



BIULETYN

informacyjny

**KLASTER
POLIGRAFICZNO
REKLAMOWY**

www.poligrafia.leszno.eu

13.06.2008 r.

NR 1/2/2008 Rok II

PODSTAWOWE ZAŁOŻENIA PROJEKTU PLANOWANEGO DO REALIZACJI Z WRPO LUB POIG

**BAZA SZKOLENIOWA
I SZKOLENIA****PROMOCJA KLASTRA
I REGIONU****KSZTAŁCENIE
NA POTRZEBY
RYNKU PRACY KLASTRA****WSPARCIE
TECHNOLOGICZNE
I RYNKOWE****BAZA WIEDZY****KOMUNIKACJA
WEWNĄTRZKLASTROWA**

Europa stara i nowa

8 Europejska Akademia Regionów

W Höhr-Grenzhausen niedaleko Koblenz, w przepięknym krajobrazie Nadrenii-Palatynatu odbyła się 8 Europejska Akademia Regionów. Tym razem temat obrad był bliski naszym działaniom - **"Klasy regionalne: rozwój i organizacja"**. Konferencję zorganizowała fundacja Herti oraz samorząd Nadrenii-Palatynatu.

Uczestnikami konferencji byli naukowcy w dziedzinie instrumentów rozwoju przedsiębiorstw, przedstawiciele departamentów gospodarki samorządów lokalnych, menagerowie klastrów z terenu Niemiec, z regionów nowych państw Unii Europejskiej naukowcy, przedstawiciele instytucji otoczeniowych oraz praktycy zarządzający klastrami. **Klaster Poligraficzno-Reklamowy w Lesznie** został zaproszony jako reprezentant Wielkopolski. Mieliśmy przyjemność na forum akademii zreferować założenia, działania i wyniki naszego klastra.

Interesujące jest porównanie narzędzi wspierania przedsiębiorstw sektora MŚP starych krajów UE i tychże lub raczej ich brak w nowych krajach. Klasy w Niemczech wpisują się w szeroki zestaw instrumentów, którymi dysponuje samorząd lokalny, wykorzystując je w szerszych projektach rozwoju miast i regionów. Tam projekty klastrów obejmujące zaangażowanie wszystkich elementów "trójkąta klastrowego" przedsiębiorstwa - jednostki badawczo-rozwojowe - samorząd dysponują budżetami liczonymi w milionach euro, pochodzącymi głównie od samorządu. Nowe kraje UE wypracowują dopiero narzędzia wspierania przed-

Europäische Akademie
der Regionen

siębiorstw lokalnych, często pozyskanie inwestora zewnętrznego kanalizuje większość działań samorządu. Przedsiębiorcy lokalni mogą jedynie skorzystać z niezwykle szerokiej gamy szkoleń i działań doradczych i oczywiście upragnionych funduszy unijnych. Często fundusze te stają się celem samym w sobie. Taki przykład przedstawił przedstawiciel regionu węgierskiego, który opowiedział o sytuacji gdy klasy powstały by pozyskać fundusze, a po ich skonsumowaniu rozpadały się. Przedstawiciele regionów polskich i czeskich zaprezentowali interesujące klasy w branżach m.in. turystycznej, drzewnej (sąsiadujące klasy polski i czeski) oraz poligraficzno-reklamowej.

Poznaliśmy wiele interesujących przykładów budowania i prowadzenia klastra, analizowania rynku branży, dyfuzji innowacji technologicznych oraz zaangażowania samorządu i sektora nauki w budowanie "trójkąta klastrowego".

Przepiękna okolica historycznego miasta Koblenz z malowniczym ujściem Mozeli do Renu oraz niezwykła gościnność gospodarzy spotkania na długo pozostaną w pamięci uczestników konferencji.

Cezary Główka - uczestnik Akademii

1. Baza szkoleniowa i szkolenia
 - ❖ zbadanie zapotrzebowania na wiedzę
 - ❖ zakup sprzętu szkoleniowego
 - ❖ szkolenia specjalistyczne prowadzone dla klastra
 - ❖ uczestnictwo w szkoleniach zewnętrznych
 - ❖ studia podyplomowe
 - ❖ współpraca z IP PW
2. Kształcenie na potrzeby rynku pracy klastra
 - ❖ zbadanie potrzeb edukacyjnych
 - ❖ nawiązanie współpracy ze szkołą (szkołami) publiczną
 - ❖ współpraca z władzami oświatowymi
 - ❖ współfinansowanie utworzenia nowego kierunku kształcenia
 - ❖ współpraca z COBR PP
3. Baza wiedzy
 - ❖ utworzenie ośrodka doradczego (punktu konsultacyjnego) w zakresie technologii, funduszy unijnych, rynku
 - ❖ utworzenie biblioteki specjalistycznej - podręczniki i wydawnictwa monograficzne, branżowa prasa krajowa i zagraniczna, inne
4. Promocja klastra i regionu
 - ❖ standaryzacja - wizualizacja uczestnictwa w klastrze, markowanie produktów firm klastrowych
 - ❖ profesjonalna platforma internetowa
 - ❖ biuletyn informacyjny
 - ❖ udział (bierny i czynny) w targach, wystawach, imprezach promocyjnych
 - ❖ udział w konferencjach i seminariach
 - ❖ internacjonalizacja rynku
5. Wsparcie technologiczne i rynkowe
 - ❖ analizy rynku
 - ❖ audyty technologiczne firm klastrowych
 - ❖ analiza branży - rynek lokalny
 - ❖ współpraca w programach badawczo-rozwojowych
 - ❖ strategia rozwoju technologicznego
6. Komunikacja wewnątrzklastrowa.
 - ❖ system komunikacji
 - ❖ procedury komunikacji

**KLASTER
POLIGRAFICZNO
REKLAMOWY**

Redakcja i skład:
Cezary Główka
Opracowanie graficzne:
STUART - Marcin Stachowiak
Druk:
GRAFIT
Janusz Gruszka
Włodzimierz Skórzewski

Sprawozdanie Zarządu Klastra Poligraficzno-Reklamowego w Lesznie

za okres sprawozdawczy
od 3 sierpnia 2007 r. - 31 maja 2008 r.
oraz okres przed rejestracją stowarzyszenia

Zarząd Klastra Poligraficzno-Reklamowego w Lesznie w okresie sprawozdawczym kontynuował działania podjęte przez Pełnomocnika Klastra przed rejestracją stowarzyszenia. Celowe więc będzie przedstawienie również wcześniejszych czynności dotychczas nie prezentowanych.

Działania Zarządu ukierunkowane były na **realizację celów statutowych Klastra**, z których jako najistotniejsze na tym etapie rozwoju organizacji zostały wskazane następujące:

1. **Współpraca wewnątrzklastrowa.**
2. **Stymulacja rozwoju.**
3. **Powiększenie rynku.**
4. **Kapitał ludzki.**

Ad. 1.

Cel ten realizowany jest poprzez pokonywanie barier mentalnych przed współpracą firm konkurujących na rynku lokalnym oraz poprzez pełne rozpoznanie przez uczestników organizacji indywidualnych ofert firm reprezentowanych w Klastrze.

W omawianym okresie odbyły się dwa spotkania integracyjne służące bliższemu wzajemnemu poznaniu się przedsiębiorców i pracowników firm klastrowych. Pierwsze odbyło się 19 maja 2007 roku. Pretekstem stały się obchody Dnia Drukarza. W spotkaniu wzięło udział siedemnastu przedsiębiorców z firm naszej branży oraz przedstawiciel instytucji partnerskiej - Centrum Innowacji i Transferu Technologii w Lesznie. W atmosferze pikniku uczestnicy spotkania mieli możliwość rozmowy na tematy nie tylko biznesowe. Nieformalna debata była oczywiście zdominowana tematyką klastrową.

Drugą imprezą odbyła się 19 sierpnia 2007 roku. Był to spływ kajakowy połączony z pieczeniem kiełbasek na ognisku oraz "chrztem drukarza-kajakarza". Uczestników było znacznie więcej. Poza przedsiębiorcami byli również ich pracownicy, przyjaciele i rodziny. Jednym z uczestników był dyrektor szkoły, z którą później podjęliśmy rozmowy o współpracy w dziedzinie kształcenia na potrzeby naszej branży.

Obie imprezy zaowocowały nawiązaniem lub zacieśnieniem kontaktów nieformalnych, które potem ułatwiały współpracę biznesową. Wartość takich spotkań jest niebagatelna, więc Zarząd planuje regularne organizowanie imprez plenerowych.

Drugim narzędziem budowania współpracy wewnątrzklastrowej jest regularne organizowanie spotkań formalnych członków klastra w celu omawiania bieżących spraw klastra. Ponieważ Klastr nie posiada stałej siedziby, to spotkania odbywają się za każdym razem w lokalu innej firmy reprezentowanej w klastrze. Taka "polityka lokalowa" prowadzona jest świadomie. Spotkania nazywane roboczymi dają możliwość gospodarzowi spotkanie przedstawić uczestnikom ofertę swojej firmy, stosowa-

ne technologie, kadre, używane materiały oraz produkty. Niejednokrotnie na tych spotkaniach uczestnicy po zapoznaniu się z ofertą gospodarza podejmowali z nim później współpracę. Pomimo działania na rynku lokalnym, wiedza o ofercie innych jego uczestników nie jest wielka. Dwustronne korzyści wynikają z zastąpienia oddalonego podwykonawcy partnerem lokalnym z Klastra. Zwłaszcza firmy wprowadzające nowe technologie lub produkty zainteresowane są zorganizowaniem spotkania na swoim terenie.

Poniżej niekompletna lista zawierająca daty i gospodarza spotkania roboczego oraz wspólnie podejmowane działania:

01.12.2006 r.	- ARIS
02.02.2007 r.	- MANUS
23.02.2007 r.	- WAR
23.03.2007 r.	- ARIS
29.03.2007 r.	- wspólny wyjazd na Targi Poligrafii i Reklamy w Poznaniu
11.04.2007 r.	- MANUS
19.05.2007 r.	- Dzień Drukarza
15.06.2007 r.	- ALGRAF
06.07.2007 r.	- MAROPLEX
03.08.2007 r.	- ARIS - Zebranie Założycielskie
19.08.2007 r.	- Spływ Kajakowy
23.08.2007 r.	- MANUS - posiedzenie Zarządu Klastra
28.08.2007 r.	- Walne Zgromadzenie - Poprawki w statucie
05.11.2007 r.	- StuArt
11.04.2008 r.	- MANUS - posiedzenie Zarządu Klastra

Ad. 2. i 4.

Rozwój technologiczny firm reprezentowanych w Klastrze jest procesem, który planowany jest w długiej perspektywie czasowej. Jest on zależny od znajomości nowych technologii stosowanych w branży, od możliwości inwestycyjnych firm klastrowych oraz od potrzeb rynkowych.

Zarząd podjął działania w celu pozyskania partnerów w sferze badawczo-rozwojowej. Partnerstwo z jednostkami B+R ma zbudować silne zaplecze intelektualne Klastra. Tą drogą chcemy pozyskać informację o nowych technologiach oraz możliwościach zastosowania ich w firmach klastrowych, ułatwić przedsiębiorcom możliwość współfinansowania inwestycji innowacyjnych z Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka (POIG), Wielkopolskiego Programu Operacyjnego Innowacyjna Wielkopolska (WRPO) oraz uczestnictwo w Regionalnej Strategii Innowacji (RIS), jak również przeprowadzenie badań rynku.

Zarząd nawiązał kontakt z Instytutem Poligraficznym Politechniki Warszawskiej (IPPW) oraz Centralnym Ośrodkiem Badawczo-Rozwojowym Przemysłu Poligraficznego (COBRPP) jako instytucjami wyspecjalizowanymi w doradztwie technologicznym. Po wcześniejszym uzgodnieniu tematyki

spotkania przedstawiciele Klastra spotkali się 5 lipca 2007 r. z dyr. IPPW dr Ewą Mudrak i dyr. COBR PP dr Jerzym Hoppe. Spotkanie odbyło się w Politechnice Warszawskiej. Na spotkaniu uzgodniono obszary tematyczne oraz wyrażono wzajemne zainteresowanie współpracą. W spotkaniu uczestniczyła również animatorka poligraficznego klastra mazowieckiego Kolorowa Kotlina - pani Izabela Kaczorowska. Uzgodnione obszary współpracy Klastra z IPPW i COBRPP to wypracowanie indywidualnych strategii rozwoju technologicznego firm klastrowych oraz wspólnej trajektorii rozwoju technologicznego dla Klastra, a także współpraca w zakresie podnoszenia kwalifikacji kadr firm klastrowych oraz dostosowanie oferty edukacyjnej szkolnictwa publicznego do potrzeb naszej branży.

Liczymy również na współpracę z Poznańskim Parkiem Naukowo-Technologicznym (PPNT) w Poznaniu, będącym koordynatorem Regionalnej Strategii Innowacji. Jest to źródło informacji o WRPO Innowacyjna Wielkopolska. 22 marca 2007 zarząd złożył do RIS fiszkę projektową zawierającą plan działania klastra na nadchodzące 3 lata. Projekt ma być finansowany z POIG lub WRPO. Projekt jest nadal w fazie opracowania. Jego założenia zostaną przedstawione na najbliższym zebraniu członków Klastra, na którym będą również obecni przedstawiciele jednostek partnerskich.

Aktywnym partnerem lokalnym jest instytucja okłobiznesowa - Centrum Innowacji i Transferu Technologii w Lesznie (ClITT). Wielokrotnie korzystaliśmy z pomocy ClITT: pierwsze seminarium pt. "Klasy w teorii i praktyce" - 23 listopada 2006 r., zorganizowane przez ClITT i PPNT spotkanie 16 stycznia 2007 r. na temat finansowania działalności klastrowych z funduszy UE, pomoc w złożeniu fiszki projektowej do RIS, przygotowanie projektu do pilotażowego programu PARP "Wsparcie dla klastra" oraz wiele konsultacji w działaniach promocyjnych klastra jak wciągnięcie Klastra do organizacji Wielkopolskich Dni Innowacji 16-17 listopada 2007 r. Klastr korzystał z pośrednictwa ClITT w kontaktach z Urzędem Marszałkowskim Województwa Wielkopolskiego (UMWW) - np. przedstawiciel Klastra aktywnie uczestniczył w spotkaniu Rady ds. Innowacji Departamentu Gospodarki UMWW opracowującej działanie 1.7 WRPO "Rozwój sieci i kooperacji". ClITT wielokrotnie organizował szkolenia i seminaria, na które za pośrednictwem Zarządu zapraszał członków Klastra - duży projekt szkoleniowy "Akademia Innowacyjności" nagrodzony przez Ministra Rozwoju Regionalnego statuetką "Najlepszej inwestycji w człowieka 2007" (w cyklu seminariów uczestniczył jeden członek klastra zdobywając nawet laur "Lidera Akademii Innowacyjności"). Członkowie Klastra uczestniczyli w organizowanym przez ClITT szkoleniu "Marketing w małym przedsiębiorstwie" 23 sierpnia 2007 r., "Fundusze unijne dla MŚP" prowadzonym przez prezesa ARR Konin oraz "Samodzielnego opracowania przez Przedsiębiorców Wniosku o dotację w ramach Wiel-

kopolskiego Regionalnego Programu Operacyjnego - Działanie 1.2" 27 maja 2008 r.

Drugim pozyskanym przez Zarząd Klastra partnerem z grona instytucji okołobiznesowych jest Stowarzyszenie Centrum Promocji i Rozwoju Inicjatyw Obywatelskich PISOP. Instytucja ta oferuje m.in. szkolenia z pozyskiwania funduszy unijnych. Pełnomocnik Klastra uczestniczył w szkoleniu "EFS krok po kroku" 21 czerwca 2007 r. Konsultanci PISOP wydatnie pomogli przy przygotowywaniu dokumentów niezbędnych do zarejestrowania stowarzyszenia Klastra Poligraficzno-Reklamowy w Lesznie. Nadal korzystamy z konsultacji z PISOP w kwestiach formalno-prawnych.

Zarząd poszukiwał również partnerskiej szkoły, której zechciałaby podjąć trud kształcenia młodzieży w zawodach związanych z branżą poligraficzną i reklamową. 4 września 2007 r. Prezes Klastra spotkał się z panem Kazimierzem Maćkowiakiem Dyrektorem Zespołu Szkół Elektroniczno-Telekomunikacyjnych. Strony wyraziły zainteresowanie współpracą na tym polu przy zastrzeżeniu uczestnictwa Wydziału Edukacji Urzędu Miasta Leszna w tej współpracy. 5 grudnia 2007 r. Prezes Klastra został przyjęty przez pana Rosiaka Naczelnika Wydziału Edukacji UM. Na spotkaniu uzgodniono rozpoczęcie działań związanych z uruchomieniem kształcenia w interesujących Klastra specjalnościach zawodowych po wcześniejszym zbadaniu potrzeb rynku pracy oraz zainteresowania młodzieży zawodami poligraficznymi.

31 stycznia 2007 r. na spotkaniu z panią Alicją Szczypińską Naczelniczką Wydziału Promocji i Rozwoju UM Leszna Pełnomocnik Klastra przedstawił cele oraz projekt powstania Klastra. List intencyjny powstania Klastra podpisał Starosta Powiatu Leszczyńskiego oraz Prezydent Miasta Leszna. Partnerzy samorządowi jednak nie wykazują dotychczas większej aktywności.

Zarząd poszukiwał również partnerów lokalnych w sferze badawczo-rozwojowej, którzy uczestniczyliby w tworzeniu strategii rozwoju technologicznego firm klastrowych i badaniach rynku lokalnego.

W lutym 2007 r. Pełnomocnik Klastra spotkał się z prof. Krzysztofem Piaseckim - dyrektorem Instytutu Ekonomicznego Państwowej Wyższej Szkoły Zawodowej (PWSZ) w Lesznie. Spotkaniu było umówione przez panią Naczelniczką Szczypińską, która również brała w nim udział. Pełnomocnik Klastra przedstawił propozycję współpracy badawczej wobec Instytutu. Niestety ani pani Naczelniczka Szczypińska, ani pan profesor Piasecki nie podzielają opinii, że Klastra jest dobrym narzędziem do wprowadzania innowacji w małych i średnich przedsiębiorstwach.

W czerwcu 2007 r. Pełnomocnik Klastra spotkał się z zastępcą dyrektora Instytutu Politechnicznego PWSZ w Lesznie panem dr Sławomirem Miedziarkiem, proponując mu współpracę na polu technologicznym. Do podjęcia współpracy nie doszło.

W sierpniu 2007 Pełnomocnik Klastra dwukrotnie składał List Intencyjny w Rekto-

racie PWSZ. Ostatecznie doszło do spotkania z Prorektorem PWSZ prof. Franciszkiem Pawlakiem. Pan profesor po otrzymaniu Listu Intencyjnego (już trzeci egzemplarz) obiecał postawić temat współpracy z Klastrzem na Konwencji Rektorów. W czasie Dni Innowacji w październiku 2007 r. ten sam temat został przedstawiony Prorektorowi PWSZ panu prof. Czesławowi Królikowskiemu. Niestety PWSZ dotychczas nie odpowiedział na te propozycje ani nie odesłał Listu Intencyjnego.

Ad. 3.

Zarząd Klastra podjął szereg działań promocyjnych i informacyjnych, których celem było:

- a) rozpowszechnienie informacji o powstaniu Klastra w środowisku firm branży,
- b) pozyskanie nowych partnerów,
- c) stworzenie wizerunku Klastra jako grupy przedsiębiorstw budujących wspólną markę,
- d) budowanie marki Klastra.

lutym 2007 r.

- wydrukowanie i rozdanie naklejek z logo Klastra wszystkim firmom klastrowym z propozycją umieszczenia ich na wszystkich produktach każdej firmy.

czerwiec 2007 r.

- ukazanie się w sieci portalu www.poligrafia.leszno.eu zawierającego bieżące informacje o wydarzeniach w Klastrze, oferty firm klastrowych z linkami do ich stron internetowych, zakładka dokumentów (statut, uchwały, list intencyjny), oferty partnerów Klastra z linkami do ich stron internetowych oraz informacje mediów o Klastrze.

lipiec 2007 r.

- rozesłano informację o powstaniu klastra do wszystkich urzędów samorządowych w powiatach: leszczyńskim grodzkim i ziemskim, wschowskim, gostyńskim, rawickim, kościańskim, górowskim, śremskim, krotoszyńskim i wolsztyńskim - drogą elektroniczną, pocztą oraz przeprowadzono rozmowy telefoniczne z większością tych urzędów (z szefami lub sekretarzami), a z niektórymi osobiście.

sierpień 2007 r.

- ukazanie się informacji o powstaniu Klastra na prestiżowych krajowych portalach branżowych, lokalnych portalach informacyjnych oraz portalach samorządów.

- powstanie Listu Intencyjnego Klastra Poligraficzno-Reklamowego w Lesznie oraz podpisanie go przez przedsiębiorców, jednostki badawczo-rozwojowe (IPPW, CO-BRPP), szkołę (Zespół Szkół Elektronicznych i Telekomunikacyjnych w Lesznie), organizacje okołobiznesowe (ClIT, PISOP, Regionalna Izba Przemysłowo-Handlowa) oraz samorządy (Starosta Powiatu Leszczyńskiego, Urząd Miasta Leszna).

listopad 2007 r.

- współorganizacja i udział w WIELKOPOLSKICH DNIACH INNOWACJI INNOWA 2007 - stoisko w Sali Muzeum Leszczyńskiego, pylon reklamowy

- wydanie pierwszego numeru Biuletynu Informacyjnego Klastra w formie drukowanej i elektronicznej na portalu Klastra.

UDZIAŁ W KONFERENCJACH I SEMINARIACH

14 marca 2007 r.

- Warsztaty konsultacyjne PPNT "Innowacyjna Wielkopolska" - Poznań

11 kwietnia 2007 r.

- Warsztaty Wydziału Promocji i Rozwoju n/t "Program wspierania gospodarki lokalnej" - Leszno

26 lipca 2007 r.

- Seminarium w OPI "Podstawy prawne funkcjonowania klastra" - Warszawa

27 września 2007 r.

- Warsztaty w ramach projektu Forum Aktywizacji i Kooperacji Innowacji Regionalnej "Klastry - teoria i praktyka w Wielkopolsce" - Piła (*wyłączany referat-prezentacja*)

2 października 2007 r.

- Seminarium PISOP w Dymaczewie k/ Poznania na temat aktywizacji przedsiębiorczości (*wyłączany referat-prezentacja*)

19 października 2007 r.

- Konferencja w ramach OPEN DAYS 2007 "Instrumenty i programy sprzyjające innowacji w Wielkopolsce" organizowana przez Urząd Marszałkowski Województwa Wielkopolskiego - Poznań (*wyłączany referat-prezentacja*)

13 lutego 2008 r.

- Konferencja poświęcona tematyce klastrów

25 lutego 2008 r.

- Konferencja organizowana przez Kredyt Bank n/t "Dotacje unijne - Twoja szansa na szybszy rozwój" - Leszno

10 marca 2008 r.

- Konferencja podsumowująca projekt "Utworzenie Centrum Innowacji i Transferu Technologii w Lesznie" - Leszno

28 kwietnia 2008 r.

- Konferencja PPNT "Innowacyjna Wielkopolska - 4 lata wdrażania strategii" - Poznań

28 maja 2008 r.

- Konferencja Ministerstwa Rozwoju Regionalnego "Dotacje na innowacje - wsparcie strefy badawczo-rozwojowej oraz Instytucji Otoczenia Biznesu" - Poznań

2-5 czerwca 2008 r.

- 8 Europejska Akademia Regionów n/t "Klastry regionalne - rozwój i organizacja" organizowana przez Kraj Związkowy Nadrenia-Palatynat oraz fundację Hertie - Höhr-Grenzhausen (Niemcy) (*wyłączany referat-prezentacja*)

INFORMACJE PRASY LOKALNEJ I SPECJALISTYCZNEJ

11-26 listopada 2007 r.

- ABC nr 92 23 "Drukarze się zjednoczyli"

Czerwiec 2007 r.

- Pomorski Przegląd Gospodarczy nr 6/2007 s. 26 "Jakie korzyści dla przedsiębiorstw"

25 stycznia 2008 r.

- Panorama Leszczyńska nr 4 (1459) "Z klastrem w przyszłość"

Kolejne działania Zarządu Klastra będą się koncentrowały na opracowaniu projektu funkcjonowania Klastra na okres 3 lat oraz na pozyskaniu środków na jego realizację.

Za Zarząd Klastra

Poligraficzno-Reklamowego w Lesznie
Prezes Zarządu Cezary Głównka

STUART - reklama przyszłości

Marcin Stachowiak w branży poligraficznej działa już od ponad 10 lat. W 2006 roku założył firmę poligraficzno - reklamową. Zanim jednak postawił pierwsze kroki we własnym biznesie zdobywał doświadczenie w wielu drukarniach i agencjach reklamowych.

Jak wiadomo reklama odgrywa w dzisiejszych czasach kluczową rolę w prowadzeniu każdej firmy. Dotyczy to zarówno dużych jak i małych przedsiębiorstw. Na skuteczność reklamy składa się jednak wiele czynników. Należą do nich między innymi jej forma, projekt graficzny czy miejsce ekspozycji. Nie bez znaczenia jest również kwota, jaką potencjalny klient jest w stanie przeznaczyć na promocję swojego biznesu. Jak wybrać tę najbardziej odpowiednią dla siebie? Tutaj naprzeciw wychodzą różne agencje reklamowe. Firmy, które dobiorą dla nas najlepsze rozwiązanie, a następnie zajmą się jego realizacją. Jedną z takich firm jest właśnie **STUART Marcina Stachowiaka**.

Dlaczego STUART?

Na rynku reklamowych konkurencja jest bardzo duża. Niestety, wiele agencji nie posiada wiedzy, doświadczenia oraz znajomości technologii, w których wykonuje się różne formy reklamy. *Cenę za te braki płaci zazwyczaj klient* - zauważa Stachowiak. Właśnie dlatego promocję własnej firmy należy zacząć od wyboru fachowej agencji, która zajmie się tworzeniem dla nas kampanii czy materiałów reklamowych.

To jeden z powodów, dla których warto odwiedzić STUART. Jej właściciel posiada odpowiednie kwalifikacje, które zdobywał przez wiele lat. Wszystko zaczęło się od w 1997 roku, gdy zaczął naukę w Technikum Poligraficznym we Wrocławiu. Przez 5 lat poznawał tajniki odpowiedniego przygotowywania materiałów graficznych. *Tam właśnie pierwszy raz zetknąłem się ze specjalistycznymi programami do tworzenia grafiki, jak Photoshop, QuarkXPress, Corel Draw* - wspomina Marcin. Ponadto zdobywał teoretyczną wiedzę na temat technologii poligraficznych (sitodruk, tampodruk, flexodruk czy druk cyfrowy).

Po zakończeniu szkoły kolejnym etapem w zgłębianiu tajników reklamy było zdobycie praktyki w tej dziedzinie. Stachowiak pracował w Agencji Reklamowej MATRIX, Wrocławskiej Drukarni Naukowej WDN, Przygotowałni Poligraficznej MANUS, w Zakładzie Produkcji Reklam GRAFF oraz Przedsiębiorstwie Poligraficzno - Reklamowym REPRINT jako grafik DTP. W międzyczasie poszerzał horyzonty w Studium Marketingu i Reklamy.

Wreszcie, w 2006 roku Marcin podjął decyzję o założeniu własnej działalności. Stwierdził, że nastał ku temu odpowiedni moment - *Tak naprawdę od zawsze myślałem o własnym biznesie, bo to właściwie jedyna możliwość by ze spokojem realizować swoje ambicje* - mówi. *Jednak najpierw chciałem zdobyć odpowiednie kwalifikacje, by być jak najbardziej elastycznym i sprostać oczekiwaniom moich przyszłych klientów*. Tutaj dał się poznać jako przedsiębiorca, który potrafi dostrzec różne instrumenty pomocne w tworzeniu własnego biznesu. Sięgnął np. po fundusze unijne z Europejskiego Funduszu Społecznego.

Poligrafia, sitodruk i nie tylko

Dzisiaj STUART jest dobrze rozwijającym się przedsiębiorstwem, które przez blisko dwa lata działalności zdobyło wielu klientów. *Przede wszystkim zajmujemy się produkcją reklam wizualnych oraz tworzeniem grafiki. Ponadto mamy w ofercie różnorodne artykuły poligraficzne i reklamowe, jak wizytówki, naklejki, teczki, ulotki, tablice, czy banery* - wylicza Marcin. Często wykonujemy zaawansowane produkcje - dodaje.

Stachowiak współpracuje z wieloma znanymi w branży reklamowej i poligraficznej firmami. Są to zarówno firmy z regionu leszczyńskiego, jak również z całego kraju. Dzięki temu oferta STUART jest bardzo szeroka, zaspokajająca wymagania nawet najbardziej wymagających klientów.

Jednak Marcin nie poprzestaje na tym, co do tej pory udało mu się osiągnąć. *Stale poszukuję nowych rozwiązań technologicznych i jakościowych* - zapewnia. *Dzięki temu jestem w stanie oferować klientom coraz więcej ciekawych, często unikalnych produktów* - dodaje.

Z optymizmem w przyszłość

W najbliższym czasie zamierzeniem Marcina jest poszerzanie asortymentu produktów i zdobywanie kolejnych klientów. Jest przekonany, że zestawienie rozsądnej ceny i wysokiej jakości oferowanych usług przekona wiele firm do skorzystania z jego oferty.

Patrząc nieco dalej w przyszłość marzy o zakupie nowoczesnej maszyny do druku cyfrowego. *Myślę, że takie rozwiązanie jest przyszłością dla poligrafii* - przekonuje. *Eliminuje wiele procesów technologicznych, przy jednoczesnym zapewnieniu bardzo wysokiej jakości drukowanych materiałów* - opowiada. Dodatkowymi atutami tej technologii jest szybkość wykonywania zleceń oraz niskie koszty produkcji.

Jako, że maszyna taka jest bardzo droga, przed zakupem z pewnością po raz kolejny będzie starał się skorzystać z różnych dostępnych dotacji. Taka postawa pokazuje, że Marcin Stachowiak ma szeroką perspektywę otaczającą go rzeczywistości i potrafi korzystać z nadarzających się okazji, by rozwijać swoją firmę.

w ofercie:



grafika na auta osobowe i dostawcze
w pełnej gamie technologicznej



tablice i banery odbłaskowe,
ekspozycje podświetlane, kasetony,
szeroka gama materiałów



poligrafia w pełnym zakresie,
dynamiczne realizacje,
konkurencyjne ceny,
bogaty asortyment



projektowanie graficzne,
logotypy z przekazaniem praw,
rejestracja znaków graficznych,
obróbka graficzna, usługi DTP



konstrukcje zaawansowane
z profesjonalnym montażem



Leszno, ul. Zamenhofska 10
www.stuart.com.pl

(mk)