

Wzornictwo przemysłowe – element wzrostu konkurencyjności gospodarki

O ORGANIZACJI WZORNICTWA ZA GRANICĄ

O ORGANIZACJI WZORNICTWA ZA GRANICĄ

Wzornictwo przemysłowe to dziedzina stosunkowo młoda, ściśle związana z rozwojem przemysłu i technologii. Przez kilkadziesiąt lat istnienia było istotnym czynnikiem polityki gospodarczej państw o silnej gospodarce, takich jak Wielka Brytania czy Niemcy, i kluczowym atutem produktów skandynawskich czy włoskich. Dynamiczny rozwój technologiczny i gospodarczy ostatnich 25 lat miał bezpośredni wpływ na wzrost roli wzornictwa i dzisiaj dla większości państw liczących się gospodarczo jego rola jest coraz bardziej oczywista. **Wraz z upływem czasu i wzrastającą świadomością wzornictwo, które przez długi czas postrzegane było wyłącznie jako element kultury, coraz wyraźniej widziane jest w państwach Unii Europejskiej i innych rozwiniętych regionach świata jako element gospodarki i jest kojarzone z techniką, zarządzaniem i marketingiem.**

W Z O R N I C T W O P R Z E M Y S Ł O W E A G O S P O D A R K A

Wzornictwo przemysłowe jest dziedziną interdyscyplinarną. W codziennej praktyce znajduje się między światem techniki (produkcji) a światem marketingu (sprzedaży). Efektem pracy projektanta jest nadana przedmiotowi forma. Mądrze i ergonomicznie zaprojektowane formy przedmiotów sprawiają, że ich użytkowanie jest wygodne i łatwe. Pięknie zaprojektowane formy mogą mieć korzystny wpływ na rozwój kulturowy osób, które z nimi na co dzień obcuje i które przebywają w dobrze zaprojektowanym otoczeniu. Dobrze zaprojektowane otoczenie i dobrze zaprojektowane produkty mają wpływ na wizerunek regionu czy państwa, z którego pochodzą. Dobre wzornictwo uwzględnia ergonomię, dzięki czemu powstają przedmioty ułatwiające życie i mające wpływ na zdrowie użytkowników. Projekty wzornicze przemyślane od strony technicznej, materiałowej i uwzględniające uwarunkowania technologiczne producenta mają istotny wpływ na koszty wytwarzania. Projekty uwzględniające uwarunko-

wania rynkowe mogą mieć kluczowy wpływ na poziom sprzedaży produktu i przyczynić się do jego sukcesu na rynku. Wzrost konkurencyjności firmy ma bezpośredni wpływ na wzrost produkcji, a ta z kolei na wzrost zatrudnienia. Badania przeprowadzone w ostatnich latach w Wielkiej Brytanii, Danii i Szwecji dowodzą, że ok. 80% przedsiębiorstw stosujących wzornictwo odnotowuje wzrost zysków, średnio o 40%¹.

Pierwszymi, modelowymi przykładami kompleksowego stosowania wzornictwa w przedsiębiorstwie przemysłowym były projekty Petera Behrensa wykonane na początku XX wieku dla firmy AEG w Niemczech. Jednak w Europie początki wzornictwa bardziej kojarzą się ze sztuką użytkową, z naciskiem na jego cechy kulturotwórcze i użytkowe. Inaczej wyglądała sytuacja w dwudziestoleciu międzywojennym w Stanach Zjednoczonych, gdzie od początku wzornictwo było istotnym elementem gospodarki rynkowej, a odpowiednio zaprojektowane przedmioty przynosiły zysk producentom. W dzisiejszym świecie istotne są oba modele wzornictwa: społeczne – skierowane do grup potrzebujących i rynkowe – generujące zysk i rozwój gospodarki. Dlatego wzornictwo przemysłowe, czy też szerzej, dziedzina projektowania jest dzisiaj elementem realizowanej na szczeblu rządowym polityki gospodarczej większości państw, których gospodarki liczą się w konkurencji międzynarodowej, lub które chcą w tej konkurencji osiągnąć sukcesy. Wśród państw Europy Zachodniej na uwagę zasługuje polityka Wielkiej Brytanii, Niemiec i Danii – krajów, których rządy wiele lat temu włączyły wzornictwo do strategii gospodarczej. W krajach tych istnieją ustabilizowane struktury państwowe zajmujące się wspieraniem i promocją projektowania. Najdłuższą tradycję

ma w tym względzie Wielka Brytania, gdzie już w 1944 roku utworzono Radę Wzornictwa, zorganizowano wystawy „Britain Can Make It” w 1946 roku i „Festival of Britain” w 1951 roku. Wzornictwo przemysłowe było jednym z kół zamachowych gospodarki brytyjskiej przedstawiającej się na produkcję rynkową po II wojnie światowej. Promująca w ostatnich latach osiągnięcia brytyjskiej gospodarki, nauki i wzornictwa wystawa „Millenium Products” objechała w 2000 roku wiele krajów. Stosunek do wzornictwa jest w Wielkiej Brytanii jednym z elementów kampanii wyborczych kandydatów na premierów.

Drugą ważną grupą są dynamicznie rozwijające się kraje europejskie, takie jak: Finlandia, Irlandia, Norwegia i Hiszpania (Katalonia). W państwach tych uznano wzornictwo za istotny element wzrostu konkurencyjności gospodarki, zainwestowano w ostatnich latach w tę dziedzinę znaczne środki i stworzono programy jej rozwoju w przyszłości. Podobna strategia realizowana jest w Szwecji.

Z krajów pozaeuropejskich najistotniejsza jest polityka prowadzona przez rząd Korei Południowej, która, w założeniu władz, ma wkrótce zostać liderem ekonomicznym i centrum projektowania dla Azji Południowo-Wschodniej. Nakładem ogromnych środków realizowany jest tam wieloletni plan rozwoju wzornictwa. Dyrektor Instytutu Wzornictwa (KIDP) posiada kompetencje zbliżone do kompetencji ministra. Organizacja kongresu ICSID (International Council of Societies of Industrial Design) w 2002 roku poprzedzona była prowadzonymi na całym świecie, intensywnymi, koordynowanymi przez rząd zabiegami dyplomatycznymi.

Strategiczną wagę wzornictwa doceniono również w tradycyjnie ograniczających do minimum instytucjonalne zaangażowanie państwa w gospodarkę – Stanach Zjednoczonych. Rada Wzornictwa przy prezydencie została tam

¹ Opportunities in Design, Dublin 1999, IWDS, Cardiff 2006

utworzona po wyborze Billa Clintona na pierwszą kadencję¹.

W krajach Europy Środkowo-Wschodniej, po zreformowaniu w pierwszej połowie lat 90., aktywnie działa Centrum Designu Republiki Czeskiej. Istnieje i działa Centrum Designu na Słowacji. W ostatnich latach odrodziła się Rada Wzornictwa na Węgrzech, a Centrum Wzornictwa w Budapeszcie jest w końcowej fazie tworzenia. Rząd Estonii przygotowuje się do realizacji opracowanego programu rozwoju wzornictwa w tym kraju do roku 2010, a rząd Łotwy na jego bazie postanowił przygotować odpowiedni program dla swojego kraju. Promocją wzornictwa zajmuje się kilka finansowanych przez rząd instytucji w Słowenii. Jedna z nich organizuje cenione w świecie Biennale Projektowania BIO.

W Z O R N I C T W O **A K O N K U R E N C Y J N O Ś Ć** Pozycja wzornictwa jest coraz mocniejsza, choć wciąż nie wszyscy przedsiębiorcy mają świadomość, jaką rolę może ono odgrywać. Stosunkowo niedawno, bo od lat 80. XX wieku prowadzone są profesjonalne badania umożliwiające ocenę efektywności wydatków ponoszonych na wzornictwo i ocenę wymiernego wpływu tej dziedziny na konkurencyjność gospodarki. Kolejne raporty publikowane w ostatnich latach w Wielkiej Brytanii, Irlandii, Danii i Finlandii potwierdzają, że stosowanie wzornictwa wpływa pozytywnie na wzrost konkurencyjności gospodarki. Ma to również związek z coraz większym znaczeniem innowacyjności w gospodarce, bo dobre wzornictwo przemysłowe to jeden z jej istotnych elementów.

Badaniem przeprowadzonym przez fińskie Centrum Innowacji w Projektowaniu „Designium” (wyniki opublikowane w październiku 2003) objętych zostało 25 państw o najbardziej

konkurencyjnych gospodarkach (na podstawie The Global Competitiveness Report 2001–2002 / World Economic Forum i Center for International Development – Harvard University). Z nich wybrano 12 państw i Estonię, której nie było na tej liście, ale która jest dobrym przykładem państwa rozwijającego się i rozumiejącego rolę wzornictwa w tym procesie. Przedmiotem badania były następujące aspekty:

- struktura polityki stosowania wzornictwa
- jakość stosowanych programów
- główni aktorzy i główne obszary stosowania polityki i programów promocji
- podmioty odpowiedzialne za promocję wzornictwa na poziomie rządowym
- rola narodowych centrów designu
- sposoby finansowania polityki wspierania wzornictwa i programów promocji

Wykonano porównanie wykazujące związek stosowania wzornictwa z konkurencyjnością gospodarki. Oceniając design brano pod uwagę: stopień innowacyjności, unikalność projektów, wyrafinowanie procesów produkcji, wpływ projektu na markę, znaczenie marketingu. W zestawieniu podano kolejność krajów o najbardziej konkurencyjnej gospodarce w roku 2001, a w nawiasie pozycję dotyczącą stopnia skutecznego stosowania wzornictwa:

- 1 Finlandia (1)
- 2 USA (2)
- 3 Holandia (7)
- 4 Niemcy (3)
- 5 Szwajcaria (6)
- 6 Szwecja (8)
- 7 Wielka Brytania (10)
- 8 Dania (9)
- 9 Australia (21)
- 10 Singapur (22)

Wśród dziesięciu państw przodujących pod względem konkurencyjności gospodarki na świe-

¹ „Designing” I.D. Magazine, 1993

cie w 2001 roku osiem to państwa przodujące pod względem stosowania wzornictwa.

Nie jest to jedyny ranking tego typu. Różnią się one nieznacznie w zależności od źródła i roku wykonania badania, ale generalnie grupa państw i zasada pozostaje niezmienna. Istotne jest również, że większość stanowią państwa europejskie, a więc działające w otoczeniu, w którym obecnie znalazła się Polska.

W Z O R N I C T W O W niektórych państwach wzornictwo stanowi stały element funkcjonowania gospodarki od lat 40. i 50. XX wieku. Istnieje w nich stabilny system promocji i rozwoju wzornictwa oraz rozbudowana sieć instytucji rządowych wspomagających tę dziedzinę. Należą do nich np. Wielka Brytania, w której roczny budżet przeznaczony przez rząd na wspieranie wzornictwa przekracza 10 mln EUR (dane APCI Agence Pour la Creation Industrielle, Paryż 2005) i Niemcy.

W Wielkiej Brytanii działania koordynowane są przez centralną Radę Wzornictwa, wspierane przez regionalne biura w Walii, Szkocji i Irlandii Północnej. Istotnego wsparcia udziela wzornictwu DTI – Design Policy Unit, czyli Dział Wzornictwa Rządowego Departamentu Handlu i Gospodarki. W Wielkiej Brytanii istnieje również ogromna liczba innych instytucji działających na rzecz wzornictwa. Według danych BEDA (Bureau of European Design Associations) z 2003 roku w Wielkiej Brytanii działa ok. 3700 firm projektowych, a dochód przemysłu projektowego to 180 mld EUR (ponad 5% PKB). Aktywnie działa tam ok. 67 tys. projektantów. Porównywalna skala systemu wspierania wzornictwa istnieje w Niemczech. Opiera się on głównie na sieci 13 regionalnych Centrów Designu i przyznawanych z ich udziałem, przy okazji targów w Essen czy w Hannoverze, prestiżowych nagrodach promujących najlepsze produkty, takie jak „Red Dot” czy „iF”.

Podobny do Wielkiej Brytanii kurs obrała Korea Południowa, której celem jest zdobycie pozycji centrum wzornictwa dla Azji Wschodniej. Celowi temu służą działania władz budujące ogólnokrajową strukturę funkcjonowania wzornictwa, zwiększające świadomość, rozwijające szkolnictwo i wpływające na zwiększenie stopnia stosowania designu w przemyśle. Dzięki rządowemu wsparciu udało się zmienić obraz firmy Samsung do niedawna postrzeganej jako producenta kopii produktów japońskich, a ostatnio figurującej na 5 miejscu na świecie w opracowywaniu nowych patentów (za firmami takimi jak IBM i Cannon, ale przed Sony, Hitachi i Mitsubishi).

Finlandia, Szwecja, Dania, Norwegia, Irlandia, Nowa Zelandia i Korea Południowa sformułowały cele narodowej polityki w sferze designu. Polityka rządów Wielkiej Brytanii i Korei Południowej w największym stopniu zintensyfikowała rolę projektowania jako elementu wspierającego konkurencyjność ich gospodarek na rynkach międzynarodowych. Stany Zjednoczone są dobrym przykładem wspólnego finansowania działań profesjonalnych instytucji projektowych z funduszy rządowych i prywatnych.

Ujmując rzecz ogólnie, narodowa polityka wobec projektowania i promocji ma na celu:

- silną identyfikację kulturową, budowanie wizerunku narodowego i narodowej marki;
- podwyższanie poziomu życia i wzrost zamożności obywateli;
- podwyższanie poziomu wykształcenia w zakresie projektowania i umożliwienie dostępu do nowej wiedzy;
- wspieranie wzornictwa jako narzędzia rozwoju ekonomicznego w sektorze publicznym i prywatnym;

- wspieranie wzornictwa jako narzędzia tworzącego nowe miejsca pracy i możliwości nowych przedsięwzięć;
- wspieranie wzornictwa jako narzędzia wzrostu eksportu;
- wspieranie wzornictwa jako narzędzia wzrostu konkurencyjności.

WNIOSKI:

Wzornictwo przemysłowe ma bezpośredni wpływ na konkurencyjność gospodarki. Osiem państw o najbardziej konkurencyjnych gospodarkach zajmuje również osiem pierwszych miejsc jako państwa najsukuteczniej stosujące wzornictwo przemysłowe.

Państwa odnoszące sukcesy gospodarcze posiadają ogólnokrajowe systemy wspomagania wzornictwa. W wielu z nich stworzono narodowe programy rozwoju wzornictwa.

SYTUACJA WZORNICTWA AUSTRIA W WYBRANYCH KRAJACH

- WSPARCIE RZĄDOWE
- PROGRAMY RZĄDOWE
- CELE DZIAŁAŃ I STOPIEŃ
ICH WDROŻENIA
- ORGANIZACJA SEKTORA
PROJEKTOWEGO

Główną instytucją zajmującą się wzornictwem w tym kraju jest **Austriacki Instytut Designu**, którego celami w roku 1998 były: nadanie projekto-

waniu właściwej roli – czynnika ekonomicznego i kulturotwórczego, przekonanie polityków do znaczenia wzornictwa, propagowanie idei wzornictwa, otwarcie nowej szkoły projektowania oraz promocja Austriackiego Instytutu Designu w Austrii i w innych państwach Europy.

Po osiągnięciu tych zamierzeń Instytut podejmował szereg działań, zwłaszcza promocji roli identyfikacji wizualnej wobec rządu, w celu zwiększenia wydatków na programy identyfikacji Austrii, uruchomienia studium „Design 2000”, którego efektem byłoby utworzenie rzą-

dowego budżetu na wydatki w dziedzinie sztuki/design, utworzenia stanowiska doradcy ds. projektowania w Departamencie Sztuki, zreformowania praktyk zawodowych w szkołach projektowych i wprowadzenia dyscypliny „design” do programu nauczania szkół niższych szczebli.

Jedyną profesjonalną organizacją dbającą o interesy projektantów wszystkich dziedzin jest skupiająca ok. 1300 członków **Design Austria (DA)**. Jej działalność to przede wszystkim udzielanie informacji projektantom i ich klientom poprzez publikacje (np. o wycenach projektów i zasadach konkursowych) i seminaria. DA jest również organizatorem prestiżowych konkursów w dziedzinie designu (m.in. Narodowa Nagroda im. Adolfa Loosa). Design Austria jest członkiem międzynarodowych organizacji: ICOGRADA, ICSID i BEDA.

CZECHY

Polityka rządowa dotycząca wzornictwa realizowana jest poprzez **Centrum Designu Republiki Czeskiej** utworzone w 1991 roku na bazie poprzednio istniejącej instytucji. Jego strukturę i działalność dostosowano do zmienionej sytuacji gospodarczej i politycznej. Centrum podlega Ministerstwu Przemysłu.

Zadaniem Centrum Designu jest skuteczna promocja dziedziny projektowania w sektorach: produkcji, handlu, usług, kultury i edukacji. Projektowanie uważa się tu za jeden z najważniejszych czynników wpływających na poprawę jakości produktów, ich konkurencyjność i potencjał eksportowy. W celu osiągnięcia założonych celów Centrum stymuluje odpowiednie działania, zwłaszcza w obszarze produkcji i handlu. Centrum Designu zajmuje się promocją strategicznej roli projektowania w polityce gospodarczej i jego znaczenia dla kultury materialnej społeczeństwa.

Działania Centrum Designu Republiki Czeskiej prowadzone są poprzez:

- Systematyczne monitorowanie i ocenę wydarzeń w dziedzinie projektowania;
- Przyznawanie nagród krajowych i międzynarodowych w dziedzinie projektowania;
- Czuwanie nad wysokim poziomem projektowania i organizację konkursów;
- Działalność doradczą, informacyjną i edukacyjną;
- Organizację programów umożliwiających stosowanie wzornictwa przez MŚP;
- Promocję projektowania poprzez internet, wydawanie comiesięcznego biuletynu, oraz magazynu „Design Trend”;
- Organizację wystaw;
- Prowadzenie publicznej biblioteki udostępniającej specjalistyczną literaturę i prasę
- Współpracę z rządowymi i pozarządowymi organizacjami, zwłaszcza ze stowarzyszeniami projektantów, artystów i architektów;
- Rozwój współpracy międzynarodowej z organizacjami partnerskimi za granicą.

Centrum Designu Republiki Czeskiej jest członkiem ICSID, ICOGRADA, IFI i BEDA. Jego główna siedziba znajduje się w Brnie, a filia w Pradze. Budżet Centrum Designu Republiki Czeskiej w roku 2003, całkowicie pokryty ze środków Ministerstwa Przemysłu i Handlu, wynosił ok. 470 tys. EUR. **Na programy pomagające MŚP stosować wzornictwo przeznaczono w 2002 roku ok. 300 tys. EUR.**

Wydawałoby się, że kilkunastoletnia, skuteczna działalność powinna zapewnić Centrum Designu Republiki Czeskiej pewny, niezależny od fluktuacji politycznych byt na gospodarczej mapie kraju. Jednakże wygląda na to, że na skutek decyzji nowego Ministra Gospodarki od 2007-2008 roku CDRC będzie musiało zmienić formu-

łę działania i znaleźć nowe źródła finansowania. Niezależna instytucja cyklicznie organizuje w Pradze tydzień designu pod nazwą „Designblok”.

D A N I A

W 1985 roku projektowanie stało się w Danii po raz pierwszy elementem polityki rządowej. Dzięki serii inicjatyw dotyczących rozwoju designu rozpoczęły się: promocja projektowania produktów i stosowanie projektowania przez agencje rządowe w działalności wewnętrznej.

W 1987 roku podjęto szereg kolejnych inicjatyw. Utworzono **Duńskie Centrum Wzornictwa (DDC)**. Jego głównymi zadaniami są: promocja duńskiego wzornictwa w kraju i za granicą, wspieranie rozwoju edukacji, dążenie do sytuacji, w której dobre wzornictwo przemysłowe i dobra komunikacja wizualna staną się częścią codziennej działalności duńskich przedsiębiorstw.

W celu osiągnięcia tych zadań, główne działania polegają na: dostarczaniu odpowiednich informacji, szkoleniach, kampaniach promocyjnych, wydawaniu publikacji, działaniu serwisu prasowego, organizowaniu wystaw i konkursów projektowych, nagradzaniu znaczących osiągnięć projektowych. W tym samym czasie wprowadzono profesjonalną identyfikację wizualną ministerstw, design stał się fakultatywnym przedmiotem w szkołach średnich, a także przedmiotem nauczania w szkołach podstawowych; zwiększono wsparcie finansowe dla państwowych szkół projektowana; w kopenhaskiej Business School wprowadzono przedmiot – zarządzanie projektowaniem; design stał się przedmiotem nauczania w politechnikach; obszar designu wprowadzono również do programu nauczania dla dorosłych.

W 1993 roku cztery ministerstwa: Kultury, Finansów, Szkolnictwa i Badań podjęły inicjatywę stworzenia wspólnego ramowego programu dotyczącego projektowania, czego rezul-

tatem była opracowana w 1994 roku Duńska Polityka Projektowania (Danish Design Policy).

W 1994 roku opublikowano raport DDP, który przedstawiał wspólną politykę rządową w zakresach: promocji wzornictwa w przemyśle, projektowania w sektorze publicznym i utworzenia zauważalnego w skali międzynarodowej sposobu prezentacji osiągnięć duńskiej architektury, rzemiosła i wzornictwa przemysłowego.

Dodatkowo wiele przedsiębiorstw państwowych opracowało wieloletnią politykę stosowania projektowania. Ministerstwa Przemysłu i Spraw Zagranicznych stały się odpowiedzialne za inicjowanie i organizację wystaw przygotowanych przez Duńskie Centrum Designu. Działania te stały się kluczowe dla promocji duńskiego wzornictwa za granicą. Podjęto również inicjatywy wspierające profesjonalną praktykę zawodową w zakresie edukacji CAD i innych kursów wspomagających rozwój projektantów profesjonalistów.

W 1997 roku utworzono Instytut Doradztwa Projektowego (**The Institute for Design Consultancy**) pod auspicjami Ministerstwa Handlu, które również nadzoruje Duńskie Centrum Designu. Usługi IDC są subsydiowane przez rządowy Departament Przemysłu. Małe i średnie przedsiębiorstwa (SME) mogą skorzystać z 27 godzin pracy konsultantów (koszt 390 EUR/godz.) za kwotę 2590 EUR. Niezależnie od wysokości honorarium SME są zobligowane do pokrycia 30% kosztów.

Program rządowy o nazwie „**Regeringens Designredegørelse**” został zatwierdzony w 1997 roku.

Cel:

- Utworzenie z duńskiego wzornictwa unikalnej marki mającej wpływ na konkurencyjność duńskich przedsiębiorstw rozwijających nowe produkty.

Osiągnięty przez:

- Promocję wzornictwa w sektorach: przemysłowym, finansowym i publicznym
- Organizację konkursów projektowych, prowadzenie analiz projektowych itd.
- Zagraniczną promocję duńskiego wzornictwa
- Pomoc państwa zachęcającą do stosowania wzornictwa i kontaktów z projektantami: dofinansowanie doradztwa projektowego, programy „przełamywania lodów” – dofinansowanie usług projektowych
- Fundację Wzrostu finansującą rozwój projektów, w tym wzorniczych
- Centrum Badawcze Bez Ścian
- Dofinansowanie kształcenia: granty na podróże zawodowe i kursy magisterskie
- Komórkę innowacyjną MindLab, element Ministerstwa Finansów.

Duński Instytut Doradztwa Projektowego (IDR)

został utworzony w marcu 1997 roku. IDR pomaga duńskim małym i średnim przedsiębiorstwom stosować wzornictwo przemysłowe w procesie rozwoju produktów. Stanowi pomost między producentami i projektantami. Dostarcza wachlarz usług doradczych, takich jak: przeprowadzanie analizy projektowej, tworzenie założeń projektowych, wybór odpowiednich projektantów, planowanie procesu projektowego, zarządzanie projektem i finansowanie. Działalność IDR jest subsydiowana przez Duński Departament Przemysłu. IDR jest blisko związany z Duńskim Centrum Designu. Obie instytucje mają wspólny zarząd. Budżet IDR w roku 1997 wynosił ok. 300 tys. EUR i pochodził bezpośrednio od rządu.

W 1998 roku ministerstwo przeznaczyło na działalność IDR i DDC ok. 290 tys. EUR, co stanowiło 50% budżetu. Reszta pochodziła z prowizji wypłacanych przez małe i średnie przedsiębiorstwa za konsultacje. Rząd postanowił kontynuować finansowanie przez trzy lata. IDR

dociera do MŚP poprzez 14 funkcjonujących w kraju Centrów Informacji Technicznej (TIC).

Stowarzyszenie Duńskich Projektantów

skupia ok. 820 członków, 330 z nich to projektanci produktów i mebli, 330 – projektanci wnętrz i architekci, 130 to graficy, a 30 – projektanci tkanin i ubiorów.

Dania ma bardzo dobrą reputację, jako kraj dobrych projektów mebli i elementów wyposażenia wnętrz. Wzornictwo jest tu stosowane od wielu lat, projektanci cieszą się prestiżem i często wchodzi w skład zarządów firm.

W latach 1998-2001 powstała nowa siedziba DDC. Po obcięciu przez rząd funduszy na promocję wzornictwa DDC zostało dofinansowane przez wiodące firmy duńskie. Obecnie, zgodnie z nową polityką Ministerstw Kultury i Gospodarki, budżet na promocję wzornictwa wynosi 2 mln EUR na rok. Roczny budżet wspomaganie wzornictwa wynosi tam **ok. 3,5 mln EUR** (dane Danish Design Center).

W roku 2003 Duński Urząd Normalizacji we współpracy z projektantami opracował standardy ISO dla zawodu projektanta form przemysłowych.

E S T O N I A

Podstawy polityki dotyczącej designu w Estonii zostały opracowane dzięki wsparciu rządu Danii przez Mollerup Designlab A/S przy współpracy Ministerstwa Gospodarki Estonii i Estońskiego Stowarzyszenia Projektantów. Program zakłada, że do roku 2010 rozwinie się w Estonii profesjonalny rynek usług projektowych w pełni zaspokajający potrzeby gospodarki Estonii.

Kroki prowadzące do tego celu:

- Utworzenie Centrum Designu (strona www, biblioteka, wizyty zagranicznych gości itd.);
- Działania wobec kół businessu i gospodarki;

- Działania w sektorze publicznym (materiały informacyjne, konkursy, przepływ informacji);
- Działania w środowisku projektantów (doksztalcanie, zagraniczne praktyki zawodowe);
- Działania w środowisku akademickim i naukowym (wspólne projekty, sprowadzanie wykładowców i naukowców z zagranicy, kształcenie ekonomiczne, system stypendialny);
- Działania w sektorze turystycznym i transportowym (materiały informacyjne i promocyjne, konkursy na elementy małej architektury, systemy informacyjne i strony www).

Program jest stopniowo wdrażany. Okres lato 2006 – lato 2007 ogłoszono rokiem designu. W tym czasie odbywa się szereg skoordynowanych wydarzeń mających na celu popularyzację wzornictwa.

F I N L A N D I A

„Design 2005!” to narodowy program zatwierdzony w 2000 roku, realizowany w latach 2000-2005 przez interdyscyplinarny zespół tworzony przez: Ministerstwo Handlu i Przemysłu, Narodowy Fundusz Badań i Rozwoju, Ministerstwo Edukacji, Ministerstwo Spraw Zagranicznych i Ministerstwo Kultury. (Budżet: 27 mln EUR/4 lata – Program Design Technology; 5 mln EUR/4 lata – Program Wzornictwo Przemysłowe)

Cele programu:

- Stworzenie poprzez wzornictwo podstaw dobrobytu i przyspieszenie powstawania nowych miejsc pracy;
- Stworzenie środowiska o wysokiej jakości estetycznej i materialnej, wzmocnienie świadomości narodowej i wizerunku kulturalnego kraju poprzez wzornictwo przemysłowe i rzemiosło;

- Wzmocnienie międzynarodowej konkurencyjności kraju poprzez podniesienie poziomu kształcenia i badań oraz włączenie wzornictwa w narodową strategię innowacyjności, a także poprzez promocję Finlandii jako lidera w dziedzinie wzornictwa;
- Stałe generowanie nowej wiedzy w dziedzinie projektowania;
- Ścisła współpraca świata akademickiego i przemysłu, której rezultatem będzie wysokiej jakości wiedza o wzornictwie, porównywalna z najwyższymi światowymi standardami;
- Rozwój procesów produkcyjnych, produktów i usług odpowiadających potrzebom rynku, innowacyjnych, ukierunkowanych na użytkownika i jego potrzeby.

Narzędzia wdrażania:

- Program Technologii Designu Fińskiej Narodowej Agencji Technologii (TEKES);
- Designium, Centrum Innowacji w Projektowaniu;
- Muzeum Designu – rozpowszechnianie wiedzy o fińskim wzornictwie;
- Promocja designu w środowiskach biznesu i gospodarki;
- Wspomaganie MŚP, szczególnie w zakresie stosowania usług projektowych i inkubatorów przedsiębiorczości – przez regionalne centra pracy i przedsiębiorczości;
- Działania zmierzające do umiędzynarodowienia firm projektowych;
- Kontynuacja kształcenia, z naciskiem na zarządzanie i projektowanie strategiczne;
- Doskonalenie metod szkolenia w celu podniesienia ilości profesjonalnych projektantów, szersze włączenie do programu szkolenia elementów ekonomii i technologii, zwiększanie świadomości dotyczą-

cej wzornictwa w ogólnym programie nauczania;

- Interdyscyplinarne studia i programy badawcze łączące projektowanie i inne dyscypliny uniwersyteckie;
- Strategia propagowania designu: sektor publiczny jako wzór i promotor kultury projektowania, międzynarodowy marketing wzornictwa fińskiego, wyposażanie budynków publicznych i ambasad Finlandii przy zastosowaniu fińskiego wzornictwa.

Institucją zajmującą się promocją wzornictwa i sztuki użytkowej jest DESIGN FORUM FINLAND utworzone przez istniejące od 1875 roku Fińskie Stowarzyszenie Rzemiosła i Designu. Design Forum organizuje wystawy w kraju i za granicą, prowadzi sieć sklepów, wydaje publikacje, organizuje konkursy. Centralna organizacja skupiająca ok. 1600 projektantów należących do organizacji branżowych to ORNAMO.

F R A N C J A

Za promocję wzornictwa we Francji odpowiedzialne są następujące instytucje państwowe: Ministerstwo Kultury, Ministerstwo Przemysłu, Ministerstwo ds. Badań.

W 1982 roku w celu zaktywizowania twórczych działań utworzony został specjalny fundusz (FIACRE). Ministerstwa – Przemysłu, Poczty i Telekomunikacji oraz Handlu Zagranicznego powołały 10 regionalnych centrów promocji wzornictwa, których zadania określono jako bezpośrednią współpracę z przedsiębiorstwami poprzez diagnozowanie problemów związanych z projektowaniem i doradztwo w trakcie procesów projektowych.

Reseau Francais des Centres de Design jest instytucją nadrzędną dla Francuskich Centrów Designu. Centra te są fundacjami typu non profit. Reprezentują różne regiony Francji i współ-

pracują z ekspertami ds. technologii i innowacji. Celem działania Francuskich Centrów Designu jest stymulowanie rozwoju wzornictwa przemysłowego i jego wdrażanie przez małe i średnie przedsiębiorstwa. Oferowane usługi to: doradztwo dotyczące uwzględniania wzornictwa przemysłowego w strategicznych planach rozwoju firm, tworzenie centrów dokumentacji dostarczających informacji na temat wzornictwa, dostarczanie informacji o wzornictwie środkom masowego przekazu, reprezentowanie świata projektowego na profesjonalnych imprezach, organizowanie kongresów, konferencji i konkursów projektowych.

Aktualnie najprężniej działają: regionalne centrum **CDRA (Centre de Design Rhone Alpes)** i **APCI (Agence de Promotion de la Creation Industrielle)**.

Strategicznym pomysłem władz centralnych i lokalnych na restrukturyzację dawniej przemysłowego miasta St-Etienne jest przekształcenie go w stolicę francuskiego designu. Od 12 lat organizowane są tam, zdobywające coraz lepszą reputację, Biennale Projektowania. Na ukończeniu jest ogromna inwestycja **Cite du Design**.

G R E C J A

W Grecji oficjalna polityka rządowa uznaje wzornictwo przemysłowe i innowacyjność za istotne narzędzia rozwoju gospodarki. Istniejące programy rządowe dotyczą wzornictwa przemysłowego, rozwoju produktów o cechach innowacyjnych, tworzenia laboratoriów prowadzących badania stosowane oraz produkcję prototypową. Funkcjonowanie tych programów polega na subsydiowaniu działań z powyższych obszarów w wysokości (zależnej od typu działania i regionu, w którym działa przedsiębiorstwo) wahającej się od 40% do 70 %. Innym działaniem władz jest modernizacja prawa w zakresie ochrony praw autorskich, własności przemysłowej, wzornictwa przemysłowego i wzorów.

H I S Z P A N I A

Hiszpańskie Ministerstwo Przemysłu i Energii rozpoczęło promocję designu w połowie lat 80., kiedy podjęto pierwszą istotną inicjatywę dotyczącą przemysłu odzieżowego w postaci planu „Moda i Promocja Designu” (1985–1988). Kładł on nacisk na niematerialne aspekty przemysłu, jednocześnie rozbudzając świadomość społeczeństwa, i ukierunkowując jego potrzeby na innowacyjne produkty o wysokiej jakości. W 1988 roku plan został poszerzony o elementy jakości – „Moda, Promocja Designu i Jakości”. Dotyczył on już nie tylko przemysłu odzieżowego, ale również mebli, zabawek, ceramiki łazienkowej i produktów konsumpcyjnych.

W 1992 roku wprowadzono Plan Promocji Wzornictwa Przemysłowego w celu poprawy konkurencyjności produktów hiszpańskich poprzez promocję ich odmiennej tożsamości. Dodatkowym celem planu było wdrożenie wzornictwa przemysłowego do wszystkich małych i średnich przedsiębiorstw w Hiszpanii. Efektem planu miało być zwiększenie liczby małych i średnich przedsiębiorstw hiszpańskich włączających na stałe wzornictwo przemysłowe w strategię rozwoju firmy, konsolidacja i powiększenie sektora publicznego wspierającego design zarówno na szczeblu lokalnym, jak i ogólnopństwowym oraz nadanie odpowiedniej rangi i charakteru hiszpańskiemu wzornictwu.

Hiszpańskie firmy otrzymują silne wsparcie od Ministerstwa Przemysłu, Gospodarki i Turystyki (MICYT), które jest promotorem konkretnych akcji mających na celu podniesienie konkurencyjności małych i średnich przedsiębiorstw poprzez ułatwianie stosowania wzornictwa przemysłowego w przemyśle.

MICYT finansuje działalność wyspecjalizowanych konsultantów, którzy doradzają zarządom przedsiębiorstw w sprawach merytorycznych i formalnych, mających szansę na dal-

sze wsparcie finansowe projektów związanych z wzornictwem przemysłowym.

W 1992 roku utworzono Państwową Agencję Promocji Designu (DDI), której celem jest wspieranie zarządzania wzornictwem w przedsiębiorstwach oraz integracji wzornictwa z ich działaniami strukturalnymi, zwłaszcza z procesami innowacji. DDI sprawuje pieczę nad projektami koncepcyjnymi, nad rozwojem nowych produktów i modernizacją istniejących w dziedzinach: projektowanie produktów, opakowań, identyfikacja towarów i firm. DDI wspiera finansowo i instytucjonalnie centra promocji i usługi projektowe, bazując na ogólnokrajowej sieci, która umożliwia dostarczanie przedsiębiorstwom usług na odpowiednim poziomie.

Stowarzyszenie Projektantów Profesjonalistów (ADP) skupia grafików, projektantów wzornictwa i wnętrz. Jego działalność skierowana jest na promocję kulturotwórczej roli projektowania. Usługi świadczone dla członków to: informacje, doradztwo i kontakty międzynarodowe. ADP jest członkiem ICSID.

Centrum Designu w Barcelonie (BCD) jest prywatną fundacją non profit założoną w 1973 roku. Jej celem jest wspieranie strategii businessowej poprzez promocję wzornictwa, badania i informację. BCD zajmuje się doradztwem w zakresie zarządzania projektowaniem, analizami związanymi z projektowaniem produktu i identyfikacji firm, wyborem projektantów oraz organizacją konkursów projektowych i przyznawaniem nagród. W 2000 roku w Katalonii zainwestowano w innowacje 2,7 mld EUR. W latach 2001-2004 funkcjonował w Katalonii Plan Innowacji, którego budżet w 2003 roku wyniósł 1-milion EUR.

H O L A N D I A

W 1990 roku design został włączony w zakres obowiązków Departamentu Sztuki, Architektury

i Projektowania w Ministerstwie Opieki Społecznej, Zdrowia i Kultury. Design określono jako pojęcie obejmujące: wzornictwo przemysłowe, projektowanie ubiorów, projektowanie wnętrz, projektowanie graficzne i sztukę użytkową.

W 1993 roku powołano **Holenderski Instytut Designu** jako niezależną fundację otrzymującą większość środków od rządu holenderskiego. Jego głównym zadaniem było określanie nowych kierunków, dzięki którym design mógłby wpływać na ekonomiczny i kulturalny rozwój społeczeństwa holenderskiego. Efekty pracy Instytutu to nowe idee, wiedza i kontakty oferowane klientom rządowym i komercyjnym, projektantom i użytkownikom designu. Inną funkcją Instytutu była również organizacja spotkań międzynarodowych służących wymianie myśli między środowiskami projektowania, przemysłu i kultury.

Jednocześnie utworzono szereg funduszy umożliwiających projektantom rozwój zawodowy. Projektanci mogą starać się o granty ułatwiające rozpoczęcie praktyki projektowej, stypendia, dotacje na podróże oraz prezentacje i rozpowszechnianie swoich osiągnięć, łącznie z publikacjami. Wydatki rządu Holandii na design w roku 1993 wyniosły ok. 4.8 mln EUR, łącznie z subsydiami na założenie studiów projektowych.

Od 2002 roku działa finansowana przez Ministerstwo Edukacji, Kultury i Nauki oraz miasto Amsterdam Fundacja „**Premsele**” zatrudniająca 10 osób, która zajmuje się prowadzeniem badań, koordynacją projektów i działań organizacyjnych w kraju i za granicą.

Stowarzyszenie Holenderskich Projektantów (BNO) skupia ok. 2,5 tys. profesjonalistów zgrupowanych w trzech kategoriach: projektowanie graficzne, projektowanie produktu i projektowanie otoczenia. Działalność BNO polega głównie na: promocji konkurencyjności

i profesjonalnych standardów w sferze designu, reprezentowaniu interesów środowiska wobec instytucji rządowych i akademickich, świadczeniu usług wobec swoich członków i w sferze publicznej. BNO nie prowadzi żadnych sformalizowanych działań eksportowych, podejmuje jednak na tym polu szereg inicjatyw nieformalnych.

Oprócz BNO istnieje w Holandii szereg innych stowarzyszeń projektantów. VES (sztuka użytkowa) skupia 150 członków, NVK (ceramika) – 200 członków, BNI (projektowanie wnętrz) – 450 członków, a NIC (ilustracje) – 300 członków. Szacuje się, że obrót 150 holenderskich biur projektowych wynosi 68.4 mln EUR. Dodatkowo zarobki projektantów pracujących z wolnej stopy wynoszą ok. 11.5 mln EUR.

W roku 1999 szacowano liczbę działających w Holandii projektantów na 6.5 tys., z czego 3.5 tys. pracujących indywidualnie lub zatrudnionych w 200 biurach projektowych. Pozostałe 3 tys to zatrudnieni w przedsiębiorstwach produkcyjnych¹.

Badanie zlecone w latach 2000–2002 przez „Premsele” Instytutowi Badawczemu TNO i CBS (Statistics Netherlands) określiło liczbę projektantów w Holandii na 46 tys., z czego 14 tys. projektantów produktu (wzornictwo przemysłowe, moda, biżuteria), 27 tys. projektantów grafiki użytkowej i 5 tys. projektantów przestrzeni (architektura wnętrz, scenografia, mała architektura). Większość aktywnych projektantów to ludzie w wieku 25–44 lat, co może świadczyć o szybkim rozwoju dziedziny. Większość z nich pracuje we własnych firmach zatrudniających poniżej 10 osób. Widać wyraźną przewagę znaczenia designu w Amsterdamie – 21,7% (reklama, wnętrza, moda, grafika) w stosunku do Eindhoven – 5,8%, gdzie skupiony jest przemysł (wzornictwo przemysłowe). Planowane są działania władz centralnych i lokalnych mające odwrócić tę tenden-

cję. Sektor designu rozwija się w Holandii szybciej niż wiele innych dziedzin.

I R L A N D I A

Od lat 60. poprzez 80. Warsztaty Projektowe Kilkenny (**Kilkenny Design Workshops – KDW**) promowały stosowanie i wdrażanie wzornictwa w Irlandii. KDW były rządową agencją, odpowiedzialną za promocję dobrego wzornictwa wśród konsumentów i przemysłowców.

W 1992 roku zespół oceniający politykę gospodarczą wskazał na konieczność podjęcia kroków zwiększających konkurencyjność wszystkich sektorów gospodarki irlandzkiej. Podkreślono istotny udział w tym procesie projektantów związanych z przemysłem.

Instytucja **Enterprise Ireland** (Przedsiębiorstwo Irlandia), poprzednio Irish Trade Board, jest obecnie statutowym ciałem odpowiedzialnym za promocję wzornictwa w Irlandii. Jej działalność dotyczy obszarów produkcji przemysłowej i rynkowej w zakresie:

- Rozpoznania możliwości zastosowania wzornictwa (Design Audit);
- Formułowania założeń projektowych;
- Dysponowania bazą danych projektantów;
- Planowania procesu projektowego;
- Pomocy finansowej dotyczącej projektowania prototypów i produktów;
- Oceny jakości projektów i rynkowych szans produktów;
- Dostarczania informacji o reakcjach rynków na produkty poprzez sieć placówek zagranicznych;
- Dostarczania gamy usług pomagających projektantom promować i stosować swoje usługi za granicą.

Enterprise Ireland udzieliło wsparcia programom związanym z designem, takim jak: Target Market

¹ „Opportunities in Design”, Irlandia 1999

Consultancy (TMC), Marketing Activities Investment (MAI) oraz the New Products Programme (Program Nowe Produkty), który wspomagał finansowe wydatki na projektowanie ponoszone przez producentów eksporterów. Oceniana wysokość sprzedaży, dzięki temu programowi, w roku 1997 to 17,5 mln EUR.

Enterprise Ireland oferuje usługi profesjonalnych projektantów w zakresie: ekspertyz dotyczących projektowania, produkcji, rynku. Organizuje usługi projektowe, doradcze i finansowe w zakresie projektowania dla przemysłu i promocji produktów. Działania Enterprise Ireland dotyczą obszarów: rozwoju nowego produktu, badań i rozwoju; badań, technologii i innowacji.

Zgodnie z wytycznymi Unii Europejskiej granty pokrywają 25-45% kosztów projektów. Przed fazą B+R wspomagane mogą być prace oceniające studium możliwości w skali 50% do sumy 38 tys. EUR. Enterprise Ireland zajmuje się również pomocą we wdrażaniu programów będących elementami World Class Manufacture Strategies: DFM (Design for Manufacture) – promującego dobrą organizację produkcji i DFA (Design for Assembly) – promującego produkcję proekologiczną.

Zgodnie z programem promocji wzornictwa producent zatrudniający projektanta na etacie otrzymuje dofinansowanie przez 2 lata, a producent korzystający po raz pierwszy z usług zewnętrznej firmy projektowej otrzymuje dofinansowanie pierwszego projektu, ale przez okres nie dłuższy niż dwa lata.

Organizacja rządowa **Shannon Development** zajmuje się aktywizacją gospodarczą regionu Shannon. Na seminaria, publikacje, warsztaty o designie przeznaczono w roku 2003 sumę 70 tys. EUR.

Program rządowy: Możliwości Designu, Strategie Wzrostu Irlandzkiego Sektora Projektowego, 1999

Cele:

- Rozwój sektora projektowego;
- Design postrzegany na rynkach krajowym i eksportowych jako rzeczywiście innowacyjny, twórczy, unikalny styl irlandzki, postrzegany jako element procesu wdrożenia przynoszący duże zyski;
- Design postrzegany jako istotny element strategiczny;
- Sektor projektowy umożliwiający ciągłą konkurencję i przyczyniający się do wzrostu dobrobytu.

Osiągnięte przez:

- Centrum Środków Projektowych (Design Resource Centre) odpowiedzialne za promocję znaczenia designu, rozwój nowej wiedzy, administrowanie i dysponowanie utworzoną bazą danych;
- Narodowe programy: Usługi Doradztwa Projektowego dla Przemysłu Wytwórczego, Program Oceny Projektowej, Indywidualne Doradzanie Firmom, Program Nowych Produktów, Wiedza Projektowa;
- Agencje państwowe wspierające i promujące irlandzki sektor projektowy: Business Development Programmes skierowane do firm projektowych, umiędzynarodowienie usług projektowych, organizowanie pokazów promujących irlandzką myśl projektową za granicą;
- Narodowy Plan Szkolenia dla Designu: Kontynuacja Rozwoju Zawodowego – kursy, kooperacja między reprezentantami przemysłu, agencjami rządowymi i sektorem akademickim, rozwój firm projektowych, lepsze i efektywniejsze planowanie, wzmocnienie sieci współpracy sektora projektowego;
- Spełnienie potrzeb sektora akademickiego i wprowadzenie udoskonaleń do programu kształcenia o projektowaniu na poziomie

- szkolnictwa podstawowego i średniego;
- Kształcenie projektantów nastawione na bezpośrednie wspieranie sektora przemysłowego;
- Creative Ireland Inc. – wzorowane na brytyjskim programie Creative Britain, przedsięwzięcie mające na celu wypromowanie Irlandii jako kraju nowoczesnej myśli i techniki.

Zmianę strategii gospodarczej Irlandii wymusiła konkurencja cenowa produktów z Europy Wschodniej i z Azji. Postawiono na jakość (w tym wzornictwo). Stwierdzono, że ważniejsze jest wykreowanie marki „Irlandia”, a nie marki „Irlandzki Produkt”. Siłą Irlandii ma być wysoki poziom myśli i projektowania, a nie produkcja¹.

Irlandzka Rada Nauki, Techniki i Innowacji (ICSTI) – jest autorem opracowania „Design i Rozwój 2002” – kompletnego opisu strategii projektowej państwa i głównych uczestniczących w niej podmiotów.

W Irlandii ponad 90% firm zatrudnia mniej niż 10 osób, 8% firm zatrudnia 10-50 pracowników. Poniżej 18% firm świadomie stosuje wzornictwo. Brak tu tradycji stosowania tej dziedziny. Ok. 100 projektantów zatrudnionych jest na etatach i ok. 100 projektantów wzornictwa pracuje w firmach projektowych. Ponadnarodowe koncerny generują obecnie ponad 90% eksportu Irlandii (w niektórych sektorach 98%)².

K O R E A P O Ł U D N I O W A

Począwszy od 1993 roku realizowane są tu rządowe programy promocji wzornictwa. Po utworzeniu ośrodków innowacji przy uniwersytetach i centrum wzornictwa (KIDP) w Seulu zatrudniającego 90 osób i dysponującego rocznym budżetem 33 mln \$, obecnie tworzone są 3 centra regionalne.

¹ Andrew Bradley, Konferencja „Challenges of Design Promotion in Europe”, Paryż 2004

² „Opportunities in Design”, Irlandia 1999

W Korei działa aktualnie 2245 firm projektowych. **Celem rządu jest wprowadzenie gospodarki Korei na 7 miejsce na świecie w roku 2008. Wzornictwo jest jednym z kluczowych elementów tych działań, i dlatego nakłady na jego rozwój systematycznie rosną. W ostatnich latach wynosiły one 11 mln \$ rocznie. W roku 2006 kwota ta wzrosła do 40 mln \$ rocznie.** Skala i dynamika prowadzonych tam działań oraz środki rządowe, dzięki którym jest to możliwe, nie mają odpowiednika w Europie³.

Rządowy Pięcioletni Plan Promocji Wzornictwa Przemysłowego, od 1993 roku

Cele:

- Wspieranie konkurencyjności koreańskich produktów, tworzenie wizerunku nowej Korei poprzez promocję koreańskiego wzornictwa
- Promocja wzornictwa przemysłowego, wzrost liczby projektantów i firm projektowych, inwestycje w infrastrukturę projektową;
- Wzrost inwestycji na rozwój wzornictwa, zwłaszcza w MŚP;
- Wzrost kreatywności oraz wspieranie wzornictwa o wysokiej jakości i ukierunkowanej na użytkownika;
- Korea Południowa – centrum designu dla regionu Azji Południowo-Wschodniej.

Osiągnięte przez:

- Promocję rozwoju wzornictwa w przedsiębiorstwach, programy konsultacyjne dla MŚP;
- Budowanie, rozwój i finansowanie infrastruktury projektowej;
- Wspieranie firm projektowych, tworzenie inkubatorów dla firm startujących, udostępnianie pomieszczeń i doradzanie;
- Szkolenia dla projektantów, coroczne doszkalanie etatowych projektantów;

³ Taewan Kim, Konferencja IWDS Cardiff, maj 2006

- Weryfikowanie materiałów szkoleniowych na temat projektowania dla uczniów szkół podstawowych i średnich, co trzy lata;
- Ustanowienie standardów i kryteriów ocen zachęcających do specjalizacji w zakresie wzornictwa, kładących nacisk na marketing, technologię, ergonomię, zarządzanie projektem i multimedia;
- Międzynarodową Szkołę Designu – dla studiów zaawansowanych;
- Kształcenie w zakresie wzornictwa dla nauczycieli wychowania plastycznego w szkołach podstawowych i średnich;
- Coroczne Zjazdy Wzornictwa Przemysłowego Korei, narodowe nagrody dla projektantów i producentów;
- 500 Produktów Tysiąclecia (2003) uwzględniających nowoczesne koreańskie wzornictwo na światowych rynkach;
- Zwiększanie świadomości opinii publicznej o projektowaniu;
- Działalność Koreańskiego Centrum Designu: gromadzenie informacji o wzornictwie z całego świata, wdrażanie dobrych pomysłów, konferencje, seminaria, imprezy, wystawy i koncerty, udostępnianie pomieszczeń dla inkubacji nowych przedsięwzięć, programy konsultacyjne dla MŚP, badania projektowe, biblioteka, szkolenia dla ekspertów z dziedziny wzornictwa, studentów i zwykłych ludzi.

Możliwość formułowania i wdrażania programu rządowego wsparcia dla wzornictwa w Korei wynika z odmiennego niż w Europie modelu funkcjonowania państwa. Mimo że istnieje tam demokracja parlamentarna i gospodarka rynkowa, udział państwa w gospodarce i zależność jej głównych podmiotów („czeboli”) od decyzji politycznych i gwarantowanych przez państwo kredytów jest znaczny. Można powiedzieć, że panuje tam sterowany liberalizm.

L U K S E M B U R G

W Luksemburgu wprowadzono szereg rozporządzeń prawnych dotyczących wzornictwa: Wspólne Prawo Beneluxu dotyczące projektowania i wzorów, Wspólne Prawo Beneluxu dotyczące nazw handlowych, Prawo dotyczące tantiem i Prawo zarządzania patentami.

Ł O T W A

Podstawy polityki dotyczącej designu na Łotwie są w trakcie opracowywania dzięki wsparciu rządu Danii przez Mollerup Designlab A/S i przy współpracy rządu Łotwy. W tej pracy wykorzystywane są doświadczenia wyniesione z opracowanego wcześniej programu dla Estonii.

N I E M C Y

W Niemczech istnieje ponad 750 organizacji zaangażowanych w promocję i wspieranie wzornictwa, w tym fundacje, ciała rządowe, uczelnie oraz izby handlowe.

Niemiecka Rada Wzornictwa jest centralną agencją federalną odpowiedzialną za promocję projektowania w Niemczech. Głównym zadaniem Niemieckiej Rady Wzornictwa jest dostarczenie odpowiednich informacji, wyznaczanie odpowiednich kierunków rozwoju wzornictwa i inicjowanie działań dotyczących wzornictwa wobec sektora przemysłowego, handlowego, instytucji kulturalnych i opinii publicznej. Niemiecka Rada Wzornictwa jest finansowana przez Federalne Ministerstwo Gospodarki oraz krąg sponsorów, w tym publicystów i reprezentantów świata nauki, oraz wiodących firm produkcyjnych i usługowych.

Według danych z 2004 roku roczny przychód Niemieckiej Rady Wzornictwa wynosi 1,6 mln EUR (20% od rządu, 10% ze składek członkowskich, 70% za świadczone usługi). Odbiorcami usług są: przedsiębiorstwa (40%), uczelnie (20%), projektanci (15%), organizacje (10%), media (10%), inni (5%)¹.

¹ Anrej Kupetz, Referat na: Regional Meeting on Design Support, Budapeszt 2004

Podobną do sprawowanej na szczeblu federalnym przez Niemiecką Radę Wzornictwa funkcję pełni na szczeblu landów **13 regionalnych Centrów Designu**, również odpowiedzialnych za promocję wzornictwa. Niektóre z nich istnieją od wielu lat (np. w Stuttgarcie, Hanowerze, Essen). Ich roczny budżet wynosi ok. 5 mln EUR. Centra Designu organizują wystawy, konkursy, szkolenia, przyznają nagrody.

Po zburzeniu muru berlińskiego głównym zadaniem **Międzynarodowego Centrum Designu w Berlinie** stało się zwiększenie wpływu wzornictwa na wzrost ekonomiczny w nowych landach. Międzynarodowe Centrum Designu w Berlinie oferuje liczne szkolenia dla projektantów z byłej Niemieckiej Republiki Demokratycznej pomagające im przystosowanie się do zmienionego otoczenia rynkowego.

Centra są finansowane w całości lub częściowo z funduszy państwowych, jednak wyraźnie wzrasta udział finansów prywatnych. Aktualnie przedsiębiorstwa finansują ok. 50%, państwo pozostałe 50%, kosztów działalności centrów designu.

iF International Forum Design ułatwia kontakty środowisk przemysłowych z profesjonalnymi projektantami, agencjami reklamowymi i agencjami PR. Kojarzy istniejących i potencjalnych klientów z odpowiednimi firmami projektowymi, organizuje przyznawanie znaku iF za dobrze zaprojektowane produkty.

Coraz bardziej istotnym wydarzeniem na światowej mapie wzornictwa jest organizowany rokrocznie w Berlinie międzynarodowy festiwal designu **DesignMai**.

N O R W E G I A

Politykę wspierania i promocji designu realizuje Rada Wzornictwa z rocznym budżetem 3 mln EUR, zatrudniająca 12 osób¹.

Zadaniem **Norweskiej Rady Wzornictwa** jest promocja stosowania designu w rozwoju produktów w celu zwiększenia konkurencyjności i zyskowności gospodarki norweskiej. Działania Rady są adresowane przede wszystkim do indywidualnych przedsiębiorstw norweskich, organizacji handlowych i doradztwa businessowego. Podstawowe usługi polegają na doradztwie w dziedzinie projektowania, związanej z rozwojem nowego produktu i komunikacji wizualnej, pomocy w nawiązywaniu kontaktów z projektantami wzornictwa i grafiki, udzielaniu finansowego wsparcia (do 1997 roku) firmom po raz pierwszy zatrudniającym projektanta w ramach programu „Wynajmij Projektanta”, organizacji seminariów, wykładów i wystaw, organizacji konkursów projektowych dla świata businessu i przemysłu.

Program rządowy „Design som drivkraft for norsk naeringsliv, Rapport fra Utvalget for Naeringsrettet Design” na lata 2001-2005 z budżetem 17 mln EUR opracowany w latach 2000-2001 został wstępnie zatwierdzony w 2001 roku. Po zatwierdzeniu programu odbyły się wygrane przez partię opozycyjną wybory i nowy rząd postanowił nie realizować planu intensyfikacji norweskiej gospodarki z udziałem wzornictwa w planowanym kształcie. Po powrocie do władzy poprzedniej ekipy wdrożenie planu jest rozpatrywane ponownie.

Diagnoza zawarta w programie „Stabilność gospodarki norweskiej” opiera się na dochodach z wydobycia ropy naftowej i gazu oraz połowów łososia. Sytuacja ta nie zmusza rządu Norwegii do wprowadzania nagłych zmian, ale w dłuższej perspektywie aktywizacja innych gałęzi gospodarki i dywersyfikacja dochodów są nieuniknione.

Cele opracowanego programu:

- Wzornictwo elementem wyznaczającym kierunki norweskiej przedsiębiorczości i konkurencyjności na rynkach globalnych;

¹ Fred Pedersen, Konferencja IWDS Cardiff, maj 2006

- Wzrost udziałów w rynku, lepsze zarobki, większa satysfakcja klientów;
- Postrzeganie Norwegii jako dobrego partnera do interesów, współpracy i miejsca podróży turystycznych;
- Innowacyjność powstająca z myślą o czło- wieku i jego otoczeniu;
- Inwestycje we wzornictwo jako element umacniania norweskiej tożsamości opartej na innowacyjnych produktach i usługach.

Osiągnięte przez:

- Znak Good Design – nagrody i akcje promocyjne, narodową kampanię projektową, zwiększoną aktywność instytucji publicznych i metodyczne tworzenie wizerunku kraju kompetentnego w dziedzinie wzornictwa;
- Profesjonalne i finansowe wspieranie usług projektowych kupowanych po raz pierwszy;
- Działalność regionalnych konsultantów wzornictwa, promocję wzornictwa w kręgach businessu, bazę danych o wzornictwie użytecznym dla przedsiębiorców, wzornictwo w inkubatorach przedsiębiorczości, doradztwo projektowe wykorzystujące media interaktywne i cyfrowe;
- Wspieranie dla projektowania innowacyjnego promujące nowe idee, koncepcje i produkty;
- Program umiędzynarodowienia norweskich produktów, projektów i firm projektowych;
- Granty wspierające kontynuację kształcenia projektantów, pomagającą im zaprezentowanie i rozwój własnych możliwości za granicą;
- Integrację projektowania związanego z rynkiem i działań Rady Badawczej;
- Rozwój kształcenia w zakresie projektowania i programów badawczych;

- Interdyscyplinarne Centrum Badawcze. Wiosną 2005 roku rozpoczęło działalność nowoczesne Centrum Wzornictwa w Oslo.

P O R T U G A L I A

W Portugalii istnieje Plan Kierunkowy dla Wzmocnienia Świadomości na temat Wzornictwa Przemysłowego, a **Portugalskie Centrum Designu** działa w imieniu rządu na rzecz promocji idei oraz praktyki projektowej. Osiągalne jest wsparcie finansowe i inne bodźce motywujące do stosowania i rozwoju wzornictwa przemysłowego. Po roku 2000 CPD realizuje projekty promocji portugalskiego wzornictwa i gospodarki za granicą oraz pomocy we wdrażaniu młodych projektantów do pracy w przemyśle. W roku 1999 CPD zaangażowane było w dwa programy badawcze związane z wzornictwem: pierwszy to ocena efektywności grupy sektorów przemysłowych, drugi to ocena zwrotu inwestycji (ROI) dokonanych w firmy projektowe (polityczna i finansowa). CPD prowadzi uzupełniające programy edukacyjne przy współpracy University of Glasgow. Obejmują one studia podyplomowe i 10-miesięczne szkolenia w wybranej dziedzinie przemysłu.

Na projektowanie w Portugalii duży wpływ ma wieloletnia tradycja sztuki użytkowej i rzemiosła. Dlatego głównymi obszarami działań projektowych są tu obuwnictwo, produkty ze skóry, ceramika, meble i tkaniny. Wzornictwo przemysłowe (w tym projektowanie produktów) nie odgrywa znaczącej roli w budżecie wydatków na projektowanie. Podczas gdy większość projektantów i biur projektowych pracuje na polu grafiki i komunikacji wizualnej, w ostatnim czasie można zauważyć oznaki specjalizacji w projektowaniu mody i tkanin. Nie istnieją systematyczne badania na temat potrzeb przemysłu dotyczących projektowania, a małe i średnie przedsiębiorstwa (stanowiące 90% wszystkich firm) dysponują niewielkimi lub żadnymi wiary-

godnymi danymi o wydatkach na projektowanie i zarządzanie projektowaniem. Stopień rozwoju lokalnego twórczego projektowania jest ograniczony charakterem portugalskiego przemysłu, który zorientowany jest bardziej na produkcję adresowaną do przemysłu niż na produkcję produktów rynkowych.

W Portugalii organizowana jest cykliczna międzynarodowa impreza designu progresywnego Experimenta.

S Z W E C J A

Polityka państwowa w Szwecji opiera się na stwierdzeniu, że wzornictwo przemysłowe jest kluczowym czynnikiem spełniania wymagań rynku. **Szwedzka Fundacja Wzornictwa Przemysłowego (SVID)** działa na zlecenie Departamentu Spraw Ekonomicznych. Jej zadaniem jest spowodowanie, żeby jak największa liczba szwedzkich przedsiębiorstw stosowała wzornictwo przemysłowe, a w konsekwencji była konkurencyjna na rynkach nowych i tradycyjnych.

Do zadań SVID należy: zwracanie uwagi przedsiębiorstw na rolę odgrywaną przez design dla ich konkurencyjności; umacnianie zdolności przedsiębiorstw do zamawiania, rozwijania i wdrażania projektów; wpływanie na lepsze zrozumienie potrzeb przemysłu ze strony projektantów; zwiększanie kompetencji i profesjonalizmu projektantów; rozwój sieci kontaktów między handlem, przemysłem, środowiskiem akademickim, projektantami oraz innymi podmiotami mającymi wpływ na wzornictwo przemysłowe lub będącymi pod jego wpływem; wspieranie szkoleń i badań w dziedzinie projektowania; udział w przekazywaniu know-how i zwiększaniu wiedzy o projektowaniu wśród inżynierów i ekonomistów.

Oferowane usługi zawierają: kontakty z projektantami, analizę pod kątem projektowania, rozwój koncepcji, prototypowanie, mode-

lowanie i rządową prowizję w wysokości 50% kosztów usług projektanta zatrudnionego po raz pierwszy.

Wspólne przedsięwzięcie władz lokalnych i SVID to „100 Godzin Projektowania”, projekt, dzięki któremu wybrane przedsiębiorstwa mogą otrzymać 100 godzin doradztwa projektowego po obniżonej cenie. Po podsumowaniu pierwszych stu projektów stwierdzono, że 80% z nich przyniosło zysk. Działania te są skierowane do małych i średnich przedsiębiorstw i wspierają bezpośrednio handel i przemysł, a nie środowisko projektowe. Jednakże projektanci są jednymi z najważniejszych uczestników tego projektu.

Patronem opracowanego w Szwecji w 2002 roku przez SVID i Szwedzkie Stowarzyszenie Rzemiosła i Projektowania na zlecenie Ministerstwa Przemysłu i Handlu programu rządowego „Społeczność Dbająca o Innowacyjność” był premier. Zatwierdzony budżet programu: 8,2 mln EUR na rok [UE (8,6%), regiony (23%), business (11,5%), rząd Szwecji (56%)]. Uzyskano pieniądze na promocję i wdrażanie wzornictwa w gospodarce. Nie uzyskano pieniędzy na badania, edukację i sektor publiczny.

Cele:

- Poprawa jakości życia, konkurencyjności, poziomu sektora publicznego, wizerunku państwa;
- Uzyskanie statusu światowego lidera wytwórcy produktów, usług, systemów komunikacji i otoczenia odpowiadających ludzkim potrzebom użytkowym, intelektualnym i rekreacyjnym (do 2006 roku);
- Uzyskanie statusu światowego lidera w dziedzinie projektowania przez szwedzkich producentów, wzrost międzynarodowej konkurencyjności, zysków i eksportu.

Osiągnięte poprzez:

- Działalność marketingową i promocyjną, wystawy w Szwecji i na głównych rynkach zagranicznych;
- Promocję międzynarodowych badań i współpracy szkoleniowej;
- Programy badawcze (studia magisterskie) ukierunkowane na sektor publiczny (opieka zdrowotna, edukacja, praca i administracja) i strategiczne obszary w sektorze prywatnym (środki transportu, telekomunikacja, sprzęt medyczny, biotechnologia);
- Rozwój programu w środowisku przedsiębiorców i administracji publicznej
- Utworzenie Europejskiego Instytutu Projektowania Dbającego o Innowacyjność (o funkcjach badawczo-edukacyjnych);
- Generowanie projektów w skali państwa skierowanych na rozwój gospodarki, uwzględniających stosowanie wzornictwa w obszarze wielkich przedsiębiorstw;
- Powołanie Szwedzkiego Centrum Europejskich Badań Projektowych;
- Stosowanie programów na szczeblu państwowym i regionalnym wskazujących na wzornictwo i innowacyjność jako model dla sektora prywatnego;
- Tworzenie lokalnych miejsc spotkań umożliwiających organizację wystaw, wydarzeń projektowych, warsztatów, publikacji itp.;
- Ustanowienie roku 2005 – rokiem Designu w Szwecji.

Ocenia się, że w Szwecji zatrudnionych jest w roli konsultantów ok. 250 projektantów wzornictwa przemysłowego. Większość z nich pracuje niezależnie, a wielu wchodzi w skład biur projektowych. Szwedzka Fundacja Wzornictwa Przemysłowego stworzyła rejestr aktywnych projektantów, w którym figuruje ok. 150 projektantów wzornictwa przemysłowego i 40 projektantów tkanin¹.

¹ „Opportunities in Design”, Irlandia 1999

W Ę G R Y

W celu zwiększenia konkurencyjności węgierskiej gospodarki w 2001 roku rząd węgierski wydał dekret o powołaniu **Węgierskiej Rady Wzornictwa**. Zadaniem Rady jest opracowywanie rządowej strategii dotyczącej projektowania oraz pomoc w jej realizacji. Rada jest prawnym spadkobiercą instytucji o tej samej nazwie powołanej w 1975 roku – Rady Wzornictwa, a od 1991 roku Rady Wzornictwa i Ergonomii. Członkami Rady są eksperci z dziedziny projektowania i finansów oraz przedstawiciele ciał rządowych. Umocowana jest przy Węgierskim Urzędzie Patentowym, którego prezes jest jednocześnie prezesem Rady Wzornictwa.

Zadania Rady:

- Przegląd i ocena poziomu wzornictwa na Węgrzech oraz śledzenie trendów światowych;
- Formułowanie propozycji dotyczących polityki rządowej i inicjowanie działań pozwalających na jej realizację;
- Działania ułatwiające kontakty między środowiskiem projektantów i przedsiębiorców;
- Inicjowanie programów, grantów, wystaw i innych wydarzeń promujących design;
- Odpowiedzialność za rozpowszechnianie informacji o projektowaniu, w tym o ochronie praw autorskich, działanie na rzecz stworzenia narzędzi finansowych umożliwiających bardziej efektywne wykorzystywanie wzornictwa;
- Inicjowanie i wspieranie działań wspomagających szkolenia projektantów;
- Promocja wzornictwa węgierskiego i umożliwianie projektantom węgierskim uczestniczenie w projektach międzynarodowych;
- Organizacja krajowych nagród oraz stypendiów w dziedzinie projektowania i nadzór nad ich przyznawaniem.

Węgierska Rada Wzornictwa jest członkiem IC-SID i BEDA. Jej ciałem wykonawczym jest Biuro Węgierskiej Rady Wzornictwa. Biuro jest jednostką organizacyjną Węgierskiego Urzędu Patentowego, zajmuje się organizacją prac Rady Wzornictwa i realizacją wytyczanych przez nią zadań, przygotowaniem studiów i propozycji dla Rady Wzornictwa, realizacją i koordynacją zadań wyznaczanych przez Urząd Patentowy oraz Ministerstwa Gospodarki i Transportu, Edukacji i Narodowego Dziedzictwa Kulturalnego. Biuro Węgierskiej Rady Wzornictwa odpowiada również organizacyjnie za Narodowe Nagrody w dziedzinie Projektowania i nagrody oraz stypendia im. Laszlo Moholy-Nagy dla młodych projektantów

Rada Wzornictwa finansowana jest w 100% z funduszy rządowych. W zaawansowanej fazie organizacyjnej jest nowe **Centrum Wzornictwa**, do którego zadań należeć ma głównie współpraca z węgierskimi przedsiębiorcami. W okresie początkowym Centrum Wzornictwa ma być w 70% finansowane przez państwo, a w 30% przez usługi komercyjne. Po trzech latach działalności ta proporcja ma ulec odwróceniu. Po uruchomieniu Centrum Wzornictwa Rada Wzornictwa będzie odpowiedzialna przede wszystkim za kontakty międzynarodowe i ogólną koordynację działań związanych z wzornictwem. Efektem jej działań są m.in. coroczne edycje (od 2004 roku) „**Design Week**” w Budapeszcie, podczas którego miasto żyje wzornictwem z całego świata

Od 1963 roku istnieje również przy Ministerstwie Narodowego Dziedzictwa Kulturalnego **Biuro Doradcze ds. Sztuk Pięknych**. Do jego zadań należy: rekomendowanie ekspertów z dziedziny sztuki użytkowej i projektowania, propagowanie i nadzór nad stypendiami dla młodych twórców, organizacja konkursów projektowych, dostarczanie usług doradczych i eksperckich w dziedzinie projektowania.

W I E L K A B R Y T A N I A

Rząd brytyjski wspiera poprawę jakości produktów brytyjskiego przemysłu na rynkach międzynarodowych poprzez stosowanie wzornictwa w produkcji. Design jest tam postrzegany jako kluczowy, bezcenny czynnik wpływający na sukces przedsiębiorstwa na rynkach światowych. Realizowany w drugiej połowie lat 90. pod patronatem premiera Tony'ego Blaira program „Creative Britain” był przedsięwzięciem mającym na celu wypromowanie Wielkiej Brytanii jako kraju nowoczesnej myśli i techniki. W ramach programu zorganizowano m.in. pokazywaną w wielu krajach świata wystawę „Millenium Products”.

Promocja wzornictwa należy do Departamentu Handlu i Przemysłu (**DTI Department of Trade and Industry – Design Policy Unit**), którego celem jest tworzenie klimatu sprzyjającego przedsiębiorczości.

Jednocześnie polityka rządowa opiera się na świadomości wagi systemu kształcenia projektantów i wspiera go tak, aby dostarczał przemysłowi w optymalny sposób wykształconych absolwentów.

Działania koordynowane są przez centralną Radę Wzornictwa (**Design Council**) o rocznym budżecie ok. 8 mln EUR i wspierane przez regionalne, obecnie niezależne, biura w Walii, Szkocji i Irlandii Północnej.

Zadaniem Brytyjskiej Rady Wzornictwa jest promocja wzornictwa wśród brytyjskich wytwórców. Rada nie udziela bezpośredniego wsparcia sektorowi usług projektowych.

Rada usiłuje poprawić konkurencyjność gospodarki brytyjskiej poprzez innowacje, nowe technologie, handel międzynarodowy, edukację i szkolenia. W celu zwiększenia konkurencyjności Rada dąży do zlikwidowania różnicy między ilością przedsiębiorstw przekonanych o znaczeniu stosowania wzornictwa (92% przedsiębiorstw) i ilością przedsiębiorstw stosujących

wzornictwo w praktyce (50% przedsiębiorstw). Do końca lat 80., oprócz zadań polegających na promocji wzornictwa i łączeniu świata gospodarki i świata designu, Rada Wzornictwa pełniła rolę opiniotwórczą i rolę kulturotwórczą. Za rządów premier Margaret Thatcher aktywność Rady skupiła się na praktycznych działaniach związanych z rynkiem. Każdorazowa zmiana Przewodniczącego Rady wywołuje żywą dyskusję o jej programie i zadaniach¹.

Rada Wzornictwa stworzyła sieć Połączeń Projektowych (**Design Links**). Są to grupy projektantów profesjonalistów udzielające wsparcia i specjalistycznych ekspertyz innym podmiotom, takim jak Połączenia Businessowe (**Business Links**), które są częścią Departamentu Handlu i Przemysłu (DTI) i dostarczają MŚP usługi innowacyjne, projektowe i technologiczne. Business Links dysponują siecią Doradców Projektowych (Design Councillors) oferującą porady i informacje na temat zysków płynących ze stosowania wzornictwa, wiedzę na temat firm projektowych, pomoc w formułowaniu założeń projektowych i specyfikacji rozwoju produktu, pomoc w zarządzaniu projektem oraz doradztwo w zakresie pozyskiwania grantów i wsparcia finansowego.

Brytyjska Inicjatywa Projektowa (**British Design Initiative Ltd**) – BDI jest prywatną organizacją promującą rozwój eksportu poprzez efektywne stosowanie wzornictwa. Zachęca zagraniczne firmy projektowe do współpracy z projektantami brytyjskimi i jest organizacją ułatwiającą bezpośredni dostęp zagranicznych klientów i mediów do brytyjskich firm projektowych.

The Design Business Association (DBA) jest organizacją zawodową brytyjskiego sektora projektowego. Jego rolą jest promocja praktyki projektowej poprzez organizację szkoleń,

seminariów oraz dostarczanie fachowych informacji i usług sektorowi projektowemu.

DBA odpowiada za DBA / Marketing Week Design Effectiveness Awards. Nagrody te są odbiciem wymiernego wpływu, jaki wzornictwo wywiera na wzrost sprzedaży zaprojektowanych produktów.

Zarząd Projektowy (**Design Directorate**) w Irlandii Północnej został utworzony przez rząd w celu przekazywania środków na rozwój i wspieranie stosowania wzornictwa przez przemysł Irlandii Północnej. Jego zadania to: wzrost świadomości dotyczącej zagadnień projektowych; doradztwo i informacja, m.in. o możliwościach wsparcia finansowego rozwoju produktu; dostarczanie najnowszych informacji o bieżących trendach, zarządzaniu procesem projektowania, osiągnięciach technologicznych i informacji na temat sektora przemysłowego poprzez podróże studialne w celu poznania międzynarodowego wzornictwa.

Design Directorate wdraża Program Rozwoju Wzornictwa, którego zadania to: wspieranie długofalowego stosowania designu przez przedsiębiorstwa, pomoc dla osób podejmujących decyzje w rozwijaniu strategii businessowej, doskonalenie projektowania i rozwoju produktów, reagowanie na nowe możliwości rynkowe. Program jest kombinacją szkoleń, interaktywnych warsztatów i indywidualnego doradztwa projektowego.

Dodatkowo funkcjonuje Program Rozwoju Nowego Produktu, który dotyczy bieżącego projektowania i procesu rozwoju, strategii, komunikacji wewnętrznej, pracy zespołowej i zarządzania projektem. Metodologia programu oparta jest również na sesjach warsztatowych i bezpośrednim doradztwie dotyczącym zarządzania projektem.

W ramach innego programu o nazwie „Projekt Konkurencja” („Compete Project”)

¹ Blueprint, 04.2000, „Get Back to the Basics”, Blueprint 01,2004

można uzyskać wsparcie finansowe na rozwój innowacyjnych – produktów i procesów wytwarzania.

Szkocka Rada Wzornictwa (**Scottish Design Council**) jest organizacją oferującą usługi doradcze dla sektora biznesu obejmujące wszystkie aspekty projektowania i procesu rozwoju produktu. Jest to unikalna organizacja skupiająca multidyscyplinarnych specjalistów posiadających duże doświadczenie w praktyce projektowej i w zakresie metodologii rozwoju produktu. Do ich głównych zadań należy doskonalenie koncepcji, procesów, metod pozyskiwania środków oraz podnoszenie świadomości znaczenia wzornictwa.

W ramach całościowej strategii rozwoju ekonomicznego Szkocji Szkocka Rada Wzornictwa współpracuje ze Szkocką Siecią Przedsiębiorczości (Scottish Enterprise Network), organizacjami przemysłowymi i akademickimi oraz szkockim środowiskiem projektowym w celu stymulowania rozwoju produktów we wszystkich dziedzinach biznesu.

Obecnie aktywną rolę odgrywa „The lighthouse” – Szkockie Centrum Architektury i Wzornictwa z siedzibą w Glasgow.

Design Walia (**Design Wales – DW**) zatrudnia 10 osób i oferuje bezpłatne usługi doradcze dla przemysłu dotyczące szerokiego zakresu zagadnień projektowych. Dostarcza wsparcie w zakresie zarządzania projektem i specyficznych zagadnień z zakresu projektowania oraz promocji produktu. Organizuje seminaria w Północnej i Południowej Walii na tematy takie jak: projektowanie wspomagane komputerowo, rozwój nowego produktu, kolory i trendy w modzie, identyfikacja firm i PR.

Design Walia działa w ścisłej współpracy z ośmioma punktami Doradztwa Innowacyjnego i Technologicznego (**Innovation and Technology Councillors**), rozrzuconych w róż-

nych miejscach Walii. Rolą ITC jest budowanie zrozumienia wagi innowacyjności jako środka zwiększania konkurencyjności i doradztwo w zakresie technologii towarzyszącej innowacjom.

Szczegółowe zadania:

Brytyjska Rada Wzornictwa:

- Wspieranie konkurencyjności przedsiębiorstw poprzez dostarczanie wiedzy, tworzenie narzędzi i podnoszenie świadomości umożliwiających prezentację brytyjskiej kreatywności i innowacyjności.

DTI / Design Policy Unit (Dział Wzornictwa Departamentu Handlu i Gospodarki) odpowiedzialny za politykę stosowania wzornictwa i jego promocję:

- Zachęca środowiska gospodarcze, akademickie i rządowe do stosowania wzornictwa;
- Pośredniczy w kontaktach reprezentantów środowiska projektantów z agendami rządowymi;
- Rozwija wiedzę, tworzy narzędzia i podnosi świadomość w celu zwiększenia konkurencyjności przedsiębiorstw;
- Sponsoruje sektor usług projektowych i przedsięwzięcia eksportowe.

British Design & Art Direction (D&AD):

Promuje dobre pomysły i kreatywność w środowisku biznesu;

- Szkoli i inspiruje kolejne generacje twórców;
- Przyznaje nagrody i wystawy D&AD Awards Touring Show i wydaje coroczną publikację promującą brytyjskie wzornictwo.

Design Business Association (DBA) – organizacja zawodowa środowiska projektantów:

- Pomaga w wejściu na nowe rynki poprzez sponsorowane przez British Trade International wystawy i misje handlowe;

- Organizuje eksport usług szkoleniowych w dziedzinie wzornictwa.

Muzeum Designu (Design Museum):

- Organizuje stałe i objazdowe wystawy i seminaria dla British Trade International;
- Sprawuje nadzór kuratorski i jakościowy nad wystawami.

British European Design Group:

- Organizuje międzynarodowe targi i zagraniczne misje handlowe sponsorowane przez British Trade International;
- Prowadzi badania rynkowe.

The British Council Design Department:

- Propaguje wiedzę, umożliwia kontakty ze środowiskami opiniotwórczymi, decyzyjnymi i potencjalnymi nabywcami;
- Tworzy nowe możliwości dla brytyjskich dostawców.

The British Design Initiative Ltd (BDI):

- Design Advisory & Recommendation Service – doradza zagranicznym firmom jak inwestować w brytyjski sektor usług projektowych;
- Design Export News – publikuje artykuły i wyniki badań na temat jakości brytyjskiego wzornictwa i jego sukcesów eksportowych;
- Design New Service – podsumowuje najnowsze informacje na temat innowacji, produktów i projektów;
- Design Export Register – śledzi zagraniczne projekty, jest źródłem wiedzy dla British Trade International Export Desk przy formułowaniu celów planowanych misji handlowych i akcji promocyjnych;
- Ma bezpośrednie kontakty z firmami projektowymi;

- Jest wsparciem dla British Trade International w organizacji misji handlowych, seminariów, wystaw i warsztatów projektowych;
- Organizuje badania rynkowe, kampanie PR i eksport usług projektowych.

The Crafts Council (Rada Rzemiosła):

- Promuje współczesne rzemiosło i sztukę użytkową poprzez wystawy, szkolenia, kształcenie, doradztwo, informację i sprzedaż;
- Bierze udział w targach i inicjatywach eksportowych we współpracy z British Trade International i British Council.

Wpływy z usług świadczonych przez brytyjskie firmy projektowe za granicą wynoszą ok. 518 mln EUR. Brytyjski przemysł wytwórczy wydał ok. 14.2 mld EUR na rozwój produktów i na wzornictwo (znaczna część dotyczy przemysłu motoryzacyjnego). W projektowanie zaangażowanych jest 4,5% sił wytwórczych przemysłu produkcyjnego (173 tys. osób). Brytyjskie firmy projektowe zatrudniają średnio 15-20 osób.

Według danych BEDA (Bureau of European Design Associations) z 2003 roku w Wielkiej Brytanii działało ok. 3700 firm projektowych. Aktywnie działa tam ok. 67 tys. projektantów. Ich przychód to 9 mld EUR, a przychód z eksportu usług projektowych – 2,1 mld EUR¹.

Ważnym wydarzeniem jest organizowane co roku w Londynie „100% Design”.

W Ł O C H Y

Państwo włoskie nie uznaje designu za odrębną specjalność zawodową i w przeciwieństwie do innych państw członkowskich Unii Europejskiej nie włącza się w organizowanie, wspieranie i promocję ośrodków badawczo-projektowych i centrów promocji wzornictwa.

¹ „Opportunities in Design”, Irlandia 1999

Mimo to szereg projektów ustaw dotyczących projektowania był przedłożony we Włoskim Parlamencie: Ustawa dotycząca instytucjonalizacji i regulacji rejestru architektów wewnątrz (1989), Ustawa dotycząca ochrony prac wzornictwa przemysłowego (1991). Dodatkowo, w 1993 roku **ADI – Associazione per il Disegno Industriale** (Stowarzyszenie na rzecz Wzornictwa Przemysłowego) zaproponowało utworzenie Międzyministerialnego Komitetu lub Narodowej Rady Wzornictwa Przemysłowego.

Aktualnie, ze strony rządu włoskiego nie istnieje poważne finansowe wsparcie dla rozwoju wzornictwa włoskiego. Podejmowane są działania regionalne np. dystrykt Lombardia i jego obszar Mediolan są przedmiotem badań projektowych Politechniki w Mediolanie (POLIMI). Ich celem jest rozwój regionalnej przedsiębiorczości i jej konkurencyjności na rynkach międzynarodowych oraz rozwój regionalnych marek produktów pod kątem turystyki i przemysłu.

We Włoszech istotnym opiniotwórczym i badawczym centrum akademickim różnych aspektów projektowania jest **Domus Academy**. Stowarzyszenie Wzornictwa Przemysłowego (Associazione per il Disegno Industriale – ADI) jest organizatorem głównego międzynarodowego konkursu „Compasso D'Oro”.

Promocją wzornictwa włoskiego zajmuje się **IDA (Italian Design Agency)** finansowana przez sektor przemysłowy, z niewielkim wsparciem funduszy państwowych. IDA jest organizatorem objazdowej wystawy wzornictwa włoskiego Italian Design on Tour (IDoT).

We Włoszech design nie jest postrzegany jako odrębna profesja. Zawód projektanta jest utożsamiany z zawodem architekta, który jest głęboko zakorzeniony we włoskiej tradycji. Nie istnieje wiarygodna informacja o ilości praktykujących projektantów we Włoszech i żadne profesjonalne badania na ten temat nie były pro-

wadzone. Wiadomo jednak, że honoraria większości projektantów stanowią tu tantiemy, a nie jednorazowe wynagrodzenia.

W latach 1950-1970 dewizą wzornictwa włoskiego była „forma i funkcja” (np. Olivetti i Fiat). W latach 80. przestało ono być postrzegane jako funkcjonalne. Jednakże od 1990 roku włoscy projektanci stopniowo odzyskują reputację twórców przedmiotów funkcjonalnych.

Obecność projektowania jest silnie zakorzeniona w kulturze włoskiej. Gospodarka włoska opiera się na firmach rodzinnych, których interesy zależą od kontaktów interpersonalnych. Włosi są świadomi wagi estetyki produktów, posiadają duże kompetencje techniczne i przywiązują duże znaczenie do detalu. Ich działania często mają nieformalny charakter.

Nieformalną światową stolicą designu jest Mediolan. Wokół jego imprez targowych (zwłaszcza Salone Mobile) organizowane są rocznie setki wydarzeń związanych z wzornictwem i wyznaczających trendy dla całego świata.

Wnioski:

- Kraje, w których sformułowano narodowe programy wspomagania gospodarki przez wzornictwo: Finlandia, Szwecja, Norwegia, Dania, Irlandia, Estonia, Korea Południowa, Finlandia i Irlandia – to najbardziej konkurencyjne i najszybciej rozwijające się kraje Europy Zachodniej i Azji Południowo-Wschodniej; w Szwecji wzornictwo jest jednym z filarów nowej polityki po wyczerpaniu się filozofii państwa opiekuńczego; Dania jest krajem, w którym wzornictwo od wielu lat odgrywa istotną rolę; Norwegia przygotowuje się do sytuacji, w której skończą się dochody z wydobycia ropy naftowej, gazu i połowów łososia; w Korei Południowej wzornictwo jest istotnym elementem polityki państwa, której celem jest

osiągnięcie pozycji lidera gospodarczego Azji Południowo-Wschodniej.

- Kraje, w których prowadzona jest świadoma polityka wspomagania gospodarki przez wzornictwo i istnieją odpowiednie do jej realizacji struktury: Wielka Brytania, Niemcy, Holandia, Hiszpania.
- Większość państw członkowskich Unii Europejskiej posiada rządowe ciała wspomagające gospodarkę poprzez wzornictwo. Najbardziej rozbudowane systemy istnieją w Wielkiej Brytanii i w Niemczech.
- Nowocześnie działające instytucje rządowe istnieją również w Czechach i na Węgrzech.
- Wzornictwo przemysłowe może być nie tylko elementem wspomagania gospodarki. Samo w sobie może być istotnym jej elementem.
- Pojęcie „wzornictwo przemysłowe” (industrial design) w różnych krajach obejmuje różne dziedziny projektowania, np. w Wielkiej Brytanii istnieje specjalizacja i podział na projektantów produktów, mebli, opakowań, komunikacji wizualnej czy grafiki użytkowej, a we Włoszech jest to pojęcie ogólne i obejmuje różne dziedziny projektowania. W powyższym opracowaniu pod pojęciem „wzornictwo przemysłowe” rozumie się różne dziedziny projektowania
- Papier przyjmuje wszystko. Opisane powyżej programy mogą być jedynie zbiorem pięknych, ale pustych haseł. Są jednak istotne dlatego, że w przypadku Finlandii, Szwecji, Danii, Irlandii, Korei Południowej kolejne punkty programów rządowych są konsekwentnie realizowane i mają rzeczywisty wpływ na tempo rozwoju gospodarki.

L I C Z B Y Rezultaty badań przeprowadzonych w Danii, Holandii, Szwecji i Wielkiej Brytanii są jednoznaczne: stosowanie wzornictwa się opłaca. Badania brytyjskie prowadzone

w latach 1997-1998 (źródło: „Opportunities in Design” Irlandia 1999) oraz duńskie prowadzone w latach 1998-2001 (źródło: Brigita Capetillo DDC – konferencja „Challenges of Design Promotion in Europe”, Paryż 2005) dały zbliżony rezultat: **ok. 80% badanych przedsiębiorstw stosujących wzornictwo odnotowało 20-40% wzrost sprzedaży**. Szacuje się, że w krajach o dużej świadomości roli wzornictwa jest ono stosowane przez ok. 50% przedsiębiorstw. Najbardziej korzystają ze współpracy z projektantami wzornictwa firmy zatrudniające poniżej 10 osób. Głównie dla nich tworzone są rządowe programy wspomagania pierwszych kontaktów producentów z projektantami, takie jak: „Przełamywanie lodów” w Danii, czy „100 godzin projektowania” w Szwecji, dzięki którym państwo finansuje częściowo lub w całości koszty pracy projektantów. Następne projekty są już finansowane przez przedsiębiorców. Pierwszy kontakt najczęściej przekonuje przedsiębiorców, że inwestowanie we wzornictwo jest opłacalne i przeradza się w regularną współpracę. **Dane opublikowane w 2005 roku przez holenderską fundację Premseła mówią, że wartość dodana wypracowana przez sektor designu w Holandii w 2001 roku wynosiła 2,6 mld Euro, co jest porównywalne z wartością dodaną wypracowaną przez sektor paliwowy i transportu lotniczego.** Największy udział miały w nim branże: projektowanie wnętrz, moda i reklama, ale wzornictwo stanowiło jego istotną część.

**BILANS INWESTYCJI I ZYSKÓW,
PRZYKŁADY OSIĄGNIĘĆ I CELÓW
POLITYKI DOTYCZĄCEJ SEKTORA USŁUG
PROJEKTOWYCH W WYBRANYCH KRAJACH**
(źródła: „Opportunities in Design” Irlandia 1999; „Polityka Stosowania Projektowania i Programy Promocji w Wybranych Krajach” - Designium UIAH, Finlandia 2003; Mollerup Designlab A/S “Establishing the Basis for the Elaboration of the

Estonian Design Policy Measures"- Final Report, 2003; Seminarium „Challenges of design promotion in Europe" Paryż 2004):

D A N I A

1997-2002

- Liczba firm potwierdzających, że wzornictwo miało wpływ na konkurencyjność wdrażanych nowych produktów wzrosła z 62% do 80%;
- Liczba przedsiębiorstw korzystających z usług zewnętrznych firm projektowych w rozwoju i projektowaniu nowych produktów wzrosła z 30% do 50%;
- Badania firm stosujących wzornictwo przemysłowe przeprowadzone przez DDC, wykazały, że ich zyski wzrosły o 20%;
- Roczne nakłady na wzornictwo w firmach zatrudniających powyżej 10 pracowników to 860 mln EUR;
- Ok. 50% firm zatrudniających powyżej 10 pracowników nie współpracuje jeszcze na stałe z projektantami wzornictwa. Procent ten jest znacznie większy w przypadku firm mniejszych. Istnieje więc wciąż ogromny potencjał rozwojowy dla wzornictwa przemysłowego w Danii.

Program „Przełamywanie Lodów”:

W latach 1998-2001 ponad 400 duńskich MŚP otrzymało rządowe wsparcie finansowe w ramach programu stymulującego stosowanie profesjonalnego wzornictwa w procesie tworzenia nowego produktu. Firmy uczestniczące w programie współpracowały z ponad 120, wcześniej zakwalifikowanymi, projektantami i firmami projektowymi.

Kryteria otrzymania wsparcia rządowego:

- Firmy zakwalifikowane jako MŚP według kryteriów Unii Europejskiej: zatrudniające maks. 250 osób, mające maks. obrót roczny 300 DKK;

- Firmy, które nie współpracowały i nie zatrudniały projektantów w ciągu ostatnich pięciu lat;
- Firmy, które zlecają kompleksowy, pełnopłatny projekt projektantowi lub firmie projektowej.
- Wsparcie finansowe było ograniczone do 50% honorarium projektanta i nie mogło przekraczać 66 tys. DKK.

Cele programu zakładały, że:

- 70% uczestniczących przedsiębiorstw uzyska satysfakcjonujący rezultat współpracy z projektantami;
- 60% uczestniczących przedsiębiorstw rozpocznie regularną współpracę z projektantami.

Po zrealizowaniu indywidualnych projektów stwierdzono, że:

- Ok. 90% przedsiębiorstw było usatysfakcjonowanych lub bardzo usatysfakcjonowanych z programu „Przełamywanie Lodów”
- Prawie 75% przedsiębiorstw odnotowało wzrost świadomości roli projektowania w zarządzaniu
- Prawie 80% przedsiębiorstw odnotowało wzrost konkurencyjności i zysków firmy.

Końcowy raport opublikowany w kwietniu 2003 roku stwierdził, że:

- 57% przedsiębiorstw kontynuowało lub planowało kontynuację współpracy z projektantami;
- 93% przedsiębiorstw kontynuujących lub zamierzających kontynuować współpracę z projektantami uznało, że wzornictwo ma wpływ na podniesienie konkurencyjności, 80% uznało, że wzornictwo jest dobrą inwestycją;
- **projekty wzornicze odniosły sukces przede wszystkim w firmach, w których**

zarząd co najmniej średniego szczebla był odpowiedzialny za wdrażanie wzornictwa.

F I N L A N D I A

Plan 2000-2005

Cele:

- 50% przedsiębiorstw korzystających z profesjonalnych usług projektowych;
- 30% przedsiębiorstw uwzględniających wzornictwo w planowaniu strategicznym;
- 10 fińskich firm projektowych operujących na rynkach międzynarodowych.

Plan 2005-2010

- 200 nowych firm rocznie uwzględniających wzornictwo w swoich działaniach;
- 80% przedsiębiorstw uwzględniających wzornictwo w planowaniu strategicznym;
- 50% przedsiębiorstw biorących pod uwagę wzornictwo w swoich działaniach biznesowych;
- 20 fińskich firm projektowych operujących na rynkach międzynarodowych.

S Z W E C J A

1998

Wspólne przedsięwzięcie władz lokalnych i Szwedzkiej Fundacji Wzornictwa Przemysłowego - „100 Godzin Projektowania”, projekt oferujący wybranym przedsiębiorstwom 100 godzin konsultacji projektowych w obniżonej cenie. Weryfikacja pierwszych stu projektów wykazała, że 80% zrealizowanych projektów dotyczących rozwoju produktu przyniosło zysk.

Plan do 2006

- Sto przedsiębiorstw rocznie doskonalących design i podejmujących świadome decyzje na tym polu.

N O R W E G I A

Opracowanie Norweskiej Rady Wzornictwa „Ukryte Aktywa: Wzornictwo Przemysłowe jako Twórczy

Czynnik Konkurencyjności” prezentuje osiągnięcia pierwszego norweskiego projektu badawczego (1991-1995) dotyczącego projektowania widzianego przez pryzmat businessu. Badanie dowodzi, że przedsiębiorstwa, które w swojej strategii stosują wzornictwo przemysłowe, w dłuższej perspektywie osiągają znakomite rezultaty w zakresie unikalności produktów, wzrostu sprzedaży, ożywienia businessu, zaangażowania pracowników, zdobywania nowych rynków w kraju i za granicą oraz wzrostu wiedzy i kompetencji.

Co ważne, pięć przedsiębiorstw poddanych badaniu osiągnęło zaskakująco szybki zwrot środków zainwestowanych w rozwój produktu tam, gdzie wzornictwo było istotnym czynnikiem.

- Technologia jest atutem norweskiej firmy Tomra, międzynarodowego lidera w produkcji maszyn do skupu przetwarzalnych butelek i puszek. W okresie 1988-1994 skuteczne zastosowanie wzornictwa wpłynęło na czterokrotny wzrost sprzedaży produktów tej firmy.
- HAG, inne przedsiębiorstwo norweskie, rozwija, produkuje i sprzedaje krzesła umożliwiające zmiany pozycji i ruch w czasie pracy. Dzięki wprowadzeniu wzornictwa, jako integralnej części sposobu działania firmy, w 1994 roku zysk HAG wzrósł siedmiokrotnie.
- Hamax jest przedsiębiorstwem przynoszącym zyski na międzynarodowym rynku sprzętu sportowego i ubiorów sportowych. Hamax zastosował wzornictwo przemysłowe jako narzędzie budowania wizerunku firmy, czego rezultatem był wzrost sprzedaży o 50%, po dwóch latach.
- Eksport stanowi obecnie 90% sprzedaży Stokke (producenta mebli).
- Grorud Industrier (wytwórca wysoko przetworzonych produktów z metali), dzięki zastosowaniu wzornictwa zdobył szereg kontraktów międzynarodowych.

Plan 2001–2005

Cel:

- Połowa przedsiębiorstw norweskich stosująca wzornictwo w procesie rozwoju nowych produktów i usług.

IRLANDIA

Plan 1999–2003

Cele:

- Wzrost zatrudnienia w firmach projektowych z 3,70 tys. Do 8 tys.;
- Wzrost zatrudnienia projektantów etatowych z 2,3 tys. Do 4 tys.;
- Wzrost obrotów firm projektowych z 270 mln do 590 mln EUR;
- Wzrost obrotów z usług eksportowych firm projektowych z 45 mln do 590 mln EUR.

KOREA POŁUDNIOWA

Cele:

- Wzrost potencjału koreańskiego wzornictwa o 65% do 2002 roku;
- Podniesienie poziomu usług koreańskich projektantów do 80–90% jakości usług w krajach rozwiniętych;
- Wzrost liczby projektantów etatowych z 20 tys. do 100 tys., do 2007 roku;
- Trzykrotny wzrost wartości rynkowej przemysłu projektowego (sektora usług projektowych).

HOLANDIA

Duży projekt badawczy przeprowadzony przez Uniwersytet Erazmusa w Rotterdamie pod hasłem „Konkurencyjność poprzez Inwestycje we Wzornictwo Przemysłowe” ocenił efektywność inwestycji dokonanych we wzornictwo przez 47 holenderskich MŚP z sektorów: meblarskiego i aparatury precyzyjnej. Główne wnioski tego badania były następujące:

- Na krótką metę wzornictwo przemysłowe może podnieść koszty produkcji. W średnim dystansie – inwestycje zwracają się wielokrotnie.
- Przedsiębiorstwa inwestujące relatywnie duże sumy we wzornictwo dysponują lepszymi produktami i osiągają wyższą pozycję na rynku niż te, które inwestują mało lub wcale. Wyższa pozycja na rynku oznacza, że przedsiębiorstwa o wysokim poziomie inwestycji we wzornictwo osiągają wysoki procentowy wzrost ilości skutecznie wprowadzonych na rynek produktów, wzrost sprzedaży w kraju i za granicą i poprawę wizerunku firmy.
- W sektorze wytwarzania mebli istnieje pozytywny związek między poziomem inwestycji we wzornictwo a wynikami sprzedaży, udziałem w rynku i poziomem innowacyjności. Innymi słowy: producent mebli, który inwestuje we wzornictwo przemysłowe, osiąga relatywnie większą sprzedaż, większy udział w rynku i wprowadza więcej nowych produktów na rynek.
- W sektorze aparatury precyzyjnej istnieje pozytywny związek między poziomem inwestycji we wzornictwo a zyskiem przed opodatkowaniem, wzrostem zysku, średnią roczną sprzedażą, procentowym udziałem w eksporcie, innowacyjnością i tempem rozwoju nowych produktów. Innymi słowy: producent aparatury precyzyjnej, który dużo inwestuje we wzornictwo przemysłowe osiąga lepsze rezultaty w zakresie: zysku, poziomu sprzedaży, eksporcie, rozwoju nowych produktów i szybkości wprowadzania ich na rynek.

WIELKA BRYTANIA

Przeprowadzone przez Radę Wzornictwa studium pod nazwą „Projektowanie i Ekonomia” zawierało m.in. ocenę zwrotu nakładów poniesionych na projektowanie.

Typy projektów poddanych badaniu (obejmującym 220 przedsiębiorstw produkcyjnych) obejmowały całe spektrum rodzajów projektowania, włącznie z projektowaniem konstrukcyjnym, projektowaniem opakowań, grafiki, wzornictwa przemysłowego i ergonomii. Zgromadzono dane dotyczące kosztów profesjonalnych projektów wykonywanych zarówno przez niezależne firmy projektowe, jak i projektantów etatowych oraz dane dotyczące całkowitych kosztów wdrożenia projektów, obejmujących rozwój projektu, wykonanie narzędzi, wdrożenie, wprowadzenie na rynek itd. Wyciągnięto następujące wnioski:

- 85% badanych projektów przyniosło zwrot poniesionych nakładów poprzez wzrost sprzedaży, wyższy margines zysku i / lub niższe koszty produkcji;
- Spośród tych projektów, które przyniosły zysk, 47% przyniosło całkowity zwrot nakładów poniesionych na projektowanie w ciągu roku lub wcześniej. Średnio nastąpiło to po roku i trzech miesiącach. Sprzedaż wzrosła średnio o 41%.
(Źródło: Design in Britain 1997-1998)
- Przeznaczenie 1% od obrotu na rozwój produktu i projektowanie ma wpływ na wzrost obrotów i zysków od 3% do 4% w ciągu pięciu lat.
(Źródło: Design in Britain 1997-1998)
- Raport stwierdza: „przeprowadzone badanie dowodzi, że stosowanie wzornictwa nie tylko jest opłacalne, ale inwestycje w dobrze zrobione projekty zwracają się bardzo szybko”.

W oparciu o przeprowadzone badania można stwierdzić, że większość rządów i producentów z krajów Unii Europejskiej ma świadomość roli, jaką design odgrywa w podnoszeniu konkurencyjności przedsiębiorstw. Dlatego stale rosną ich wydatki

na projektowanie. W roku 1994 wydatki na same honoraria dla projektantów wynosiły 8,2 mld EUR, a w roku 2000 wzrosły do ok. 12 mld EUR. W tym 36% wydano na projektowanie graficzne, 24% na rozwój produktów, a 40% na projektowanie otoczenia (wnętrza, sklepy itp.).

Wydatki na projektowanie (honoraria) w poszczególnych państwach UE w mld EUR (1994):

- Wielka Brytania – 2.2
- Niemcy – 2
- Francja – 0.64
- Hiszpania – 0.64
- Włochy – 0.64
- Holandia – 0.51
- Dania – 0.51
- Irlandia – 0.25
- Belgia – 0.25
- Portugalia – 0.25
- Grecja – 0.13
- Luksemburg – 0.13
- UE (suma) – 8.2

Mając na uwadze, że w ciągu ostatnich lat nastąpił jeszcze szybszy rozwój wzornictwa, można z dużą dozą prawdopodobieństwa stwierdzić, że w latach 2000–2007 wydatki te były znacznie większe.

Wnioski:

- Badania przeprowadzone w Danii, Holandii, Wielkiej Brytanii i Norwegii dowiodły, że ok. 80% przedsiębiorstw inwestujących we wzornictwo odnotowało zdecydowany wzrost dochodów.
- W większości krajów UE systematycznie rosną nakłady na wzornictwo i liczba przedsiębiorstw inwestujących w usługi projektowe.

CENTRA WZORNICTWA W większości państw europejskich istnieją centra wzornictwa. Ich rola i skala ich działań różnią się w zależności od pozycji, jaką wzornictwo zajmuje w danym kraju. Centra wzornictwa w krajach takich jak: Wielka Brytania, Niemcy, Dania czy Szwecja odegrały znaczącą rolę w czasie, gdy wzornictwo wymagało tam aktywnej promocji. Dzisiaj rola tych instytucji w wymienionych krajach ulega zmianie. Szukają one dla siebie nowych zadań i sensu istnienia. Zupełnie inaczej wygląda sytuacja centrów wzornictwa w krajach, w których świadomość znaczenia designu jest wciąż niedostateczna. Dlatego są tak potrzebne i tak aktywnie działają centra wzornictwa w Czechach, Portugalii i Norwegii, pełniąc wobec przemysłu rolę inicjującą oraz edukacyjno-promocyjną, a w trakcie organizacji są podobne instytucje na Węgrzech czy w Estonii. Należy tu wspomnieć również o działającym od stycznia 2005 roku bardzo aktywnym Śląskim Zamku Sztuki i Przedsiębiorczości w Cieszynie oraz o ambitnym programie Instytutu Wzornictwa Przemysłowego przedstawionym pod koniec 2006 roku i działaniach rozpoczętych przez jego nową dyrekcję w Warszawie.

EUROPEJSKIE CENTRA DESIGNU

W Europie istnieją 34 centra designu, 25% z nich zostało objętych badaniem przeprowadzonym w 2002 roku przez Michaela Thompsona z brytyjskiej firmy Design Connect. Struktura i sposób działania wielu centrów designu opiera się na modelu brytyjskiej Rady Wzornictwa.

- Centra operują w skali kraju, ale 30% z nich uczestniczy w programach międzynarodowych;
- Ich główną rolą jest promocja wzornictwa, ale 30% rozwija nową wiedzę, a 40% pełni rolę mediatorów między środowiskiem projektantów a przemysłem;

- 80% kieruje swoje główne działania do środowiska projektowego, a istotnym partnerem 40% są rządy;
- 50% oferuje płatne usługi firmom potrzebującym wzornictwa (głównie zarządzanie projektem);
- Centra pełnią podwójną rolę: miejsc zachęcających producentów do stosowania wzornictwa i punktów promocji wzornictwa wobec opinii publicznej; ich działania polegają na wydawaniu publikacji, organizacji wystaw i seminariów, przyznawaniu krajowych i międzynarodowych nagród oraz usługach kojarzenia projektantów z producentami;
- Wszystkie centra wydają własne publikacje lub e-ziny;
- Niewiele z nich prowadzi lub inicjuje badania projektowe, lub rozwija nową wiedzę;
- Niewiele z nich opracowało aktywną strategię w celu zmiany nastawienia rządu do wzornictwa;
- Żadne z badanych centrów nie miało dostępu do funduszy europejskich;
- Centra w Europie Zachodniej raczej się nie rozwijają, ale koncentrują się na przetrwaniu.

PROJEKTOWANIE A POLITYKA PAŃSTWA

- Na poziomie ogólnokrajowym aktywna polityka w odniesieniu do wzornictwa istnieje np. w Danii, Finlandii, Norwegii, Korei Południowej, Irlandii, Niemczech, Nowej Zelandii, Szwecji, Wielkiej Brytanii, a także w Singapurze i Kanadzie;
- Na poziomie regionalnym istnieje np. w Australii, Francji, Włoszech;
- Ogólnokrajowa polityka promocji i tworzenie międzynarodowych, regionalnych centrów projektowania: Wielka Brytania – w Europie, Korea Południowa – w Azji;
- Promocja wzornictwa w skali regionalnej skoncentrowana jest na promocji marki i produktów regionalnych.

CELE DŁUGOFALOWE POLITYKI – WARTOŚCI PROSPOŁECZNE I NOWA JAKOŚĆ WNOSZONA DO ŻYCIA PUBLICZNEGO:

- Projektowanie wpływa na stały wzrost ekonomiczny i jakość życia dzięki kształtowaniu środowiska; oddziałuje zarówno na jednostki, jak i na większe społeczności;
- Strategia ekonomiczna uwzględniająca potrzeby konsumentów to nie wszystko – strategia projektowa musi uwzględniać aspekty ekonomiczne, kulturowe, a zwłaszcza społeczne.

POLITYCZNE ZNACZENIE PROJEKTOWANIA:

Strategia projektowa stosowana w krajach zaawansowanych ekonomicznie uwzględnia aspekty odpowiedzialności społecznej. Dzieje się to zwłaszcza poprzez:

- Odpowiednie projektowanie środowiska;
- Uwzględnianie wartości społecznych w projektach dla jednostek i większych społeczności;

- Uwzględnianie roli wzornictwa w strategii ekonomicznej prowadzącej do ekonomicznego wzrostu;
- Uwzględnianie roli wzornictwa w zwiększaniu zysków z eksportu;
- Stosowanie wzornictwa jako czynnika wspomagającego przedsiębiorczość.

ELEMENTY STRATEGII PROJEKTOWEJ WPŁYWAJĄCE NA OBRAZ PAŃSTWA:

- Wzmacnianie identyfikacji narodowej i wizerunku państwa;
- Wzrost poziomu edukacji;
- Podnoszenie jakości życia i wzrost możliwości;
- Poprawa wyglądu środowiska;
- Oddziaływanie wzornictwa na zachowania jednostek i społeczności.

EKONOMIA:

- Wzornictwo jest elementem strategii gospodarczej prowadzącej do ekonomicznego wzrostu;
- Coraz wyraźniejsza jest tendencja przesuwania produkcji na wschód z powodu niższych kosztów produkcji. Inwestycje w sektor badawczo-rozwojowy (w tym we wzornictwo) są strategicznym celem państw europejskich. W sektorze produkcyjnym Europa nie może wygrać konkurencji ze wschodem. W sektorze projektowym konkurencja jest możliwa i konieczna.
- Stosowanie wzornictwa zwiększa zyski z eksportu;
- Stosowanie wzornictwa wzmacnia skuteczność i międzynarodową konkurencyjność sektora biznesu;
- Wzornictwo wspomaga przedsiębiorczość;
- Wzornictwo tworzy nowe miejsca pracy i pomaga w aktywizacji zawodowej.

CZYNNIKI NA POZIOMIE RZĄDOWYM MAJĄCE WPŁYW NA STOSOWANIE WZORNICTWA:

- Procedury rządowe uwzględniające interdyscyplinarną specyfikę projektowania;
- Wykształcenie i świadomość polityków i społeczeństwa;
- Poziom nakładów ponoszonych na badania i rozwój;
- Poziom uprzemysłowienia kraju;
- Poziom rozwoju ekonomicznego.

Wnioski:

- W zależności od lokalnej specyfiki istnieją różne podejścia rządów do aktywnego wspomagania stosowania wzornictwa. Znaczna liczba polityków państw liczących się na świecie jest świadoma znaczenia wzornictwa, traktuje je jako stały element strategii rozwoju państwa, tworzy odpowiednie struktury państwowe umożliwiające rozwój, stosowanie i promocję wzornictwa.
- Wzornictwo stymuluje rozwój gospodarczy, wzrost zamożności kraju i obywateli oraz ma pozytywny wpływ na rozwój kultury społeczeństwa.
- Dzięki wzornictwu poprawia się wygląd środowiska, percepcja kraju przez obywateli i jego mieszkańców. Dobrze zaprojektowane produkty są atutem eksportowym, a rozwój produkcji niweluje bezrobocie. Są to elementy uwzględniane w kampaniach wyborczych polityków wielu państw¹.

¹ Na podst. „Design Policy and Promotion Programmes in Selected Countries and Regions”, Designum - Finlandia 2003

I N N O W A C Y J N O Ś Ć Wzornictwo jest elementem innowacyjności. Świadomość tego faktu nie jest powszechna, nawet w niektórych krajach europejskich. Pozycja, skala wdrażania i korzyści ze stosowania wzornictwa są jednak największe w krajach, w których ta wiedza jest oczywista. **Kraje takie jak Finlandia, Szwecja czy Stany Zjednoczone wydają najwięcej na badania i rozwój. Kwoty przeznaczane na ten cel to: 4,3% PKB w Szwecji, 3,4% PKB w Finlandii i dla kontrastu 0,7% PKB w Polsce** (źródło: Main Science and Technology Indicators, Organization of Economic Cooperation and Development – OECD, 2003).

U N I A E U R O P E J S K A W 2002 roku z inicjatywy Komisji Europejskiej utworzono komitet, którego zadaniem jest stworzenie ogólnoeuropejskiej sieci stowarzyszeń projektantów pod nazwą DESIGN EUROPE odpowiedzialnej za koordynację polityki projektowej w różnych krajach w celu podniesienia konkurencyjności gospodarki europejskiej. Obecnie tworzony jest również program Design for the Future Needs (Projektowanie Odpowiadające na Potrzeby Przyszłości): Potrzeby obywateli Europy, jej gospodarki i kultury.

PROGRAMY UNII EUROPEJSKIEJ A DESIGN¹:

Piąty Program Ramowy zawiera niewiele programów bezpośrednio odnoszących się do designu. Poprzedni program ramowy był skierowany do MŚP i w znacznym stopniu dotyczył wzornictwa.

Piąty Program Ramowy zawiera programy:

- „Made it” – w którym mówi się o rozwoju oprogramowania dla MŚP ułatwiającego dostęp do designu;
- „The European Design Prize” – kontynuacja poprzedniego programu.

¹ Na podst. ICSTI Statement – „Design and Development”; Irlandia 2002

The Action Plan for Innovation in Europe zawiera podprogramy:

- „Showcase” – promocja innowacyjności w MŚP;
- „Strategist” – definiowanie, koordynacja, integracja strategii wpływających na skuteczność projektów. Rozpowszechnianie dobrych przykładów;
- „Pride” – wspomaganie zarządzania projektem. Rozpowszechnianie informacji o podejmowanych krokach;
- „Lifestyle” – wsparcie przekazywania wiedzy i nauczania przełamującego kulturowe i sektorowe bariery;
- „Eco Innovation” – wspieranie stosowania technik używanych do ochrony środowiska w projektach innowacyjnych;
- „Clip” – ułatwianie wymiany doświadczeń dotyczących różnych projektów i współpracy ponadnarodowej ;
- „Craft” – dofinansowanie badań nad stosowaniem designu przez MŚP w ramach programu innowacyjnego dla MŚP. Wymaga współpracy z partnerem z innego kraju członkowskiego Unii Europejskiej. Pokrywa koszty projektowania.

Wzornictwo przemysłowe było jednym z priorytetowych sektorów **Programu Ramowego „Kultura 2000”** w 2002 roku. Program przedłużono do 2006 roku.

W ramach **Europejskich Funduszy Strukturalnych** projekty dotyczące m.in. wzornictwa mogą być finansowane przez **Europejski Fundusz Rozwoju Regionalnego**.

W Polsce w ramach Europejskich Funduszy Strukturalnych mogą być wykorzystane:

Na rozwój infrastruktury:

- Program Operacyjny Innowacyjna Gospodarka;
- Regionalne Programy Operacyjne;

- Program Operacyjny Infrastruktura i Środowisko.

Na działanie miękkie (promocyjne):

- Program Operacyjny Kapitał Ludzki.

W ramach **Inicjatyw Wspólnotowych** wzornictwa mogą dotyczyć fundusze: **Interreg III, Urban II i Equal**.

Sektor edukacyjny wspierany jest przez programy: **Socrates-Erasmus** – wymiana studentów i wykładowców oraz **Leonardo da Vinci** – projekty badawcze.

Organizacją aktywnie działającą w krajach europejskich i usiłującą wpływać na politykę Komisji Europejskiej wobec wzornictwa jest skupiająca przedstawicieli organizacji profesjonalnych projektantów i centrów designu większości państw europejskich – **BEDA (Bureau of European Design Associations)**.

Organizacją skupiającą uczelnie projektowe z Europy i świata, organizującą ich regularne spotkania i inicjującą programy współpracy jest **CUMULUS**.

W ramach wspierania rozwoju regionów Unia Europejska chętnie dofinansowuje przedsięwzięcia, w których dla producentów z danego obszaru zagrożonego upadkiem pracują projektanci z różnych krajów. Pozwala to na wymianę doświadczeń oraz na spotkanie różnych tradycji i kultur, a także na dostarczenie producentom możliwie najlepszych projektów. Rodzi się pytanie o zagrożenie utraty własnej tożsamości.

Z drugiej strony takie podejście daje szansę na stworzenie optymalnych produktów, odpowiadających potrzebom nowego, globalnego świata. Tego typu działania podejmowane są w Europie coraz częściej. W ten sposób poszukiwane są np. projekty mające ożywić lokalny przemysł w Toskanii. Sukcesem jest opracowanie w 2007 r. jednolitej dla państw UE definicji wzornictwa dotyczącej klasyfikacji zawodów.

P O D S U M O W A N I E W wielu krajach europejskich świadomość roli wzornictwa wśród producentów nie jest wciąż dostateczna. Natomiast decydenci zazwyczaj rozumieją, jakie korzyści przynosi gospodarce stosowanie wzornictwa. Dlatego prawie wszędzie oczywista jest potrzeba jego wspierania. Mówimy więc w Europie w zasadzie o tym samym. Różne są natomiast fakty i liczby: od wielu milionów euro przeznaczanych rocznie na rozwój i promocję wzornictwa przemysłowego w Wielkiej Brytanii, Niemczech, Szwecji czy Finlandii po śladowe do niedawna kwoty w Polsce. Bez wsparcia władz wzornictwo może przynosić korzyści jednostkom w skali lokalnej, a nie całej gospodarce. **Dlatego rządy państw liczących się gospodarczo nie tylko stwarzają warunki sprzyjające wykorzystywaniu wzornictwa przez aktywnych przedsiębiorców, ale angażują się aktywnie w promocję i wspieranie wzornictwa. Stosowanie wzornictwa przemysłowego jest sprawdzoną metodą podnoszenia konkurencyjności gospodarki. Aby ta metoda mogła być stosowana, musi istnieć odpowiedni, skoordynowany system obejmujący: aktywnie działające instytucje rządowe i gospodarcze, szkolnictwo, media, targi i inne działania promocyjne.** System taki istnieje w większości państw, z którymi polska gospodarka konkuruje.

Wiodące w stosowaniu designu państwa skandynawskie budują wizerunek siły swojego wzornictwa, promując jako jego fundamenty sukcesy odniesione podczas wystaw paryskich w dwudziestolecie międzywojennym. Polskie projektowanie było wówczas tak samo entuzjastycznie przyjęte i nagrodzone wieloma złotymi medalami. Przeznaczone na rozwój wzornictwa fundusze i dobry klimat, który wokół wzornictwa ostatnio zapanował w Polsce, pozwalają patrzeć w przyszłość z optymizmem. Dla państw skandynawskich jest to powód do dumy i element propagandowego budowania wizerunku współczesnego państwa. Również w Polsce warto sobie przypomnieć i wykorzystać nasze bogate dziedzictwo.

BIBLIOGRAFIA

- Opportunities in Design*. Dublin 1999
Designing. „I.D. Magazine”, 1993
Design Policy and Promotion Programmes in Selected Countries and Regions, Designum. Finlandia 2003
ICSTI Statement – „Design and Development”. Irlandia 2002
J. Ginalski, M. Liskiewicz, J. Seweryn, Rozwój nowego produktu. ASP Kraków 1995
A. Sole. Social immovability and creativeness, The Journal of Design. IDoT, 0½2004
L. Lallerstedt. Design and Entrepreneurship – An Introduction from a Swedish Perspective, Cumulus Working Papers, 2003
Draft Report - Technical assistance to the Polish Institute for Industrial Design IWP”. I.C.T., 1994
W. Wybieralski. Polityka państwa na rzecz rozwoju wzornictwa jako instrument wzrostu konkurencyjności przemysłu. 1998
G. Julier. New Spanish Design. Thames and Hudson, 1991
Annual Report. Design Centre of the Czech Republic 2002
Proposal for a National Programme for Design as a Force of Development in the Private and Public Sectors. Svensk Form, Svensk Industri Design, 2002
Government Decree. Korm. on the Hungarian Design Council, nr 266/2001 (XII 21)
C. Frayling. O Design Council. „Blueprint”, 04/2000
R. Holdway, D. Walker. Get Back to the Basics. „Blueprint”, 0½2004
K.J. Fairfax. Miasto działa, państwo mniej. Gazeta Wyborcza Wrocław”, 05.03.2004
Mollerup Designlab A/S. Establishing the Basis for the Elaboration of the Estonian Design Policy Measures. Final Report, 2003

STRONY INTERNETOWE

www.icsid.org (*International Council of Societies of Industrial Design*)
www.beda.org (*Bureau of European Designers Associations*)
www.uiah.fi (*University of Art & Design in Helsinki*)
www.design-germany.de (*Design Zentrum Nordrhein Westfalen, Essen*)
www.german-design-council.de (*Rat für Formgebung, Frankfurt*)
www.ifdesign.de (*Industrie Forum Design, Hannover*)
www.design-center.de (*Design Center, Stuttgart*)
www.designflanders.be (*Centre de promotion du design Flanders Belge*)
www.ddc.dk (*Danish Design Centre*)
www.bcd.es (*Barcelona Design Centre*)
www.dzdesign.com (*Centro de Diseño, Bilbao*)
www.apci.asso.fr (*Agence pour la Promotion de la Creation Industrielle*)
www.cdra.asso.fr (*Centre de Design Rhone Alpes*)
www.norskdesign.no (*Norwegian Design Council*)
www.norskform.no
www.bno.nl (*BNO – Stowarzyszenie Projektantów Holenderskich*)
www.premsele.org (*Fundacja Premsele*)
www.edc.nl (*European Design Centre, Eindhoven*)
www.cpd.pt (*Centro Portugues de Design*)
www.designcentrum.cz (*Design Centrum Ceske Republiky*)
www.design-council.co.uk (*Design Council*)
www.sdc.sk (*Slovak Design Centre*)
www.svenskform.se (*Svenskform*)
www.svid.se (*Swedish Industrial Design Foundation*)
www.enterprise-ireland.com
www.mft.org.hu (*Hungarian Design Council*)
www.designaustria.at (*Design Austria*)
www.ornamo.fi (*Ornamo*)
www.designforum.fi (*Design Forum Finland*)
www.kidp.or.kr (*Korea Institute of Industrial Design & Packaging*)
www.cpd.pt (*Portugalskie Centrum Designu*)
www.iwp.com.pl (*Instytut Wzornictwa Przemysłowego*)
www.spfp.diz.pl (*Stowarzyszenie Projektantów Form Przemysłowych*)
www.wzornictwo.net (*Śląska Sieć na Rzecz Wzornictwa*)
www.zamekczyn.pl (*Śląski Zamek Sztuki i Przedsiębiorczości w Cieszynie*)
www.2plus3d.pl (*2+3D*)
www.rzeczy.net
www.designwales.org (*Design Wales*)
www.iam.pl (*Instytut Adama Mickiewicza*)
www.idagency.it (*Italian Design Agency*)
www.HDesignD.com (*Centrum Designu Chorwacji*)
www.danishdesigners.com (*Danish Designers*)
www.dba.org.uk (*Design Business Association*)
www.cumulusassociation.org (*Cumulus*)
www.alliance-francaise-des-designers.org (*Stowarzyszenie Projektantów Francuskich*)
www.eld.ee (*Estonian Designers Association*)
www.germandesign.de (*VDID – Stowarzyszenie Niemieckich Projektantów Form Przemysłowych*)
www.sistemadesignitalia.it
www.uprp.pl (*Urząd Patentowy R.P.*)
www.parp.gov.pl (*Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości*)
www.idz.de (*Internationales Design Centrum Berlin*)
www.udb.org (*Union des Designers en Belgique*)
www.agd.de (*Alliance of German Designers*)
www.mollerup-designlab.com

Michał Stefanowski
O ORGANIZACJI WZORNICTWA ZA GRANICĄ

Praca naukowa finansowana ze środków
budżetowych na naukę w latach 2005-2007
jako projekt badawczy „Wzornictwo
przemysłowe – element wzrostu
konkurencyjności gospodarki”

Uczestnicy projektu: mgr Paweł Balcerzak,
dr Grzegorz Niwiński, dr hab. Michał
Stefanowski, prof. Wojciech Wybieralski

Publikacja jest rezultatem współpracy Wydziału
Wzornictwa Przemysłowego Akademii Sztuk
Pięknych w Warszawie i Stowarzyszenia
Projektantów Form Przemysłowych

Przedruk całości i części niniejszej publikacji
jest zabroniony bez zgody Akademii Sztuk
Pięknych w Warszawie

Akademia Sztuk Pięknych w Warszawie
Wydział Wzornictwa Przemysłowego
ul. Myśliwiecka 8
00-459 Warszawa
Tel./fax +48 22 628 16 23
www.asp.waw.pl

Projekt graficzny: Bartosz Dobrowolski

Druk: Memograf

Warszawa 2007

ISBN 978-83-87321-34-6



Akademia Sztuk Pięknych w Warszawie / Wydział Wzornictwa Przemysłowego