstawił rolę klastrów w rozwoju regionalnym w UE, a **Jarosław Nowak** - Wiceprezes Wielkopolskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości zrelacjonował swoją wizytę na OPEN DAYS 2007 w Brukseli.

Podsumowaniem konferencji była dyskusja panelowa z udziałem przedstawicieli klastrów moderowana przez **prof. Jacka Gułińskiego** z PPNT.

To tyle relacji. Teraz kilka moich spostrzeżeń.

Zdawać by się mogło, że klastry w Wiel-

kopolsce, i nie tylko, obrodziły obficie. Nasz KLASTER POLIGRAFICZNO-REKLAMOWY wydaje się wyróżniać tym, że został zbudowany **przez przedsiębiorców i dla przedsiębiorców**. Wszystkie pozostałe zaprezentowane klastry są zarządzane przez instytucje badawczo-rozwojowe lub otoczenia biznesu, dla których **klaster jest celem sam w sobie**. Instytucje te zatrudniają urzędników, których zadaniem jest (takie odnoszę wrażenie) generowanie "profesjonalnych" opracowań uzasadniających konsumpcję środków publicznych. Mamy więc mnogość strategii klastra, badań sektora, analiz rynku, polityk rozwoju itp., a im więcej w nich tebelek, wykresów i schematów - tym bardziej są "profesjonalne". Byłbym niesprawiedliwy mówiąc, że te opracowania nie są nic warte. To są, w wielu przypadkach, wyniki poważnych badań. Czy jednak przedsiębiorcy z sektora MŚP potrafią wykorzystać te wyniki. Zauważyłem tendencję do tworzenia klastrów "wiecznych", jako trwałych instytucji funkcjonujących na rzecz wybranego sektora gospodarki regionu, bez zdefiniowania co owo "na rzecz" oznacza. Relacja z OPEN DAYS 2007 z Brukseli, umacnia moje wrażenie, że to nie tylko tendencja polska. Uprzywilejowana pozycja klastrów w polityce gospodarczej UE i brak jednoznacznej definicji klastra będzie w naturalny sposób umacniać tę tendencję. Spodziewam się dalszego rozwoju **instytucji wyspecjalizowanych w sprawnym przetwarzaniu funduszy publicznych** na "profesjonalne" opracowania. Dla nas klaster jest instrumentem stymulującym rozwój naszej branży, a w konsekwencji regionu. **Traktujemy go więc narzędziowo**. Jak spełni swoje zadanie i zacznie być dla nas balastem, to go zwyczajnie rozwiążemy. Obawiam się, że różnymi się z "nie-przedsiębiorcami" pragmatyczną oceną tego instrumentu.

Wielkopolska gospodarka posiada silne lokalne zaplecze naukowo-badawcze. Wykorzystanie go jest zależne od skutecznego przedstawienia przedsiębiorcom oferty B+R i od woli przemysłu poszukiwania innowacji w lokalnej ofercie. Całe zaplecze badawcze

Wielkopolski skoncentrowane jest w Poznaniu. Czerpanie z niego nie jest łatwe z kilku powodów:

- Odczuwalny jest dystans pomiędzy teoretykami i praktykami.
- Tylko duże firmy posiadają środki własne na współpracę z B+R.
- Prowincja regionu może korzystać jedynie z jednostek naukowych zlokalizowanych w stolicy regionu.

Po tej "łyżce dziegciu" parę pozytywnych obserwacji.

Konferencja była dla nas doskonałą możliwością zaprezentowania **dotychczasowych wyników współpracy klastrowej na forum regionu**. W konferencji uczestniczyli przedstawiciele organizatora - Urzędu Marszałkowskiego Województwa Wielkopolskiego, placówek naukowo-badawczych, samorządów i instytucji otoczenia biznesu z całego regionu. Tzw. rozmowy kularowe, potwierdziły zainteresowanie naszym klastrem uczestników konferencji.

W polityce innowacyjnej Wielkopolski duży nacisk położono na małe i średnie przedsiębiorstwa. Możliwość korzystania przez MŚP z zaplecza B+R stanie się łatwiejsza, a dla przedsiębiorstw małych w ogóle możliwa, **za pośrednictwem klastra**. Przychylność dla tej formy współpracy wyrazili zarówno przedstawiciele Urzędu Marszałkowskiego jak nauki. W polityce gospodarczej na szczęblu regionu możemy oczekiwać konkretnego wsparcia naszych działań w postaci środków z WRPO.

Wielkopolscy naukowcy przestali narzekać na brak zrozumienia ze strony przemysłu i poszukują **instrumentów komunikacji z przedsiębiorstwami**, dotarcia do nich z ofertą sektora badawczo-rozwojowego.

Myślę, że udało mi się rozpocząć dyskusję nad potrzebą pracy nad **definicją klastra jako beneficjenta pomocy publicznej**. Moje, często kontrowersyjne, wypowiedzi spotkały się ze zrozumieniem wielu uczestników konferencji również, a może przede wszystkim, w rozmowach kularowych.

Uczestnik konferencji - Cezary Głównka



Cezary Głównka podczas prezentacji klastra na konferencji
fot. Dorota Zgaińska



Centrum Innowacji i Transferu Technologii w Lesznie

64-100 Leszno • ul. Mickiewicza 5
tel. 065 528 78 62 • pokój 409 lub 509
e-mail: info@citt.pl • www.citt.pl

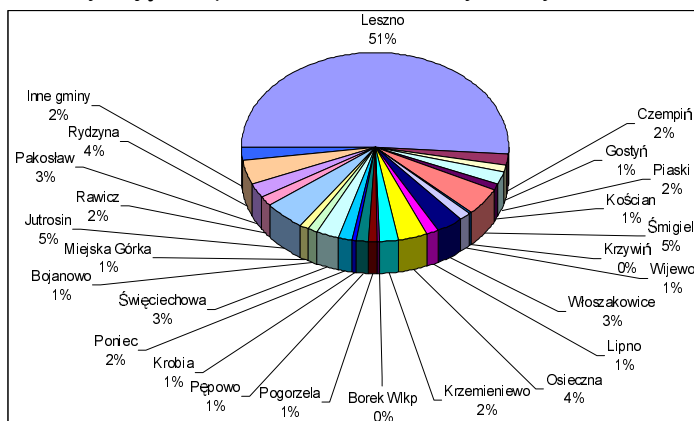
Centrum Innowacji i Transferu Technologii świadczy **bezpłatne** usługi dla małych i średnich przedsiębiorstw ze szczególnym uwzględnieniem mikroprzedsiębiorstw z sub-regionu leszczyńskiego, w ramach realizowanego projektu DPI/2.6/P/06/05 **do 31 marca 2008 r.**

Pomagamy przedsiębiorstwom zwiększyć szanse na wprowadzenie Innowacji poprzez:

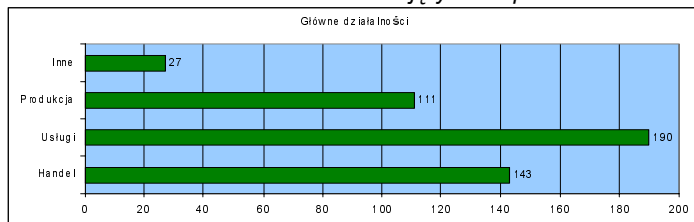
- Świadczenie wysokiej jakości usług doradczych
- Badanie potrzeb innowacyjnych w przedsiębiorstwach
- Wspieranie współpracy pomiędzy sektorem badawczo-rozwojowym a przedsiębiorstwami
- Świadczenie usług szkoleniowych
- Wskazywanie potencjalnych możliwości finansowania przedsięwzięć innowacyjnych
- Wdrażanie systemów zarządzania uwzględniających specyfikę Firm

Rezultaty działania Centrum

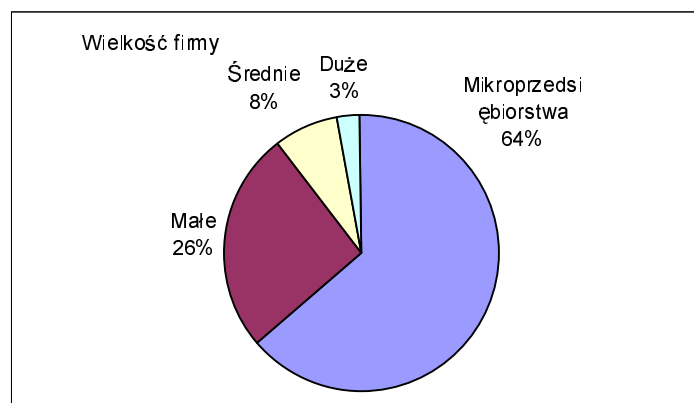
Firmy objęte wsparciem w układzie terytorialnym



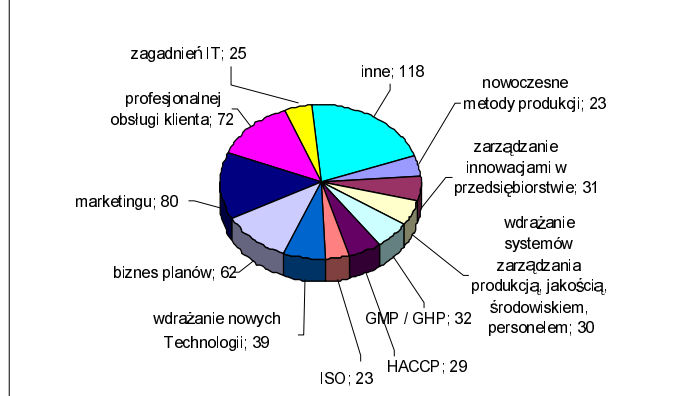
Główne kierunki działania firm objętych wsparciem



Struktura wielkości firm



Oczekiwania w zakresie szkoleń



Innowacyjność

jest zasadniczym czynnikiem decydującym o konkurencyjności gospodarki. Zdiagnozowana niska innowacyjność polskiej gospodarki jest jedną z poważniejszych barier rozwoju kraju.

Dlaczego tak się dzieje?

Otóż wielu Przedsiębiorców próbuje:

- "zrzucić" wszystkie niepowodzenia na makro otoczenie przedsiębiorstwa (otoczenie prawne, ekonomiczne, międzynarodowe, społeczne, ...itd.)
- najbliższe otoczenie swojej firmy postrzegać jako konkurencję (która jest zagrożeniem Jego istnienia) a nie jako mikro otoczenie w którym dane jest Im funkcjonować i które Sam współtworzy.
- tłumaczyć sobie (i co najgorsze pracownikom), że od lat prowadzi ten biznes i sam wie najlepiej jak poprowadzić ten biznes nie dając możliwości a tym samym motywacji pracownikom do identyfikowania się z firmą.

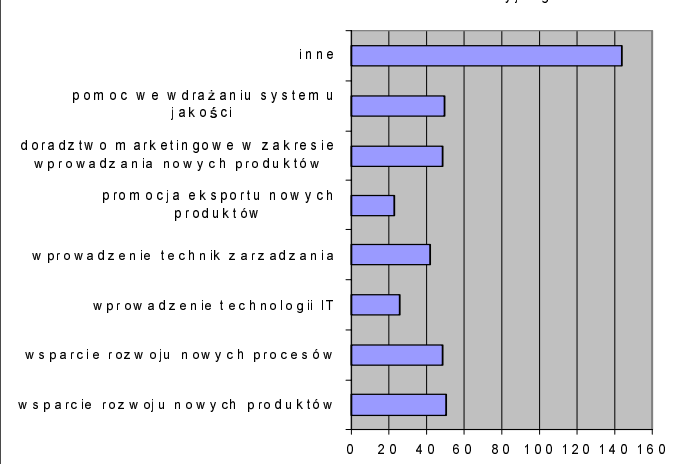
Zapomina się, że istnieją określone przykazania rozwoju firmy:

- Żadne przedsiębiorstwo nie jest zbyt duże, by się rozwijać.
- Żadne przedsiębiorstwo nie jest w 100 % dojrzałe, zawsze będą istniały nie do końca spenetrowane rynki.
- Nie ma bezpiecznych rynków, ponieważ zawsze znajdzie się ktoś, kto określi je na nowo.
- Żadne przedsiębiorstwo nie jest zbyt dobre, by nie splajtować.

Aby przedsiębiorstwa istniały i rozwijały się, należy pamiętać, że:

- Trzeba zmieniać stare systemy myślenia na każdym szczeblu przedsiębiorstwa
- Przedsiębiorca/Kierownictwo firmy musi zawsze widzieć nowe możliwości rozwoju, wdrażania innowacyjnych rozwiązań, absorpcji know-how.
- Należy rozszerzać swe horyzonty, pozwolić swojej wyobraźni po nie sięgać, uczyć się i doskonalić wiedzę swoich pracowników.
- Należy wdrażać i egzekwować funkcjonowanie przyjętych systemów i procedur, sprawdzać ich oddziaływanie po przez przeglądy okresowe, korygować i modyfikować wg. potrzeb firmy i oczekiwań klientów.

Oczekiwania w zakresie doradztwa innowacyjnego



Potencjalne możliwości finansowania przedsięwzięć innowacyjnych w przedsiębiorstwach w latach 2007-2013

Finansowanie w ramach Wielkopolskiego Regionalnego Programu Operacyjnego

Działanie 1.1 Rozwój Mikro-przedsiębiorstw

Cel: Wspieranie rozwoju gospodarczego i społecznego regionu poprzez bezpośrednie wsparcie mikro-przedsiębiorstw

Opis (przykładowe typy projektów):

Schemat I: Realizacja nowych inwestycji na terenie Wielkopolski

- Inwestycja w środki trwałe
- Inwestycja w wartości niematerialne i prawne

Z **zastrzeżeniem**, że powyższe inwestycje wiążą się z:

- ❖ utworzeniem nowego przedsiębiorstwa, rozbudową istniejącego przedsiębiorstwa
- ❖ dywersyfikacją produkcji przedsiębiorstwa poprzez wprowadzenie nowych dodatkowych produktów lub zasadniczą zmianą dotyczącą procesu produkcyjnego w istniejącym przedsiębiorstwie
- ❖ nabyciem środków trwałych bezpośrednio związanych z przedsiębiorstwem, które zostało zamknięte lub zostałoby zamknięte, gdyby zakup nie nastąpił, przy czym środki nabywane przez inwestora niezależnego od zbywcy

Przykłady kosztów kwalifikowanych:

Schemat I: Realizacja nowych inwestycji na terenie Wielkopolski:

- ❖ Zakup lub wytworzenie środków trwałych (nowe i używane) w tym:
 - budowli i budynków pod warunkiem, że ich nabycie pozostaje w bezpośrednim związku z celami projektu inwestycyjnego objętego pomocą
 - maszyn i urządzeń
 - narzędzi, przyrządów i aparatur
 - wyposażenia technicznego dla prac biurowych
 - infrastruktury technicznej związanej z nową inwestycją, w szczególności drogi wewnętrzne, przewody lub urządzenia wodociągowe, kanalizacyjne, ciepłownicze, elektryczne, gazowe lub telekomunikacyjne
- ❖ Zakup wartości niematerialnych i prawnych
- ❖ Leasing środków trwałych i wartości niematerialnych
- ❖ Zakup robót i materiałów budowlanych
- ❖ Zakup prawa własności lub prawa wieczystego użytkowania nieruchomości zabudowanej lub gruntu (do 10% Kosztów Kwalifikowanych)

Beneficjenci

- Mikro-przedsiębiorstwa zarówno na początkowej fazie funkcjonowania, jak również już działające na rynku

Poziom dofinansowania dla projektów inwestycyjnych:

- Maksymalnie 60% kosztów kwalifikowanych
- Maksymalna kwota dofinansowania: 200.000 PLN

Poziom kosztów kwalifikowanych dla projektów inwestycyjnych:

- Minimalny poziom kosztów kwalifikowanych: 15.000 PLN
- Maksymalny poziom kosztów kwalifikowanych: 1.000.000 PLN

Trwałości projektu: 3 lata

Działanie 1.2 Wsparcie Rozwoju Sektora MSP

Cel: Wspieranie rozwoju gospodarczego i społecznego regionu poprzez bezpośrednie wsparcie przedsiębiorstw sektora MSP

Opis (przykładowe typy projektów):

Podnoszenie konkurencyjności i zdolności inwestycyjnej MSP
Dokonywanie zasadniczych zmian produktów lub procesów produkcyjnych

Wprowadzenie innowacji

Schemat I: Realizacja nowych inwestycji na terenie Wielkopolski

- Inwestycja w środki trwałe
- Inwestycja w wartości niematerialne i prawne

Z **zastrzeżeniem**, że powyższe inwestycje wiążą się z:

- ❖ utworzeniem nowego przedsiębiorstwa,
- ❖ rozbudową istniejącego przedsiębiorstwa
- ❖ dywersyfikacją produkcji przedsiębiorstwa poprzez wprowadzenie nowych dodatkowych produktów lub zasadniczą zmianą dotyczącą procesu produkcyjnego w istniejącym przedsiębiorstwie
- ❖ nabyciem środków trwałych bezpośrednio związanych z przed-

siębiorstwem, które zostało zamknięte lub zostałoby zamknięte, gdyby zakup nie nastąpił, przy czym środki nabywane przez inwestora niezależnego od zbywcy

Przykłady kosztów kwalifikowanych:

Schemat I: Realizacja nowych inwestycji na terenie Wielkopolski

- Zakup lub wytworzenie środków trwałych (nowe i używane) w tym:
 - budowli i budynków pod warunkiem, że ich nabycie pozostaje w bezpośrednim związku z celami projektu inwestycyjnego objętego pomocą
 - maszyn i urządzeń
 - narzędzi, przyrządów i aparatur
 - wyposażenia technicznego dla prac biurowych
 - infrastruktury technicznej związanej z nową inwestycją, w szczególności drogi wewnętrzne, przewody lub urządzenia wodociągowe, kanalizacyjne, ciepłownicze, elektryczne, gazowe lub telekomunikacyjne
- Zakup wartości niematerialnych i prawnych
- Leasing środków trwałych i wartości niematerialnych
- Zakup robót i materiałów budowlanych
- Zakup prawa własności lub prawa wieczystego użytkowania nieruchomości zabudowanej lub gruntu (do 10% Kosztów Kwalifikowanych)
 - ❖ Prace związane z przygotowaniem projektu inwestycyjnego, w tym przygotowanie ekspertyz, badań, analiz technicznych, finansowych oraz specjalistycznych i dokumentacji technicznej.

Beneficjenci:

Przedsiębiorstwa zarówno na początkowej fazie funkcjonowania, jak i również już działające na rynku

Poziom dofinansowania dla projektów inwestycyjnych:

- Maksymalnie 60% kosztów kwalifikowanych dla mikro i małych przedsiębiorstw
- Maksymalnie 50% kosztów kwalifikowanych dla średnich przedsiębiorstw

Poziom kosztów kwalifikowanych dla projektów inwestycyjnych:

- Minimalny poziom kosztów kwalifikowanych: 50.000 PLN
- Maksymalny poziom kosztów kwalifikowanych: 8.000.000 PLN

Trwałości projektu: 3 lata

Finansowanie badań i rozwoju nowoczesnych technologii z Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka (*niektóre obszary*)

KAPITAŁ DLA INNOWACJI

Dz. 3.1. Inicjowanie działalności innowacyjnej

Ostateczni odbiorcy (projektodawcy) - 100 % dotacji

Grupy docelowe - nowopowstałe przedsiębiorstwa

Maksymalne dofinansowanie 200.000 EUR + 25% wkład własny

Dz. 3.3. Tworzenie systemu ułatwiającego inwestowanie w MŚP

Ostateczni odbiorcy - organizacje zrzeszające potencjalnych inwestorów, organizacje przedsiębiorców

Grupy docelowe - przedsiębiorcy, sieci prywatnych inwestorów

Max poziom dofinansowania 100 %

INWESTYCJE W INNOWACYJNE PRZEDSIĘWZIĘCIA

Dz. 4.1. - Wsparcie wdrożeń wyników prac B+R

Grupy docelowe - Przedsiębiorcy MŚP i duże, konsorcja

Max poziom dofinansowania 100.000 EUR - dla dużych 50%, średnich 60 %, małych 70 %

Dz. 4.2. - Inwestycje związane z działalnością B+R w przedsiębiorstwach

Grupy docelowe - Przedsiębiorcy MŚP i duże

Max poziom dofinansowania - dla dużych 50%, średnich 60 %, małych 70 %

Dz. 4.3. - Kredyt technologiczny

Grupy docelowe - Przedsiębiorcy w szczególności MŚP

Max poziom dofinans. - dla dużych 50%, średn. 60 %, małych 70%

Dz. 4.4. - Nowe inwestycje o wysokim potencjale

Grupy docelowe - Przedsiębiorcy w szczególności MŚP

Max poziom dofinansowania - powyżej 2.000.000 EURO dla dużych 50%, średnich 60 %, małych 70 %

Dz. 4.5. - Wsparcie inwestycji o dużym znaczeniu dla gospodarki w sektorze produkcyjnym lub usługowym

Grupy docelowe - Przedsiębiorcy

Max poziom dofinansowania - 50 %

Wsparcie instytucji badawczo-rozwojowych dla klastra

5 lipca 2007 w Instytucie Poligrafii Politechniki Warszawskiej przedstawiciele Klastra Poligraficzno-Reklamowego z Leszna – Cezary Główka (Pełnomocnik Klastra) oraz Karol Główka (MANUS) spotkali się z dyrektorami dwóch najważniejszych placówek badawczo-rozwojowych w kraju wyspecjalizowanych w technologii poligraficznej – **Instytutu Poligrafii Politechniki Warszawskiej** – dr inż. Ewą Mudrak i **Centralnego Ośrodka Badawczo-Rozwojowego Przemysłu Poligraficznego** – dr inż. Jerzym Hoppe. W spotkaniu uczestniczyła również pani **Izabela Kaczorowska z Ośrodka Przetwarzania Informacji**, która jest animatorką powstającego klastra poligraficznego na Mazowszu.

Celem spotkania było nawiązanie współpracy leszczyńskiego klastra z Instytutem Poligrafii PW oraz COBR PP jako zapleczem naukowo-badawczym klastra. Zaproponowane przez nas obszary wsparcia klastra zostały w pełni zaakceptowane przez prowadzących wymienione placówki. Ponieważ obszary te zostały już wcześniej zdefiniowane, w Warszawie mogliśmy rozmawiać o konkretnych działaniach.

Możemy liczyć na pomoc w:

1. Podnoszeniu kwalifikacji naszego środowiska - otrzymaliśmy propozycję działań na dwóch płaszczyznach:

a) **Kształcenie kadr** (nas i naszych pracowników) **obecnie zatrudnionych w branży** – kursy i szkolenia w tematyce, która zostanie przez nas zaproponowana. To działania, które możemy podjąć bardzo szybko, gdyż nie wymagają one wielu czynności formalno-prawnych, a jedynie merytorycznych – dotyczących zaproponowanej tematyki szkoleń. Tu widzimy możliwość szybkiego zaspokojenia bieżących potrzeb.

b) Dostosowanie lokalnej oferty edukacyjnej (na poziomie szkolnictwa zawodowego i średniego) do potrzeb środowiska. Są gotowe programy kształcenia w zawodzie **technik poligraf, technik introligator** oraz w nowym, dostosowanym do potrzeb współczesnej technologii, **technik cyfrowych pro-**

cesów graficznych. Uzyskaliśmy deklarację pomocy we wdrożeniu tych programów w naszych szkołach, o ile te oraz władze lokalne zechcą podjąć ten trud. Będzie to oczywiście możliwe tylko wtedy, gdy uda nam się przekonać władze samorządowe i kierowników placówek edukacyjnych o takiej potrzebie naszego środowiska.

2. Opracowaniu strategii rozwoju technologicznego firm reprezentowanych w klastrze oraz koordynacja indywidualnych stra-

tegi i wypracowanie **wspólnej trajektorii technologicznego rozwoju klastra**.

W tej kwestii zaplanowaliśmy już konkretne działania, których celem jest sporządzenie inwentaryzacji stanu obecnego w aspekcie stosowanych technologii.

7 lipca 2007 r.

Cezary Główka
Pełnomocnik Klastra
Poligraficzno-Reklamowego
w Lesznie



Dr Ewa Mudrak - Dyrektor Instytutu Poligrafii PW, z lewej dr Jerzy Hoppe - Dyrektor COBR PP, z prawej Cezary Główka.
fot. Karol Główka

SPŁYW KAJAKOWY I CHRZEST DRUKARZA-KAJAKARZA

Koniec lata obdarował nas piękną upalną niedzielą. W sam raz wtedy, kiedy spadał spływ kajakowy. Nie mogło być piękniej.



Organizator (Mirek Małecki) wybrał piękną okolicę na spotkanie klastrowe. Popłynęliśmy w górę rzeki Barycz z Wąsosz.



Impreza zgromadziła niezliczone rzesze klastrowiczów i ich rodzin – popłynęliśmy w dwanaście kajaków i jeszcze dodatkowa łódź



Uczestnicy spływu
fot. uczestnicy spływu

SPOTKANIA INTEGRACYJNE

DZIEŃ DRUKARZA

19 maja "odgrzaliśmy" spotkania robocze uczestników klastra. Jak zapowiadaliśmy tym razem połączyliśmy je z obchodami "Dnia Drukarza". Szkoda, że organizator nie zajął się dojazdem na miejsce, bo prawie wszyscy uczestnicy przyjechali samochodami - a mogło być jeszcze weselej. Impreza, ogólnie rzecz biorąc, różniła się od zwykłej konferencji tym, że konferencje przerywane są kawą czy kanapkami, a tu odwrotnie - to biesiadę przerwaliśmy na krótkie obrady. Kto nie był - niech żałuje. Było wesoło i przyjemnie, bo i piękna pogoda dopisała.

Fotoreportaż na

www.poligrafia.leszno.eu

Co do obrad. W spotkaniu uczestniczyło znowu kilku przedstawicieli firm, które jeszcze nie były na spotkaniach klastrowych. Tym uczestnikom przedstawiliśmy ideę klastra, jego cele i atuty w pozyskiwanie funduszy unijnych. Na spotkaniu gościliśmy Panią Prezes Dorotę Zgaińską z Centrum Innowacji i Transferu Technologii, która jest członkiem Rady d/s Innowacji przy Marszałku Województwa Wielkopolskiego. Pani Prezes przekazała nam najnowsze informacje z Urzędu Marszałkowskiego, a wśród nich najważniejsze to:

- na tworzenie klastrow i innych instytucji skupiających przedsiębiorców zostało utworzone osobne działanie 1.7, co oznacza, że w Programie Operacyjnym Innowacyjna Wielkopolska rola klastrow została wyraźnie uwzględniona,
- dofinansowanie ze środków unijnych do innowacyjnych inwestycji może wynosić w przypadku klastrow do 85 % wartości inwestycji. Ważne jest również to, że dotyczy to tzw. działań twardych, a więc inwestycji w technologię (maszyny, urządzenia, systemy itp.).

Najważniejsze tezy wynikające z dyskusji, to:

- konieczność sformalizowania stowarzyszenia (nie koniecznie rejestracji),

- pełna wymiana informacji o ofercie firm - uczestników klastra - w celu zawiązania silniejszych więzi kooperacyjnych w gronie "klastrowiczów" (przypominam, że temu służą regularne spotkania odbywające się prawie za każdym razem w siedzibie innego "klastrowicza"),

- pod dyskusję powróciła zasadność utworzenia siedziby-biura klastra

Lista obecnych na spotkaniu:

1. Dorota Zgaińska - ClITT
2. Alicja Jankowska - ALGRAF
3. Robert Kulesza - GRAFI
4. Leszek Kaszuba - JAMALEX
5. Mateusz Kaszuba - JAMALEX
6. Marcin Satchowiak - StuArt
7. Janusz Szmagaj - Ja i On
8. Ewa i Adam Jaras - ERMA
9. Wiesław Dolata - ATALOD
10. Jan Krakowian - NON PAREL
11. Mirosław Małcki - MAROPLEX

12. Jerzy Kosowicz - ARIS

13. Monika Dopierała - MANUS

14. Mateusz Gaweł - MANUS

15. Danuta Główna - MANUS

16. Karol Główna - MANUS

17. Cezary Główna - MANUS

18. dwa psy rasy foksterier - MANUS

Na kolejne spotkanie zapraszamy do firmy ALGRAF - do Wschowy ul. Ks. A. Kostki 21, 15 czerwca 2007 r., godz. 17.00

Chciałbym, żebyśmy na tym spotkaniu

1. zawiązali stowarzyszenie, ostatecznie przyjęli jego nazwę, ustanowili jego strukturę, przyjęli statut i regulamin walnego zgromadzenia oraz wybrali władze,

2. zapoznali się z ofertą firmy ALGRAF - gospodarza spotkania

3. ostatecznie zadecydowali o utworzeniu lokalu-biura klastra, o ile oferta MZBK będzie jeszcze aktualna

Cezary Główna - Pełnomocnik Klastra
(zacierpnięte bez zmian ze strony:

www.poligrafia.leszno.eu)



Uczestnicy biesiady z okazji Dnia Drukarza
fot. Karol Główna

SPŁYW KAJAKOWY I CHRZEST DRUKARZA-KAJAKARZA



organizatora. Razem było nas dwadzieścia siedem osób - ledwie starczyło kajaków.

Oczywiście nie obeszło się bez pasowania na DRUKARZA-KAJAKARZA.

Nawet najwięksi malkontenci na zdję-



ciach, których zrobiliśmy setki, mają roześmiane twarze. Nie jest mi łatwo pisać tę relację, bo ręce jeszcze ciężkie od wiosel i trudno trafić we właściwy klawisz. Co tu dużo pisać. Spójrzcie tylko na te zdjęcia -

roześmiane twarze uczestników mówią wszystko.

Uczestnicy, których już powoli przestaje kołysać, zaczynają się już dopytywać o kolejny spływ.

No proszę Państwa, nie możemy cały czas tylko pływać - **nie po to jest klastery!!!** Teraz może rowerki, a potem pewnie narty - zobaczymy.

Zapraszam wszystkich na wycieczkę na monitorze. Zdjęć jest rzeczywiście bardzo dużo, więc publikujemy je jako albumy.

Cezary Główna - Pełnomocnik Klastra
(zacierpnięte bez zmian ze strony:

www.poligrafia.leszno.eu

tam też trzy fotoreportaże

- ponad 200 zdjęć)

GENEZA POWSTANIA KLASTRA POLIGRAFICZNO-REKLAMOWEGO W LESZNIE

Pomysł utworzenia klastra poligraficznego powstał w czasie mojej rozmowy z Prezesem CliTT (Centrum Innowacji i Transferu Technologii w Lesznie) panią Dorotą Zgańską, w czasie zajęć w Akademii Innowacyjności (wyróżnionej jako "Najlepsza inwestycja w człowieka"). Ponieważ pomysł wydał mi się szalenie interesujący, od tamtej pory staram się gromadzić wiedzę na temat klastrów. Jednocześnie przekazuję ją w środowisku firm działających w branży.

Zainteresowanie innych przedsiębiorców klasteringiem okazało się zadaniem trudnym. Jednak udało mi się nakłonić około 20 przedsiębiorców do uczestnictwa w szkoleniu pt. "Z kim, dlaczego, kiedy i jak współpracować? Klasy w teorii i praktyce. Doświadczenia europejskie i polskie", zorganizowanego przez CliTT w Lesznie. Po tym szkoleniu powstała niewielka grupa, która postanowiła klaster założyć. Spotykaliśmy się co dwa, trzy tygodnie na spotkaniach roboczych, których celem było wybranie formy prawnej klastra, określenie jego celów, nawiązanie współpracy wewnątrzklasterowej, stworzenie wspólnej oferty, opracowanie strony internetowej itp.

Klaster nazwaliśmy poligraficzno-reklamowym, gdyż w środowisku jest kilka firm, które przy klasycznej usłudze poligraficznej stanowią agencje reklamowe, produkują gadżety reklamowe lub trofea sportowe itp. Są również w naszym gronie przedsiębiorcy prowadzący drukarnie offsetowe (pół- i ćwierć-formatowe jednokolorowe, firmy świadczące sitodruk, tampodruk, druk solwentowy wielkoformatowy, wykonawcy reklamy wizualnej, dostawcy materiałów oraz przygotowalnia poligraficzna (CTF). Grono przedsiębiorców stale się powiększa.

Nie widzieliśmy powodu do formalizacji klastra - po wyborze formy stowarzyszenia powoli opracowywaliśmy statut i dokumenty rejestrowe, nie widzieliśmy też potrzeby tworzenia siedziby - spotkania robocze odbywane w siedzibach firm klastrowych dawały możliwość gospodarzowi przedstawić uczestnikom spotkania swoją ofertę, stosowane technologie, kadrę, produkty itd., co intensyfikowało partnerstwo biznesowe nawet wśród firm które dotychczas postrzegały się jako konkurencyjne. Spotkania integro-

wały środowisko i przyciągały kolejnych przedsiębiorców do współpracy. CliTT jest instytucją, która bardzo wspiera nasze działania organizując szkolenia, spotkania ze specjalistami oraz przekazując aktualne informacje o kształcie polityki gospodarczej na szczeblu województwa kraju i całej Unii Europejskiej.

Do współpracy CliTT zaprosił Poznański Park Naukowo-Technologiczny, który stał się naszym pierwszym partnerem naukowo-badawczym. Mieliśmy możliwość zapoznać się z rolą klastrów w polityce europejskiej dzięki spotkaniu z panem Lorenzo Lo Cascio - konsultantem UE z firmy Meta Group - zorganizowanym przez CliTT i PPNT. Uczestniczyliśmy w warsztatach konsultacyjnych "Innowacyjna Wielkopolska" (PPNT), które uświadomiły nam rolę samorządów w stymulowaniu rozwoju gospodarczego.

Wybraliśmy pełnomocnika klastra, który miał się zająć budowaniem społecznej infrastruktury klastra. Rozpoczęliśmy poszukiwanie zaplecza intelektualnego klastra, które pomogłoby nam we wprowadzaniu w naszych firmach innowacyjnych rozwiązań technologicznych. Propozycja współpracy w tej tematyce spotkała się z zainteresowaniem Instytutu Poligraficznego Politechniki Warszawskiej i Centralnego Ośrodka Badawczo-Rozwojowego Przemysłu Poligraficznego. Już na pierwszym spotkaniu określiliśmy ramy tematyczne tej współpracy. Nasi partnerzy podjęli propozycję uruchomienia programu badawczego na temat koordynacji indywidualnych strategii rozwoju technologicznego i wypracowania wspólnej trajektorii rozwoju dla firm klastrowych, zaproponowali też współpracę w podnoszeniu kwalifikacji naszych kadr i pomoc w kształtowaniu lokalnej oferty edukacyjnej na potrzeby branży. Znaleźliśmy partnera w lokalnym środowisku

oświatowym - Zespół Szkół Elektroniczno-Telekomunikacyjnych w Lesznie, który jest gotów podjąć próbę uruchomienia kształcenia kadry na potrzeby naszej branży.

List Intencyjny (str. 1), który upubliczniliśmy w środowisku instytucji okołobiznesowych, oświatowych, naukowych i samorządowych, pomógł nam znaleźć partnerów do realizacji naszych celów. Rozpoczęliśmy działania związane z promocją, nie tylko naszego środowiska, lecz całego regionu. Cele, które zostały sformułowane w Liście Intencyjnym zamierzamy realizować nie tylko ze środków własnych. Mamy nadzieję pozyskać fundusze z Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka oraz z Wielkopolskiego Regionalnego Programu Operacyjnego, w których zostało przewidziane finansowanie projektów związanych z realizacją celów Klastra. Liczymy również na udział samorządów lokalnych w realizacji tych celów klastra które mają wymiar społeczny.

Pierwszy projekt, który złożyliśmy do Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości, jeszcze przed zakończeniem procedury rejestrowej, został odrzucony ze względów formalnych - zabrakło nam osobowości prawnej. Był to projekt w ramach programu pilotażowego PARP "Wsparcie dla klastra", który niespodziewanie wpasował się w nasze dotychczasowe poczynania budując nadzieję na pozyskanie środków na realizację działań, które rozpoczęliśmy, a ponadto na zbudowanie nowoczesnej infrastruktury komunikacyjnej, bazy szkoleniowo-badawczej oraz profesjonalnej promocji klastra i klasteringu oraz regionu. Pomimo pierwszego niepowodzenia nie składamy broni. Jesteśmy zdecydowani kontynuować podjęte tematy gdyż odczuwany już korzyści płynące ze współpracy klastrowej.

Cezary Główka - Prezes Klastra

Najważniejsze cele Klastra Poligraficzno-Reklamowego w Lesznie

- współpraca wewnątrzklasterowa
 - tworzenie i rozwijanie sieci powiązań biznesowych pomiędzy firmami branży poligraficznej i/lub reklamowej oraz specjalistycznymi firmami świadczącymi dla tej branży
- Stymulacja rozwoju
 - wprowadzenie w firmach tej branży innowacyjnych rozwiązań organizacyjnych i technologicznych
- Powiększenie rynku
 - rozszerzenie oferty - efekt synergii
 - promocja klastra
 - internacjonalizacja rynku
- Kapitał ludzki
 - dostosowanie oferty edukacyjnej
 - podniesienie kwalifikacji osób pracujących w branży poligraficzno-reklamowej
 - zwiększenie zatrudnienia



Redakcja:

Cezary Główka

Skład:

MANUS - Cezary Główka

Opracowanie graficzne:

STUART - Marcin Stachowiak

Druk:

GRAFIT

Janusz Gruszka

Włodzimierz Skórzewski