

Innowacyjni

Dobre praktyki



**INNOWACYJNA
GOSPODARKA**
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI FUNDUSZ
ROZWOJU REGIONALNEGO



Praktyka pokazała, że polscy przedsiębiorcy
mają świetne pomysły
i odpowiedni potencjał intelektualny
do realizacji innowacyjnych przedsięwzięć

Innowacyjni

DOBRE PRAKTYKI



Warszawa 2010

Redaktor prowadzący: Jerzy Gontarz, Smartlink

Opracowanie tekstów i redakcja:

Rafał Bucholski, Krzysztof Garski, Jerzy Gontarz, Monika Kidyba, Adam Mielczarek, Krzysztof Orłowski, Rafał Pleśniak, Andrzej Rembowski, Małgorzata Remisiewicz, Izabela Rutkowska, Piotr Stefaniak, Jacek Strzelecki, Andrzej Szoszkiewicz, Łukasz Szoszkiewicz, Anna Wachowiak, Marcin Zasada

Projekt graficzny i skład: Alina Merha

Korekta: Agata Rokita

Zdjęcia: Jacek Babicz, Łukasz Głowala, Franciszek Mazur, Arkadiusz Ławrywianiec, Janusz Tatarkiewicz, Maciej Zakrzewski, Żelazna Studio oraz projektodawcy

Współpraca i konsultacje:

Karolina Dorywalska – Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości

Wydanie I

Stan na październik 2010 r.

Nakład: 2500 egzemplarzy

ISBN 978-83-7633-013-6

Publikacja bezpłatna

© Copyright by Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości, Warszawa 2010

Przygotowanie do druku, druk i oprawa:

SARTO Agencja Public Relations, 50-576 Wrocław, ul. Czerniawska 2a/26



**INNOWACYJNA
GOSPODARKA**
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI FUNDUSZ
ROZWOJU REGIONALNEGO



Publikacja współfinansowana ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego
w ramach Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka

Spis treści

Wprowadzenie	7
ABC Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka	9
Badaj i wdrażaj	12
Działania 1.4-4.1 w liczbach	12
Dobre praktyki	17
Gaz pod szkłem (Dynaxo)	18
Biopaliwo z Polski (Ekobenz)	22
Genetyka stosowana (Centrum Badań DNA)	26
POMPowanie korzyści (Poster)	30
Innowacja wpisana w DNA (Form-Plast)	32
Bezcenny szlam (Eko CARbo-Julia)	34
Kapitał dla innowacji	38
Działania 3.1 i 3.3 w liczbach	38
Dobre praktyki	43
Gra w zyski (Agencja Rozwoju Pomorza)	44
Poławiacze pereł (InQbe)	46
Na dobry początek (Miasteczko Multimedialne)	50
Inwestor z sieci (Fundacja Obserwatorium Zarządzania)	54
Owocne wsparcie (Fundacja Obserwatorium Zarządzania)	56
Pieniądze z odpadów (ATON-HT)	58
Zyski z odwagi (Centrum Klimat)	60
Akcje napędzane paliwem (Ekopol Górnoląski Holding)	64
Pomocnik giełdowy (Remedis)	68
Anielska sieć (Lewiatan)	70
Dobry wzór	72
Działanie 4.2 w liczbach	72
Dobre praktyki	77
Inteligentna bielizna dla aktywnych (Active Pro)	78
Butla korzyści (Techplast)	82
Innowacyjna inwestycja	86
Działanie 4.4 w liczbach	86
Dobre praktyki	89
Latające oko do druku (Grafix)	90
Innowacyjne bramki (Intersport Polska)	94
Teksturowy gigant (Karton PAK)	98
Równanie torów (Karya)	100
Ładne i trwałe (Intemo)	102

Kooperacja	104
Działanie 5.1 w liczbach	104
Dobre praktyki	107
Innowacje i zdrowa żywność (Wrocławski Park Technologiczny).....	108
Własność intelektualna.....	112
Poddziałanie 5.4.1 w liczbach.....	112
Dobre praktyki	115
Zbiorniki pod ochroną (Elpigaz).....	116
Mały elektronik w szkole (Siltronics)	120
Paszport do eksportu.....	122
Działanie 6.1 w liczbach	122
Dobre praktyki	125
Eksportowy makijaż (Szwedo Group).....	126
Geometria eksportu (Precyzja-Technik)	130
Świetlana przyszłość (LUG Light Factory)	132
Z Rawy do Chin (Hagmed)	134
E-biznes	136
Działania 8.1 i 8.2 w liczbach.....	136
Dobre praktyki.....	141
Usterka zdalnie wykryta (GaMP).....	142
Dochodowe hobby (iSolutions).....	146
Niezbędnik rodzica (Ewa Świerżewska Qlturka.pl)	150
Dotacja na wagę (LBL Group).....	154
Bukiet pomysłów (EuroFlorist Polska)	156
Lider komunikacji (eXant Software Polska).....	160
Projektowanie kuchni online (De Art kuchnieonline.pl).....	164
E-list polecony (BrainSoft).....	168
System szyty na miarę (Hurtimex)	170
Ruch na platformie (Biuro Plus Lewandowski).....	172

Projekty małe i duże



BOŻENA LUBLIŃSKA-KASPRZAK
PREZES PARP

Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości (PARP) jest główną instytucją odpowiedzialną za wdrażanie 13 działań w ramach Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka. Są one odpowiedzią na potrzeby przedsiębiorców oraz stanowią impuls do dalszego ich rozwoju.

Dzięki pozyskanemu za pośrednictwem PARP wsparciu przedsiębiorcy, zarówno stawiający pierwsze kroki w biznesie, jak i mający ugruntowaną pozycję na rynku, mogą rozwijać działalność badawczą i innowacyjną, rozszerzać zakres swojej działalności, zarówno lokalnie – np. poprzez ekspansję w internecie czy wejście na giełdę, jak i na rynkach międzynarodowych – rozwijając eksport. Ze wsparcia PARP korzystają także instytucje otoczenia biznesu, które poprzez swoje działania mogą pośrednio wpływać na rozwój sektora małych i średnich firm w Polsce.

Z dużą satysfakcją pragnę odnotować, że nasze starania przynoszą efekty. W połowie trwającej od 2007 r. do 2013 r. perspektywy finansowej zostało rozdysponowane przeszło 53% dostępnego w ramach PO IG budżetu PARP. Sukces ten nie byłby możliwy bez wsparcia naszych partnerów: instytucji otoczenia biznesu, partnerów społecznych, władz regionalnych, ministerstw: Rozwoju Regionalnego, Gospodarki, Spraw Wewnętrznych i Administracji oraz Nauki i Szkolnictwa Wyższego, a przede wszystkim aktywności samych przedsiębiorców.

Polscy przedsiębiorcy udowodnili zarówno w poprzedniej, jak i w obecnej perspektywie finansowej, że potrafią z sukcesem sięgać po wsparcie unijne i wykorzystywać je do rozbudowy i unowocześniania swoich firm.

Publikacja, którą oddajemy do Państwa rąk, prezentuje przykłady różnych przedsięwzięć zrealizowanych dzięki pozyskanemu w ramach PO IG wsparciu. Znalazły się w niej opisy dużych inwestycji, zrealizowanych nakładem wielu milionów złotych, oraz dobrze wykonane projekty mikroprzedsiębiorstw. Wybrane przykłady pokazują różnorodność form wsparcia, jakie oferuje Program Operacyjny Innowacyjna Gospodarka, oraz bogactwo inicjatyw przedsiębiorców, którzy współtworzą innowacyjną gospodarkę.

Pragnę życzyć polskim przedsiębiorcom – naszym obecnym i przyszłym beneficjentom – dalszych sukcesów w pozyskiwaniu unijnego wsparcia na realizację ich zamierzeń biznesowych. Mam nadzieję, że publikacja „Innowacyjni. Dobre praktyki” będzie stanowić dla Państwa źródło wartościowej inspiracji.

ABC

Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka

Rozwój polskiej gospodarki w oparciu
o innowacyjne przedsiębiorstwa – to główny cel
Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka.

Osiągnięcie celu PO IG ma być możliwe poprzez inwestycje w sferę badawczo-rozwojową (B+R) oraz wdrażanie innowacji. Istotne jest inicjowanie współpracy pomiędzy sferą nauki a przedsiębiorstwami, a także rozwój instytucji otoczenia biznesu (IOB). Program wspiera ekspansję polskich firm na rynkach międzynarodowych i promuje wykorzystanie technologii teleinformatycznych w działalności gospodarczej. To najważniejsze elementy, które prowadzą do osiągnięcia głównego celu PO IG. Efektem realizacji działań ma być wzrost konkurencyjności i innowacyjności polskich firm na rynku europejskim.

Finansowanie

Program jest finansowany przy zaangażowaniu środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego, pieniędzy budżetu państwa oraz nakładów prywatnych. Łączna wielkość publicznych pieniędzy przeznaczonych na realizację PO IG w latach 2007-2013 wyniesie ponad 9,7 mld euro (15% tej kwoty stanowią krajowe środki publiczne). Alokacja z Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego na Program Operacyjny Innowacyjna Gospodarka stanowi 12,3% całości Funduszy Europejskich zaangażowanych w realizację Narodowej Strategii Spójności 2007-2013 (jest to dokument

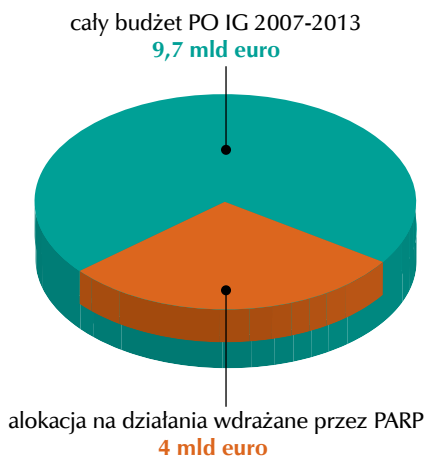
określający m.in. priorytety i obszary wykorzystania oraz system wdrażania funduszy wspólnotowych w latach 2007-2013). 94,88% środków alokowanych na program (czyli 9,2 mld euro) zostanie przeznaczonych na kategorie zgodne z celami odnowionej Strategii Lizbońskiej (w 2010 r. zastąpiła ją strategia Europa 2020) w zakresie pobudzenia działalności B+R oraz innowacyjności.

Rola PARP

PARP realizuje 13 działań w ramach Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka. Podsumowując poszczególne wartości z tabeli 1, łatwo obliczyć, że budżet tych działań sięga niemal 4 mld euro. Dotyczą one różnych kierunków rozwoju i obszarów funkcjonowania firm oraz IOB. Program wspiera zarówno przedsiębiorców prowadzących prace badawcze i rozwojowe nowego rozwiązania, dokonujących wdrożeń >

Praktyka pokazała, że polscy przedsiębiorcy mają świetne pomysły i odpowiedni potencjał intelektualny do realizacji innowacyjnych przedsięwzięć

Budżet działań wdrażanych przez PARP



Źródło: Uzupelnienie Programu Operacyjnego
Innowacyjna Gospodarka 2007-2013

- > innowacyjnych produktów, usług lub procesów, chcących chronić swoją własność przemysłową, jak i firmy poszukujące nowych rynków zbytu czy wdrażające rozwiązania typu Business to Business. Działania te uzupełniają się wzajemnie. Bywa, że firma konsekwentnie realizująca swą strategię korzysta z kilku działań PO IG. Takie przykłady można znaleźć w przedstawionych w niniejszej publikacji dobrych praktykach.
- W procesie udostępniania tych instrumentów przedsiębiorcom oraz instytucjom otoczenia biznesu Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości pełni funkcję Instytucji Pośredniczącej II stopnia (inaczej: Instytucji Wdrażającej). Instytucjami nadrzędnymi wobec niej w procesie wdrażania PO IG są Ministerstwo Gospodarki, Ministerstwo Spraw Wewnętrznych i Administracji oraz Ministerstwo Nauki i Szkolnictwa Wyższego (tzw. Instytucje Pośredniczące). Całym programem zarządza Ministerstwo Rozwoju Regionalnego (Instytucja Zarządzająca). PARP współpracuje z różnorodnymi instytucjami i ekspertami z wielu dziedzin, a także wypełnia obowiązki sprawozdawcze wobec trzech wymienionych resortów.

Droga po dotację

Jak przedsiębiorcy oraz IOB mogą otrzymać dotacje z PO IG? Muszą przygotować projekty, które wynikają z autentycznych potrzeb i koncepcji na rozwój. Dodatkowo muszą być one zgodne z celami programu. Projekty wybierane są w otwartych lub zamkniętych konkursach ogłaszanych przez PARP. Ich ocena opiera się na jawnych kryteriach. Najpierw dokonywana jest weryfikacja formalna wniosków, następnie przechodzą one ocenę merytoryczną. Po ogłoszeniu wyników konkursu projektodawcy, których wnioski nie otrzymały rekomendacji do dofinansowania, mogą skorzystać z procedury odwoławczej. Procedura wyboru projektów kończy się podpisaniem umowy o dofinansowanie. Projektodawca zobowiązuje się w niej do realizacji swojego przedsięwzięcia w terminie i zakresie przewidzianych we wniosku o dofinansowanie.

Jest to więc dopiero początek drogi w staraniach o Fundusze Europejskie. Można także skorzystać z systemu zaliczkowania. Jednakże rozliczenie projektu i otrzymanie całkowitej kwoty dotacji możliwe jest dopiero po zakończeniu realizacji przedsięwzięcia. Musi ona przebiegać zgodnie z zapisami umowy.

Zaliczkowanie

Przedsiębiorcy otrzymują dotacje w formie refundacji już poniesionych wydatków oraz zaliczek na poczet przyszłych wydatków. Łączne dofinansowanie w formie zaliczki nie może przekroczyć 95% maksymalnej wysokości dofinansowania; pozostałe 5% przekazane jest beneficjentowi w formie refundacji po złożeniu rozliczenia końcowego. Aby otrzymać pierwszą zaliczkę, przedsiębiorca musi wnieść zabezpieczenia wraz z poprawnie wypełnionym wnioskiem o płatność zaliczkową. Koszt zabezpieczenia, jak i koszt założenia i prowadzenia odrębnego rachunku bankowego jest finansowany w 100% z dotacji.

Przedsiębiorcy muszą rozważnie korzystać z zaliczek. Zgodnie z interpretacją ustawy o finan-

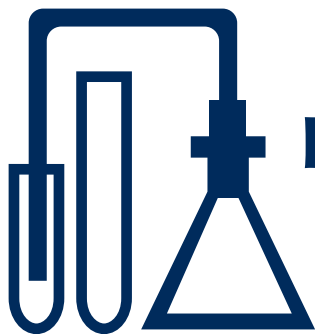
sach publicznych, przedsiębiorca spóźniający się z rozliczeniem etapu, na który wziął zaliczkę, będzie musiał zapłacić odsetki. PARP apeluje o składanie wniosków o płatność zgodnie z ustalonym w umowie harmonogramem. Złożenie wniosku o płatność w terminie późniejszym niż 30 dni od zakończenia działania (lub etapu czy zadania), przewidzianego w harmonogramie rzeczowo-finansowym, skutkuje koniecznością zapłaty odsetek w wysokości jak dla zaległości podatkowych. Odsetki są naliczane od dnia przekazania środków z zaliczki projektodawcy do dnia złożenia wniosku o płatność rozliczającego tę zaliczkę.

W PO IG ocena projektów opiera się na jawnych kryteriach. Najpierw dokonywana jest weryfikacja formalna wniosków, następnie przechodzą one ocenę merytoryczną

Tabela 1. Działania wdrażane przez PARP

Działanie PO IG	Budżet na lata 2007-2013 (w euro)	Instytucja Pośrednicząca
1.4 „Wsparcie projektów celowych”	390 352 176	Ministerstwo Nauki i Szkolnictwa Wyższego
3.1 „Inicjowanie działalności innowacyjnej”	110 000 000	Ministerstwo Gospodarki
3.3 „Tworzenie systemu ułatwiającego inwestowanie w MSP”*	50 000 000	Ministerstwo Gospodarki
4.1 „Wsparcie wdrożeń wyników prac B+R”	390 000 000	Ministerstwo Gospodarki
4.2 „Stymulowanie działalności B+R oraz wsparcie w zakresie wzornictwa przemysłowego”	186 000 000	Ministerstwo Gospodarki
4.4 „Nowe inwestycje o wysokim potencjale innowacyjnym”	1 493 701 020	Ministerstwo Gospodarki
5.1 „Wspieranie rozwoju powiązań kooperacyjnych o znaczeniu ponadregionalnym”	104 300 000	Ministerstwo Gospodarki
5.2 „Wspieranie instytucji otoczenia biznesu świadczących usługi proinnowacyjne oraz ich sieci o znaczeniu ponadregionalnym”	32 100 000	Ministerstwo Gospodarki
5.3 „Wspieranie ośrodków innowacyjności”	189 997 647	Ministerstwo Gospodarki
5.4 „Zarządzanie własnością intelektualną”*	39 000 000	Ministerstwo Gospodarki
6.1 „Paszport do eksportu”	121 840 000	Ministerstwo Gospodarki
8.1 „Wspieranie działalności gospodarczej w dziedzinie gospodarki elektronicznej”	390 635 294	Ministerstwo Spraw Wewnętrznych i Administracji
8.2 „Wspieranie wdrażania elektronicznego biznesu typu B2B”	460 817 882	Ministerstwo Spraw Wewnętrznych i Administracji

* Działania te dzielą się na poddziałania, bardziej szczegółowe instrumenty wsparcia



BADAJ I WDRAŻAJ

Działania 1.4-4.1 w liczbach

Polscy przedsiębiorcy w niewielkim stopniu w porównaniu z firmami z innych krajów europejskich wprowadzają innowacje oparte na wynikach prac badawczo-rozwojowych. Dlatego jednym z priorytetów Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka jest zwiększanie znaczenia nauki w sektorze biznesowym poprzez zachęcanie przedsiębiorców do współpracy z instytucjami B+R. Firmy mogą otrzymać z PO IG dofinansowanie na projekty celowe i wdrożenia wyników prac badawczych i rozwojowych. Zestaw uzupełniających się **działań 1.4-4.1 „Wsparcie projektów celowych oraz wsparcie wdrożeń wyników prac B+R”** funkcjonuje od 2008 r., kiedy to przeprowadzono konkurs. Do końca I półrocza 2010 r. odbyły się w su-

mie trzy rundy aplikacyjne do tych połączonych działań.

Projekty celowe

W działaniu 1.4 przedsiębiorcy mogą się ubiegać o dofinansowanie na badania przemysłowe lub prace rozwojowe. Od rodzaju tych prac oraz od wielkości firmy zależy wysokość dofinansowania.

Badania przemysłowe są rozumiane jako planowane badania ukierunkowane na zdobycie wiedzy oraz umiejętności, które mogą być wykorzystane w rozwoju nowych produktów, procesów czy usług. Wiedza może się również przyczyniać do znaczącego udoskonalenia produktów i usług już istniejących. Wyniki tych badań nie mogą mieć jeszcze przełożenia na zastosowanie ulepszeń w konkretnych produktach (towarach lub usługach) lub też wprowadzenie nowych produktów.

Natomiast **prace rozwojowe** polegają na wykorzystaniu dostępnej aktualnie wiedzy i umiejętności do planowania produkcji, projektowania nowych, zmienionych lub ulepszonych produktów, procesów bądź usług. Prace te mogą

Co najmniej 60% funduszy przeznaczonych na działania 1.4-4.1 PO IG (łącznie 780 mln euro) ma trafić do małych i średnich przedsiębiorstw

obejmować stworzenie wszelkiej dokumentacji niezbędnej do wdrożenia do produkcji wyników badań, w tym: przygotowanie projektów, planów, opracowanie prototypów urządzeń, przeprowadzenie niezbędnych testów.

Projekty celowe mogą być realizowane samodzielnie lub na zlecenie firmy – przez jednostki naukowe bądź innych przedsiębiorców, którzy posiadają zdolność do realizacji prac badawczych. Stworzenie prototypu będącego efektem prac badawczo-rozwojowych kończy okres, kiedy wydatki kwalifikują się do dofinansowania z działania 1.4. Wśród tych wydatków mogą się znaleźć m.in.: wynagrodzenia osób zaangażowanych bezpośrednio w realizację projektu,

Mały dostaje więcej

Poziom dofinansowania wydatków projektu w zależności od wielkości firmy

- **Mikroprzedsiębiorstwo, mała firma**
– badania przemysłowe – do 70%,
prace rozwojowe – do 45%
- **Średnie przedsiębiorstwo**
– badania przemysłowe – do 60%,
prace rozwojowe – do 35%
- **Duże przedsiębiorstwo**
– badania przemysłowe – do 50%,
prace rozwojowe – do 25%

Koszty zabezpieczenia realizacji umowy oraz koszty prowadzenia konta bankowego są finansowane w 100%.

koszty zakupu lub używania sprzętu i aparatury, koszty amortyzacji budynków. Z działania można również dofinansować nabycie na warunkach rynkowych wartości niematerialnych i prawnych w formie patentów, licencji, know-how oraz zakup badań, usług doradczych i usług równorzędnych wykorzystywanych wyłącznie na potrzeby związane z realizacją projektu badawczego. Nie można zaś finansować bieżącej działalności przedsiębiorcy. Maksymalna kwota dofinansowania tego etapu wynosi **7,5 mln euro**.

W 2010 r. wprowadzono możliwość realizacji

projektów w ramach tzw. **efektywnej współpracy**. Jest to realizacja wspólnego projektu celowego, umożliwiającego uzyskanie dodatkowej premii w postaci wyższego dofinansowania.

Część inwestycyjna

Działanie 4.1 jest komplementarne w stosunku do działania 1.4. Dopóki w jednym z nich nie wyczerpały się środki (o czym mowa dalej), tworzyły integralną całość. W ramach działania 4.1 wsparcie przeznaczone jest na przygotowanie do wdrożenia oraz wdrożenie wyników projektu celowego obejmującego przedsięwzięcia techniczne, technologiczne lub organizacyjne, realizowane przez przedsiębiorców. Na wdrożenie (II etap projektu) można otrzymać maksymalnie 20 mln zł.

Przedsiębiorca składa jeden wniosek obejmujący oba etapy działań. Uzyskanie dofinansowania na drugą fazę projektu jest uzależnione od pomyślnego zakończenia etapu pierwszego oraz przedłożenia analiz opłacalności wdrożenia. Jeśli firmie nie uda się wdrożyć wyników badań z przyczyn innych niż określone w umowie o dofinansowanie, musi się liczyć z obowiązkiem zwrotu dotacji uzyskanej w ramach działania 1.4. Jeżeli jednak po dokonaniu analizy opłacalności wdrożenia wyników prac badawczych okaże się, iż wdrożenie będzie nieopłacalne, albo gdy prace badawcze zakończą się fiaskiem, przedsiębiorca nie musi zwracać dofinansowania uzyskanego na przeprowadzenie prac badawczych.

Wykorzystanie funduszy

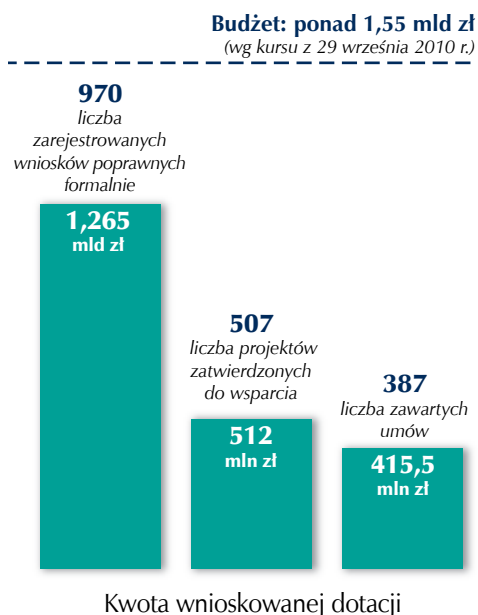
Budżet działania 1.4 „Wsparcie projektów celowych” wynosi ponad 390,35 mln euro, co po przeliczeniu po kursie z połowy 2010 r. (1 euro = 4,1603 zł) daje przeszło 1,623 mld zł. Na działanie 4.1 w latach 2007-2013 przeznaczono podobną kwotę – 390 mln euro. Podczas naborów okazało się, że większość projektodawców wnioskuje o dużo wyższe kwoty na etap wdrożeniowy (inwestycyjny) niż na badania lub prace rozwojowe.

>



- > W połowie 2010 r. rekomendowanych do dofinansowania było łącznie 417 projektów na łączną kwotę ponad 460 mln zł w działaniu 1.4 (ok. 28% całego budżetu) oraz ponad 877 mln zł w działaniu 4.1 (ok. 54% budżetu). Dodatkowo w ocenie pozostawała jeszcze spora część projektów z zamkniętego w grudniu 2009 r. konkursu, a ich wartość w zakresie działania 4.1 była tak duża, że stało się pewne, iż zostanie wykorzystany cały budżet działania. Z tego względu zawieszono konkurs planowany na wiosnę 2010 r. Znowelizowano rozporządzenie ministra rozwoju regionalnego w sprawie udzielania przez PARP pomocy finansowej w ramach PO IG na lata 2007-2013 tak, aby możliwe było udzielenie wsparcia jedynie na działanie 1.4.

Wykorzystanie funduszy w działaniu 1.4 PO IG



Źródło: PARP, stan na 22 października 2010 r.

W przypadku działań 1.4-4.1 co najmniej 60% alokacji powinno zostać przeznaczone na bezpośrednie wsparcie dla MSP. Dotychczas w ramach działania 4.1 ok. 78% alokacji przeznaczone jest na wsparcie projektów złożonych przez MSP. Do połowy 2010 r. wsparcie uzyskało 208 przedsiębiorstw (niektóre złożyły po 2 lub 3 projekty), z czego 174 należące do sektora MSP. Od początku realizacji działania 4.1 PARP podpisała ok. 390 umów o dofinansowanie II etapu (wdrożeńiowego) projektów, ale liczba ta szybko wzrasta. Najbardziej zaawansowane w realizacji są projekty, które zakwalifikowały się do dofinansowania w konkursie przeprowadzonym pod koniec 2008 r. W większości kończy się etap badawczy i następuje przejście do komercjalizacji wyników badań.

Blżej beneficjenta

W czerwcu 2010 r. do systemu obsługi działania 4.1 w szerszym zakresie włączono Regionalne Instytucje Finansujące (RIF). RIF-y nie tylko zawierały umowy wsparcia na rok 2010, ale też zaczęły przyjmować i weryfikować weksle, rozpatrywać wnioski o wprowadzenie zmiany w umowach, wnioski o płatność, a także rozwiązywać umowy o dofinansowanie oraz anulować zaświadczenia o pomocy *de minimis*. W związku z rozszerzeniem funkcji RIF-ów firmy realizujące projekty powinny odczuć usprawnienia w pracy Instytucji Wdrażającej – nastąpiło skrócenie ścieżki weryfikacji i obsługi dokumentacji. Dodatkowe ułatwienie polega na tym, że przedsiębiorcy są obsługiwani w województwach, w których realizują projekty.

Po trzech naborach do działań 1.4-4.1 PO IG przedsiębiorcy wyczerpali budżet na finansowanie etapu wdrożeńiowego (działanie 4.1)





DOBRE PRAKTYKI

Gaz pod szkłem

DYNAXO

Technologia zastosowana przez firmę Dynaxo z Wroniek jest wyjątkowa w skali świata. Już w 2007 r. pierwsze płyty ceramiczne z gazowymi generatorami podczerwieni tego producenta trafiły do niemieckich kamperów, czyli samochodów kempingowych. Od lipca 2010 r. na polskim rynku dostępny jest nowy produkt skierowany do gospodarstw domowych.

Firma działa w kilku obszarach. Współpracuje z największymi w Polsce przedsiębiorstwami reklamy outdoorowej. Zajęła niszę rynkową w udostępnianiu systemu cyfrowego przekazu marketingowego (*dynamic digital signage*). Prawie 1000 monitorów tej firmy zamontowanych w wagonach warszawskiego metra prezentuje reklamy nadawane przez internet (CityInfo TV). Druga branża to przemysł elektromaszynowy, w tym obróbka plastyczna blach. W tym zakresie Dynaxo współpracuje ze znanymi producentami AGD, m.in. z Amicą. Własny produkt do pojazdów kempingowych oraz gospodarstw domowych (czyli trzeci segment) firma rozwija

od 2005 r. Pierwszym efektem prac badawczo-rozwojowych były gazowe płyty ceramiczne do kamperów, wykonane w technologii gaz pod szkłem (sprzedaż tych produktów rozpoczęła się w 2007 r.). Niemalże 100% wyrobów trafia na rynek niemiecki. Niestety, gdy z końcem roku 2008 przyszedł kryzys, popyt na turystyczne auta drastycznie spadł. Zdobyte doświadczenie pokazało, że prace nad technologią gazu pod szkłem to strzał w dziesiątkę i spółka postanowiła rozwijać ją dalej z myślą o kolejnym segmencie rynku – gospodarstwach domowych.





Rozwój technologii

– W wyniku dalszych prac B+R wymyśliliśmy coś znacznie doskonalszego. Od początku stawialiśmy się na segment ekologicznych rozwiązań dla domu. A nasza kuchenka DynaCook jest naprawdę oszczędna – mówi Paweł Nowak, prezes zarządu Dynaxo. – Poza tym gaz

jest najczystszym paliwem, a opracowane przez nas palniki znacznie zwiększają efektywność spalania. W gorącym powietrzu, które wydostaje się przez listwę wentylacyjną DynaCook, jest śladowa ilość tlenku węgla, dziesięciokrotnie mniej niż w wypadku palników płomieniowych. Wyniki naszych prac są od lat chronione patentami. ➤

Dynaxo chce intensywniej zająć się innowacyjnymi rozwiązaniami. Planuje zwiększenie nakładów na B+R do 5% wartości przychodów



Paweł Nowak, prezes zarządu i dyrektor naczelny Dynaxo Sp. z o.o.:

Fundusze Europejskie nie są dla nas nowością. Korzystaliśmy już z programów Phare, następnie z działania 2.3 SPO WKP, dzięki któremu doposażyliśmy nasz park maszynowy oraz poszerzyliśmy paletę wykorzystywanych technologii. Mam więc porównanie, jak zmieniają się wymogi i sposób działania PARP. W przypadku Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka jestem pozytywnie zaskoczony elastyczniejszym podejściem w PARP i większym zrozumieniem dla beneficjenta. W końcu robimy coś bardzo specjalistycznego i jednocześnie innowacyjnego, co trudno porównać z istniejącymi na rynku rozwiązaniami. Prowadzenie dokumentacji projektowej to koszt, który warto ponieść, biorąc pod uwagę uzyskiwane wsparcie finansowe. Cieszy każdy dodatkowy pieniądź otrzymany na rozwój firmy i naszych pomysłów.

> W trakcie realizacji projektu dokonaliśmy czterech kolejnych zgłoszeń patentowych (m.in. palnik nowej generacji i nowy moduł sterowania z systemem zabezpieczeń). Aktualnie posiadamy siedem wynalazków (wszystkie objęte międzynarodową ochroną patentową) związanych z naszą technologią „gaz pod szkłem”. Prace badawczo-rozwojowe, związane z gazową płytą ceramiczną dla gospodarstw domowych, finansowane z działania 1.4 PO IG, firma z Wrocławia prowadziła we własnym biurze rozwoju, współpracując z Zakładem Innowacyjno-Wdro-

żeńiowym Elektroniki AV w Dzierżoniowie oraz Instytutem Nafty i Gazu w Krakowie. Specjaliści z Dzierżoniowa pomogli opracować układ sterowania kuchenki. Moduł mikroprocesorowy steruje pracą każdego gazowego generatora podczerwieni z osobna. Zastosowano wygodne przyciski dotykowe z optyczną informacją o włączonej funkcji. Wyrób jest bezpieczny (posiada 5 poziomów zabezpieczeń) i wygodny w codziennym użytkowaniu. Krakowski Instytut Nafty i Gazu przeprowadził niezbędne badania funkcjonalne i certyfikacyjne, które zakończyły

Prowadzenie dokumentacji projektowej to koszt, który warto ponieść, biorąc pod uwagę uzyskiwane wsparcie finansowe

się wydaniem certyfikatu bezpieczeństwa typu WE (nr CE 1450BU0011).

Udział nakładów na B+R w stosunku do przychodów Dynaxo wynosi 3%. Firma planuje zwiększenie tych inwestycji do 5% wartości przychodów, co przy prognozowanym wzroście obrotów pozwoli jeszcze intensywniej zająć się innowacyjnymi rozwiązaniami. Łącznie od 2005 r. prace B+R pochłonęły ok. 4 mln zł.

Nowe trendy w AGD

Wieloletnie badania Biura Rozwoju Dynaxo i spore nakłady przynoszą oczekiwane rezultaty. Kuchenka DynaCook X5 z pięcioma gazowymi generatorami podczerwieni jest tańsza w eksploatacji od znanych płyt ceramicznych na prąd. 99,9% energii wymaganej do funkcjonowania tej płyty pochodzi z pierwotnego, czystego i ekologicznego źródła, czyli gazu. Dzięki zastosowaniu nowych palników wraz z systemem odprowadzania spalin produkt spełnia rygorystyczne wymagania, obowiązujące w UE dla urządzeń spalających paliwa gazowe oraz w zakresie kompatybilności elektromagnetycznej. Technologia „gaz pod szkłem” (palniki ukryte pod szklaną taflą vitroceramiki) pozwala na zachowanie wzorowej czystości w kuchni. Wroniecka firma wyznacza tym produktem nowe trendy i kierunki rozwoju w branży AGD.

DynaCook to produkt z wyższej półki – skierowany do klienta poszukującego czystości w kuchni, dbającego o koszty gotowania oraz środowisko naturalne. Średni koszt zakupu takiego urządzenia to 3,5 tys. zł z VAT. W zamian są oszczędności wynikające z użytkowania, komfort i bezpieczeństwo. – Miejsce na rynku AGD zajmują giganci, z którymi trudno się nam mierzyć – dodaje prezes Paweł Nowak. – Nasz

produkt jest niszowy i sprzedajemy go poprzez kanały dystrybucji internetowej. Do nowego wyrobu przekonujemy projektantów kuchni, którzy mogą wpływać na decyzje klienta. Wybór kanału sprzedaży poprzedziły badania fokusowe. Pokazały one, że klienci niewiele wiedzą o technologii „gaz pod szkłem”, ale są nią pozytywnie zaskoczeni. Ponadto stworzyliśmy specjalną stronę internetową www.dynacook.pl, na której w przystępny sposób opowiadamy o naszej technologii, dedykowanej specjalnie gospodarstwom domowym.

Sprzedaż ruszyła już w lipcu 2010 r., choć linia technologiczna nie jest w pełni doposażona. Płyty ceramiczne DynaCook trafiają teraz do krajowego klienta. Zarząd firmy jest zadowolony z dotychczasowych wyników. Zakończenie II etapu projektu, współfinansowanego z działania 4.1 PO IG, przypadnie na grudzień 2011 r. Przy odpowiednim wsparciu marketingowym sprzedaż kuchenek w 2012 r. powinna przynieść kilkumilionowe przychody.

Projekt: „Opracowanie i uruchomienie produkcji gazowej płyty ceramicznej w technologii gaz pod szkłem (PKWiU 29.72.11-13.29)”

Firma: Dynaxo Sp. z o.o., Wronki

Działanie: 1.4-4.1

Wartość projektu: 1,3 mln zł

Dofinansowanie: 507,3 tys. zł

Termin realizacji: 4.10.2008 – 31.12.2011

Biopaliwo z Polski

EKO BENZ

Lubelska firma Ekobenz we współpracy z chemikami z Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej (UMCS) za unijną dotację wdraża innowacyjną technologię wytwarzania czystego paliwa do silników spalinowych z etanolu. Po uzyskaniu niezbędnych certyfikatów pod Lublinem ruszy produkcja ekologicznych paliw.

Wszystko zaczęło się od badań profesora Dobiesława Nazimka, kierownika Katedry Chemii Środowiskowej UMCS, który od przeszło 6 lat pracuje nad sztuczną fotosyntezą. W dużym skrócie polega ona na syntezowaniu metanolu z wody i dwutlenku węgla przy udziale katalizatorów i głębokiego promieniowania ultrafioletowego. Stosując tę metodę, otrzymuje się metanol. Po dalszej obróbce uzyskujemy syntetyczne węglowodory o tych samych właściwościach co paliwa, które lejemy do baku samochodu. – Przed zastosowaniem paliwa, nad którym pracujemy, nie trzeba będzie przerabiać silników, bo jego właściwości będą identyczne jak benzyny pochodzącej z ropy naftowej. Jest nawet lepsze od zwykłej benzyny – wyższej jakości i w 100% ekologiczne – tłumaczy prof. Nazimek.

Twórcy firmy szybko sobie uświadomili, że na wdrożeniu innowacyjnej technologii będzie można dobrze zarobić

Patent i wdrożenie

Badacz opatentował swój pomysł i postanowił poszukać przedsiębiorców chcących uruchomić produkcję na skalę przemysłową. Metodą prof. Nazimka zainteresowała się grupa prywatnych lubelskich inwestorów. – Połączyło nas przekonanie, że profesor dokonał prawdziwego przełomu w technologii produkcji biopaliw i na wdrożeniu jego wynalazku do produkcji można dobrze zarobić – mówi Dariusz Taras, współzałożyciel i wiceprezes Ekobenz Sp. z o.o. W 2006 r. przedsiębiorcy zainwestowali prywatne pieniądze i założyli spółkę, której głównym celem jest realizacja tego projektu. Każdy z inwestorów ma wieloletnie doświadczenie w prowadzeniu firm, lecz w branżę paliwową weszli po raz pierwszy. Przedsięwzięcie wymagało większych nakładów finansowych i przekraczało możliwości udziałowców, dlatego zdecydowano się sięgnąć po dotację z Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka. Projekt dotyczący uruchomienia innowacyjnej produkcji paliw syntetycznych z bioetanolu otrzymał dofinansowanie w wysokości ponad 22,2 mln zł. Jego realizacja zakończy się w 2012 r. W początkowym etapie zbudowane zo-



Dariusz Taras, współzałożyciel i wiceprezes Ekobenz Sp. z o.o.:

Dzięki projektowi w firmie utworzymy wkrótce nowe miejsca pracy. Do zakończenia prac badawczych zatrudnimy ośmiu specjalistów pracujących pod kierunkiem prof. Dobiesława Nazimka. W przyszłości to oni będą stanowić trzon kilkudziesięcioosobowego zespołu rafinerii.

stanie laboratorium, w którym powstaną pierwsze litry paliwa. Potem ruszy linia pilotażowa o wydajności ponad 750 tys. litrów rocznie. Uzyskane tam paliwo będzie służyć do napędu pojazdów testowych. Faza testowa ma się zakończyć w przyszłym roku uzyskaniem odpowiednich certyfikatów jakościowych, niezbędnych do uruchomienia produkcji paliw i ich sprzedaży. Docelowo do 2015 r. rafineria ma wytwarzać 31 mln litrów paliwa.

Konkurencyjny rynek

Współtwórcy Ekobenzu zdają sobie sprawę, że działają na bardzo konkurencyjnym rynku, gdzie wszelkie nowinki stają się łakomym kąskiem dla firm z branży. W spółce od początku zadbano

o ochronę własności intelektualnej. Profesor Dobiesław Nazimek wraz z lubelskimi biznesmenami opatentował swoją przełomową technologię jesienią ubiegłego roku. Po uzyskaniu patentu krajowego trwa procedura uzyskiwania patentu na katalizatory stosowane w procesie wytwarzania biopaliw z etanolu na inne kraje.

Wytwarzane paliwo nie będzie szkodliwe dla silnika, gdyż do procesu technologicznego nie wprowadza się ani siarki, ani azotu. Ponadto podczas produkcji nie będzie emitowany do atmosfery dwutlenek węgla. Wręcz przeciwnie, CO₂ będzie zużywany w produkcji, co w znacznej mierze przyczyni się do zmniejszenia zanieczyszczenia środowiska.

>



- > Zainteresowanie biopaliwami z Lublina jest bardzo duże. – Zawarliśmy już wstępne umowy z wytwórcami etanolu, którzy będą dostarczać podstawowy surowiec do produkcji biopaliw – mówi Dariusz Taras. Firmie nie grozi, że jej wyrób zbyt długo będzie zalegać w przyfabrycznych zbiornikach. Przeciwnie, zakontraktowała paliwo na ilość dwukrotnie przekraczającą moc przerobową rafinerii.

Sukces tego projektu będzie miał korzystne następstwa w różnych dziedzinach. Po pierwsze, skorzystają na tym miejscowi dostawcy surowca, czyli głównie niewielkie polskie gorzelnie rolnicze, które w większości znajdują się w dość trudnej sytuacji ekonomicznej. W Polsce działa ponad 180 małych gorzeln rolniczych, wytwarzających do 10 mln litrów etanolu rocznie. Jesteśmy wraz z Austrią i Niemcami jedynymi krajami, gdzie funkcjonuje tak duża liczba tego typu zakładów. W pozostałych krajach dominują duże zakłady. Nasze gorzelnie wytwarzające destylat zarówno na cele spożywcze, jak i przemysłowe liczyły, że wraz z wejściem Polski do Unii Europejskiej poprawi się ich sytuacja. W związku z koniecznością sprostania zaostrzającym się normom ochrony środowiska, zwiększonym popytem powinny się cieszyć biokomponenty do paliwa, w tym bioetanol. Niestety, przestarzałe, energochłonne technologie produkcji i potężny import tańszego surowca, głównie z Ameryki Południowej, postawiły nasze gorzelnie rolnicze w trudnej sytuacji. Teraz liczą, że planowana już od 2012 r. produkcja biopaliw



napędzi koniunkturę na dostarczany przez nich surowiec. Lubelszczyzna jest zagłębiem buraka cukrowego. Istnieje duża szansa, że rafineria przyczyni się do rozkwitu okolicznych gorzeln, które z tego surowca będą produkowały etanol na potrzeby produkcji paliwa.

Uruchomienie produkcji paliw syntetycznych stworzy zapotrzebowanie na surowiec dostarczany przez niewielkie lokalne gorzelnie rolnicze



Współpraca nauki i biznesu

Budując nową gałąź przemysłu, naprawdę zwiększamy bezpieczeństwo energetyczne kraju. Polska stanie się bardziej samowystarczalna i nie będzie musiała nikogo prosić o odkręcenie kurka z gazem czy odblokowanie ropociągu. Będziemy korzystać z surowców, których mamy pod dostatkiem, a przy tym spełnimy nawet najbardziej wyśrubowane normy Unii Europejskiej dotyczące emisji CO₂.

Lubelski projekt jest pozytywnym przykładem efektywnej współpracy nauki z biznesem, która u nas jest wciąż mało spotykana. Profesor Nazimek podkreśla, że powstanie Ekobenzu i re-

alizacja tego ambitnego projektu jest czystym przypadkiem. Takie przedsięwzięcia nie byłyby niczym wyjątkowym, gdyby wprowadzono zmiany systemowe w finansowaniu nauki. Uczelniom i badaczom – jak uważa profesor – musi się opłacać współpraca z biznesem.

Projekt: „Innowacyjna produkcja paliw syntetycznych z bioetanolu PKWiU 24.14.1 Węglowodory i ich pochodne”
Firma: Ekobenz Sp. z o.o., Lublin
Działania: 1.4-4.1
Dofinansowanie: 22,2 mln zł
Wartość projektu: 34,5 mln zł
Termin realizacji: 17.03.2009 – 31.07.2012

Genetyka stosowana

CENTRUM BADAŃ DNA

Wyspecjalizowali się w testach diagnostycznych pozwalających stwierdzić zakażenie boreliozą (choroba odkleszczowa). Teraz poznańskie Centrum Badań DNA wybiega w przyszłość – nowe testy genetyczne firmy będą wykrywać ponad 200 mutacji genetycznych decydujących o zachorowaniu na raka jelita grubego i prostaty.

Firmę stworzyła grupa młodych naukowców na terenie Poznańskiego Parku Naukowo-Technologicznego. Założyciele chcą, aby z najnowszych odkryć naukowych w dziedzinie genetyki i biologii molekularnej mogli korzystać ludzie na całym świecie. Wiedzę i doświadczenie wykorzystują w codziennej praktyce. To dlatego zainteresowali się PO IG. – Bardzo się ucieszyliśmy z celów działań 1.4-4.1 Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka. Program zagwarantował nam środki właśnie na badania i wdrożenie ich wyników. Taki sposób działania założyliśmy sobie na początku funkcjonowania naszej firmy – mówi Michał Kaszuba, wiceprezes Centrum Badań DNA, który niedawno wymienił się funkcjami w zarządzie z Jackiem Wojciechowiczem. Bo w firmie sporo się dzieje: realizuje wiele projektów, planuje ekspansję na rynki zagraniczne oraz wejście na giełdę.

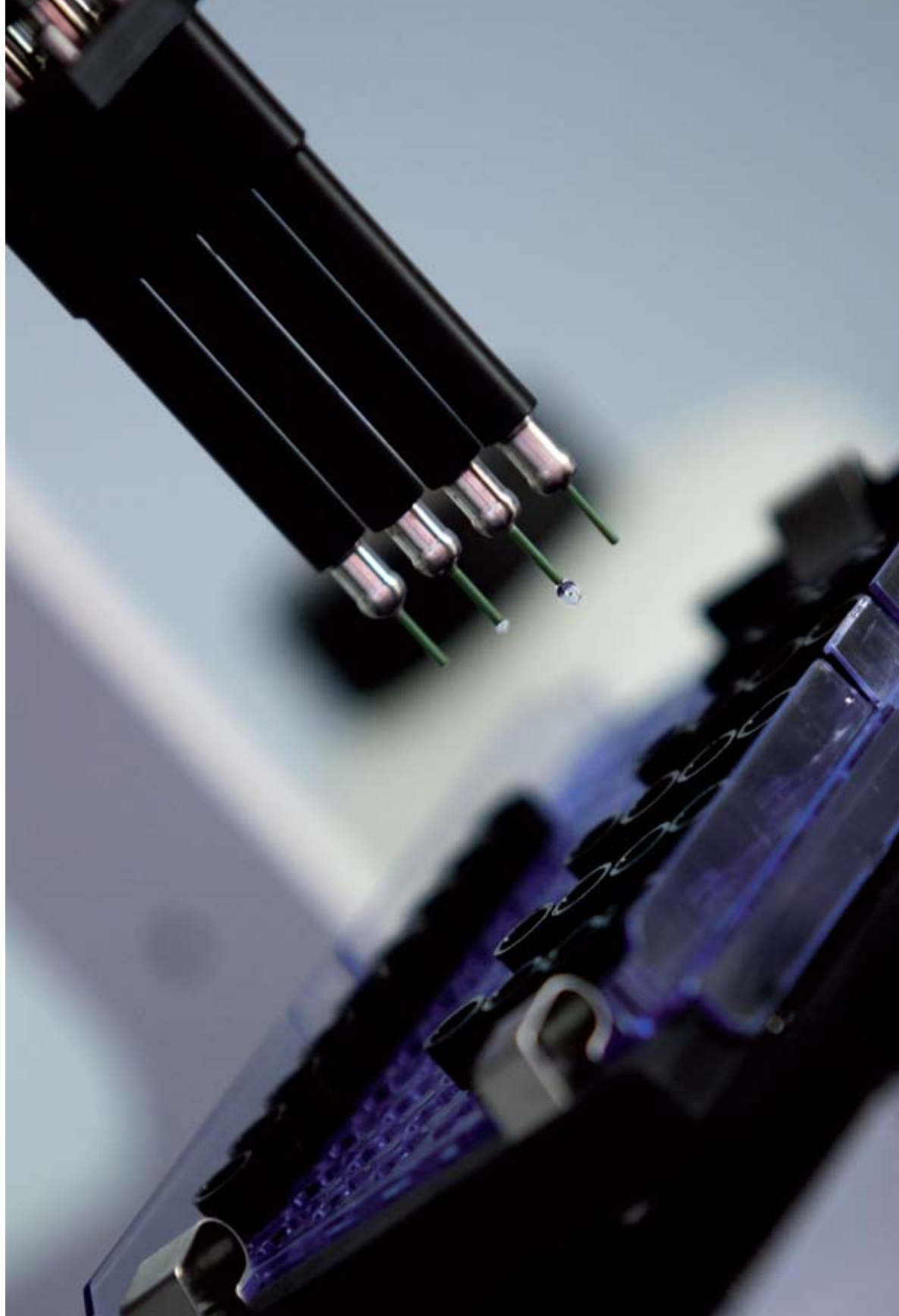
– Program Innowacyjna Gospodarka zmotywował takie firmy jak nasza do opracowywania nowych produktów i usług. To był strzał w dziesiątkę. Nic dziwnego, że środki z działań 1.4-4.1 już się kończą – dodaje Jacek Wojciechowicz, pre-

zes firmy i do niedawna osoba odpowiedzialna za koordynację projektów finansowanych z Funduszy Europejskich. Gdy przygotowywaliśmy tekst książki, szykował kolejne projekty na ostatni nabór w 2010 r. wyłącznie do działania 1.4 PO IG. Firma miała właśnie zaangażować osobę do poprowadzenia projektów finansowanych z funduszy UE.

Mikromacierze DNA

Firma pracuje teraz nad stworzeniem testów wykrywających u pacjentów predyspozycje genetyczne wystąpienia dwóch nowotworów: raka jelita grubego i prostaty. Chce wykorzystać w tym celu innowacyjną technologię mikromacierzy DNA. Z użyciem jednej próbki można wykonać pełny screening wszystkich znanych na świecie defektów genetycznych, które predysponują w przyszłości do wystąpienia tego typu chorób.

– Współpracujemy z naukowcami z Uniwersytetu Medycznego w Poznaniu oraz z Wielkopolskiego Centrum Onkologii. Zakończyliśmy właśnie etap badawczy projektu – mówi prezes Jacek Wojciechowicz. – Prototyp mikromacierzy >





- > DNA powinien być gotowy w grudniu 2010 r. Następnie wkroczymy w etap walidacji testu. Jeśli zakończy się ona sukcesem, produkt zostanie wdrożony wiosną 2011 r. Wprowadzimy do oferty nową usługę, rozpoczniemy działania promocyjne i marketingowe. Centrum Badań DNA przygotowuje ofertę dla klientów zagranicznych. – W pierwszym etapie zamierzamy wejść na rynki europejskie: do Wielkiej Brytanii, Niemiec oraz Szwecji lub Norwegii. Potem rozpoczniemy sprzedaż naszych testów w USA – zapowiada Jacek Wojciechowicz. Czy nie ma tam konkurencji? – Tamtejsze firmy często się reklamują, że mają odpowiednie testy do wykrywania predyspozycji zachorowań na raka jelita grubego. Jednakże najczęściej są to testy wykrywające kilka lub kilkanaście mutacji. Tymczasem występują setki mutacji w genach, decydujące o możliwości wystąpienia tej choroby. Nasze testy mają bardzo szerokie spektrum, obejmujące ponad 200 mutacji.

Niemiecki pacjent

Aby zbadać szanse wejścia na rynki zagraniczne, firma skorzystała z działania 6.1 „Paszport do eksportu”. To kontynuacja dotychczasowych przedsięwzięć. – W ramach pierwszego etapu przygotowaliśmy program rozwoju eksportu – mówi szef CB DNA. – Pozyskaliśmy certyfikaty jakości odpowiadające potrzebom rynku zagranicznego. Przeprowadziliśmy analizę sytuacji, wymagań formalnoprawnych. Upewniliśmy się, że nasze laboratorium już jest w stanie eksportować usługi.

Program Operacyjny
Innowacyjna Gospodarka
zmotywował takie firmy jak
nasza do opracowywania
nowych produktów i usług

Jacek Wojciechowicz, prezes zarządu Centrum Badań DNA:

Z przygotowaniem wniosków o dofinansowanie z Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka nie miałem najmniejszych kłopotów. Projekty badawcze i wdrożeniowe wynikały z autentycznych potrzeb. Zgłaszali je zarówno pacjenci, jak i lekarze. Pozostałe projekty są naturalną konsekwencją przyjętej strategii. Wejście na rynki zagraniczne wymaga zbadania szans i przygotowania planu rozwoju eksportu. Stąd nasz wniosek do działania 6.1 „Paszport do eksportu”. Z kolei sprzedaż tak innowacyjnej usługi za granicą wymaga objęcia naszych rozwiązań ochroną patentową w procedurze zagranicznej (wniosek do 5.4.1 PO IG). Plan wejścia na NewConnect zrodził się z potrzeby pozyskania finansowania na wszystkie nasze inwestycje. Aby zmniejszyć koszty emisji, chcemy skorzystać ze wsparcia z poddziałania 3.3.2 PO IG. Jesteśmy zdeterminowani – zadebiutujemy na giełdzie, nawet jeśli na to nie pozyskamy wsparcia z programu.

Czy raport z badania rynków zagranicznych dostarczył jakichś zaskakujących wniosków? – Pojawiły się przesłanki, że nie będzie łatwo wejść na rynek niemiecki – odpowiada Jacek Wojciechowicz. – Tam nastąpiła konsolidacja. Kilka dużych laboratoriów wykonuje analizy na obszarze Niemiec. Niemniej to duży rynek – nie zrezygnujemy z niemieckiego pacjenta. Możemy konkurować jakością testów, krótkim terminem badania próbek i opracowywania wyników. Dostarczenie próbek z Berlina do naszego laboratorium to zaledwie kilka godzin. Firmy kurierskie mają specjalny serwis medyczny – samo przesyłanie próbek i wyników nie jest problemem. Centrum Badań DNA będzie szukać za granicą partnerów lokalnych, głównie wśród sieci medycznych. Placówki, które zaoferują polskie testy, muszą zapewnić konsultacje z lekarzem genetykiem. Pacjent nie może zostać bez opieki po otrzymaniu wyniku. Wspólnie z lekarzami



niezbędnych urządzeń. – Nikt jeszcze nie opracował tak kompleksowego testu genetycznego, wykrywającego setki mutacji. Nasz test będzie wykrywał ok. 200 defektów genetycznych. Jest to technologia, która umożliwia poszerzanie spektrum badanych mutacji. Będziemy więc podążać za rozwojem medycyny – podsumowuje Jacek Wojciechowicz.

W 2011 r. przedsiębiorstwo ma wejść w skład nowo tworzonej grupy kapitałowej INNO-GENE SA, której akcje trafią na alternatywny rynek NewConnect. Pozyskany kapitał pozwoli przeprowadzić wszystkie planowane inwestycje. Ale rozbudowa laboratorium to nie wszystko. Sześć firm z Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki pozyskali dofinansowanie na staże i szkolenia dla naukowców i lekarzy. Bo w tej grupie zawodowej trzeba podnosić świadomość, jakie możliwości mają nowe technologie badawcze.

firma opracowuje pewnego rodzaju algorytmy postępowania w razie stwierdzenia u danego pacjenta konkretnego zestawu mutacji predysponujących do raka. Dostarczą one wiedzy, na co trzeba zwrócić uwagę i jak takiego pacjenta prowadzić, jak powinna wyglądać profilaktyka. To coś więcej niż testy diagnostyczne – to program działania.

Laboratorium obsługujące świat

Centrum Badań DNA pozyskało z Wielkopolskiego Regionalnego Programu Operacyjnego fundusze na doposażenie laboratorium. – Chcemy zautomatyzować procesy laboratoryjne tak, by można było wykonywać analizy dla całego świata. Przepustowość zwiększy się do kilkuset lub kilku tysięcy próbek dziennie – zapowiada prezes Wojciechowicz.

Firma zakupi automaty do izolacji DNA, czynnik mikromacierzy i kilka innych kosztownych, ale

Projekt: „Opracowanie i wdrożenie kompleksowych testów do diagnostyki predyspozycji genetycznych wybranych chorób nowotworowych w oparciu o technologię mikromacierzy DNA”

Firma: Centrum Badań DNA Sp. z o.o., Poznań
Działania: 1.4-4.1

Wartość projektu: w części 1.4 – 501,7 tys. zł
w części 4.1 – 753,5 tys. zł

Dofinansowanie: 596 459,50 zł

Termin realizacji:

w części 1.4: 1.05.2009 – 5-01 do 31.01.2011

w części 4.1: 1.02.2011 – 30.09.2011

Projekt: „Wsparcie działań eksportowych Centrum Badań DNA – innowacyjnej firmy biotechnologicznej”

I etap

Działanie: 6.1

Wartość projektu: 15 250 tys. zł

Dofinansowanie: 10 tys. zł

Termin realizacji: 1.11.2009 – 01.05.2010

POMPowanie korzyści

POSTER

Cudze chwalicie, swego nie znacie – to powiedzenie idealnie pasuje do firmy Poster z Warszawy. Jej pomysł na skonstruowanie kompaktowego przenośnika przesyłek wszedł w fazę realizacji. Ponad połowę wydatków refinansuje PARP.

Oszczędności znaleźć można niemal wszędzie, tylko trzeba umieć je dostrzec. Drzemią nawet w – zdawałoby się – doprowadzonych do perfekcji systemach logistycznych. Ale doświadczenie plus otwarta głowa, to recepta na stworzenie innowacyjnego sposobu przenoszenia przesyłek na pocztę i w firmach kurierskich. POMP, czyli pionowy obrotowy moduł przenośnika, świetnie łączy w sobie niewielkie rozmiary z niezawodnością i wydajnością. Jego twórcą jest Ryszard Rusinowski, dyrektor firmy Poster z siedzibą na warszawskich Bielanach.

Dotacje z radia

Skromne biuro już od progu zdradza, że spółka korzysta z funduszy unijnych – drzwi oblepione są naklejkami Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka. – Zgodziłem się na artykuł, bo cenię sobie współpracę z PARP i oceniam ją pozytywnie. A z zasady nie pcham się do mediów – zastrzegła na początku rozmowy wynalazca. Jak przyznaje, na pomysł sięgnięcia po unijne środki natchnęła go reklama radiowa. Poszperał więc w internecie, a następnie nawiązał kontakt z firmą doradcą, zajmującą się pomocą

przy wypełnianiu wniosków. – To ona głównie pracowała przy tworzeniu części rachunkowej, bo ja zwyczajnie nie lubię papierkowej roboty – podkreśla. – Coś za coś, musimy się odkryć przed PARP i RIF, ujawnić im część informacji o sobie i naszych pomysłach, jeśli chcemy liczyć na dofinansowanie – mówi szef Postera.

Dyrektor Rusinowski bardzo ożywia się, gdy rozmowa przechodzi na tematy inżynierskie. Po 20 latach konstruowania przenośników dla odbiorców z Niemiec, Francji czy Włoch doszedł bowiem do wniosku, że akurat pod tym względem Polacy nie są zaoferani technologicznie. A bywa, że są lepsi od konkurentów z Zachodu. – Nam jednak doskwiera brak kapitału. Potrzebujemy też bodźca, by ujawnić nasze talenty – ocenia.

Miliony oszczędności

W jego przypadku jednym z tych bodźców okazał się właśnie PO IG. Wsparł on projekt kwotą 350,8 tys. zł. To ponad połowa całkowitego kosztu prac rozwojowych i wdrożeniowych ocenianych na 668,1 tys. zł. Projekt nie jest jeszcze skończony (planowanym terminem był czerwiec, ale ostatecznie przesunięto go



Ryszard Rusinowski, dyrektor Poster Sp. z o.o.:

Grzeczność i serdeczność osób z PARP oraz ich chęć niesienia pomocy jest wręcz wyjątkowa. Na pewno będę nadal korzystał z funduszy unijnych, bo to jest coś, co pozwala zrealizować wizję i daje szansę na satysfakcję i zadowolenie. Zakładam też, że instytucje zarządzające są samouczące się, więc sięganie po dofinansowanie będzie z każdym rokiem coraz łatwiejsze.

na koniec 2010 r.), bo jego realizacja zbiegła się w czasie z kryzysem, który boleśnie odczuła branża kurierska i logistyczna.

We wrześniu 2010 r. Poster był między pierwszą fazą (prace rozwojowe) a wdrożeniem. Niemniej dyrektor Rusinowski optymistycznie patrzy w przyszłość i wylicza korzyści, jakie jego konstrukcja przyniesie kontrahentom. – Nawet pięciokrotnie mniejsza powierzchnia zajmowana przez przenośnik to znacznie mniejsze centrum logistyczne, dające takie same możliwości. Przy koszcie budowy sięgającym 3 tys. zł za metr kwadratowy oszczędności idą w miliony – zachwala swój projekt. Od razu zaznacza, że jest on nie tylko wynikiem własnych spostrzeżeń, ale i rozmów z pozostałymi trzema pracownikami firmy.

Rozmiary mikro nie przeszkadzają jednak firmie być innowacyjną i sięgać po dofinansowanie. Co więcej, przy korzystaniu ze środków potrzebne było nawet wyodrębnienie w tak małej spółce

stałej jednostki badawczej. – Już samo przemysłowe, jak to sformalizować, to jakiś plus – mówi Ryszard Rusinowski. Pytany zaś o największe wady i zalety korzystania z programów unijnych, wskazuje od razu: – Ludzie! Pozytywnie zaskoczyła mnie otwartość pracowników PARP i to, że mają wizję wdrażania programów.

Potencjalnym następcom radzi zaś mierzyć siły na zamiary, dobrze kalkulować swoje możliwości finansowania projektów i mieć do PARP cierpliwość. – Pamiętajmy, że po drugiej stronie też są tylko ludzie – konkluduje dyrektor Postera.

Projekt: „Przeprowadzenie badań i wdrożenie do produkcji innowacyjnego pionowego obrotowego modułowego przenośnika”

Firma: Poster Sp. z o.o., Warszawa

Działania: 1.4-4.1

Wartość projektu: 668,1 tys. zł

Dofinansowanie: 350,8 tys. zł

Termin realizacji: 1.06.2009 – 30.05.2010

Innowacja wpisana w DNA

FORM-PLAST



To prawdziwy weteran starań o unijne fundusze – bydgoska firma Form-Plast od 10 lat z powodzeniem sięga po ten rodzaj dofinansowania. W jednym z trzech trwających obecnie unijnych projektów pracuje nad innowacyjną ekopaletą, która ma szansę wyprzeć z rynku tradycyjne, drewniane palety.

Bydgoska firma przeszła długą drogę od 1978 r., kiedy to Maciej i Halina Pietraszek postanowili otworzyć mały zakład rzemieślniczy jako odpowiedź na trudności z zaopatrzeniem w formy z tworzyw sztucznych. Na początku produkowali głównie artykuły gospodarstwa domowego. Dziś Form-Plast jest uznanym w Polsce i za granicą dostawcą złożonych produktów (w tym obudów telewizorów czy elementów układów klimatyzacji) dla tak wymagających firm, jak Volvo, Delphi, Sharp czy LG. Form-Plast dostarcza swoje wyroby nie tylko do klientów w Europie, ale również do montowni samochodowych i producentów podzespołów w USA, Brazylii, Chinach, Turcji, Korei i Meksyku.

Pomysł na rozwój

Innowacja jest wpisana w DNA firmy. – Nasz pomysł na rozwój od ponad trzech dekad pozostaje niezmienny: specjalizacja (przetwarzanie tworzyw sztucznych) połączona z ciągłym wdrażaniem innowacji produktowych i tech-

nologicznych. Poszukiwanie efektywnych rozwiązań to konieczność, gdyż tylko innowacyjne produkty budują trwałą przewagę konkurencyjną – uważa Maciej Pietraszek, prezes i właściciel Form-Plastu.

Najmłodszym dzieckiem firmy jest innowacyjna eko-paleta. – Pomysł na jej produkcję zrodził się w kilku ostatnich latach, gdy próbowaliśmy znaleźć optymalne rozwiązanie kwestii transportu



Barbara Nowak, koordynator projektu:

Ekopalety to największy projekt inwestycyjny w historii firmy. Odwagi do ambitnych działań dodaje nam świadomość, że tworzymy zupełnie nowy rynek – nie pracujemy nad substytutem drewnianej palety, ale jej następcą.



naszych wyrobów. Niska jakość przy wysokiej cenie dostępnych wyrobów zainspirowała nas do poszukiwań alternatywnego wyrobu – opowiada Barbara Nowak, koordynator projektu. Dużą rolę odgrywała też świadomość ekologiczna firmy: – Zależało nam na jak najszybszym znalezieniu ekoodpowiednika drewnianej palety, by ocalić lasy.

Form-Plast nie ma wątpliwości, że ekopalety mają szansę wyprzeć z rynku te tradycyjne. Ich przewaga znacznie wykracza poza ekologiczny charakter: – To nie substytut palety drewnianej, ale jej następca – konkurencyjny cenowo, a przy tym znacznie lepszy pod względem higienicznym czy stosunku wytrzymałości do wagi – tłumaczy Barbara Nowak. Łatwość utrzymania w czystości to bardzo ważny aspekt dla odbiorców z takich branż, jak farmacja czy przemysł spożywczy.

Ambitne plany

Form-Plast zakłada, że ekopalety staną się wiodącym produktem firmy na rynku krajowym

i zagranicznym, a ich roczna sprzedaż sięgnie 275 tys. sztuk. Ofertę wkrótce uzupełnią składane kosze oraz burty, dzięki którym łatwo będzie można tworzyć skrzyniopalety do transportowania niedużych wyrobów. Wszystko po to, by w kraju i za granicą Form-Plast stał się synonimem nowoczesnych, innowacyjnych, proekologicznych opakowań transportowych. Projekt składa się z dwóch części: badawczej i wdrożeniowej. Pierwsza, zakładająca zaprojektowanie ekopalety zgodnej z założeniami projektu, już została zakończona. Druga, polegająca na uruchomieniu seryjnej produkcji palet, swój finał będzie miała w roku 2011.

To największy z dotychczasowych projektów inwestycyjnych Form-Plastu i jednocześnie jeden z trzech obecnie prowadzonych i współfinansowanych ze środków unijnych. Firma może się mienić prawdziwym weteranem starań o fundusze z UE – z powodzeniem sięga po nie już od dziesięciu lat, a środki przeznacza na rozwój infrastruktury technicznej, szkolenia pracowników, działalność innowacyjną, doskonalenie systemu zarządzania.



Projekt: „Zaprojektowanie i wdrożenie do produkcji innowacyjnych i proekologicznych palet transportowych”

Firma: Form-Plast SA, Bydgoszcz

Działania: 1.4-4.1

**Wartość projektu: w części 1.4 – 1,41 mln zł
w części 4.1 – 37,42 mln zł**

**Dofinansowanie: w części 1.4 – 506 tys. zł
w części 4.1 – 14,92 mln zł**

Termin realizacji: styczeń 2009 – lipiec 2011

Bezcenny szlam

EKO CARBO-JULIA

EKO Carbo-Julia pracuje nad instalacją, która pozwoli wytwarzać rocznie 220 tys. ton paliwa z odpadów poflotacyjnych. Na tej innowacji zyska także Wałbrzych, który pozbędzie się 4 mln ton odpadów.



Paliwo z odpadów to nośny temat. Malejące zasoby paliw kopalnych przy rosnącej ilości odpadów cywilizacyjnych zmuszają świat do oszczędności i poszukiwania nowych sposobów recyklingu. Ten trend nie mógł ominąć Polski.

Współpraca z nauką

Alternatywne paliwa od kilku lat rozpalają wyobraźnię badaczy i inżynierów firmy EKO Carbo-Julia. Początki spółki sięgają połowy lat 90.,

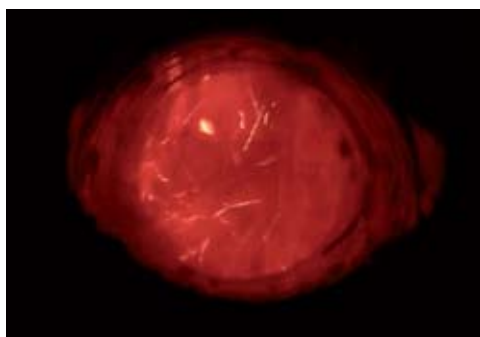
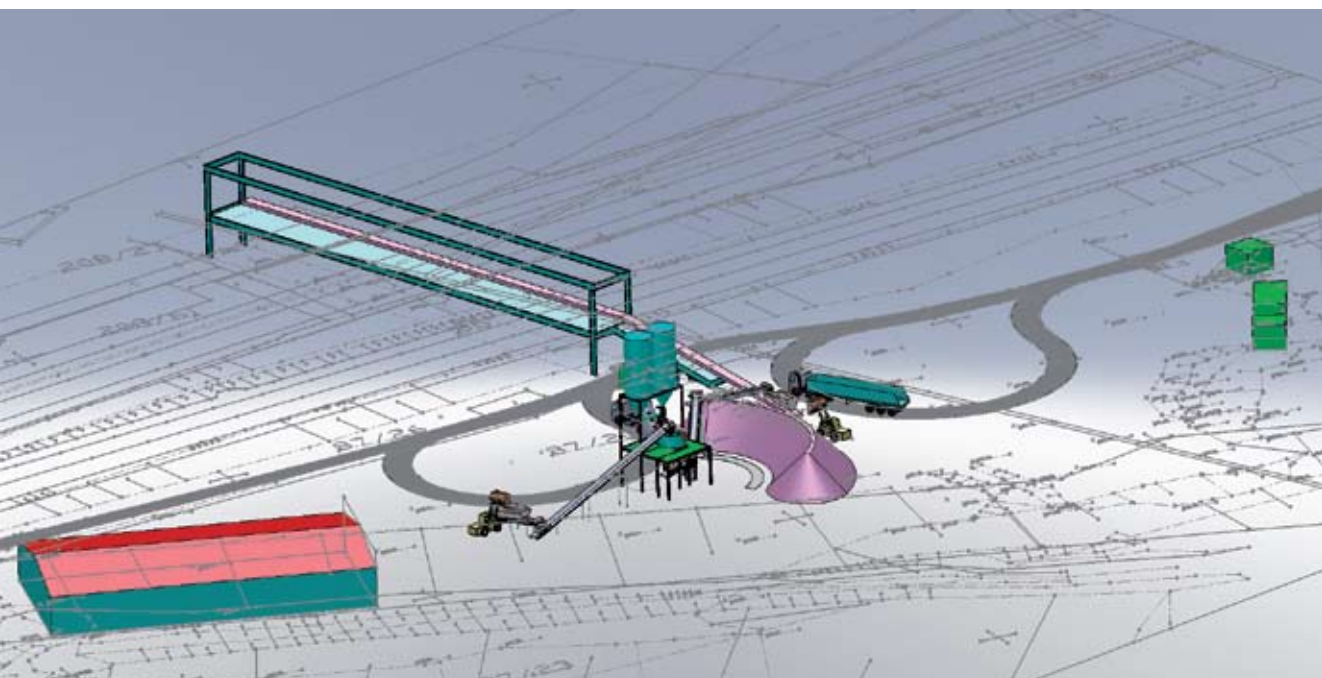
gdy likwidowano w Wałbrzychu przemysł kopalniany. Powstała wtedy państwowa spółka Carbo-Julia, ale upadła w 2002 r., a jej majątek przejął prywatny inwestor. Od 2007 r. EKO Carbo-Julia w 100% należy do kapitału czeskiego. Wraz ze zmianą właściciela zrodził się przełomowy pomysł na rozwój: – Do spółki należą 4 mln ton odpadów poflotacyjnych węgla kamiennego, zlokalizowanych blisko centrum Wałbrzycha. Zaczęliśmy się zastanawiać, jak je gospodarczo wykorzystać, jak się ich pozbyć



i jednocześnie pomóc środowisku – wspomina Włodzimierz Szyszka, kierownik zakładu EKO Carbo-Julia.

Firma nawiązała współpracę z Politechniką Śląską i Ostrowską, placówkami naukowo-badawczymi oraz firmami zajmującymi się tym tematem zarówno w kraju, jak i za granicą. Badania geologiczne i analizy laboratoryjne wykazały, że odpady poflotacyjne nadają się do produkcji paliwa alternatywnego. Współpraca pozwoliła wybrać kierunek oraz technologię bezodpado-

wego wytwarzania paliwa stałego z odpadów poflotacyjnych węgla kamiennego na potrzeby energetyki. Zrodzony na przełomie roku 2008 i 2009 pomysł diametralnie odmienił strategię firmy. – Mieliśmy, oczywiście, obawy, czy ten przełomowy projekt się powiedzie, ale wiedzieliśmy też, że jeśli nadarzy się okazja stworzenia nowego rynku, trzeba z niej skorzystać – mówi Włodzimierz Szyszka. Dziś mówi już to spokojnie, bo wie, że biznesowe marzenia zarządzających firmą są bliskie realizacji >



Postawili na innowacyjność, ekonomię, prostotę technologii i bezodpadowe wykorzystanie odpadów poflotacyjnych węgla kamiennego

> – od wyprodukowania pierwszej komercyjnej tony ekopaliwa z Wałbrzycha firmę dzielił tylko miesiąc.

Włodzimierz Szyszka podkreśla, że projekt ma duże znaczenie nie tylko dla firmy, ale także dla Wałbrzycha. – Jego wdrożenie pozwoli pozbyć się z bezpośredniego sąsiedztwa centrum 4 mln ton odpadów zdeponowanych w osadnikach. Rekultywacja osadników uwolni 44 hektary gruntów, które będą mogły być przeznaczone na cele urbanistyczne – tłumaczy kierownik zakładu.

Etap badawczy zaliczony

Równoległe ze studiami nad kierunkiem gospodarczego wykorzystania odpadów i technologii produkcji uzyskanego z nich paliwa trwały poszukiwania środków na współfinansowanie inwestycji. W marcu 2009 r. firma złożyła wnio-



sek o dotację w ramach działania 1.4-4.1 Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka; w kwietniu 2009 r. uzyskała pozytywną ocenę, a w styczniu 2010 r. – rekomendację do dofinansowania.

Projekt składa się z dwóch etapów: pierwszy, badawczy, zakończył się w maju 2010 r. wyprodukowaniem ponad 3800 ton paliwa. Jego testy w jednej z czeskich elektrociepłowni przeszły pozytywnie. Przed EKO Carbo-Julia drugi etap, czyli wdrożenie wyników badań, polegające na budowie własnej instalacji i wdrożeniu produkcji innowacyjnego paliwa. Firma czeka na decyzję z PARP o przejściu do etapu II. Instalacja, której wydajność ma przekroczyć 220 tys. ton paliwa rocznie, pełną parą ma ruszyć w sierpniu 2011 r.

Włodzimierz Szyszka, koordynator projektu:

Postawiliśmy na innowacyjność, ekonomię, prostotę technologii i bezodpadowe wykorzystanie odpadów poflotacyjnych węgla kamiennego. To pierwszy projekt firmy i pierwszy wniosek o dotację unijną. Wiedzieliśmy, że w obliczu tak dużej konkurencji firm starających się o dofinansowanie musimy się liczyć z każdym werdyktem komisji. Dlatego pozytywna rekomendacja to dla nas nie tylko możliwość realizacji ambitnych planów biznesowych, ale także ogromna satysfakcja.

Projekt: „Innowacyjne paliwo energetyczne z odpadów poflotacyjnych”

Firma: EKO Carbo-Julia Sp. z o.o.

Działania: 1.4-4.1

**Wartość projektu: w części 1.4 – 1,1 mln zł
w części 4.1 – 9,23 mln zł**

**Dofinansowanie: w części 1.4 – 405,7 tys. zł
w części 4.1 – 4,52 mln zł**

**Termin realizacji I etapu:
styczeń 2010 – sierpień 2011**



KAPITAŁ DLA INNOWACJI

Działania 3.1 i 3.3 w liczbach

Lata 2004-2006 obfitowały w projekty związane z tworzeniem inkubatorów przedsiębiorczości oraz centrów transferu technologii. W Programie Operacyjnym Innowacyjna Gospodarka postawiono nie tyle na budowę murów, ile na wspieranie konkretnych, innowacyjnych pomysłów. Mowa przede wszystkim o **działaniu 3.1 „Inicjowanie działalności innowacyjnej”**. Docelowym odbiorcą wsparcia są osoby fizyczne, które mają innowacyjny pomysł lub opracowały nowatorską technologię i chciałyby ją skomercjalizować. Mogą otrzymać wsparcie na kosztowne prace przygotowawcze w ramach tzw. preinkubacji oraz uzyskać dofinansowanie dla nowo utworzonego przedsiębiorstwa (w ramach inwestycji kapitałowej). Jednakże bezpośrednio o dotację z działania 3.1 występują za pośrednictwem PARP instytucje wspierające

powstawanie firm innowacyjnych. Mogą to być inkubatory przedsiębiorczości, parki naukowo-technologiczne, centra transferu technologii itp.

Zadaniem takich instytucji jest wyszukiwanie i selekcja dobrze rokujących projektów, również tych bazujących na wynikach prac naukowo-badawczych. Przy selekcji szczególnie brany pod uwagę jest potencjał rynkowy lub technologiczny nowego produktu czy usługi, który powinien się przekładać na oczekiwaną przez inwestora stopę zwrotu z zainwestowanego kapitału. Może powstać pytanie: czy pieniądź publiczny ma wspierać zysk? Komerccjalizacja innowacyjnego pomysłu ma sens tylko wtedy, gdy powstała na jego bazie firma będzie przynosiła zyski. To naturalny proces transferu nowoczesnych technologii do biznesu i środek do celu, jakim jest wzrost innowacyjności polskiej gospodarki.

Program Operacyjny
Innowacyjna Gospodarka stawia
na rozwój innowacyjnych
pomysłów i ich komercjalizację

Preinkubacja i inwestycja

Działanie 3.1 ma się przyczynić do zwiększenia liczby przedsiębiorstw działających w oparciu o innowacyjne rozwiązania. Autorzy wytypowanych pomysłów na etapie preinkubacji otrzy-

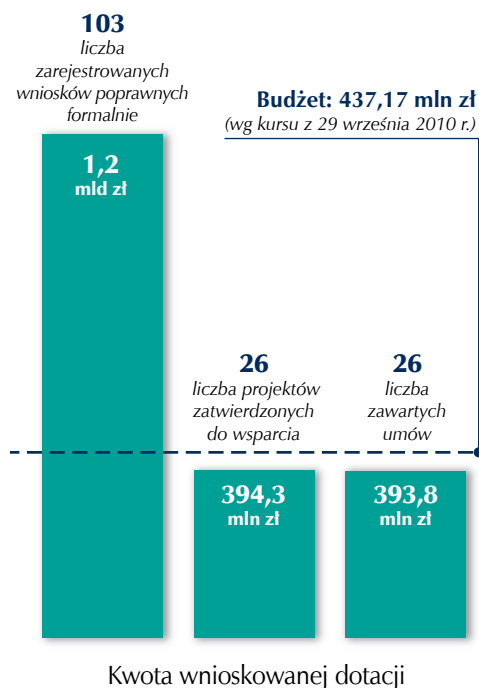
Celem „wejścia” inwestycyjnego jest rozwój nowej firmy do takiego stanu, by usamodzielniała się na rynku i przynosiła zyski. Inwestor pełni funkcje kontrolne jako udziałowiec

mują pomoc doradczą w zakresie prowadzenia działalności, przygotowania biznesplanu, analiz rynkowych, prac badawczych i patentowych. Mogą też korzystać ze wsparcia na najem pomieszczeń, zakup materiałów biurowych, przeprowadzenie działań informacyjnych i promocyjnych, zakup oprogramowania i licencji. W dalszym etapie fundusz typu *venture capital*, działający przy lub w ramach instytucji otrzymującej dofinansowanie, decyduje o wsparciu inwestycyjnym nowego podmiotu. Z autorem pomysłu tworzy spółkę, w której może objąć do **50% udziałów**. Nie może też zainwestować w pojedyncze przedsięwzięcie więcej niż **200**

tys. euro (pomoc o znikomym znaczeniu – *de minimis*). Do tej puli zalicza się cała pomoc przekazana przed momentem utworzenia spółki, w okresie preinkubacji. Część udziałów obejmuje autor innowacyjnego rozwiązania, a pozostałą część dopełnia inwestor.

W umowie inwestycyjnej określa się harmonogram transz podwyższania kapitału przy spełnieniu określonych warunków. Firma się rozwija, a inwestor monitoruje, czy beneficjent działa zgodnie z zasadami. W ciągu 10 lat fundusz ma obowiązek wycofać się kapitałowo z takiej firmy. Tak to wygląda w wersji optymistycznej. W negatywnym wariantcie odrzucenie może nastąpić na każdym etapie. Moment inwestycji kapitałowej nie oznacza zatem zakończenia projektu. Podstawowym celem „wejścia” inwestycyjnego jest rozwój nowej firmy do takiego stanu, by usamodzielniała się na rynku i przynosiła zyski. W momencie wycofywania udziałów funduszu spółka może wejść na giełdę lub zostać odsprzedana inwestorowi. Może również sama wykupić udziały od inwestora i umorzyć je (taki zapis zawiera się w umowie inwestycyjnej). Odzyskane pieniądze fundusz reinwestuje w kolejne przedsięwzięcia.

Wykorzystanie funduszy w działaniu 3.1 PO IG



Źródło: PARP, stan na 22 października 2010 r.

Wykorzystanie środków działania 3.1

Dotychczas odbyły się trzy nabory wniosków do działania 3.1. W ostatnim konkursie, który rozpoczął się 8 marca 2010 r. i zakończył się 11 marca 2010 r., alokacja wynosiła 53,44 mln zł. Złożono 69 wniosków na łączną kwotę dofinansowania 610,7 mln zł. Pozytywnie pod względem formalnym oceniono 55 wniosków. Etap oceny merytorycznej z pozytywnym wynikiem przeszło 13 projektów.

Do połowy 2010 r. w ramach działania 3.1 podpisano umowy z 26 podmiotami (z naborów w 2008 r. i 2009 r.).

>



I inwestorom, i pomysłodawcom innowacji potrzebna jest rzetelna wiedza, jak prowadzić transakcje kapitałowe o charakterze udziałowym

> Profesjonalni inwestorzy

W ramach trzeciego priorytetu PO IG („Kapitał dla innowacji”) PARP wdraża także działanie 3.3, którego celem jest aktywizacja rynku inwestorów prywatnych i wspieranie małych i średnich firm w pozyskiwaniu kapitału. Działanie dzieli się na dwa **poddziałania: 3.3.1 „Wsparcie dla instytucji otoczenia biznesu” i 3.3.2 „Wsparcie dla MSP”**.

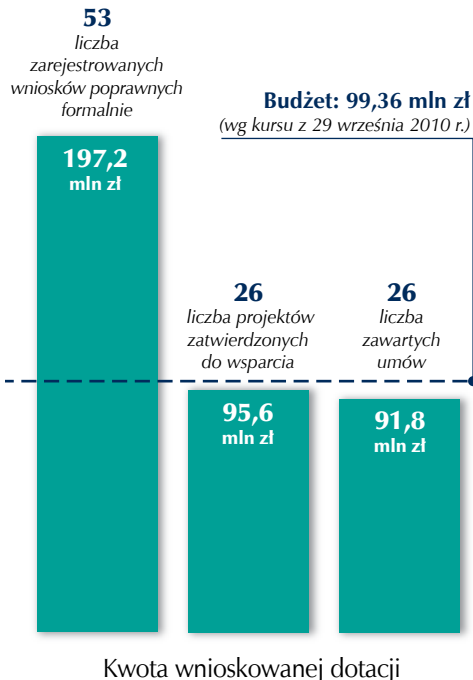
„Wsparcie dla instytucji otoczenia biznesu” skierowane jest do sieci aniołów biznesu (BA – od ang. *business angels*), organizacji zrzeszających potencjalnych inwestorów, organizacji przedsiębiorców i pracodawców. Instrument ten zapewnia tworzenie dogodnych warunków inicjowania współpracy inwestorów z przedsiębiorcami poszukującymi środków finansowych na realizację innowacyjnych przedsięwzięć. Z poddziałania 3.3.1 finansowane są programy szkoleń dla prywatnych inwestorów, nawiązywanie współpracy między sieciami inwestorów a inkubatorami przedsiębiorczości i funduszami podwyższonego ryzyka, tworzenie i rozwój takich sieci. Wspiera się także rozwój platform wymiany doświadczeń w zakresie inwestowania i kojarzenia inwestorów z przedsiębiorcami. Z drugiej strony celem projektów może być kształtowanie gotowości inwestycyjnej przedsiębiorstw.

Dzięki projektom realizowanym w PO IG popularyzowane są inwestycje dokonywane przez anioły biznesu. Doświadczonym w biznesie i zamożnym osobom opłaca się inwestować

w nowe firmy. Badania amerykańskiego Angel Capital Association dowodzą, że spośród 12 tys. projektów inwestycyjnych, które uzyskały wsparcie na wczesnym etapie, indywidualna forma inwestowania przez anioły biznesu i ich opieka nad twórcą projektu przyczynia się do znacznie wyższych efektów niż osiągane przez fundusze *venture capital* (VC). Średnio 60% inwestycji BA kończy się sukcesem, w przypadku VC – połowa. Średnia stopa zwrotu dla inwestycji BA wynosi 27,6% w skali roku, a dla VC – o prawie 10 punktów mniej.

Żeby takie inwestycje opłaciły się wszystkim, niezbędne jest podnoszenie kwalifikacji zarówno pomysłodawców, jak i inwestorów (dotyczy to nie tylko BA). Obie strony muszą mieć rzetelną wiedzę, jak prowadzić transakcje kapitałowe o charakterze udziałowym. W ramach

Wykorzystanie funduszy w poddziałaniu 3.3.1 PO IG



Źródło: PARP, stan na 22 października 2010 r.

projektów finansowanych z poddziałania 3.3.1 organizowane są szkolenia na temat komercyjnego wykorzystania technologii, opracowywania biznesplanów, umów inwestorskich, prowadzenia negocjacji, monitoringu transakcji oraz wychodzenia z inwestycji. Ale niekiedy chodzi o dostarczenie elementarnej wiedzy, bo nadal, nawet wśród młodych naukowców (potencjalnych założycieli innowacyjnych spółek), panuje przekonanie, że anioły biznesu to... „seksa religijna”.

Efekty poddziałania 3.3.1

Z poddziałania 3.3.1 do połowy 2010 r. wsparcie uzyskało 26 projektów. Utworzono 25 platform służących kojarzeniu inwestorów z przedsiębiorcami poszukującymi zewnętrznych źródeł finansowania o charakterze udziałowym. Z platform tych skorzystało dotychczas 269,4 tys. użytkowników. W ramach projektów opracowano ponad 1000 różnego rodzaju publikacji, w tym zawierające opisy dobrych praktyk. Przeprowadzono 196 konferencji, seminariów i warsztatów dotyczących finansowania zewnętrznego o charakterze udziałowym.

Pozyskać inwestora

Z kolei z poddziałania 3.3.2 „Wsparcie dla MSP” dofinansowywane są usługi doradcze dla przedsiębiorców w zakresie przygotowania dokumentacji i analiz niezbędnych do pozyskiwania zewnętrznego inwestora. Wiele takich projektów kończy się wejściem na alternatywny rynek akcji NewConnect lub emisją nowej serii akcji. Z tej ostatniej możliwości korzystają również spółki z rynku podstawowego Giełdy Papierów Wartościowych w Warszawie.

Maksymalne dofinansowanie, jakie mała i średnia firma może pozyskać w tym działaniu na realizację jednego projektu, wynosi **2 mln euro**. Poziom wsparcia na zakup usług doradczych nie może przekroczyć 50% wydatków kwalifikowanych. Intensywność wsparcia na pokrycie wydatków na ustanowienie lub utrzymanie zabezpieczenia należytego wykonania zobowiązań

Wykorzystanie funduszy w poddziałaniu 3.3.2 PO IG

Budżet: 99,36 mln zł
(wg kursu z 29 września 2010 r.)



Kwota wnioskowanej dotacji

Źródło: PARP, stan na 22 października 2010 r.

wynikających z umowy oraz na pokrycie kosztów związanych z otwarciem i prowadzeniem przez przedsiębiorcę odrębnego rachunku bankowego lub subkonta może wynosić do 100% wydatków.

Pomimo niskiego wykorzystania alokacji w ramach poddziałania 3.3.2 obserwuje się wzrost liczby wniosków składanych w kolejnych konkursach organizowanych od 2008 r. Aplikacje przyjmowane są w sposób ciągły. Zakończono ocenę formalną i merytoryczną wniosków złożonych w naborze z 2009 r. Do 30 czerwca 2010 r. PARP rekomendowała do wsparcia 51 projektów na kwotę dofinansowania 7,37 mln zł.

Sukcesywnie rośnie liczba i wartość umów o dofinansowanie doradztwa w zakresie pozyskiwania zewnętrznego inwestora



KAPITAŁ DLA INNOWACJI

DOBRE PRAKTYKI



KAPITAŁ DLA
INNOWACJI

Gra w zyski

AGENCJA ROZWOJU POMORZA

Zarządzający Funduszem Kapitałowym muszą dobrze orientować się w sytuacji w wielu branżach, rozumieć istotę innowacyjnego biznesu, a także znać się na ludziach.

Bo spośród kandydatów na przedsiębiorców powinni wybrać tych najbardziej zdeterminowanych i najlepiej rokujących.

Wszechstronność i determinacja – to dwie najważniejsze cechy, które decydują o sukcesie w rozwijaniu start-upów. Wszechstronność jest niezbędna, bo zarządzający funduszem nie mogą „po prostu być księgowymi” – wyjaśnia Mieszko Bisewski z Funduszu Kapitałowego Agencji Rozwoju Pomorza SA.

Etap preinkubacji

Wszechstronny powinien być też, oczywiście, autor projektu, który ubiega się o dofinansowanie. – W odróżnieniu od szefa dużej spółki nie może on liczyć na wsparcie dużego, profesjonalnego działu sprzedaży. Musi nie tylko wymyślić nowy produkt czy usługę, ale jeszcze sposób na skuteczną sprzedaż – zaznacza Mieszko Bisewski, kierownik działu inwestycji kapitałowych w ARP SA. Wspomniana wcześniej determinacja jest z kolei niezbędna, bo „pieniądze wszystkiego nie załatwią” – potrzebna jest właśnie gotowość do pokonywania nieprzewi-

dzianych przeszkód. A tych w każdym start-upie nie zabraknie.

Jak ocenia Mieszko Bisewski, największym wyzwaniem dla początkujących przedsiębiorców jest poszukiwanie klientów. Dlatego pracownicy ARP, odpowiedzialni za ocenę zgłaszanych projektów, starają się patrzeć na nie okiem odbiorcy. – Często okazuje się wtedy, że ciekawy na pierwszy rzut oka pomysł nie ma szansy zaistnieć na rynku – wyjaśnia. W wyborze najmocniejszych projektów pomaga etap preinkubacji. I choć na pierwszy rzut oka może się on wydawać nadmierną biurokracją, w rzeczywistości pozwala realnie ocenić szanse i zminimalizować ryzyko błędu. Na tym etapie eksperci zadają wiele trudnych pytań, przygotowując tym samym przyszłych przedsiębiorców do zderzenia z „bezwzględnymi rynkowymi realiami”.

600% wzrostu

Obecnie w portfelu Funduszu Kapitałowego znajduje się pięć innowacyjnych firm. Jedną z nich jest Pastel Games, która zajmuje się tworzeniem aplikacji na iPhone’a i iPada oraz gier w popularnej technologii Flash. Wsparcie finansowe firmy produkującej gry to klasyczna inwestycja wysokiego ryzyka. Jeśli konsumenten-

Inwestowanie w rozwój start-upów to duże wyzwanie. Trzeba wybrać takie inwestycje, które przyniosą wysokie zyski

Mieszko Bisewski, kierownik działu inwestycji kapitałowych Funduszu Kapitałowego Agencji Rozwoju Pomorza SA:

Pamiętam przedsiębiorców tak zdeterminowanych, że gotowi byli zaciągnąć poważną pożyczkę pod zastaw swojego majątku, byle szybciej zacząć realizację swojego pomysłu. Etap preinkubacji wykazał jednak, że projekt nie domyka się pod względem finansowym. Tym samym oszczędziliśmy im poważnych problemów.

ci zaakceptują grę i odniesie ona sukces, zyski mogą być niebotyczne. Dość powiedzieć, że akcje jednej tylko polskiej spółki giełdowej z tego sektora zdrożały w pół roku o ponad 600% (inna sprawa, że taki wzrost niekoniecznie musi wynikać z fundamentalnej wartości spółki). Jednocześnie nigdy nie wiadomo, kiedy i jaki pomysł zyska uznanie odbiorców, co czyni całe przedsięwzięcie dość niepewnym i kosztownym zarazem.

Przykładem innej inwestycji Funduszu Kapitałowego jest spółka MoDe, która produkuje ministudia fotograficzne. Produkt ten nawet amatorom pozwala wykonywać wysokiej jakości fotografie bezcieniowe, przydatne w prezentacji wyrobów na stronie firmy czy na aukcjach internetowych. – Wyzwaniem jest w tym przypadku zwiększenie skali sprzedaży. Obecnie sprzedaje się ok. 15 takich urządzeń miesięcznie, ale realnym do osiągnięcia celem jest podniesienie tej liczby do 50-60 – mówi Mieszko Bisewski.

W trakcie przygotowania jest pięć kolejnych

inwestycji. Czy uda się je rozpocząć jeszcze w 2010 r.? – Wolimy poczekać kilka tygodni czy miesięcy dłużej, ale mieć pewność, że inwestujemy w dobry projekt – zastrzega Bisewski.

Zespół zarządzających Funduszem Kapitałowym nie ma wątpliwości, że inwestowanie w rozwój start-upów to duże wyzwanie. Chodzi o to, żeby wybrać takie inwestycje, które za kilka lat będą przynosiły wysokie zyski. Wtedy będzie można je sprzedać z dużą stopą zwrotu, a pozyskane środki ponownie przeznaczyć na inwestycje w nowatorskie firmy. Cel jest ambitny – uczynić gospodarkę Pomorza i całej Polski bardziej innowacyjną.

Projekt: „Wsparcie innowacyjnych projektów przez Agencję Rozwoju Pomorza SA w latach 2008-2015”

Firma: Agencja Rozwoju Pomorza SA, Gdańsk

Działanie: 3.1

Wartość projektu: 17,2 mln zł

Dofinansowanie: 17,2 mln zł

Termin realizacji: 1.01.2009 – 30.06.2015



KAPITAŁ DLA
INNOWACJI

Poławiacze pereł

INQBE

Na rynku działa wiele inkubatorów szcycących się mianem innowacyjnych. Wybrać projekty wykorzystujące nowoczesne technologie jest łatwo.

O wiele trudniejszą sztuką jest wyselekcjonowanie firm, które okażą się nie tylko innowacyjne, ale i dochodowe. Taką zasadą kieruje się firma InQbe, która powołując do życia 13 nowych firm, wyrosła na krajowego lidera wśród inkubatorów.

Olsztyńska spółka realizuje projekt „InQbe – inkubator projektów technologicznych i internetowych”, który w ramach działania 3.1 „Inicjowanie działalności innowacyjnej” Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka otrzymał ponad 20 mln zł dofinansowania. Zdecydowana większość tej kwoty (ok. 15 mln zł) zostanie przeznaczona na wcielanie w życie kolejnych pomysłów. A tych, jak przekonuje prezes firmy,

Wojciech Przyłęcki, nie brakuje: – Dotychczas wpłynęło do nas około 700 projektów, preinkubacji poddaliśmy 200 z nich, a 13 najbardziej obiecujących wprowadziliśmy na rynek.

Wsparcie dla raczkujących

Największa część projektów spływa do inkubatora od spółki-matki, czyli funduszu venture-capital IQ Partners SA. Zarząd notowanego





na rynku NewConnect funduszu kieruje do pracowników InQube przedsięwzięcia z obszarów nowych technologii, internetu oraz ICT (technologii informacyjnych i komunikacyjnych). Spółka finansuje również projekty związane z tworzeniem oprogramowania czy sprzętu komputerowego. Obecnie pod skrzydłami olsztyńskiej spółki znajduje się 50 raczkujących przedsiębiorstw.

Spośród inkubatorów działających na polskim rynku firmę InQbe wyróżnia duża liczba projektów zakwalifikowanych do inkubacji. Rozwijając nawet po kilkadziesiąt pomysłów naraz, pracownicy spółki mogą wybrać te, przed którymi rysują się najlepsze perspektywy rozwoju. Pomysłodawca podejmujący współpracę z inkubatorem może liczyć na pomoc przy analizie rynkowej, określeniu modelu biznesowego >



Sukcesy osiągnięte przez przedsiębiorców wywodzących się z InQbe pozwoliły olsztyńskiej spółce utrzymywać się z zarządzania udziałami w inkubowanych firmach



Wojciech Przyłęcki, prezes zarządu InQbe Sp. z o.o.:

Naszym celem nie jest wynalezienie drugiego koła. Wychodzimy z założenia, że ludzie biznesu chcą zarabiać, a my chcemy zarabiać razem z nimi. Dlatego nie inwestujemy w projekty, których jedyną zaletą jest to, że są innowacyjne. Zamiast tego wolimy poddać inkubacji przedsięwzięcia bardziej tradycyjne, ale rokujące duże nadzieje na przyszłość – na takim rozwiązaniu korzystamy i my, i pomysłodawcy. Oczywiście, nowoczesne technologie są dzisiaj jak najbardziej pożądane, lecz trzeba pamiętać, że należy je wprowadzać z głową. My tak robimy i – jak widać – przynosi to oczekiwane rezultaty.

- > przedsiębiorstwa, tworzeniu biznesplanu czy ustalaniu budżetu. Ponadto olsztyńska firma oferuje niezbędną infrastrukturę technologiczną i biurową oraz wsparcie finansowe w wysokości nawet 200 tys. euro.

Promocja

Choć wydaje się, że profil inkubatora powinien przyciągać przede wszystkim studentów bądź

absolwentów kierunków informatycznych, największą grupę klientów stanowią osoby trzydziesto-, trzydziestokilkuletnie, które wykorzystując swoje doświadczenie zawodowe, zdecydowały się wystartować z własną działalnością gospodarczą. Jak pokazuje praktyka, tacy przedsiębiorcy zazwyczaj lepiej odnajdują się w realiach rynkowych, a wiedza zdobyta przez nich w innych firmach procentuje przy planowaniu własnego biznesu. Dlatego olsztyńska firma nie poprzestała na rozwieszaniu plakatów na uczelniach korytarzach, ale za pośrednictwem prasy i internetu przedstawiła swoją ofertę szerszej grupie odbiorców. – Dalej wszystko potoczyło się samo – mówi Wojciech Przyłęcki. – Nasza skuteczność w pozyskiwaniu pieniędzy na finansowanie projektów została zauważona przez samych pomysłodawców, a ci przedsiębiorcy, którzy dzięki nam rozpoczęli swoją działalność, zachęcali swoich znajomych do skorzystania z naszej oferty.

Skuteczność olsztyńskiej firmy najlepiej widać na tle innych inkubatorów powstałych w tym samym czasie – aż 13 z ogólnej liczby 17 dokonanych wejść kapitałowych było zasługą InQbe. Nie można również zapominać, że sztuka wprowadzenia na rynek nowych firm do połowy 2010 r. udało się tylko czterem inkubatorom, a działało ich już ponad 20.

Pomysły sprawdzają się

Jednym z projektów, który zakończył się sukcesem, było utworzenie nowatorskiego wydawnictwa, umożliwiającego wydanie książki każdej zainteresowanej osobie. Firma Exlibris, łącząca tradycyjny biznes drukarski z nowoczesną, internetową technologią, okazała się strzałem w dziesiątkę. Wydawnictwo szybko znalazło



na rynku swoją niszę i ciągle się rozwija. Warto również wspomnieć o internetowej platformie do wymiany gier komputerowych i konsolowych Gametrade.pl. Choć portal działa zaledwie od roku, zdążył już zgromadzić prawie 25 tys. zarejestrowanych użytkowników, a właściciele serwisu każdego dnia odnotowują tutaj większą liczbę transakcji niż w tej samej branży dokonuje się za pośrednictwem największej platformy aukcyjnej w Polsce, czyli Allegro.

Choć, jak zaznacza prezes InQbe, to projekty stosunkowo „tradycyjne” stanowią trzon działalności firmy, inkubator angażuje się również w odważniejsze przedsięwzięcia. Najlepszym tego przykładem jest firma Seo Power, która dzięki otrzymanemu wsparciu stworzyła nowatorski system pozycjonowania stron internetowych. Obecnie ciężko przewidywać, jakim echem w środowisku e-marketingowym obije się pomysł polskich programistów. Twórcy zapewnijają, że ich narzędzie jest innowacyjne nawet na skalę światową.

Sukcesy osiągnięte przez przedsiębiorców wywodzących się z InQbe pozwoliły olsztyńskiej spółce utrzymywać się wyłącznie z zarządzania udziałami w inkubowanych firmach. Realizacja kolejnych projektów przynosi zyski, o jakich konkurencja może tylko pomarzyć. Niebawem na rynku NewConnect zadebiutuje kolejna spółka, do której powstania przyczynili się pracownicy inkubatora. Tym razem będzie to przedsiębiorstwo Power Price, prowadzące prace nad stworzeniem nowoczesnej platformy handlowej B2B.

Projekt: „InQbe – inkubator projektów technologicznych i internetowych”

Firma: InQbe Sp. z o.o., Olsztyn

Działanie: 3.1

Wartość projektu: 20,47 mln zł

Dofinansowanie: 20,47 mln zł

Termin realizacji: 10.07.2008 – 31.12.2013



Na dobry początek

MIASTECZKO MULTIMEDIALNE

Sam pomysł na biznes często nie wystarcza – potrzebny jest kapitał startowy. A tego brakuje wielu nowatorskim przedsięwzięciom, które mogłyby być kołem zamachowym naszej gospodarki. Aby przerwać ten krąg niemocy, potrzeba między innymi działań edukacyjnych. I tym właśnie chcą się zająć autorzy projektu „Kapitał na start w innowacje”.

Doświadczenia wielu zagranicznych przedsięwzięć pokazują, że z pomysłów odznaczających się wysokim stopniem ryzyka, ale za to bardzo nowoczesnych, rodziły się dobrze prosperujące przedsiębiorstwa, których roczny obrót jest dziś imponujący. Przykłady? Facebook, Google czy YouTube. W polskich warunkach o podobny sukces trudno. A największą barierą są problemy z dostępem do inwestorów. – Po wieloletnich badaniach rynku biznesu stwierdziliśmy, że należy stworzyć projekt polegający na edukowaniu przedsiębiorców o alternatywnych sposobach pozyskiwania kapitału – mówi Elwira Waszkiewicz, dyrektor projektu.

Głównym założeniem projektu „Kapitał na start w innowacje” jest zwiększenie szans rozwoju w Polsce nowatorskich przedsięwzięć

Poszukiwani innowatorzy

Głównym założeniem projektu „Kapitał na start w innowacje – promocja innowacji w środowisku biznesowym i naukowym” jest zwiększenie szans rozwoju w Polsce nowatorskich przedsięwzięć. Jak osiągnąć ten cel? Edukując, przede wszystkim przedsiębiorców, w jaki sposób mogą pozyskać kapitał niezbędny na start i rozwój swojego biznesu. Projekt współfinansowany jest ze środków Unii Europejskiej w ramach poddziałania 3.3.1 „Tworzenie systemu ułatwiającego inwestowanie w MSP” PO IG. Liderem projektu jest Park Technologiczny – Miasteczko Multimedialne z Nowego Sącza, a partnerem Klaster Multimediów i Systemów Informacyjnych – MultiKlaster.

Twórcy projektu pragną dotrzeć do jak największej grupy odbiorców. Nie tylko przedsiębiorców, ale także studentów, osób fizycznych – każdego, kto ma pomysł na innowacyjny biznes. Chodzi przy tym o szeroko rozumiane środowisko innowatorów, związanych z takimi branżami, jak informatyka, nowe technologie, internet, telekomunikacja czy biotechnologia. Główna idea? ➤





- > Wyciągnąć dobre pomysły na światło dzienne tak, by eksperci i mentorzy mogli się im przyjrzeć i je udoskonalić. Wśród profesjonalistów wspomagających realizację projektu są doświadczeni przedsiębiorcy czy anioły biznesu, poszukujący twórców niecodziennych i perspektywicznych rozwiązań.

Rozwijanie skrzydeł

Projekt ma charakter edukacyjny, dlatego przygotowano szereg działań takich, jak konferencje, spotkania, seminaria, warsztaty oraz konsultacje indywidualne, podczas których można uzyskać fachową pomoc m.in. dotyczącą pozyskiwania środków na przedsięwzięcie. Takie działania dają także możliwość nawiązania kontaktów z potencjalnymi inwestorami.

W ramach konferencji przygotowano cykl specjalistycznych spotkań „Rozwiń skrzydła – zewnętrzne możliwości finansowania innowacyjnych przedsięwzięć”. Ciekawym elementem konferencji jest konkurs „Startery Innowacji”, którego celem jest wyłonienie i wsparcie najlepszych projektów biznesowych. – 20 zwycięskich pomysłów zostanie wyłonionych i otoczonych specjalistycznym mentoringiem najlepszych ekspertów zaangażowanych w realizację projektu – zapewnia Elwira Waszkiewicz. Wsparcie ma formę pakietu indywidualnych konsultacji „szytych na miarę”, obejmujących takie obszary, jak: marketingowa i finansowa strategia biznesu, analiza mocnych i słabych stron oraz szans i zagrożeń, pomoc w wyborze właściwej strategii inwestycyjnej czy przygotowanie biznesplanu. Spotkania „Biznes przy kawie” to kolejny pomysł na wymianę doświadczeń. W jednym miejscu spotykają się przedsiębiorcy poszukujący zewnętrznego finansowania z inwestorami, praktykami, ekspertami z wielu ośrodków biznesowych w Polsce oraz przedsiębiorcami, którzy już wybrali ścieżkę zewnętrznego finansowania

rozwoju, a pragną się podzielić zdobytym doświadczeniem.

Projekt, który wystartował we wrześniu 2009 r., przewiduje realizację łącznie 5 ogólnopolskich konferencji „Rozwiń skrzydła”, 8 spotkań z ekspertami „Biznes przy kawie” oraz 32 specjalistycznych seminariów i warsztatów. Powstał również portal KapitalNaStartwInnowacje.pl, który jest swego rodzaju kompendium wiedzy na temat alternatywnych źródeł poszukiwania finansowania na rozwój innowacyjnych pomysłów biznesowych. Na portalu można znaleźć porady wideo oraz kursy e-learningowe przygotowane przez ekspertów, czyli inwestorów i przedsiębiorców, którzy rozwinęli własne biznesy w oparciu o finansowanie kapitałem zewnętrznym.

Projekt: „Kapitał na start w innowacje – promocja innowacji w środowisku biznesowym i naukowym”
Firma: Miasteczko Multimedialne Sp. z o.o., Nowy Sącz
Poddziałanie: 3.3.1
Wartość projektu: 1,61 mln zł
Dofinansowanie: 1,61 mln zł
Termin realizacji: 1.09.2009 – 31.12.2010



Elwira Waszkiewicz, dyrektor projektu:

Pasja twórców w wielu przypadkach sprawia, że powstałe na bazie bardzo ryzykownych pomysłów biznesy rozwijają się w duże, dobrze prosperujące, dynamiczne przedsiębiorstwa. Z drugiej strony nie byłoby to możliwe bez zaufania, którym inwestorzy obdarzyli pomysłodawców biznesowych eksperymentów. Młodzi przedsiębiorcy mogą czerpać konkretne korzyści z udziału w działaniach informacyjno-promocyjnych, organizowanych w ramach projektu.

Na spotkania z osobami i przedsiębiorcami poszukującymi finansowania zewnętrznego dla realizacji własnych pomysłów biznesowych zapraszamy inwestorów, praktyków i ekspertów oraz przedsiębiorców, którzy wybrali taką ścieżkę zewnętrznego finansowania rozwoju. Oni od kuchni przedstawiają kolejne kroki w procesie inwestycyjnym. Pokażą na konkretnych przykładach korzyści płynące ze współpracy z inwestorem prywatnym, venture capital/private equity oraz podsuną praktyczne wskazówki i zasady pisania dobrych biznesplanów.



KAPITAŁ DLA
INNOWACJI

Inwestor z sieci

FUNDACJA OBSERWATORIUM ZARZĄDZANIA

Nazwa portalu – Finansuj.pl – mówi wszystko o jego profilu. To miejsce, w którym właściciele małych firm mogą szybko i łatwo nawiązać kontakt z potencjalnymi inwestorami.

Ofiarą luki kapitałowej padają najczęściej małe firmy. O ile duże przedsięwzięcia chętnie sfinansuje bank, o tyle te mniejsze natrafiają na poważne bariery w dostępie do kapitału, takie jak brak informacji czy wiedzy o tym, jak dotrzeć do inwestorów i przekonać ich do zainwestowania w dany pomysł.

Platforma sprzedaży firm

Świadomość tego problemu mieli twórcy portalu Finansuj.pl z Fundacji Obserwatorium Zarządzania, którzy postanowili skojarzyć w wirtualnej przestrzeni właścicieli firmy z inwestorami poszukującymi ciekawych pomysłów na zarobek. Finansuj.pl to połączenie serwisu informacyjnego i edukacyjnego z platformą wymiany kontaktów i wiedzy. Znajdziemy na nim moduły

do interaktywnego tworzenia biznesplanów (poradnik wideo pomoże na przykład wykonać analizę SWOT czy obliczyć BEP dla danej inwestycji, zaś już gotowy dokument możemy udostępnić zainteresowanym inwestorom online) czy do określania celów biznesowych (użytkownik wpisuje zadania do aplikacji, która wraz z upływem czasu przypomina o konieczności ich realizacji). Najważniejszy jest jednak moduł Mix. Finansuj.pl, który ma być społecznością przedsiębiorców i inwestorów. Użytkownicy zainteresowani wyłożeniem środków na biznes mogą tu stworzyć swój profil, w którym określą strategię inwestycyjną, miejsce inwestycji czy oczekiwaną stopę zwrotu. Moderowane fora dyskusyjne mają zaś służyć budowie i zacieśnianiu więzi między użytkownikami. Tu przedsiębiorcy mogą

Ireneusz Tomczak, prezes Fundacji Obserwatorium Zarządzania:

Chcemy stworzyć żywą platformę sprzedaży firm na rynku niepublicznym. Podczas wielu spotkań z przedstawicielami małych i mikrofirm nabraliśmy przekonania, że kluczowy jest bezpośredni kontakt z rynkiem. Firmy małe i mikro nie posiadają ani środków, ani wiedzy niezbędnych do współpracy z profesjonalnymi konsultantami, zresztą ich biznesy najczęściej tego nie wymagają. Portal internetowy może idealnie spełniać ich potrzeby. Jako uczestników preferujemy osoby, które już prowadzą biznes i poszukują partnera, jaki wsparłby ich w dalszym rozwoju. Mniej interesują nas start-upy na bardzo wczesnym etapie.





Najważniejsze zadanie zespołu Finansuj.pl to stworzenie tzw. efektu kuli śniegowej, czyli przyciągnięcie na portal atrakcyjnych treści oraz wygenerowanie odpowiednio dużego ruchu

podzielić się swoimi problemami i wymienić doświadczenia.

Efekt kuli śniegowej

Finansuj.pl stawia na maksymalną prostotę obsługi dla osób chcących zamieścić informację o poszukiwaniu kapitału na rozwój firmy. Najważniejsze zadanie to ułatwianie dostępu do kapitału, zaś moduły związane z tworzeniem biznesplanu, szkoleniami czy poradnikami wideo mają wspierać realizację głównego celu. Szkolenia prowadzone przez portal cieszą się zresztą niemałym powodzeniem. Tylko w ciągu dwóch tygodni Obserwatorium Zarządzania pozyskało 500 osób do udziału w zajęciach w największych miastach Polski, co stanowi około 60% założonego celu.

Najważniejsze zadanie, jakie stoi przed portalem, to uzyskanie takiej pozycji rynkowej, by mógł on stabilnie funkcjonować także wtedy, gdy skończy się już wsparcie z Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka. Moment ten ma nadejść już niedługo, bo w lutym 2011 r. Jak wyjaśnia Ireneusz Tomczak, będzie to duże wyzwanie dla zespołu. Ze względu na niszowy charakter działalności Finansuj.pl nie może liczyć na znaczne wpływy z reklamy internetowej, z kolei świadczenie usług czy szkoleń w zakresie

finansowania MSP to obecnie bardzo konkurencyjny rynek. – Dlatego planujemy wprowadzić płatne produkty w obszarze powstającego pasażu finansowego – zapowiada Ireneusz Tomczak, prezes Fundacji Obserwatorium Zarządzania. W pracach przy portalu uczestniczą obecnie cztery osoby. Ich najważniejsze zadanie to stworzenie tzw. efektu kuli śniegowej, czyli przyciągnięcie na portal atrakcyjnych treści oraz wygenerowanie odpowiednio dużego ruchu. Portal zaczyna żyć, gdy nowe oferty od firm poszukujących kapitału pojawiają się same, bez udziału moderatorów. Oprócz tego, zespół mierzy się z wyzwaniami typowymi dla każdego projektu internetowego: pracami technicznymi, budowaniem baz danych i prowadzeniem badań *usability*.

Projekt: „Finansuj.pl”
Instytucja: Fundacja Obserwatorium Zarządzania, Warszawa
Poddziałanie: 3.3.1
Wartość projektu: 3,82 mln zł
Dofinansowanie: 3,82 mln zł
Termin realizacji: 1.09.2009 – 28.02.2011



Owocne wsparcie

FUNDACJA OBSERWATORIUM ZARZĄDZANIA

Przedsiębiorcy będą lepiej przygotowani do pozyskania inwestorów, a ci z kolei uzyskają dostęp do zweryfikowanych, najlepszych projektów. Takie korzyści ma przynieść program doradczy Owoce Biznesu, kierowany do sektora MSP.

To drugi, obok portalu Finansuj.pl, projekt realizowany przez Fundację Obserwatorium Zarządzania ze środków Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka. – Idea obu projektów jest podobna, lecz grupa docelowa zupełnie inna – wyjaśnia Ireneusz Tomczak, prezes fundacji. Finansuj.pl to praktycznie bezobsługowy serwis skierowany do młodych firm z sektora mikro- i małych firm (jest ich w Polsce ok. 1,6 mln), natomiast Owoce Biznesu stanowią program doradczy, skierowany do firm małych i średnich, istniejących już na rynku, mogących się pochwalić historią biznesową i osiągnięciami. Takich firm nie ma zbyt wiele; ich liczbę Ireneusz Tomczak szacuje na kilkanaście tysięcy.

Kongres inwestorów

Mniejsza grupa docelowa wymaga podjęcia działań precyzyjnie dopasowanych do jej potrzeb. Dobrym przykładem jest tu Kongres Inwestycyjny, który Obserwatorium Zarządzania zorganizowało w czerwcu 2010 r. w Warszawie. Był on podzielony na część dla inwestorów indywidualnych i instytucjonalnych. Organizatorom udało się rzecz niełatwa – w jednym miejscu zgromadzili pokaźną grupę osób, które mają decydujące znaczenie dla wsparcia finansowego innowacyjnych firm w Polsce. Jednym z prelegentów był Piotr Tamowicz, reprezentujący Ini-

tiative for Capital and Governance, który mówił o funduszach *venture capital*, *private equity* oraz zaprezentował uczestnikom mapę funduszy zaangażowanych w Polsce. Dużym zainteresowaniem potencjalnych inwestorów cieszyły się też wystąpienia Piotra Ćwika z Krajowego Funduszu Kapitałowego, który odpowiadał na liczne pytania z sali, dotyczące zakładania funduszy *venture capital* z udziałem KFK, czy reprezentanta organizacji zrzeszającej anioły biznesu.

Kongres był jedną z kilku imprez przeznaczonych dla inwestorów. Oprócz tego Obserwatorium zorganizowało ponad 30 konferencji, w których uczestniczyło ok. 3,6 tys. osób. Skierowane były już bezpośrednio do przedsiębiorców, obejmując tematykę przedsiębiorczości akademickiej, *seed capital* czy *private equity*. – Chcemy spowodować, by rynek niepubliczny uzyskał większą płynność, by pojawiało się na nim więcej transakcji, a inwestorzy traktowali go jako równoprawną formę lokowania środków – wyjaśnia Ireneusz Tomczak.

Już ponad tysiąc firm zaufało Fundacji Obserwatorium Zarządzania – to miara sukcesu projektu

A mury runą...

Owoce Biznesu mają przygotować przedsiębiorców do rozmów z profesjonalnymi inwestorami. Obecnie bowiem, jak zauważa prezes Fundacji, zbyt często brak analizy finansowej, wyceny czy prawidłowo opisanego modelu biznesowego utrudnia rozmowę obu stron. Większa świadomość tych problemów będzie skutkować zbliżeniem stanowisk i większą adekwatnością wzajemnych oczekiwań. Tym samym, dzięki projektowi Owoce Biznesu przedsiębiorcy będą lepiej przygotowani do tak ważnego kroku, jakim jest pozyskanie inwestora czy wejście na rynek NewConnect.

Najważniejszą dla inwestorów indywidualnych i instytucjonalnych korzyścią z udziału w Owocach jest dostęp do zweryfikowanych prezentacji projektów biznesowych i możliwość nawiązania bezpośredniego kontaktu z tymi firmami. – Oszczędzamy inwestorom dużo czasu, oferując im kontakt tylko z najciekawszymi propozycjami – wyjaśnia Ireneusz Tomczak. Ważną zaletą jest też możliwość zaprezentowania się przez inwestora przedsiębiorcom. Klub Inwestora skupia już ponad 300 osób, których celem jest popularyzowanie rozwoju rynku niepublicznego.

Za największy dotychczasowy sukces projektu prezes Fundacji Obserwatorium Zarządzania uważa to, że już ponad tysiąc firm zaufało kierowanej przez niego fundacji. Jej specjaliści pracują z przedsiębiorcami nad dopracowaniem pomysłów i wizji, tak aby zainteresowały one inwestorów. Na razie jest jeszcze za wcześnie, by mówić o ostatecznych rezultatach projektu, ale prezes Ireneusz Tomczak podkreśla, że fundacja ma już „pierwsze sukcesy na tym polu”.

Światy inwestorów i przedsiębiorców nie zawsze potrafią znaleźć wspólny język. Inwestorzy wykazują innowacyjnym firmom zbyt pobieżnie przygotowane biznesplany i analizy finansowe, z kolei przedsiębiorcy skarżą się na niezrozumienie ich pomysłów przez posiadaczy kapitału. Owoce Biznesu to cenna inicjatywa, która pozwala obu światom zbliżyć się do siebie.



Projekt: „Owoce Biznesu – dobra oferta krokiem do sukcesu”

Instytucja: Fundacja Obserwatorium Zarządzania, Warszawa

Poddziałanie: 3.3.1

Wartość projektu: 3,44 mln zł

Dofinansowanie: 3,19 mln zł

Termin realizacji: 2.01.2009 – 31.12.2010

Pieniądze z odpadów

ATON-HT

Polska firma zajmująca się unieszkodliwianiem odpadów opracowała unikatową w skali świata technologię. Znacząco zmniejsza ona koszty i poprawia efektywność całego procesu, a do tego można nią zwalczać wiele niebezpiecznych związków, w tym zawierające azbest.

Moda na ekologię to zjawisko globalne i – wiele na to wskazuje – szybko nie minie. A można nawet zakładać, że koniunktura na usługi związane z ochroną środowiska będzie rosła. Nic dziwnego więc, że polskie firmy chcą zarabiać na utylizacji odpadów. Co ciekawe, nie wszystkie myślą o kupowaniu gotowych maszyn i technologii, ale same zamierzają takie wytwarzać i sprzedawać. Wiele z nich chce mieć też własne laboratoria badawczo-rozwojowe. A gdy nie starcza im pieniędzy, niekoniecznie szukają dotacji celowych na konkretne zakupy. Na giełdzie można pozyskać spore środki na kompleksowy rozwój. Tak zrobiła spółka ATON-HT, sięgając po wsparcie z poddziałania 3.3.2 PO IG na przeprowadzenie nowej emisji akcji.

Po pierwsze, rozwój

Jak mówi Robert Barczyk, prezes zarządu spółki, najważniejsze to mieć dobry pomysł. Najlepiej innowacyjny. W tej branży rozwój to koniecz-

ność. Bez niego nie da się sprostać wyśrubowanym normom środowiskowym i technicznym. Byle jaki produkt nie znajdzie akceptacji na rynku, a jego wytwórca straci dobry wizerunek. Spółka ATON-HT nie boi się nowatorskich rozwiązań. Jest właścicielem opatentowanej w Polsce i na świecie unikatowej technologii MTT (*microwave thermal treatment*), która polega na obróbce termicznej odpadów niebezpiecznych w skoncentrowanym polu mikrofalowym. Umożliwia ona budowę reaktorów, w których w bardzo wysokich temperaturach można unieszkodliwiać niebezpieczne substancje, w tym włókna azbestowe, produkty medyczne i biologiczne, bez zagrożenia dla środowiska naturalnego. Spółka opracowała prototypy wielu innowacyjnych urządzeń do unieszkodliwiania odpadów. Wszystkie wymagały jednak weryfikacji naukowej, a do tego potrzebne były środki na budowę własnego laboratorium badawczo-rozwojowego.

Własne laboratorium

Spółka nie zabiegała o bezpośrednie wsparcie finansowe budowy centrum B+R. Dzięki dotacji przyznanej przez PARP przygotowała i przeprowadziła emisję akcji serii D. W sumie z giełdy zebrano 4 mln zł. Dopiero dzięki tym środkom wrocławska firma mogła zbudować swoje labo-

Beneficjentem unijnej pomocy jest nie tylko spółka ATON-HT. Zyski czerpią także firmy, które kupują u niej specjalistyczne usługi i produkty

ATON-HT jest właścicielem technologii MTT, która polega na obróbce termicznej odpadów niebezpiecznych w skoncentrowanym polu mikrofalowym

ratorium badawczo-rozwojowe i wdrożyć wyżej wymienione urządzenia.

Firma skonstruowała pięć prototypów urządzeń wykorzystujących technologię MTT. Zebrane pieniądze pozwoliły jej również skomercjalizować wcześniejsze wyniki prac B+R w dziedzinie mikrofal oraz umożliwiły podjęcie współpracy

z innymi przedsiębiorstwami. W efekcie beneficjentem unijnej pomocy jest nie tylko spółka ATON-HT. Zyski czerpią także firmy kupujące u niej specjalistyczne usługi i produkty, dzięki którym stają się bardziej konkurencyjne na rynku. W wymiarze niematerialnym korzystamy wszyscy, bo do środowiska naturalnego trafia mniej szkodliwych odpadów.



Robert Barczyk, prezes zarządu ATON-HT SA:

ATON-HT z dużymi sukcesami korzysta z dotacji krajowych i europejskich. Otrzymaliśmy między innymi dofinansowanie z 7. Programu Ramowego na projekt „Wdrożenie technologii utylizacji wybranych odpadów niebezpiecznych opartej na metodzie MTT-AMIANTE”. Nasza firma jest koordynatorem międzynarodowego konsorcjum realizującego to przedsięwzięcie. Z kolei dzięki dotacji z PO IG wybudowaliśmy centrum badawczo-rozwojowe i wytworzyliśmy pięć prototypów urządzeń wykorzystujących technologię MTT. Ponadto skomercjalizowaliśmy wcześniejsze wyniki prac B+R w tym zakresie.

Nie ustają w poszukiwaniach

– Nasze technologie i urządzenia są pod wieloma względami przełomowe w stosunku do obecnie stosowanych na świecie – mówi Robert Barczyk, szef firmy. – Przede wszystkim są tańsze i bardziej ekologiczne. Wśród innych zalet mogę wskazać takie cechy, jak oszczędność energetyczną, mobilność, ograniczenie emisji CO₂ w porównaniu z metodami konwencjonalnymi oraz bezodpadowość.

Prezes Robert Barczyk liczy, że dalsze prace badawcze doprowadzą do powstania jeszcze doskonalszych urządzeń. Takich, które umożliwią nie tylko unieszkodliwianie niebezpiecznych odpadów, ale i odzyskanie cennych materiałów. Jeśli tylko uda się to osiągnąć, zamierza natychmiast skomercjalizować wyniki prac B+R. Bo, choć spółka ATON-HT ma wysoką pozycję w branży, zdaje sobie sprawę, że konkurencja wymaga od niej ciągłego rozwoju i przemysłowych działań rynkowych.

Projekt: „Pozyskanie kapitału na rozwój ATON-HT poprzez przeprowadzenie emisji nowych akcji”

Firma: ATON-HT SA, Wrocław

Poddziałanie: 3.3.2

Wartość projektu: 190 tys. zł

Dofinansowanie: 95 tys. zł

Termin realizacji: 12.05.2009 – 30.09.2009



KAPITAŁ DLA
INNOWACJI

Zyski z odwagi

CENTRUM KLIMA

Rekordowa w historii sprzedaż, czterokrotne zwiększenie mocy produkcyjnych, dynamicznie rosnący eksport – to efekty zmian, które firmie Centrum Klima przed trzema laty zaaplikował w wieloletniej strategii zarząd. Do sukcesu spółki przyczyniły się pieniądze pozyskane z emisji akcji i pomoc unijna.

Centrum Klima to obecnie wiodący w Polsce i liczący się w Europie producent i dystrybutor systemów wentylacyjnych i klimatyzacyjnych. W 2007 r. spółka, rozwijająca się ewolucyjnie przez ponad 10 lat, stanęła przed wyzwaniem. W jej przychodach prawie 80% udziału miał handel importowanymi produktami, a mniej niż 20% – sprzedaż wyrobów własnej produkcji. Zarząd postanowił to zmienić, bo produkcja własna cechuje się wyższą o kilka punktów procentowych marżowością.



Zastrzyk funduszy

Realizacja celu wymagała dużego zastrzyku pieniędzy, które zarząd szacował nawet na 50 mln zł. Prywatna emisja akcji, przeprowadzona na początku 2008 r., umożliwiła zmianę formy prawnej i przekształcenie – ze spółki z o.o. w spółkę akcyjną. Kolejnym krokiem był debiut akcji serii A i B na rynku NewConnect, co umożliwiło pozyskanie dodatkowych 7,8 mln zł. Zarząd już wtedy zaczął myśleć o wejściu na rynek podstawowy warszawskiej Giełdy Papierów



Nowy zakład wytwórczy Centrum Klima, wybudowany dzięki pozyskaniu kapitału z GPW, zapewni czterokrotne zwiększenie mocy produkcyjnych

Wartościowych. Ale z obliczeń wynikało, że realizacja tego zadania – wynajęcie doradców, przygotowanie prospektu, realizacja wewnętrznych działań – będzie kosztować ponad 2 mln zł. W wypadku rozwijającej się spółki taka kwota była dużym wydatkiem.

– Postanowiliśmy się starać o dofinansowanie z funduszy UE i w lipcu 2008 r. złożyliśmy w PARP wniosek, aplikując o środki z poddziałania 3.3.2 PO IG – mówi Małgorzata Szerszeń-Krzywicka, dyrektor finansowa Centrum Klima.

– Napisaaliśmy w nim, że pomoc przeznaczymy na opłacenie usług doradczych związanych z przygotowaniem IPO.

Kwota, o którą starała się spółka, to 670 tys. zł. Wniosek miał szansę na szybkie rozpatrzenie. I można uznać, że tak się stało. – Oczywiście, zetknęliśmy się z naturalną w tym wypadku biurokracją, ale zawsze wiedzieliśmy, do kogo się zwrócić w PARP. Szybko odpowiadano nam na maile, a co ważne – doradzano i podpowiadano rozwiązania – dodaje dyrektor finansowa. ➤



> Kryzys nie przeszkodził

Niestety, pojawiły się problemy natury zewnętrznej. Według przedstawionej specyfikacji, Centrum Klima miała zadebiutować na głównym parkiecie w końcu 2008 r. Tuż po tym, jak specjalną uchwałą w tej sprawie podjęło Nadzwyczajne Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy, w USA wybuchł kryzys finansowy i rozlał się na cały świat. Także na GPW spadała wartość akcji i debiut w zaplanowanym terminie stał się zbyt ryzykowny. Spółka zaczęła w PARP starania o przedłużenie harmonogramu realizacji projektu. Umowę w tej sprawie podpisano 30 grudnia 2008 r.

Swoim torem szedł tryb opracowania prospektu emisyjnego. Komisja Nadzoru Finansowego zatwierdziła go w grudniu 2008 r., a akcje spółki dopuszczono do notowań na parkiecie głównym giełdy. Debiut nastąpił 6 stycznia 2009 r., a spółka była drugą w historii firmą zmieniającą rynek notowań z NewConnect na rynek główny GPW.

Marek Perendyk, prezes zarządu Centrum Klima:

Nasz debiut na GPW był udany, jak na istniejące warunki giełdowe w roku 2009. Z oferty publicznej pozyskaliśmy 31,5 mln zł. Udział inwestorów indywidualnych w kapitale spółki wzrósł z 6 do 39%. Pozyskane środki zostały niemal w całości przeznaczone na budowę kompleksu w Wieruchowie koło Ożarowa Mazowieckiego. Dzięki temu mogliśmy w zaplanowanym terminie zakończyć tę inwestycję, co zbiegło się z dużą liczbą zamówień. Najważniejsze jest to, że spółka zrealizowała główny cel emisyjny.

Uczestnictwo w Programie Operacyjnym Innowacyjna Gospodarka i wypełnienie wymogów związanych z pozyskaniem dotacji pozwoliło poprawić wewnętrzną organizację spółki

Kiedy w końcu I półrocza 2009 r. sytuacja na rynkach finansowych i kapitałowych powoli zaczęła się poprawiać, zarząd Centrum Klima zdecydował, że należy kontynuować pozyskiwanie kolejnych inwestorów i wznowił prace nad emisją akcji nowej serii. Zaktualizowano prospekt emisyjny, przeprowadzono kampanię reklamową. Prospekt został zatwierdzony na początku października, a pod koniec października doszło do emisji akcji serii C.

Dzięki uzyskanym z giełdy pieniądзом w sierpniu 2010 r. zakończono budowę kompleksu produkcyjno-magazynowo-biurowego w Wieruchowie k. Ożarowa Mazowieckiego. Spółka przeniosła się w nowe miejsce. Projekt inwestycyjny miał na celu zwiększenie mocy produkcyjnych oraz powierzchni magazynowej firmy i – w ocenie prezesa Marka Perendyka – zakończył się dużym sukcesem. Także dlatego, że został zrealizowany bez istotnych opóźnień w stosunku do przyjętego harmonogramu.

Meldujemy wykonanie zadania

– Teraz to zupełnie inny zakład. Przed firmą otworzyły się nowe perspektywy rozwoju – mówi dyr. Małgorzata Szerszeń-Krzywicka. Zakład wytwórczy może pracować na dwie zmiany, co – wraz z nowym uzbrojeniem – zapewni czterokrotne zwiększenie mocy produkcyjnych. Spółka już wprowadziła do oferty nowe produkty pod własną marką, jak centrale wentylacyjne VENTAL System. Dynamicznie rośnie jej eksport, który po 8 miesiącach roku ma 65-procentowy udział w sprzedaży własnych produktów. Oznacza to wzrost rok do roku o 91%. Produkty własne trafiają na rynki krajów Europy Zachodniej: Belgii, Holandii, Wielkiej Brytanii, Irlandii. W ocenie zarządu wyroby Centrum Klima osiągnęły poziom benchmarkowych produktów, a pozostają wobec nich konkurencyjne cenowo.

– Drugi kwartał 2010 r. był rekordowy w historii spółki pod względem poziomu sprzedaży – stwierdza Marek Perendyk. – Następne miesiące zapowiadają się równie dobrze, m.in. dzięki dużej liczbie zamówień oraz terminowej realizacji inwestycji w Wieruchowie. Zarząd mógł więc zameldować na jednym z WZA, że spółka zrealizowała główny cel emisyjny.

– Kto wie, czy bez pomocy unijnej bylibyśmy w tym samym miejscu – zastanawia się Małgorzata Szerszeń-Krzywicka. – Ale z pewnością wiemy, że uczestnicząc w programie operacyjnym i wypełniając warunki otrzymania dotacji, zyskałyśmy dużo więcej ponad potrzebne nam pieniądze.

Pani dyrektor wskazuje, że poprawiła się przede wszystkim wewnętrzna organizacja funkcjonowania spółki. Niektóre procesy są bardziej „pokładane”, ponieważ tego wymagał prospekt emisyjny. – Ponadto wiele nauczyliśmy się od doradców prawnych, finansowych i inwestycyjnych, po których sięgnęliśmy w trakcie przygotowań emisji. Z usług części z nich korzystamy nadal – dodaje dyrektor. Wzrosła też świadomość zarządu w kilku kwestiach. Na przykład w sprawie informowania o spółce i wartości, jaką można uzyskać dzięki większej przejrzystości.

Projekt: „Oferta publiczna Centrum Klima SA drogą do pozyskania kapitału na rozwój działalności przedsiębiorstwa”

Firma: Centrum Klima SA, Piastów

Poddziałanie: 3.3.2

Wartość projektu: 1,63 mln zł

Dofinansowanie: 670 tys. zł

Termin realizacji: 29.07.2008 – 30.06.2010



KAPITAŁ DLA
INNOWACJI

Akcje napędzane paliwem

EKOPOL GÓRNOŚLĄSKI HOLDING

Konsekwentnie, krok po kroku – ta reguła doskonale sprawdza się w biznesie. Szefowie Ekopol Górnośląski Holding SA, krok po kroku, przez dekadę, przygotowywali fundamenty pod kolejne etapy rozwoju firmy. Ich zwieńczeniem był debiut spółki na rynku akcji NewConnect.

W interesach, trochę jak w sporcie, oprócz talentu i smykałki, kluczową rolę odgrywa ciężka, systematyczna praca, wyznaczanie kolejnych wyzwań i dążenie do nich. Takie credo sternicy Ekopolu mogliby wykaligrafować na swoich wizytówkach.



Stawianie na przejrzystość

Ekopol to prężnie rozwijająca się firma z Piekarskich, działająca na rynku paliwowym i hutniczym. Przedsiębiorstwo sprzedaje paliwa płynne (olej napędowy i benzyny) oraz oleje opałowe i biopaliwa, a także wyroby hutnicze, w tym blachy trapezowe ocynkowane i powlekane,



łukowe blachy trapezowe powlekane, blachy dachówkowe, panele i kasety ściennie. Świadczy też usługi przechowywania olejów napędowych u klientów za pośrednictwem mikrostacji paliw. Wejście na rynek NewConnect było możliwe dzięki dotacji przyznanej w ramach poddziałania 3.3.2 PO IG.

– Był to kolejny element naszej strategii rozwoju, który planowaliśmy przez ostatnie dwa lata. Cztery lata temu przekształciliśmy się ze spółki z o.o. w spółkę akcyjną. Później sukcesywnie stawaliśmy na przejrzystość w prowadzeniu finansów i zarządzaniu firmą, co przyniosło korzyści nie tylko naszym partnerom, ale i nam samym. >



Spółka z Piekar Śląskich
była pierwszą firmą z sektora
paliwowego notowaną na rynku
NewConnect



**Mirosław Szarawarski, wiceprezes Ekopolu
i autor projektu:**

Wejście na rynek NewConnect było znakomitą decyzją, choć trzeba przyznać, że zrealizowaliśmy ją w najtrudniejszym z możliwych momentów. Rynki finansowe były w zapaści, trudno było przewidzieć, do czego doprowadzi kryzys na całym świecie. Musieliśmy też pogodzić się z mniejszymi od oczekiwanych zyskami. Mimo tych problemów, nasza emisja akcji zakończyła się pełnym sukcesem, co pokazuje choćby ich cena. Zaczynaliśmy z poziomu 3 zł. Dziś cena akcji Ekopolu jest prawie dwukrotnie wyższa. Kryzysu w sektorze paliwowym nie odczuliśmy praktycznie wcale.

Co dał nam debiut na NewConnect? Wiele, jeśli chodzi o relacje z inwestorami czy partnerami biznesowymi. Staliśmy się poważnym graczem na rynku, zaczęto o nas zabiegać, a miarą naszej wiarygodności była nie tylko transparentna polityka finansowa, ale też same wyniki – nawet w najtrudniejszym okresie, każdego roku notujemy minimum 20-procentowy wzrost przychodów. Nie jesteśmy wielkim przedsiębiorstwem, ale za to prężności i skuteczności wielu mogłoby nam pozazdrościć. Postawiliśmy na młodych, kreatywnych ludzi i mamy kolejne plany i oczekiwania. Następną dekada musi być jeszcze lepsza.

- > Dzięki sprawnej i transparentnej polityce finansowej przed każdą inwestycją dokładnie wiemy, na czym stoimy, na co nas stać i czego możemy oczekiwać – podkreśla Mirosław Szarawarski, wiceprezes holdingu i autor projektu. – Również debiut na NewConnect był dla nas starannie przemyślanym przedsięwzięciem.

Pierwsi notowani

Spółka z Piekar Śląskich była pierwszą firmą z sektora paliwowego notowaną na rynku NewConnect. Ale to nie jedyne jej ambitne przedsięwzięcie z ostatnich miesięcy. Ekopol wybudował nową siedzibę, poszerzył park maszynowy i zaplecze magazynowe, a także rozwija dwa innowacyjne projekty. Pierwszym jest sklep internetowy, w którym prowadzi hurtową sprzedaż paliw. Drugi to nowatorski system dystrybucji paliw, skierowany do klientów korporacyjnych, obejmujący m.in. tworzenie tak zwanych mikrostacji, czyli mobilnych zbiorników paliwa umożliwiających tankowanie pojazdów. W praktyce Ekopol dostarcza firmom olej napędowy oraz zapewnia im stały monitoring gospodarki paliwowej.

– Zapewniamy w ten sposób oszczędności w firmowych budżetach sięgające 30%. Wiążą się one nie tylko z bardziej racjonalnym zużyciem paliwa, ale i możliwością redukcji kosztów w gospodarce magazynowej – tłumaczy Szarawarski.

Konsumpcja paliw w kraju systematycznie rośnie, o kilka procent rocznie, co potwierdzają prognozy Polskiej Organizacji Przemysłu i Handlu. Zakładając równie regularny skok w kolejnych latach, szefowie Ekopolu mają podstawy wierzyć w dobre perspektywy swojego biznesu.

Ekopol dostarcza firmom olej napędowy, a także zapewnia im stały monitoring gospodarki paliwowej

Projekt: „Wprowadzenie spółki Ekopol Górnośląski Holding SA na rynek NewConnect”
Firma: Ekopol Górnośląski Holding SA, Piekary Śląskie
Poddziałanie: 3.3.2
Wartość projektu: 270,8 tys. zł
Dofinansowanie: 97,5 tys. zł
Termin realizacji: 8.07.2008 – 20.02.2009

Pomocnik giełdowy

REMEDIS

Działająca na rynku wierzytelności poznańska firma Remedis SA, dzięki wsparciu z Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka, opracowała plan debiutu na rynku NewConnect. Korzyści są oczywiste. Poprzez wejście na giełdę spółka zwiększy swoją wiarygodność i otrzyma wsparcie finansowe od inwestorów.

Remedis SA, jako gospodarczy kontynuator firmy Obsługa Wierzytelności „Faktor”, istnieje od 1995 r. Spółka specjalizuje się w pośrednictwie w obrocie wierzytelnościami wobec jednostek samorządu terytorialnego i samodzielnych publicznych zakładów opieki zdrowotnej na rzecz banków; pośrednictwie w udzielaniu kredytów dla samodzielnych publicznych zakładów opieki zdrowotnej; nabywaniu wierzytelności wobec podmiotów gospodarczych od syndyków masy upadłościowej oraz windykacji należności od podmiotów gospodarczych. Wśród obsługiwanych podmiotów przedsiębiorstwo ma, bądź miało, między innymi: 108. Szpital Wojskowy z Przychodnią SPZOZ w Elku, Starostwo Powiatowe w Jarocinie, Samodzielny Publiczny Zakład Opieki Zdrowotnej w Augustowie, Starostwo Powiatowe w Górze, Samodzielny Publiczny Zakład Opieki Zdrowotnej w Brzezinach.

Pieniądze na doradcę

Od kwietnia 2010 r. firma Remedis SA wdrażała projekt „Doradztwo przygotowujące przedsiębiorcę do pozyskania inwestorów zewnętrznych

o charakterze udziałowym”, finansowany z poddziałania 3.3.2 PO IG. Dzięki temu wsparciu firma skorzystała ze specjalistycznych usług doradczych świadczonych przez Inwest Consulting SA (autoryzowany doradca rynku NewConnect) oraz Kancelarię Biegłego Rewidenta Jadwigi Krajewskiej. Firmy te świadczyły pomoc w zakresie opracowania dokumentacji niezbędnej do pozyskania inwestorów zewnętrznych i wprowadzenia instrumentów finansowych do obrotu na rynku NewConnect.

Cel: New Connect

– Naszym akcjonariuszem jest firma specjalizująca się między innymi w prowadzeniu projektów unijnych. Pomysł na starania o unijne środki w naturalny sposób zrodził się właśnie w czasie jednego z roboczych spotkań z przedstawicielami naszego akcjonariusza – mówi Marcin Wyszogrodzki, dyrektor ds. sektora publicznego Remedis SA. – Już dużo wcześniej przymierzaliśmy się bowiem do debiutu giełdowego i niezależnie od środków z Unii Europejskiej zmierzaliśmy na rynek NewConnect. Pozytywne rozpatrzenie przez Polską Agencję Rozwoju Przedsiębiorczo-

ści naszej aplikacji urealniło jednak i znacznie przyspieszyło plany naszej spółki. Całą pracę i odpowiedzialność związaną z opracowaniem i wdrożeniem unijnego projektu przejął wspomniany akcjonariusz naszej firmy – dodaje. Kolejnym, po przygotowaniu dokumentacji ofertowej oraz dokumentów informacyjnych, planowanym etapem była sprzedaż akcji na rynku NewConnect. Rynek ten przeznaczony jest dla powstających bądź młodych firm o stosunkowo niewielkiej przewidywanej kapitalizacji (do 20 mln zł). Dzięki obecności na nim przedsiębiorstwa zwiększają swoją wiarygodność u potencjalnych klientów, a od inwestorów zewnętrznych pozyskują znaczne środki niezbędne do dalszego, szybkiego rozwoju. Łączny koszt projektu wyniósł 420,9 tys. zł, z czego unijne dofinansowanie to 162,5 tys. zł.

Spółka zmierzała na NewConnect, nie oglądając się na unijne wsparcie. Pozytywne rozpatrzenie aplikacji przez PARP przyspieszyło i urealniło plany



Marcin Wyszogrodzki, dyrektor ds. sektora publicznego Remedis SA:

Debiut na rynku NewConnect przyczyni się do wzrostu wiarygodności i transparentności naszej spółki. Działając na dość specyficznym i wyjątkowo wymagającym rynku, jakim jest sektor jednostek publicznych, gdzie wszystko musi być jawne, chcemy upodobnić nasze procedury do procedur klientów, uzyskując tym samym ich zaufanie. Liczymy również, iż status spółki giełdowej wpłynie na duże zainteresowanie nowymi emisjami akcji lub obligacji spółki. Przewidujemy także, iż nasza strategia związana z TFI (którego jesteśmy jednym z akcjonariuszy) będzie miała większą szansę na realizację i uzyskanie odpowiednich rezultatów.

Projekt: „Doradztwo przygotowujące przedsiębiorcę do pozyskania inwestorów zewnętrznych o charakterze udziałowym”
Firma: Remedis SA, Poznań
Poddziałanie: 3.3.2
Wartość projektu: 420,9 tys. zł
Dofinansowanie: 162,5 tys. zł
Termin realizacji: 1.04.2010 – 31.10.2010

Anielska sieć

LEWIATAN

Pod względem innowacyjności polska gospodarka ustępuje większości państw Unii Europejskiej. Jeśli chcemy być konkurencyjni na globalnym rynku, musimy to zmienić. Jak? Choćby wspierając młodych przedsiębiorców i wynalazców.

Upowszechnienie funduszy wysokiego ryzyka, funduszy aniołów, *seeds capital* i grantów bezwrotnych – zakłada działanie 3.3 „Tworzenie systemu ułatwiającego inwestowanie w MSP” PO IG. Wśród wielu instytucji, które zgłosiły się do konkursu, wyróżnia się Polska Konfederacja Pracodawców Prywatnych Lewiatan. Jej projekt „Aktywizacja i podnoszenie kompetencji podmiotów rynku aniołów biznesu w Polsce” dobrze oceniła PARP w maju 2008 r. Lewiatan otrzymał na jego realizację dofinansowanie w wysokości 14,62 mln zł.

– To największy projekt w tym konkursie, skierowany zarówno do młodych firm i wynalazców, jak i potencjalnych inwestorów – mówi Jacek Błoński, szef Lewiatan Business Angels (LBA). – Realizujemy największy projekt, bo tworzymy największą w Polsce sieć aniołów biznesu.

Rynek Business Angels

Tymi „aniołami” są głównie biznesmeni z niekwestionowanym dorobkiem zawodowym, którzy odnieśli sukces finansowy. Sieć LBA zrzesza około 70 osób. Wielu z nich przeszło już na biznesową emeryturę. Gotowi są jednak zaangażować się w nowe, ciekawe pomysły. I nie chodzi tu tylko o wsparcie finansowe. Młodzi przedsiębiorcy mogą liczyć na zyskanie praktycznej wiedzy i kontakty w branży.

– Rynek aniołów biznesu w Polsce będzie się rozwijał, a zarazem będzie przyjmował najlepsze światowe wzorce – stwierdza Jacek Błoński. – Istotne jest jednak, aby wśród przedsiębiorców upowszechnić wiedzę na temat takiej formy finansowania innowacyjnych projektów.

Te m.in. cele przyświecały zgłoszonemu do PARP projektowi. Przewidziane w nim inicjatywy dzielą się na cztery główne działania, a te składają się z szeregu poddziałań, koniecznych do sprawnego przeprowadzenia projektu. Chodzi na przykład o profesjonalne szkolenia osób zarządzających projektem, wyjazdy studyjne, seminaria i warsztaty dla pomysłodawców oraz inwestorów, dotyczące funkcjonowania rynku Business Angels. Szkolenia prowadzone są przez najlepszych światowych ekspertów. Działania promujące ideę aniołów biznesu w Polsce skupiają się na publikacjach i upowszechnianiu najlepszych praktyk. Sprzyja to dzieleniu się zdobytą wiedzą i doświadczeniem. – Dzięki dofinansowaniu z funduszy UE realizujemy te wszystkie działania bezpłatnie i na szeroką skalę – dodaje szef LBA. – Bez wsparcia unijnego nie byłibyśmy w stanie działać z takim rozmachem.

Bogaty plon

LBA organizuje spotkania z potencjalnymi aniołami biznesu z różnego rodzaju organizacji oraz



Jacek Błoński, szef Lewiatan Business Angels (LBA):

„Aktywizacja i podnoszenie kompetencji podmiotów rynku aniołów biznesu w Polsce” to projekt skierowany do młodych firm i wynalazców, ale także potencjalnych inwestorów. Tworzymy największą w Polsce sieć aniołów biznesu. Ten rynek będzie się u nas rozwijał, a zarazem będzie przyjmował najlepsze światowe wzorce. Istotne jest jednak, aby wśród przedsiębiorców upowszechnić wiedzę na temat takiej formy finansowania innowacyjnych projektów. Dzięki dofinansowaniu środkami unijnymi realizujemy nasze działania bezpłatnie i na szeroką skalę. Zgodnie z założeniem, skupiamy się na sprawach organizacyjnych tworzenia sieci BA i promocji tej idei w Polsce.

seminaria zachęcające ich do inwestowania. W ciągu dwóch lat realizacji tej części projektu taką chęć wyraziło prawie 200 osób.

Drugim elementem projektu LBA jest edukacja pomysłodawców. Okazuje się, że internet, dostęp do literatury fachowej i prasy nie wystarczają. Na szkoleniach organizowanych przez LBA młodzi przedsiębiorcy dowiadują się, jak prowadzić transakcje kapitałowe o charakterze udziałowym. A w wielu wypadkach zdobywają także podstawową wiedzę biznesową. Poznają i uczą się moż-

liwości komercyjnego wykorzystania technologii, opracowywania biznesplanów, umów inwestorskich, prowadzenia negocjacji, monitoringu transakcji, aż po wyjście z inwestycji.

– Zgodnie z założeniem, skupiamy się na sprawach organizacyjnych tworzenia sieci BA i promocji tej idei w Polsce – mówi Jacek Błoński.

– Jednak wiemy, że tylko w ciągu minionych dwóch lat doszło do kilkudziesięciu poważnych rozmów aniołów biznesu z zainteresowanymi, czego efektem jest podpisanie ponad 20 transakcji z młodymi firmami.

Bogaty plon przyniósł, realizowany w ramach projektu, tegoroczny konkurs LBA pt. „zaczynaj. biz”. Jego jury spośród 250 pomysłów zgłoszonych przez przedsiębiorców z całej Polski wybrało 20 najlepszych. Wśród nich są projekt uruchomienia nowej formy reklamy internetowej (umieszczonej na zdjęciach), samochodowy immobiliser sterowany sygnałem z telefonu komórkowego i produkcja robotów mobilnych.

Uczyć się od najlepszych

Jacek Błoński zwraca uwagę na jeszcze jeden efekt pomocy unijnej. Dzięki przyznanym środkom zostały pogłębione kontakty z Europejską Siecią Business Angel (EBAN), czego dowodem były wizyty w Polsce najlepszych praktyków z Europy, którzy prowadzili u nas wykłady i panele. Przyjeżdżali także Amerykanie – np. Bill Payne.

– To oni przenoszą na nasz grunt najlepsze praktyki i są najlepszymi promotorami idei BA – dodaje Jacek Błoński. – Możemy liczyć na pomoc i doradztwo osób z zagranicy, co w przyszłości, mam nadzieję, umożliwi łatwiejsze działanie zagranicznych BA w Polsce.

Projekt: „Aktywizacja i podnoszenie kompetencji podmiotów rynku aniołów biznesu w Polsce”

Organizacja: Polska Konfederacja Pracodawców Prywatnych Lewiatan, Warszawa

Poddziałanie: 3.3.1

Wartość projektu: 14,84 mln zł

Dofinansowanie: 14,62 mln zł

Termin realizacji: 4.07.2008 – 31.12.2013



Działanie 4.2 w liczbach

Budowa własnego działu B+R może wiele ułatwić, zwłaszcza firmom, które chcą chronić swój know-how. Z kolei opracowanie i wdrożenie nowego wzoru przemysłowego lub użytkowego to najprostszy sposób na wprowadzenie innowacji do swojej oferty. To wszystko umożliwia **działanie 4.2 „Stymulowanie działalności B+R przedsiębiorstw oraz wsparcie w zakresie wzornictwa przemysłowego”**.

Dotacja na wprowadzanie do produkcji nowych wzorów przemysłowych lub na rozwijanie w firmach zaplecza badawczo-rozwojowego nie od razu spotkała się z dużym zainteresowaniem przedsiębiorców. Pierwszy nabór w konkursie ogłoszonym wiosną 2008 r. trwał do końca czerwca, a wnioski spływały powoli, po kilka dziennie. Od 2009 r. do konkursów zaczęło napływać tak dużo wniosków, że zamykano je już po kilku dniach od ogłoszenia.

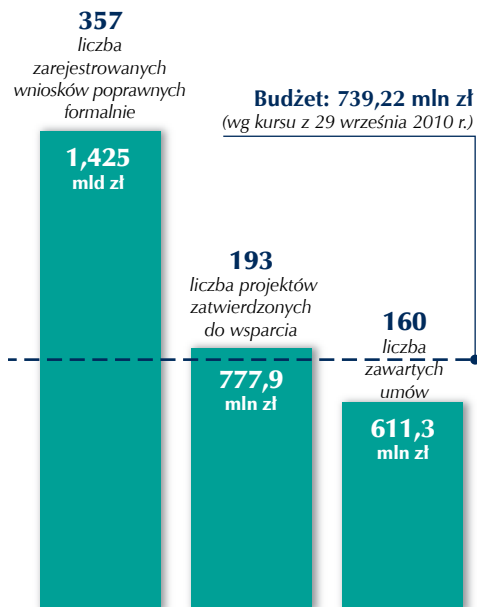
Aby otrzymać dotację w ostatnim konkursie do działania 4.2 PO IG, projekt musiał uzyskać maksymalną ocenę – 100 punktów

Łącznie odbyło się pięć naborów wniosków, w których przedsiębiorcy złożyli prawie 400 wniosków na kwotę ponad 1,5 mld zł, czyli dwukrotnie przekraczającą budżet działania na lata 2007-2013. W wyniku oceny formalnej i merytorycznej ostatecznie 193 projekty zarekomendowano do dofinansowania na łączną kwotę ponad 777 mln zł. Do października podpisano 160 umów.

O wzrastającym zainteresowaniu firm wzornictwem i inwestycjami w B+R świadczy przebieg ostatniego konkursu do działania 4.2, ogłoszonego w lutym 2010 r. Konkurencja była tak ostra, że środków wystarczyło tylko dla tych projektów, które w ocenie merytorycznej otrzymały maksymalną liczbę punktów (100)!

Na początku czerwca 2010 r. budżet działania 4.2 został wyczerpany. Z tego powodu zawieszono planowany na jesień konkurs dla przedsiębiorców. Ogłoszenie nowego konkursu jest uzależnione od pozyskania dodatkowych środków. Jest to zatem kolejne źródło dofinansowania rozwoju firm, które wyczerpało się dużo wcześniej niż przewidywano. A to wszystko dzięki dużej aktywności przedsiębiorców i skła-

Wykorzystanie funduszy w działaniu 4.2 PO IG



Kwota wnioskowanej dotacji

*Źródło: PARP, stan na 22 października 2010 r.
Trwała jeszcze ocena wniosków złożonych w ostatnim konkursie.*

daniu dobrych projektów wartych współfinansowania z Funduszy Europejskich.

Mapa regionalna

Najwięcej wniosków poprawnych formalnie zostało złożonych w województwach małopolskim, mazowieckim, podkarpackim, śląskim i łódzkim. Biorąc pod uwagę liczbę podpisanych umów na pierwszym miejscu również znajduje się Małopolska (33 umowy). Na kolejnych miejscach są województwa mazowieckie (22) i łódzkie (19).

Do 10 lipca 2010 r. PARP wypłaciła beneficjentom działania 4.2 ponad 114 mln zł, w tym 79 mln zł stanowią refundacje, a ok. 35 mln zł – zaliczki. Główną grupą odbiorców płatności byli średni przedsiębiorcy, którzy otrzymali 38,35% wszystkich wypłaconych środków. W dalszej kolejności plasują się mali przedsiębiorcy (31%),

duże firmy (25,44%). Najniższy udział w odbiorze płatności miały mikroprzedsiębiorstwa, do których trafiło do połowy 2010 r. 5,2% środków.

Wzornictwo popularniejsze

Dotacje w ramach działania 4.2 przyznawane były na dwa rodzaje projektów: na wsparcie działalności B+R w przedsiębiorstwie, w tym na przekształcenie przedsiębiorstwa w centrum badawczo-rozwojowe bądź na wsparcie w zakresie opracowania wzoru przemysłowego lub użytkowego i wdrożenie go do produkcji. Wydatki, jakie częściowo finansowała dotacja, to m.in. zakup środków trwałych i wartości niematerialnych i prawnych niezbędnych do prowadzenia działalności badawczo-rozwojowej, a także działalności związanej z wytworzeniem i wprowadzeniem do produkcji nowego wzoru przemysłowego lub użytkowego. Z dofinansowania mogły korzystać wszystkie firmy, niezależnie od wielkości, natomiast małe i średnie przedsiębiorstwa dodatkowo mogły skorzystać z dofinansowania, kupując nie tylko nowe, ale również używane maszyny i urządzenia. W przypadku firm starających się o dofinansowanie projektu dotyczącego rozwijania działalności B+R kryterium koniecznym do spełnienia przez wnioskodawcę było wykazanie prowadzenia w poprzednich 12 miesiącach działalności badawczo-rozwojowej lub chociaż ponoszenia wydatków w tym zakresie. Dodatkowe punkty za projekt przedsiębiorca mógł uzyskać za otrzymanie statusu centrum badawczo-rozwojowego (CBR) w okresie dwóch lat od daty zakończenia realizacji projektu. Aby stać się CBR, należy wykazać, iż co najmniej 20% przychodów firmy pochodzi z prowadzenia działalności badawczo-rozwojowej. Szczegółowe uwarunkowania działalności CBR reguluje ustawa z 30 maja 2008 r. o niektórych formach wspierania działalności innowacyjnej.

Jednak przedsiębiorców, którzy z udziałem środków europejskich chcą przekształcać swoje firmy w centra badawczo-rozwojowe, nie >

> było wielu. Zdecydowanie większym zainteresowaniem cieszyła się dotacja na wzornictwo – ok. 75% projektów dotyczyło wdrożenia do produkcji nowych wzorów przemysłowych lub użytkowych. Analizując tytuły projektów, które otrzymały dofinansowanie, widać, że praktycznie każda branża miała szansę na realizację inwestycji. Nowe wzory produktów będą wprowadzać beneficjenci z branż: budowlanej (pustaki), spożywczej (makarony, ciastka), odzieżowej (bielizna), poligraficznej (kalendarze), samochodowej (lampy samochodowe), a także chemicznej (środki czystości, tabletki do zmywarek kuchennych).

Z drugiej jednak strony zachęta w postaci dofinansowania, sięgającego 1,4 mln zł na działalność badawczo-rozwojową, mimo wszystko spowodowała wzrost zainteresowania przedsiębiorców przekształceniem własnej firmy w centrum badawczo-rozwojowe. Jest to przedsięwzięcie ambitne i decydują się na nie tylko te firmy, które już od jakiegoś czasu, inwestując własne środki, zajmują się badaniami i tworzą własne laboratoria. Taki projekt zgłosiły m.in. producent napojów Tymbark, firma chemiczna Rokita oraz Car Technology z Krakowa, która tworzy Centrum Badawczo-Rozwojowe Przemysłu Motoryzacyjnego.

Jakie wsparcie

Maksymalna kwota wsparcia dla jednego przedsiębiorcy na jeden projekt w zakresie wzornictwa wynosi:

- 21 mln zł w części dotyczącej wydatków inwestycyjnych

589 mln zł – o tyle wnioskowali przedsiębiorcy w ostatnim konkursie z działania 4.2 PO IG. Kwota ta pięciokrotnie przewyższała dostępny budżet

Poziom dofinansowania

Intensywność dofinansowania inwestycyjnego wynosi od 30% do 70% i zależy od lokalizacji projektu oraz wielkości przedsiębiorstwa.

Wysokość wsparcia szkoleniowego dla małych i średnich firm wynosi 45% (55% dla pracowników w gorszym położeniu), dla dużych przedsiębiorców – 25%. Działanie obejmuje także dofinansowanie na poziomie 50% usług doradczych, przy jednoczesnych wydatkach na szkolenia nieprzekraczających 10% kosztów kwalifikowanych.

- 600 tys. zł w części dotyczącej wydatków na usługi doradcze
- 1 mln zł w części dotyczącej wydatków na szkolenia
- 200 tys. euro na koszty związane z ustanowieniem zabezpieczenia umowy oraz prowadzenia rachunku bankowego, a w przypadku przedsiębiorcy prowadzącego działalność w sektorze transportu drogowego – 100 tys. euro.

Maksymalna kwota wsparcia na zwiększenie potencjału badawczo-rozwojowego dla jednego przedsiębiorcy na jeden projekt wynosi:

- 1,4 mln zł w części dotyczącej wydatków inwestycyjnych
- 100 tys. zł w części dotyczącej wydatków na usługi doradcze
- 100 tys. zł w części dotyczącej wydatków na szkolenia
- 200 tys. euro na koszty związane z ustanowieniem zabezpieczenia umowy oraz prowadzenia rachunku bankowego, a w przypadku przedsiębiorcy prowadzącego działalność w sektorze transportu drogowego – 100 tys. euro.

Minimalna wartość wydatków objętych dofinansowaniem na zwiększenie potencjału badawczo-rozwojowego oraz wsparcie w zakresie wzornictwa dla części inwestycyjnej wynosi 400 tys. zł. Natomiast łączna wartość wydatków objętych dofinansowaniem na zwiększenie potencjału badawczo-rozwojowego dla części inwestycyjnej nie może przekroczyć 2 mln zł.





Inteligentna bielizna dla aktywnych

ACTIVE PRO

Tym razem wszystko zaczęło się w wysokich górach, w których doświadczeni alpiniści potrzebowali całej gamy specjalistycznego sprzętu zapewniającego bezpieczeństwo w najbardziej ekstremalnych warunkach. Z czasem okazało się, że opracowana na potrzeby wąskiej grupy specjalistów technologia ma szersze zastosowanie.

Jednym z elementów wyposażenia alpinistów była bielizna termoaktywna. Choć nazwa brzmi tajemniczo, dziś tego typu odzież noszą nie tylko ludzie od wyczynowej wspinaczki. Kluczowym i prężnie rozwijającym się producentem bielizny termoaktywnej na rynku polskim jest firma Active Pro z Dąbrowy Górniczej w województwie śląskim. W 2010 r. dzięki dofinansowaniu w ramach działania 4.2 „Stymulowanie działalności B+R oraz wsparcie w zakresie wzornictwa przemysłowego” PO IG przedsiębiorcy z Zagłębia stworzyli swoją premierową kolekcję zupełnie

nowej bielizny, adresowanej nie tylko do zapalonych himalaistów. Dziś może ją nosić każdy.

Zawsze sucho, zawsze pewnie

Bielizna termoaktywna na pierwszy rzut oka niewiele różni się od tej zwykłej, wykonanej z bawełny. Podkoszulek z krótkim i długim rękawem, szorty i kalesony produkowane przez Active Pro nie wyglądają na wyjątkowo zaawansowany produkt odzieżowy. Ale wystarczy założyć ten komplet na siebie. Bielizna stworzona przez dąbrowską firmę powstała z wyjątkowych materiałów gwarantujących szybsze odparowanie wilgoci niż jej absorbowanie, dzięki czemu pozostaje sucha i zapewnia suchą skórę.

Produkuje się ją z dwóch warstw tkanin – polipropylenu, charakteryzującego się bardzo niskim wskaźnikiem wchłaniania wody, oraz poliamidu, który ma dokładnie odwrotne właściwości. Polipropylen w warstwie spodniej sprawia, >

Bieliznę termoaktywną, którą kiedyś zakładali alpiniści, może dziś nosić każdy. Jej zalety sprawdzają się w codziennym użytkowaniu



Pierwszą linię bielizny dla alpinistów Active Pro stworzyła dla Krzysztofa Wielickiego przed jego wyprawą na K2. Po udanych testach trzeba było przejść od wyczynu do rekreacji

> że wilgoć nie zatrzymuje się przy skórze, lecz przechodzi do powłoki zewnętrznej, z której jest błyskawicznie odparowywana. Dodatkowo jony srebra zawarte w tym materiale zapobiegają rozwojowi bakterii, do czego dochodzi podczas naturalnego procesu pocenia się. Dzięki temu nie ma mowy o przykrym zapachu. W bieliźnie zastosowano też takie technologie, jak RibbingDry (wspomagany specjalnym splotem bezuciskowy ściągacz, który równomiernie dopasowuje się do ciała) oraz Air Channel (system kanalików powietrznych, zabezpieczający przed przyklejaniem się materiału do skóry i poprawiający cyrkulację powietrza).

– Bielizna sprawia, że skóra oddycha. Została zaprojektowana w sposób najbardziej wierny tak zwanej „mapie ciała” człowieka. Kolejnym udoskonaleniem, jakie wprowadziliśmy, było usunięcie szwów z naszej bielizny, co sprawia, że nawet w najtrudniejszych sytuacjach nie dochodzi do otarć skóry. Nie ma też tradycyjnych metek, które drażniły ciało. Materiał jest wytrzymały i odporny na zniszczenie – wyjaśnia Marcin Kopeć, współwłaściciel Active Pro i autor projektu.

Dla alpinistów, motocyklistów i myśliwych

Unijna dotacja, którą otrzymała firma z Dąbrowy Górniczej, pozwoliła jej uruchomić produkcję bielizny nowej generacji. Do tego konieczny był zakup nowoczesnych, niespotykanych dotychczas na rynku polskim maszyn. Linia produkcyjna wymaga wręcz laboratoryjnych warunków technicznych. Szefowie Active Pro wiedzieli też, że nawet najbardziej zaawansowana technologicznie odzież powinna dobrze wyglądać, dlatego zaprojektowanie swojej bie-

lizny zlecieli stylistom z Akademii Sztuk Pięknych w Łodzi. Po kilku miesiącach gotowa była pierwsza kolekcja jesienno-zimowa Body Dry, marki stworzonej przez Active Pro.

Jej pierwszym odbiorcą, byli naturalnie amatorzy wspinaczek i wysokogórskich wypraw. Ale bielizna szybko zdobyła popularność wśród motocyklistów. Trzecią grupą, obecnie najchętniej kupującą rzeczy Body Dry, są myśliwi. No i zaczęły po nie sięgać wszystkie osoby, które poszukują komfortu w codziennym uprawianiu sportu i rekreacji. W naszym kraju firma Active Pro awansowała do wąskiego grona kluczowych producentów w tej branży.

– W Polsce nie istnieje jeszcze zbyt silna świadomość, jeśli chodzi o bieliznę termoaktywną, zasadność jej noszenia i skuteczność. Dlatego planujemy mocną akcję marketingową, która przekona rodaków, że warto zakładać ją nawet w sytuacjach niemających nic wspólnego z ekstremalnymi sportami – zapowiada Marcin Kopeć. – To wiedzą już Czesi i Słowacy, którzy obecnie kupują około 70% naszych produktów. W najbliższym czasie chcemy rozwinąć naszą działalność za granicą o kolejne rynki, głównie wschodnie, na przykład Rosję czy Ukrainę.

Projekt: „Opracowanie i wdrożenie wzorów użytkowych oraz linii wzorniczej bielizny termoaktywnej”

Firma: Active Pro Sp. z o.o., Dąbrowa Górnicza

Działanie: 4.2

Wartość projektu: 1,02 mln zł

Dofinansowanie: 574,3 tys. zł

Termin realizacji: 1.11.2009 – 31.05.2010



Marcin Kopeć, współwłaściciel firmy, autor projektu:

O tym, że nowoczesna bielizna, zapewniająca ciału idealny komfort, to w wielu przypadkach konieczność, przekonałem się podczas własnych wypraw górskich, kiedy wspinałem się w Himalajach czy na Kaukazie. Naszą pierwszą linię bielizny przeznaczonej dla alpinistów stworzyliśmy specjalnie dla słynnego Krzysztofa Wielickiego przed jego wyprawą na K2. Sprawdziła się wyśmienicie, a my, mając możliwość testowania jej w takich warunkach, wpadliśmy na pomysł przejścia od wyczynu do rekreacji. Mieliśmy już doświadczenie i koncepcję, a rynek bielizny termoaktywnej dopiero rozwijał się w Polsce. Wstrzeliliśmy się w bardzo dobry moment.

Zgodnie z naszymi oczekiwaniami, walory bielizny nowej generacji zaczęli doceniać nie tylko alpiniści. Tak naprawdę sprawdza się ona w każdej, nawet codziennej sytuacji. Można ubierać ją pod strój sportowy czy garnitur. Skóra musi przecież oddychać nie tylko podczas uprawiania sportu.

Dotacja, którą zdobyliśmy, dała nam okazję do realizacji naszej idei i marzenia. Wiedzieliśmy, jak to zrobić, ale była to kosztowna inwestycja. Dziś o jej słuszności mogą zaświadczyć nasi klienci.

Butla korzyści

TECHPLAST

Zamiast butli ze stali – zbiorniki kompozytowe. Nowocześniejsze, trwalsze i o wiele lżejsze.

Rewolucję na rynku produktów wykorzystywanych m.in. w pożarnictwie i gastronomii chce nam zafundować firma Techplast z miejscowości Wieprz w województwie śląskim.

Butle stalowe i kompozytowe dzielą lata świetlne. Te pierwsze są trzykrotnie cięższe, a co za tym idzie, mniej wygodne w użyciu, a także narażone na korozję. Drugie są bezpieczniejsze, a ich produkcja nie jest tak energochłonna, więc również mniej uciążliwa dla środowiska naturalnego. To, co w powszechnym użyciu jest jeszcze futurystyczną wizją, dzięki inżynierom firmy Techplast będzie ewoluować w codzienność. A wszystko dzięki dofinansowaniu w ramach działania 4.2 „Stymulowanie działalności B+R oraz wsparcie w zakresie wzornictwa przemysłowego” PO IG.

>



Kompozytowa butla?
Wystarczy zapytać
strażaka, co sądzi o tym,
by nosić na plecach
sprzęt trzy razy lżejszy
niż dotychczas



Adam Saferna, współwłaściciel Techplast Sp. z o.o., autor projektu i jego pomysłodawca:

Pomysł na produkcję butli kompozytowych narodził się na urlopie w Tunezji, gdzie dyskutowaliśmy z tamtejszymi przedsiębiorcami na temat stworzenia tam zakładu rozlewającego wodę mineralną. Wtedy przyszło mi do głowy, że może warto spróbować wykorzystać niedoceniane u nas tworzywo PET do innych celów niż tylko butelki na napoje. Po serii trudnych testów, badań i systematycznie udoskonalanych prototypów stworzyliśmy autorski projekt, który może zrewolucjonizować nasz rynek, opanowany na razie przez mało funkcjonalne i niezbyt bezpieczne butle stalowe. Z pełną odpowiedzialnością mogę powiedzieć, że tworzymy coś, z czym produkty dostępne wcześniej nie mogą się równać.



> **Kompozytowa rewolucja**

Produkcja butli XXI wieku przypomina technologię jeszcze niedawno znaną głównie z filmów science fiction. Półprodukt z tworzywa PET owijany jest dokładnie włóknem szklanym lub węglowym. Unijne dofinansowanie pozwoliło firmie zakupić ultranowoczesne maszyny, otworzyć pionierską linię produkcyjną i zdobyć niezbędne know-how.

Zastosowanie nowoczesnych materiałów? Ogromne. Zbiorniki kompozytowe mogą być wykorzystywane jako element systemu przeciwpożarowego w budynku. Kompozytowa gaśnica mgłowa (może się przydać do gaszenia na przykład sprzętu elektronicznego; mgiełka szybko odcina dostęp powietrza do ognia) jest bardziej niezawodna od stalowej, w której korodujące wnętrze prowadzi do zatykania dyszy. Kompozytowa butla tlenowa w służbie zdrowia,

ratownictwie górniczym albo pożarnictwie? Wystarczy zapytać strażaka, co sądzi o tym, by nosić na plecach sprzęt trzy razy lżejszy niż dotychczas. A w gastronomii? Do nalewania piwa z beczki w pubie lub restauracji konieczna jest butla z dwutlenkiem węgla.

– Butla wykonana z tworzyw sztucznych jest nie tylko lżejsza, a więc wygodniejsza w użyciu. Jest jeszcze jeden ważny aspekt – smakowy – podkreśla Józefa Saferna, prezes firmy Techplast.

– Każdy z nas miał kiedyś wątpliwą przyjemność zakosztować piwa, którego aromat był daleki od ideału. Problemem mogło być korodujące wnętrze butli stalowej. W butli kompozytowej o takim zjawisku nie może być mowy.

Inwestycja warta zachodu

Mimo ewidentnych zalet i atutów, zastąpienie butli stalowych kompozytowymi będzie wyma-



gało czasu. Do tej innowacji muszą się przekonać ludzie, tym bardziej że to udoskonalenie będzie się wiązać z kosztami. Firma Techplast planuje zakrojoną na szeroką skalę kampanię marketingową, w której będzie przekonywać potencjalnych nabywców o zasadności tej inwestycji. Jej szefowie liczą, że już niebawem butle kompozytowe będą powszechne w całym kraju. Równolegle Techplast zamierza rozwinąć sieć sprzedaży swoich produktów w Europie.

Projekt: „Opracowanie i wdrożenie innowacyjnych butli kompozytowych na bazie włókna węglowego”

Firma: Techplast Sp. z o.o., Wieprz

Działanie: 4.2

Wartość projektu: 1,16 mln zł

Dofinansowanie: 656,8 tys. zł

Termin realizacji: 1.03.2009 – 31.12.2009

Józefa Saferna, prezes Techplast Sp. z o.o.:

Obserwując sytuację na rynkach zagranicznych, dostrzeżliśmy rosnącą popularność butli nowej generacji, ciekawej i pod wieloma względami bardziej zaawansowanej technicznie alternatywy wobec butli stalowych. W Polsce było to dotychczas zjawisko raczej marginalne. Dostrzeżliśmy jednak jego potencjał i dzięki unijnej dotacji postanowiliśmy spróbować go maksymalnie wykorzystać. Atutów, które przemawiają na korzyść butli kompozytowych, jest wiele. Trzeba je tylko uwypuklić i pokazać ich szerokie zastosowanie. Jesteśmy młodą firmą, ale szansa, która się przed nami otworzyła, może być niepowtarzalna.



Działanie 4.4 w liczbach

Gdy ruszały nabory do **działania 4.4 „Nowe inwestycje o wysokim potencjale innowacyjnym”** nie brakowało sceptyków, którzy twierdzili, że u nas nie ma przedsiębiorstw, które spełnią tak wyśrubowane wymogi. Krajowe firmy jednak nie zawiodły i zaproponowały wyjątkowe w skali świata projekty.

Niepewność szybko pokonana

Zanim w kwietniu 2008 r. ruszył pierwszy nabór do działania 4.4, w mediach trwała gorąca dyskusja, czy znajdują się w Polsce firmy, które spełnią innowacyjne kryteria konkursu i otrzymają dofinansowanie. Przedsiębiorcy nie mieli takich wątpliwości – na pierwszy konkurs zgłosili ponad 500 projektów o łącznej wartości ponad 6,3 mld zł, czyli równowartości budżetu działania na lata 2007-2013.

Z uwagi na dużą liczbę wysoko ocenionych projektów podjęto decyzję o realokowaniu dodatkowych 300 mln zł na działanie 4.4 PO IG

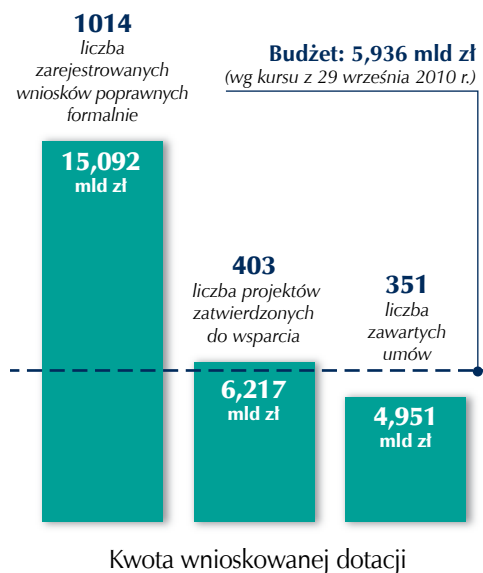
Konkurencja okazała się tak wielka, że konieczne stało się zmodyfikowanie kryteriów oceny merytorycznej. W trzecim z kolei i na razie ostatnim naborze wniosków (jesień 2009 r.) obowiązywały już nowe kryteria oceny. W ocenie innowacyjności składanych projektów nacisk położono na sprawdzenie poziomu innowacyjności produktowej. Każdy projekt musiał przynosić efekt w postaci wprowadzenia na rynek docelowego (o zasięgu minimum krajowym) nowego lub znacząco ulepszanego produktu. Zdecydowano, że realizowane przedsięwzięcia powinny prowadzić w szczególności do zmniejszenia szkodliwego oddziaływania na środowisko, m.in. poprzez ograniczenie energo-, materiał- i wodochłonności procesu produkcyjnego lub świadczenia usług prowadzących do powstania nowego czy znacząco ulepszanego produktu bądź usługi.

Zmiany w kryteriach nie zniechęciły przedsiębiorców. Chętnych do inwestowania w innowacje nadal było bardzo dużo. W ostatnim konkursie złożyli oni ponad 270 projektów, a wnioskowane dofinansowanie kilkakrotnie przekraczało dostępny budżet.

W marcu 2010 r. zakończyła się ocena projektów złożonych w ramach III naboru w 2009 r. Instytucja Zarządzająca zatwierdziła do dofinansowania kolejnych 38 projektów. W ramach działania 4.4 łącznie rekomendowano do wsparcia ponad 400 projektów na kwotę przekraczającą 6 mld zł.

Do października 2010 r. PARP podpisała 350 umów na kwotę ponad 4,9 mld zł, z czego 30 projektów było już zakończonych (otrzymały one łącznie dofinansowanie w wysokości ponad 260 mln zł). Pozostałe projekty są w trakcie realizacji i otrzymały już dofinansowanie – w ramach rozliczania poszczególnych etapów inwestycji – o łącznej wartości ponad 936 mln zł, co stanowi 20,67% kwoty zawartych umów (dane na czerwiec 2010 r.). Prawie dwie trzecie wypłat to refundacja poniesionych wydatków, natomiast pozostałe 270 mln zł to wypłaty w formie zaliczki.

Wykorzystanie funduszy w działaniu 4.4 PO IG



Źródło: PARP, stan na 22 października 2010 r.

Z powodu wyczerpania całego budżetu działania na lata 2007-2013 PARP nie przeprowadziła naboru w 2010 r. Ogłoszenie konkursu w 2011 r. jest uzależnione od zwiększenia budżetu.

W ramach działania 4.4 najwięcej umów zawartych zostało w województwie małopolskim i mazowieckim (po 44).

O jakie pieniądze rywalizowały firmy

Całkowita wartość projektu nie mogła przekroczyć **50 mln euro**. Wartość wydatków kwalifikujących się do objęcia wsparciem wynosi od 8 do 160 mln zł. Minimalna kwota wsparcia na inwestycje o wysokim potencjale innowacyjnym to 2,4 mln zł. Maksymalna kwota wsparcia na część inwestycyjną projektu sięga **40 mln zł**. Poziom dofinansowania, w zależności od lokalizacji projektu i wielkości przedsiębiorstwa, wynosi od 30% do 70%.

Innowacje na skalę światową

Pośród ponad 300 inwestycji realizowanych dzięki dotacji jest wiele takich, które mają szansę stać się innowacjami na skalę światową. Opisywana w publikacji spółka Intersport Polska w swoim nowym centrum dystrybucyjnym zastosowała najnowszy system identyfikowania i monitorowania procesów logistycznych. Wykorzystuje w tym celu elektroniczne kody produktów (EPC), które stanowią alternatywę dla stosowanych powszechnie kodów kreskowych. Oprócz budowy nowoczesnego budynku przedsięwzięcie obejmowało instalację niezbędnej infrastruktury w jego wnętrzu, w tym specjalistycznego oprogramowania. Intersport mógł dzięki temu wdrożyć usługę całorocznej sprzedaży sezonowego sprzętu sportowego.

Z kolei spółka Karya kupiła jeden z pierwszych w świecie pojazdów szynowo-drogowych do reprofiliacji szyn metodą frezowania. Firma szacuje, że dzięki niemu zwiększy przychody nawet o jedną trzecią. Nowatorska technologia eliminuje iskrzenie, pylenie i zmniejsza hałas podczas jazdy pociągu.



DOBRE PRAKTYKI

Latające oko do druku

GRAFIX

W poligrafii trwa technologiczny wyścig zbrojeń. W tej branży rynek wyjątkowo brutalnie obchodzi się z firmami, które nie nadążają za nowinkami. Za fundusze uzyskane z PO IG gdańskie Centrum Poligrafii Graftix zakupiło innowacyjne urządzenie, dzięki któremu notuje wzrost obrotów.

W naszej branży najlepsi muszą mieć najnowsze urządzenia – mówi Rafał Rausz, prezes i właściciel gdańskiego Centrum Poligrafii Graftix. – Postęp w technologiach druku następuje w takim tempie, że urządzenie mające 2-3 lata nie pozwala już na wdrażanie najnowszych rozwiązań. Konkurencja nie śpi i oferuje klientom coraz nowocześniejsze i lepsze produkty. Inwestycje są więc konieczne.



10 tysięcy pi

Graftix, podobnie jak wiele polskich firm, stanął przed problemem ich sfinansowania. Sposobem okazało się skorzystanie z działania 4.4 Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka. Firma nie po raz pierwszy sięgnęła po dotacje unijne. – Dzięki nim możemy kupować urządzenia, na które normalnie nie byłoby nas stać. To sprawia, że nasza oferta jest naprawdę wyjątkowa, rozwijamy produkcję, cały czas zatrud-



niamy nowe osoby – przekonuje Rafał Rausz. Dzięki dotacji z PO IG Grafika korzysta z najnowszej generacji systemu CtP (przygotowania do druku) firmy Kodak, który miał premierę w czasie branżowych targów w Düsseldorfie w 2008 r. Pozwala on na naświetlenie płyty do druku offsetowego z rozdzielczością 10 tys. pi. To ponaddwukrotnie więcej niż można uzyskać za pomocą innych urządzeń najlepszych marek.

>

Dotacje unijne umożliwiają zakup technologii, na które nie stać większości firm drukarskich

System, który za fundusze
kupił Grafix, pozwala
naświetlić płytę do druku
offsetowego w najwyższej
osiąganej rozdzielczości

- > Tak wysoka rozdzielczość pozwala na druk materiałów w najnowszej technologii „fly-eye” („łatające oko”). To technologia druku na specjalnej folii zbudowanej z mikrosoczewek. – Najprościej rzecz ujmując, taki druk pozwala na uzyskanie trójwymiarowego efektu, podobnego do druku holograficznego, choć na nieco innej zasadzie – wyjaśnia Rafał Rausz. – To innowacyjna metoda. Dość powiedzieć, że folię przeznaczoną do tego rodzaju druku produkują jedynie dwie firmy na świecie. W tej technologii można drukować w zasadzie wszystko, np. okładki płyt czy plakaty reklamowe. – Dzięki tym możliwościom nasza oferta stała się konkurencyjna – mówi właściciel Grafiksu.

Wskaźniki w górę

Droga do uzyskania dotacji w wysokości 5,8 mln zł nie była jednak łatwa. – Od chwili, gdy postanowiliśmy, że wystąpimy o dofinansowanie, do momentu uruchomienia urządzenia minęło półtora roku – opowiada Rafał Rausz. – Nad samym przygotowaniem projektu i wniosku kilka osób pracowało bez mała trzy miesiące. Z niemałymi kosztami wiązało się także uzyskanie koniecznych ekspertyz i opinii, które potwierdzały, że planowana inwestycja rzeczy-

wiście pozwoli wdrożyć innowację i jest sensowna z punktu widzenia ekonomii. Do tego trzeba było uzyskać promesę od banku, który miał skredytować przedsięwzięcie. – Zgranie tego wszystkiego w czasie było trudne i nie zawsze udawało się tak, jak byśmy chcieli. A przecież nie jesteśmy debiutantami w staraniach o unijne wsparcie. Ale opłaciło się – opowiada Rafał Rausz.

Choć światowy kryzys nie był całkiem bez wpływu na sytuację branży poligraficznej, inwestycja przyniosła wzrost obrotów i rozszerzenie portfolio klientów. – W zeszłym roku było nieco gorzej, ale w tym wszystko wskazuje na to, że osiągniemy wymagane wskaźniki – ocenia właściciel Centrum Poligrafii Grafix.

Projekt: „Wdrożenie innowacyjnej technologii druku na folii rastrowej soczewkowej typu fly-eye”
Firma: Grafix – Centrum Poligrafii Rafał Rausz, Gdańsk
Działanie: 4.4
Wartość projektu: 11,83 mln zł
Dofinansowanie: 5,82 mln zł
Termin realizacji: 1.01.2009 – 30.09.2009



Rafał Rausz, właściciel gdańskiego Centrum Poligrafii Grafix:

Do każdej innowacji klientów trzeba przekonać. Mamy już wyrobioną markę i nasi kontrahenci w pewnym sensie przyzwyczaili się do tego, że co jakiś czas proponujemy innowacyjne rozwiązanie. O tyle więc było nam łatwiej. Odbiór na rynku jest pozytywny. Przybyło nam miejsc pracy, teraz znów zatrudniamy nowe osoby i to chyba najlepiej świadczy o rozwoju.

Innowacyjne bramki

INTERSPORT POLSKA

Firma zajmująca się dystrybucją asortymentu sportowego przeznaczyła środki z funduszy unijnych na duże przedsięwzięcie logistyczno-technologiczne. A przy okazji podjęła przynoszącą obustronne korzyści współpracę z ośrodkiem badawczo-rozwojowym.

Otwieranie przez podkrakowski Intersport kolejnych salonów sprzedaży sprzętu sportowego doprowadziło do tego, że spółka zaczęła się borykać z problemami logistycznymi. Wynajmowała kilka magazynów w okolicach Krakowa i w samym Krakowie. Zarządzanie takim przestarzałym parkiem okazało się trudne oraz kosztowne. Poza tym nie korespondowało z dynamicznym rozwojem, jaki nastąpił w firmie w ostatnich 3-4 latach. W związku z tym pojawiły się plany, aby stworzyć jedno centrum logistyczne, które mogłoby zastąpić wszystkie dotychczasowe lokalizacje i powierzchnie magazynowe. – Aplikowaliśmy do działania 4.4 PO IG, z którego wspierane są nowe inwestycje o wysokim potencjale innowacyjnym. Nasze przedsięwzięcie było ściśle związane z dziedziną logistyki – stwierdza Piotr Mierzwa, zastępca dyrektora ds. rozwoju spółki.

Intersport Polska należy do prekursorów w stosowaniu logistyki opartej na radiowym znakowaniu asortymentu

Potrzeba zmian

Branża sportowa jest o tyle skomplikowana, że wiąże się z asortymentem, który jest bardzo zróżnicowany. Wynika to z charakteru poszczególnych towarów – od piłeczek pingpongowych po ciężki sprzęt do ćwiczeń, co, niestety, powoduje problemy w transporcie, magazynowaniu i zarządzaniu. Aby stworzyć odpowiednią infrastrukturę, która nadążałaby za zmianami, firma postanowiła wybudować Logistyczne Centrum Nowej Generacji. Pomysł wydawał się, przynajmniej w teorii, prostym rozwiązaniem. Tym bardziej, że spółka dysponowała już odpowiednią do tego działką, położoną na granicy Cholerzyna i Balic. Kilka lat temu firma, jeszcze pod inną nazwą oraz w innym charakterze prawnym, miała kontakt z funduszami europejskimi. Wprawdzie były to projekty niewielkie, o wartości kilku, kilkudziesięciu tysięcy złotych, ale dały nieocenione doświadczenie. Zaprocentowało ono podczas opracowania dużego, wartego ok. 20 mln zł projektu „Wdrożenie innowacyjnej technologii EPC/RFID w Logistycznym Centrum Nowej Generacji”. Firma pozyskała dofinansowanie w wysokości ok. 50% poniesionych kosztów.

>





Piotr Mierzwa, zastępca dyrektora ds. rozwoju Intersport Polska SA, koordynator projektu:

W trakcie realizacji projektu postawę ludzi z PAR-P-u i MARR-u oceniam bardzo pozytywnie. Nie było tak, że ktoś rzucał nam kłody pod nogi. Przeciwnie, otrzymaliśmy sporo pomocy w postaci rzetelnej informacji, bo to jest najważniejsze. Ponadto dobrze układała się współpraca z zewnętrznymi instytucjami badawczo-rozwojowymi, szczególnie z Instytutem Magazynowania i Logistyki. Było to dla nas nowe i wzbogacające doświadczenie. Gdyby nie otrzymana dotacja, pewnie byśmy się nie zdecydowali na kontakt z instytucją badawczo-rozwojową. Może z tego wynikać jakaś ciekawa współpraca jeszcze w przyszłości.

> **Szczytywanie na odległość**

Technologia EPC/RFID to najnowszy system identyfikowania i monitorowania procesów logistyczno-dystrybucyjnych. Opiera się na wdrażaniu technik identyfikacyjnych, wykorzystujących Elektroniczne Kody Produktów (EPC), które stanowią alternatywę dla stosowanych powszechnie i już przestarzałych kodów kreskowych. Oprócz budowy nowoczesnego budynku przedsięwzięcie obejmowało instalację niezbędnej infrastruktury w jego wnętrzu, w tym specjalistycznego oprogramowania. Centrum logistyczne wyposażone jest w dwie bramki RFID, które szczytują radiowo dane z pojemników wypełnionych określonymi partiami towarów. W wypadku pojemników standardowych, które opuszczają magazyn i są transportowane do sklepów, bramki na odległość odczytują numer specyficzny EPC. Dzięki temu bez potrzeby podchodzenia z dodatkowym urządzeniem, np. w postaci skanera, wiadomo, ile partii jakiego towaru znajduje się w danym pojemniku.

Ponadto firma wdrożyła program wspomagający gospodarkę towarową. Polega to na tym, że „stany” we wszystkich sklepach są sprawdzane po każdym dniu przez system komputerowy. Jeżeli np. liczba określonego towaru spadnie poniżej wartości minimalnej, system automatycznie dobiera z magazynu potrzebny asortyment. Przez noc dane są przetwarzane i rano pojemniki czekają już przygotowane do transportu. A wszystko to dzięki oprogramowaniu i specjalnym maszynom, które mogą pracować nawet całą dobę.

Aplikowanie to nie tylko poszukiwanie drogi do zdobycia środków. To uruchomienie procesów zdrowych dla firmy i jej otoczenia

Kilka lat temu firma miała kontakt z funduszami europejskimi. Zdobyte doświadczenie okazało się nieocenione podczas aplikowania do PO IG

Intersezon

Wykorzystując technologię RFID, spółka zdecydowała się na uruchomienie wyjątkowej usługi Intersezon. Często w sklepach sportowych asortyment, np. zimowy, po sezonie zostaje z powrotem odesłany do magazynów, by potem znowu trafić na półki w sklepach. Tam, jak wiadomo, przestrzeń jest ograniczona. Nowoczesny magazyn natomiast daje możliwość dostępu do pozasezonowego asortymentu przez cały rok, bo towar przechowywany jest w pojemnikach, które z łatwością mogą zostać „przywołane”. To również sprawia, że klienci mogą np. poprzez portal internetowy w każdym czasie zamówić takie produkty, które akurat w danym sezonie ciężko znaleźć na półkach w sklepie.

Intersezon to nie jedyna korzyść tej technologii. Pozwala ona również na zatrudnianie osób starszych, co idealnie wpisuje się w cel wyrównywania szans. Ponadto firma nawiązała bliższą współpracę z ośrodkiem badawczo-rozwojowym. Instytut Logistyki i Magazynowania z Poznania pomógł jej w opracowaniu rozwiązania jednej z bramek. Zastosowana metoda (specjalne absorbery) została zgłoszona do Urzędu Patentowego RP, podobnie jak technika organizacyjna związana z usługą Intersezon.

Realizacja projektu zakończyła się we wrześniu 2009 r. Udało się tego dokonać dzięki funduszom. – Mogliśmy sfinansować drogą inwestycję, na którą zapewne nie byłoby nas stać, gdyby nie fundusze europejskie. Bez tych środków skala przedsięwzięcia nie byłaby tak duża, z pewnością nie mielibyśmy dziś bramek RFID – przyznaje Piotr Mierzwa.

Firma przekonała się, że aplikowanie to nie tylko poszukiwanie drogi do zdobycia środków europejskich, ale też proces, dzięki któremu przedsiębiorstwo, bez większych kosztów, może zdziałać wiele dobrego. Może być to zwrócenie większej uwagi na kwestie środowiskowe, dyskryminację niepełnosprawnych czy podjęcie współpracy z ośrodkami eksperckimi.



Projekt: „Wdrożenie innowacyjnej technologii EPC/RFID w Logistycznym Centrum Nowej Generacji”

Firma: Intersport Polska SA, Kraków

Działanie: 4.4

Wartość projektu: 21,51 mln zł

Dofinansowanie: 8,8 mln zł

Termin realizacji: 11.06.2008 – 20.03.2009

Tekturowy gigant

KARTON PAK

Fundusze europejskie umożliwią spółce Karton PAK wprowadzenie na rynek innowacyjnych opakowań tekturowych. Przy okazji zaoferowała wyjątkowy pod względem konstrukcyjnym display przeznaczony do automatycznego pakowania produktów spożywczych.

Nowosolski producent opakowań z tektury litej wyrasta na silnego gracza na rynku. W tej branży również panuje spora konkurencja i bez wdrażania innowacji można stracić silną pozycję. Spółka otrzymała dofinansowanie z działania 4.4 PO IG na wdrożenie innowacji produktowej. – Dzięki dofinansowaniu z funduszy UE nasze przedsiębiorstwo zyskało dostęp do najnowszych technologii. Według naszej oceny, nie tylko zbliżyliśmy się do konkurencji, w zdecydowanej większości wspartej kapitałem zagranicznym, ale pod pewnymi względami zauważalnie ją wyprzedziliśmy – cieszy się Konstanty Narejko, członek zarządu i dyrektor finansowy Karton PAK SA.

Innowacja Karton PAK
pozwoliła na produkcję
bezpiecznych opakowań
z ekologicznym nadrukiem
offsetowym dla branży
spożywczej

4 kroki do sukcesu

Cały projekt firma podzieliła na cztery działania. Najpierw wyszukała maszynę offsetową sześciokolorową w formacie B0 oraz maszynę sztancującą w formacie B0. Zamówiła ją, wpłacając zaliczkę. Następnie zrealizowała pierwszy etap prac budowlanych związanych z przebudową i rozbudową hali produkcyjnej. Poniosła koszty związane z nabyciem maszyny sztancującej w formacie B0, sprzętu teleinformatycznego, wyposażenia B+R – urządzenia do badania sztywności kartonów i pomiaru nagniotów oraz oprogramowania. Trzeci krok to był zakup maszyny offsetowej sześciokolorowej.

Czwarte działanie (gdy odwiedzaliśmy firmę, było jeszcze w trakcie realizacji) polegało na dokończeniu prac budowlanych w hali produkcyjnej oraz zakupie dodatkowego wyposażenia, sprzętu teleinformatycznego i oprogramowania. – Wymogi formalne stawiane przy realizacji projektu były wyśrubowane, ale przy tym precyzyjnie określone – mówi Konstanty Narejko.

Pionierskie wdrożenie

– Satysfakcję daje możliwość dokonania czegoś nowego i innowacyjnego, czego nikt przed nami



Konstanty Narejko, członek zarządu, dyrektor finansowy Karton PAK SA:

Nasza firma w dużym stopniu samodzielnie poradziła sobie z przygotowaniem i przeprowadzeniem projektu. Takie elementy, jak przygotowanie założeń i sporządzenie biznesplanu, zrobiliśmy własnymi siłami. Nad projektem praktycznie pracowaliśmy we dwójkę z prezesem. Posiłowaliśmy się pomocą wybranych specjalistów w firmie. Korzystaliśmy już wcześniej z funduszy UE, ale były to przedsięwzięcia na mniejszą skalę.

I właśnie z uwagi na skalę przedsięwzięcia oraz potrzebę wstępnej weryfikacji naszych działań uznaliśmy, że skorzystamy z pomocy firmy zewnętrznej. Pomogła nam ona usystematyzować nasze pomysły, zaplanować działania. Uchroniła nas też przed błędami w dokumentacji i biznesplanie, które miałyby istotne znaczenie przy ocenie całości projektu. Uważam jednak, że korzystanie z usług firmy zewnętrznej nie jest konieczne. Konieczne jest skupienie się na całości projektu, wyznaczenie lidera, który poprowadzi przedsięwzięcie. No i dwu-, trzymiesięczne zaangażowanie się ponadstandardowy czas pracy.

nie zrobił. Teraz możemy produkować bezpieczne dla środowiska i ekologiczne opakowania kartonowe – konkluduje Konstanty Narejko.

Realizacja projektu przyczyniła się do podniesienia konkurencyjności spółki, a wdrożenie innowacji produktowej dało jej pozycję pioniera w produkcji bezpiecznych opakowań kartonowych z ekologicznym nadrukiem offsetowym dla branży spożywczej. 75-80% produkcji Karton PAK kieruje na rynek krajowy. Efektem projektu może być wzrost sprzedaży opakowań na rynki zagraniczne.

Projekt: „Wdrożenie innowacji produktowej na rynku opakowań kartonowych”

Firma: Zakład Produkcji Opakowań Karton PAK SA, Nowa Sól

Działanie: 4.4

Wartość projektu: 22,58 mln zł

Dofinansowanie: 12,5 mln zł

Termin realizacji: 10.11.2009 – 31.12.2010

Równanie torów

KARYA

Karya Sp. z o.o. kupiła wyjątkowe urządzenie – jeden z pierwszych w świecie pojazdów szynowo-drogowych reprofilujących szyny metodą frezowania. Firma szacuje, że dzięki niemu zwiększy przychody nawet o jedną trzecią. Zyska też środowisko. Nowatorska technologia eliminuje iskrzenie, zmniejsza hałas i pylenie.

Profilowanie szyn kolejowych to konieczność. Zabieg jest wymagany zarówno w wypadku torów używanych, jak i nowych. Zanim wjadą na nie pociągi, muszą być dokładnie wyrównane, aby zapewnić płynną jazdę. Jest to jednak usługa, na którą popyt ogranicza poziom rozwoju sieci kolejowej w Polsce. Takich specjalistycznych urządzeń, jak to zakupione przez firmę Karya, może być u nas co najwyżej dwa, trzy – w przeciwnym razie stałyby nieużywane.

Szukajcie, a znajdziecie

Z perspektywy firmy działającej na rynku napraw i utrzymania torów kolejowych jest to, mimo wszystko, bardzo interesująca nisza. O tym, żeby ją zagospodarować, szefowie firmy Karya myśleli od kilku lat. W pierwszej kolejności nie zastanawiali się nad tym, jak sfinansować plany, lecz szukali nowej, przyjaznej środowisku technologii. – Kontaktowaliśmy się z różnymi jednostkami badawczymi w kraju. Powstał nawet projekt takiego urządzenia, ale trudność polegała na tym, żeby zbudować je jako mobilne, poruszające się po torach – opowiada Grzegorz Michalik, odpowiedzialny za projekt wiceprezes Karya Sp. z o.o. Ostatecznie nie udało się i firma postanowiła podążyć inną drogą. Sprawdziła rozwiązania

patentowe zarejestrowane poza Polską. W trakcie poszukiwań natknęła się na austriacką firmę Linsinger, która właśnie takie mobilne urządzenia opatentowała i była w trakcie produkowania pierwszego pojazdu.

Miliony, ale nie za darmo

Kolejnym krokiem było znalezienie pieniędzy na projekt. Ponieważ firma już korzystała z funduszy unijnych (w ten sposób sfinansowane zostały poszukiwania patentowe), a technologia, którą zamierzała pozyskać, była zupełnie nowa, naturalnym krokiem było złożenie wniosku o dotację z działania 4.4 PO IG „Nowe inwestycje o wysokim potencjale innowacyjnym”. Przy pisaniu wniosku Karya skorzystała z usług firmy doradczej. Udało się za drugim razem. Całkowity koszt projektu wyniesie 29,5 mln zł, z czego dofinansowanie z PO IG to prawie 15,9 mln zł. To bardzo solidny zastrzyk finansowy dla firmy, która w ostatnim roku miała 24 mln zł przychodów. Wygląda zachęcająco, ale Grzegorz Michalik zwraca uwagę na utrudniające życie zmiany kursu euro: – Za urządzenie kupowane za granicą płaciliśmy w euro. Pieniądze, które firmy dostają z funduszy UE, pierwotnie są nominowane w euro. Ale gdy już trafiają do konkretnego beneficjen-



ta, są przeliczane na złote. W naszym wypadku – po niekorzystnym kursie, do czego przyczynił się niesprzyjający trend na rynku walutowym. To spowodowało, że pieniądze z dotacji zamiast pokryć 70% ceny kupowanej przez nas technologii wystarczyły zaledwie na połowę. Z inwestycji jednak się nie wycofaliśmy, choć kosztowała nas dużo więcej niż wstępnie zakładaliśmy.

Dostawa pod choinkę

Korzyści, jakie firma odniesie w wyniku realizacji projektu, warte były wysiłku. Spółka wdroży najnowocześniejszą technologię. Usługa będzie wykonywana przez pojazd szynowo-drogowy, który stanowi zintegrowaną dwumodułową jednostkę. Spełnia ona dwie funkcje użytkowe: transportową (przemieszczanie się po drogach) i użytkową (reprofilacja szyn). Jest to możliwe dzięki zastosowaniu samochodowego ciągnika siodłowego i sprzężonego z nim modułu reprofiliującego szyny. Produkcja takiej jednostki trwa dwa lata. Gdy przygotowaliśmy publikację, wiadomo było, że urządzenie miało trafić do Polski w grudniu 2010 r. Firma spodziewa się, że pozyskanie nowej technologii przyniesie wymierne zyski. Szacowany wzrost przychodów ma wynieść od 15 do 35%.

Grzegorz Michalik, wiceprezes Karya Sp. z o.o.:

Poszukiwanie nowych produktów wynika z dążenia do dywersyfikacji ryzyka. Od początku istnienia firmy działamy w branży kolejowej. Wiedzieliśmy, że istnieje luka rynkowa. Była tylko jedna firma na polskim rynku, która wcześniej świadczyła tego typu usługi. Jednocześnie było wiadomo, że w Europie będzie na tę usługę wzrastał popyt. Wszędzie tam, gdzie prędkości rozwijane na torach kolejowych rosną powyżej 160 km/h, zwiększa się potrzeba reprofiliacji szyn. W Niemczech tory, po których jeżdżą pociągi z takimi prędkościami, są reprofiliowane co roku. Lepiej jest bowiem zapobiegać uszkodzeniom niż je potem naprawiać.

Projekt: „Zakup urządzeń umożliwiających wprowadzenie nowej innowacyjnej usługi przez przedsiębiorstwo Karya Sp. z o.o.”

Firma: Karya Sp. z o.o., Lublin

Działanie: 4.4

Wartość projektu: 29,5 mln zł

Dofinansowanie: 15,9 mln zł

Termin realizacji: 10.07.2008 – 31.12.2010

Ładne i trwałe

INTEMO

Zmiany gospodarcze, które nastąpiły w Polsce w ostatnich latach, sprawiły, że firmy zyskały dostęp do nowych rynków, ale też stanęły przed koniecznością dopasowania swoich produktów do rosnących wymagań klientów. Produkt ma być trwały i estetycznie wykonany.

Intemo od 1996 r. przetwarza tworzywa sztuczne metodą wtrysku, a także produkuje elementy metalowe. Korzystając z PO IG, firma zdecydowała się kupić nową linię do obróbki tworzyw sztucznych, opartą na zupełnie nowej technologii, zwanej RHCM. – Najprościej rzecz ujmując, chodzi o to, że elementy z polimerów są łączone w bardzo wysokiej temperaturze i szybko schładzane – tłumaczy Marek Chmarzyński, prezes firmy. – Powoduje to, że stapiają się w całość. Brak widocznego punktu łączenia to bez wątpienia atut estetyczny, ale najważniejsze, że to miejsce przestaje być słabym punktem produkowanego elementu.

Prognozy na kryzys

Dzięki tej technologii Intemo rozszerzyło swoją ofertę o oprawy oświetleniowe, klosze oraz palety transportowe i tym samym zdobyło nowych kontrahentów, także za granicą. – Dla laika dostrzegalna jest przede wszystkim różnica natury estetycznej. Elementy wykonywane w technologii RHCM mogą zadowolić najbardziej wymagającego klienta. Ale dla fachowca to po prostu nowa jakość. I to jest doceniane – podkreśla Chmarzyński.

Intemo starało się o dotację na zakup linii na przełomie 2008 i 2009 r. Wtedy światową gospodarkę dotknął kryzys. Nie ominął także

branży obróbki tworzyw sztucznych. – Zadaliśmy sobie pytanie, czy faktycznie chcemy inwestować w tę technologię i czy nie przeceniamy swoich możliwości – opowiada prezes firmy. Poza tym wyzwaniem było opracowanie realistycznej prognozy efektów nowej inwestycji. Jednak i tego udało się dokonać.

Przecieranie szlaków

Dotacja z PO IG na linię produkcyjną była pierwszą, o którą Intemo postarało się skutecznie. Wcześniejszy wniosek o unijne wsparcie uzyskał zbyt mało punktów, by zakwalifikować się do finansowania. Ale nawet jego przygotowanie się opłaciło. – Uczyliśmy się na swoich błędach. Tym razem wiedzieliśmy, jak ich unikać, i nasze starania zakończyły się sukcesem – mówi Marek Chmarzyński.

Teraz, gdy szlak już został przetarty, firma będzie się starała o dalsze dotacje. To zresztą nie jedyne jej działania prorozwojowe. – Współpracujemy z urzędem pracy i organizujemy między innymi staże – mówią menedżerowie firmy. – Staramy się wykorzystywać maksimum otwierających się przed nami możliwości. Dzięki uruchomieniu nowej produkcji Intemo zwiększyło zatrudnienie. Obecnie firma daje utrzymanie 136 osobom.



Realizacja projektu z PO IG była dobrą decyzją – mamy nowe produkty, nowe kontrakty i zdobywamy kolejne rynki

Nie ma wątpliwości, że realizacja projektu z PO IG była dobrą decyzją. – Mamy nowe produkty, nowe kontrakty, zdobywamy kolejne rynki. Bez innowacyjnej technologii, jaką teraz dysponujemy, nie byłoby to możliwe – podkreślają w Intemo.

Klient bez granic

Swoje produkty firma dostarcza zarówno klientom z Polski, jak i zagranicznym. Ale różnica między jednymi a drugimi coraz bardziej się zaciera. Bo choć bezpośredni kontrahent jest w Polsce, to klient docelowy, do którego trafia element jako część gotowego produktu, jest poza granicami kraju.

– Na przykład elementy do wózków dziecięcych sprzedajemy firmie z siedzibą oddaloną od nas o 50 kilometrów – opowiada Marek Chmarzyński. – Ale gotowe wózki trafiają do Niemiec, krajów Beneluksu i innych. Podobnie w branży AGD – firmy zarejestrowane w Polsce montują sprzęt przeznaczony na rynek zagraniczny. Tego rodzaju sytuacje zdarzają się coraz częściej.



Projekt: „Dywersyfikacja produkcji Intemo poprzez wprowadzenie nowych produktów”

Firma: Intemo SA, Piotrków Kujawski

Działanie: 4.4

Wartość projektu: 9,63 mln zł

Dotacja: 5,07 mln zł

Termin realizacji: 5.01.2009 – 04.07.2009



Działanie 5.1 w liczbach

W kraju działa 47 klastrów i inicjatyw klastrowych (większość z nich powstała w latach 2004-2006). Najwięcej tego typu jednostek ulokowanych jest w województwach: lubelskim, podkarpackim i świętokrzyskim.

Celem działania 5.1 „Wspieranie rozwoju powiązań kooperacyjnych o znaczeniu ponadregionalnym” jest wzmocnienie pozycji konkurencyjnej przedsiębiorstw poprzez wsparcie rozwoju powiązań między firmami oraz pomię-

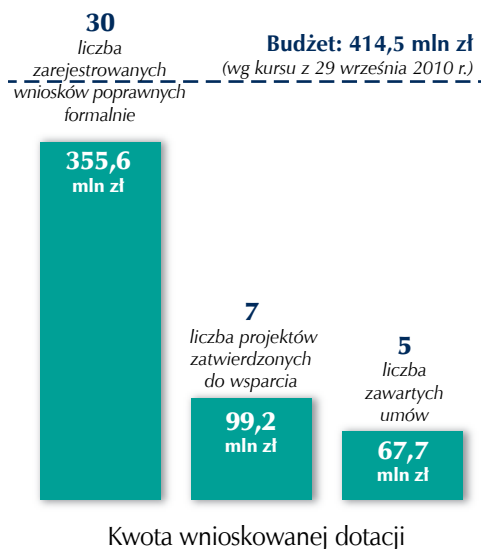
dzy firmami a instytucjami otoczenia biznesu, w tym jednostkami naukowymi. Dofinansowanie otrzymują wspólne przedsięwzięcia grup podmiotów mających na celu przygotowanie wspólnego produktu lub usługi o charakterze innowacyjnym i ich wprowadzenie na rynek.

Przedsiębiorcy podchodzą z rezerwą do powiązań kooperacyjnych, gdyż obawiają się potencjalnych konkurentów i ujawnienia know-how firmy. Jednakże kooperacja kilku podmiotów to zarówno wymiana doświadczeń, jak i synergia wykorzystująca mocne strony każdej z firm dla osiągnięcia wymiernych korzyści. Razem łatwiej konkurować nie tylko na rynkach europejskich, ale i światowych. Efekt ten byłby silniejszy, gdyby polskie klastry chętniej się wiązały z partnerami zagranicznymi. Przeprowadzona w 2010 r. analiza działalności polskich klastrów wykazała, że największa ich część jest dopiero w fazie zawiązywania, a co trzecie powiązanie kooperacyjne ma trudności finansowe przy realizacji wspólnych projektów. Kilkumiesięczne badania zaowocowały stworzeniem raportów dedykowanych indywidualnie dla każdego klastra. Ekspertzy zidentyfikowali ponadto 31 najlepszych praktyk,

Czym jest klaster

Jednym z pierwszych ekonomistów, który zauważył korzyści płynące ze współpracy nawiązywanej pomiędzy przedsiębiorstwami usytuowanymi w bliskim sąsiedztwie, jest amerykański ekonomista Michel Porter. Według niego, klaster (inaczej: grono) to znajdująca się w geograficznym sąsiedztwie grupa przedsiębiorstw i powiązanych z nimi instytucji, zajmujących się określoną dziedziną, połączona podobieństwami i wzajemnie się uzupełniająca. Ta szeroka definicja stworzona 10 lat temu oczywiście ewoluuje. Wyróżnia się już kilka rodzajów klastrów: regionalny tradycyjny, innowacyjny, sieciowy, branżowy itd.

Wykorzystanie funduszy w działaniu 5.1 PO IG



Źródło: PARP, stan na 22 października 2010 r.

których wdrożenie w innych ośrodkach może przynieść korzyści dla polskiej gospodarki.

Efekty konkursów z 2008 r. i 2009 r. to 5 podpisanych umów (wartość dofinansowania to prawie 68 mln zł). Realizowane w ramach działania 5.1 projekty dotyczą branży budowlanej (w tym zielone technologie), spożywczej, farmaceutycznej i elektromaszynowej (produkcja samochodu elektrycznego). Beneficjenci najczęściej korzystają z wydatków o charakterze inwestycyjnym, szkoleniowym i doradczym, natomiast w mniejszym zakresie z wydatków kwalifikowanych w zakresie ekspansji rynkowej.

W ramach konkursu w edycji 2010 podczas przygotowania niniejszej publikacji trwała jeszcze ocena merytoryczna złożonych wniosków. W trakcie ostatniego naboru wpłynęło 18 wniosków (na łączną kwotę 263,1 mln zł), trwała ocena 7 z nich (na kwotę 103,9 mln zł).

PARP w 2010 r. kontynuowała kampanię informacyjną rozpoczętą we wrześniu 2009 r. Zorganizowano warsztaty z potencjalnymi wnioskodawcami w poszczególnych województwach.

Celem spotkań było zwiększenie zainteresowania działaniem 5.1 oraz koordynacja działań promocyjnych dotyczących tworzenia powiązań kooperacyjnych na poziomie regionalnym i krajowym. Akcja informacyjna była realizowana we współpracy z urzędami marszałkowskimi. W roku 2009 zorganizowano warsztaty w 3 województwach: lubuskim, opolskim i świętokrzyskim. W 2010 r. kampania zwiększyła swoją intensywność i objęła zasięgiem 5 województw: mazowieckie, śląskie, wielkopolskie, pomorskie i lubelskie. W spotkaniach wzięło udział ok. 400 osób.

Konieczne zmiany

Opierając się na dotychczasowych doświadczeniach, w 2010 r. PARP przekazała Instytucji Pośredniczącej (MG) propozycje usprawnień w działaniu 5.1. Polegają one na wprowadzeniu nowego poddziałania na inkubowanie powiązań kooperacyjnych oraz wprowadzeniu alternatywnej pomocy publicznej w przypadku realizacji projektu o charakterze inwestycyjnym. PARP zaproponowała nowe regulacje dotyczące wnoszenia wkładu własnego przez wnioskodawców i możliwości współrealizacji projektów przez partnera. Doprecyzowano także mechanizm rozliczania udzielonej pomocy w perspektywie 15-letniej. Zmiany dokonane w ramach działania mają obowiązywać w nowym konkursie w 2011 r.

W działaniu 5.1 PO IG wprowadza się nowy instrument wspierający inkubowanie powiązań kooperacyjnych



DOBRE PRAKTYKI

Innowacje i zdrowa żywność

WROCŁAWSKI PARK TECHNOLOGICZNY

Klastrowi NUTRIBIOMED udało się zainicjować współpracę między 35 podmiotami z 10 różnych branż – od spożywczej, przez farmaceutyczną i weterynaryjną, po gospodarkę odpadami. Prowadzą wspólne prace badawczo-rozwojowe z wykorzystaniem nowej linii technologicznej.

Pomysłodawcą przedsięwzięcia jest prof. dr hab. inż. Tadeusz Trziszka z Uniwersytetu Przyrodniczego we Wrocławiu. Zajmując się m.in. technologią produkcji jaj nowej generacji, wzbogaconych o bioaktywne substancje, oraz metodami ich pozyskiwania i przetwarzania w suplementy diety, stwierdził, że należy połączyć siły i kompetencje różnych podmiotów, które mogą mieć wspólny cel. W 2007 r. podpisano umowę konsorcjum między instytucjami z sektora badawczego, otoczenia biznesu oraz przedsiębiorcami. W 2008 r. konsorcjum przygotowało wspólny projekt dotyczący rozwoju powiązań kooperacyjnych i złożyło wniosek o dofinansowanie z działania 5.1 Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka.

Dzięki powiązaniom
w ramach klastra łatwiejszy
staje się transfer technologii
z nauki do przemysłu

Obszar współpracy

Projekt ruszył w styczniu 2009 r. Jego celem było rozwijanie powiązań kooperacyjnych i komercjalizacja wypracowanych technologii, wsparta wspólnym marketingiem. Już od momentu powołania w 2007 r. klastrer zajmuje się kompleksowym rozwiązywaniem problemów biotechnologicznych, w tym ochrony środowiska. To obszar merytoryczny, na którym skupia się działalność uczestników powiązania. Działania zapisane w projekcie przewidywały maksymalne zagospodarowanie surowców oraz pozostałych produktów ubocznych powstałych w ramach tworzenia nowych produktów.

Koordynację tego przedsięwzięcia członkowie konsorcjum powierzyli Wrocławskiemu Parkowi Technologicznemu SA (WPT) jako jednostce z największym doświadczeniem w zarządzaniu dużymi projektami. – Celem klastra jest wdrażanie do produkcji innowacyjnych produktów pochodzenia roślinnego (głównie ze zboża) i zwierzęcego (jaja) – mówi dr inż. Joanna Kułdo, kierownik projektu, pracownik Wrocławskiego Parku >



Razem jest taniej prezentować swoje produkty podczas targów i prowadzić kampanię informacyjną

> Technologicznego. – Jesteśmy już bliscy m.in. wdrożenia bezodpadowych technologii wykorzystania kurzych i przepiórczych jaj. Z ich skorupki można produkować środek leczniczy na osteoporozę, żółtko zawiera fosfolipidy korzystne dla człowieka. Gotowe produkty mogą mieć formę tabletek, kapsułek lub dodatków do żywności. Już wcześniej pod kierunkiem prof. Trziszki opracowano naturalny preparat służący do utrwalania żywności na bazie bioaktywnej substancji z jaj kurzych, a także – we współpracy z innymi naukowcami – preparat wapniowy stosowany w prewencji osteoporozy. Możliwości jest dużo więcej.



Joanna Kułdo, doktor nauk medycznych i biotechnolog, kierownik projektu:

Samo rozliczanie projektu nie jest szczególnie skomplikowanym zadaniem. Korzystam z generatora wniosków o płatność, przygotowanego przez PARP. Wystarczy systematyczność i skrupulatność. Najwięcej trudności podczas realizacji przedsięwzięcia sprawiała ustawa o zamówieniach publicznych. Te procedury zabrały nam w projekcie kilka miesięcy pracy. Ale najbardziej cieszy to, że wszystkie zakładane rezultaty osiągnęliśmy i w lutym 2011 r. sfinalizujemy projekt. A klaster zaczyna już żyć własnym życiem.



Linia wielu możliwości

Klaster właśnie uruchamia linię do wytwarzania suplementów diety. Na powierzchni 450 m kw. Wrocławskiego Parku Technologicznego zgromadzono aparaturę wartą 11 mln zł. Jak twierdzi prof. Tadeusz Trziszka, na świecie nie ma bardziej innowacyjnych rozwiązań. System jest modularny, równocześnie można uruchomić kilka ścieżek technologicznych – od produkcji bogatych w wapń biosuplementów diety aż po wysokowydajną ekstrakcję lecytyny.

Ta zintegrowana linia technologiczna będzie uruchomiona w styczniu 2011 r. Okazało się, że jest ona tak bardzo zaawansowana technologicznie, że trudno było znaleźć wykonawcę, który podjąłby się jej uruchomienia. – Z linii technologicznej, jako narzędzia do produkcji pilotażowej oraz do transferów technologii, będą korzystać członkowie klastra – dodaje Joanna Kułdo. – Dwa szkolenia, które jeszcze pozostały do przeprowadzenia, dotyczą m.in. logistyki pracy i obsługi linii technologicznej do wytwarzania suplementów diety. Wśród członków klastra są też wytwórcy zboża, pasz i hodowcy kur. Oni muszą dostarczać surowiec o odpowiednich parametrach, by można było z niego otrzymać suplementy diety oraz biokomponenty do produkcji kosmetyków czy preparatów leczniczych.

Marka klastra

Wspólna produkcja innowacyjnych produktów to jedna oś, wokół której toczy się życie klastra. Drugi ważny wspólny obszar to marka Klastra NUTRIBIOMED. – Chcielibyśmy oznaczać naszym logo nie tylko produkty powstające w wyniku współpracy w ramach klastra – mówi

kierownik projektu. Jako biotechnolog Joanna Kułdo nie ma kłopotów ze wstępną oceną nadchodzących propozycji. Łatwiej jej przewidzieć możliwe komplikacje podczas nowych wdrożeń. – W dalszej przyszłości zamierzamy uruchomić laboratorium do badań żywności. Nastawiamy się przede wszystkim na wysoką jakość. Chcemy, by nasza marka była synonimem jakości.

Można tu wykorzystać kolejny atut z powiązania kooperacyjnego – wspólne działania marketingowe. Razem łatwiej i taniej prezentować swoje produkty podczas targów i prowadzić kampanię informacyjną.

Mimo że podczas badania benchmarkingowego realizowanego w 2010 r. na zlecenie PARP, Klastra NUTRIBIOMED został sklasyfikowany jako powiązanie o krótkim stażu działalności, to już zaczął być rozpoznawalny wśród producentów żywności. Dostrzegli oni potencjał powiązania i chcą powierzać mu badania nad innowacyjnymi produktami (np. makarony zawierające kwasy omega 3). Widać entuzjazm wśród członków klastra. Wprowadzenie na rynek innowacyjnych produktów staje się coraz bardziej realne. Pierwszy produkt z logo klastra ma szansę pojawić się na rynku już w 2011 r.

Dzięki klastrowi łatwiejszy stanie się transfer technologii z nauki do przemysłu. Wrocławski Park Technologiczny korzysta z usług doświadczonego rzeczownika patentowego, który może pomóc w zarządzaniu własnością intelektualną w ramach klastra.

Projekt: „Rozwój powiązań kooperacyjnych Klastra NUTRIBIOMED zmierzających do komercjalizacji innowacyjnych rozwiązań”

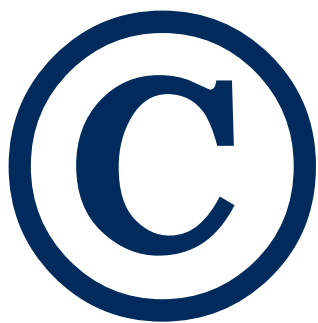
Firma: Wrocławski Park Technologiczny SA

Działanie: 5.1

Wartość projektu: 13,14 mln zł

Dofinansowanie: 10,83 mln zł

Termin realizacji: 1.01.2009 – 28.02.2011



WŁASNOŚĆ INTELEKTUALNA

Poddziałanie 5.4.1 w liczbach

Aby polskie małe i średnie firmy mogły w pełni skorzystać z rozwiązań, które wymyślają i dużym nakładem wdrażają do produkcji i sprzedaży, powinny się nauczyć zarządzać własnością intelektualną. Jednym z narzędzi zarządzania jest patentowanie rozwiązań i zastrzeganie wzorów przemysłowych i użytkowych. Dofinansowanie na ten cel można pozyskać z poddziałania **5.4.1 „Wsparcie na uzyskanie/realizację ochrony własności przemysłowej”**, skierowanego do mikroprzedsiębiorców oraz małych i średnich przedsiębiorstw.

Patent lub unieważnienie ochrony

Prace badawczo-rozwojowe nie są najmocniejszą stroną polskich mikro-, małych i średnich firm. W dodatku przedsiębiorcy ci rzadko mają wiedzę z zakresu ochrony wyników prac B+R. Właśnie dlatego stworzono dla nich zachętę do ochrony własności przemysłowej. Własność intelektualna nie jest pojęciem nowym, lecz nabiera coraz większego znaczenia. Trzeba, oczywiście, wykonać sporą pracę polegającą na uświadamianiu, czym ona jest i w jaki sposób można ją chronić. Zwiększaniu dostępu do tej wiedzy służy pod-

działanie 5.4.2. Projekty finansowane z tego instrumentu promują własność intelektualną i objaśniają, co nią jest, jak ją chronić, w ramach jakich procedur międzynarodowych.

Firmy mogą się starać o wsparcie na pokrycie kosztów przygotowania zgłoszenia wynalazku, wzoru użytkowego lub wzoru przemysłowego w krajowych, regionalnych lub międzynarodowych organach udzielających ochrony. Druga możliwość dotyczy pokrycia kosztów związanych z wszczęciem i prowadzeniem postępowania w zakresie unieważnienia tego typu ochrony. W tym wypadku o pomoc finansową mogą się zwrócić firmy zamierzające rozwijać działalność w dziedzinie, która została zastrzeżona przez kogoś innego.

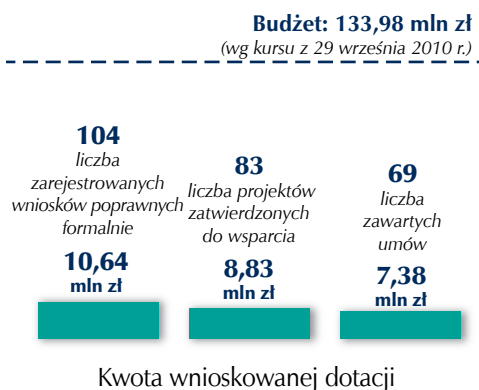
Realizacja

Budżet poddziałania 5.4.1 PO IG wynosi 35,1 mln euro. Nie napływa zbyt wiele wniosków, ale w porównaniu z poprzednimi latami jest progres. Z projektodawcami, którzy złożyli wnioski w 2008 r., PARP podpisała 25 umów o dofinansowanie o wartości 2,12 mln zł. Do października 2010 r. liczba zawartych umów wzrosła do 69, a ich wartość – do ponad 7 mln zł.

Wiedza o ochronie własności przemysłowej

Niezbędnym warunkiem świadomego zarządzania własnością przemysłową jest posiadanie odpowiedniej wiedzy na temat prawnych możliwości ochrony. Potrzebna jest też znajomość praktycznych aspektów funkcjonowania systemu ochrony, a także marketingu ukierunkowanego na przedmioty ochrony. Dlatego duże znaczenie ma edukacja przedsiębiorców w zakresie znaczenia ochrony własności przemysłowej, konsekwencji naruszeń cudzych praw wyłącznych, możliwości egzekwowania własnych praw oraz korzyści związanych z posiadaniem ochrony. Wnioskodawcy aplikujący o dofinansowanie na ochronę własności przemysłowej z reguły uzyskują w tej dziedzinie pomoc ze strony rzecznika patentowego, który dobrze zna odpowiednie procedury. Koszty związane z taką pomocą podlegają dofinansowaniu. Natomiast koszty operacyjne, związane z zabezpieczeniem wykonania zobowiązań wynikających z umowy i prowadzeniem rachunku bankowego, są pokrywane z programu w 100%.

Wykorzystanie funduszy w poddziałaniu 5.4.1 PO IG



Źródło: PARP, stan na 22 października 2010 r.

Jak postarać się o dotację

Wnioski można składać w sposób ciągły w PARP. Na co firmy powinny zwrócić szczególną uwagę, aplikując o dofinansowanie z poddziałania 5.4.1? Warto położyć nacisk na opis badań, w wyniku których powstał dany przedmiot zgłoszenia – badań przemysłowych czy tzw. prac rozwojowych, co jest zgodne z rozporządzeniem nr 800 z 2008 r. Zadaniem przedsiębiorcy w tym przypadku jest wskazanie, poprzez pryzmat definicji, która zawarta jest w tym rozporządzeniu, na jakim etapie badań powstał wytwór intelektualny. To jest bardzo istotne, bo od tego m.in. zależy poziom możliwego dofinansowania. Jeśli chodzi o błędy formalne, problem jest mniejszy, ponieważ można je poprawiać.

Wartość dotacji, o którą mogą się ubiegać przedsiębiorcy, wynosi **od 2 tys. do 400 tys. zł**. Kwota jest uzależniona od procedury zgłoszeniowej, jaką dany przedsiębiorca wybiera, oraz od liczby krajów, w których chciałby ubiegać się o ochronę. Opłaty urzędowe są w tym wypadku największym obciążeniem. Kosztuje również tłumaczenie dokumentów, a także opłata na wynajęcie pełnomocnika, który zgodnie z przepisami obowiązującymi w danym kraju może reprezentować przedsiębiorcę wobec organu rejestrującego własność przemysłową.

Największe przyznane dotychczas dofinansowanie wyniosło 399 700 tys. zł. Na taką kwotę opiewały trzy umowy warszawskiej firmy EURO-CHIT, dotyczące ochrony patentowej w Europie nowych nanoproductów stosowanych w medycynie i weterynarii. Najmniejsza kwota, na jaką zawarto umowę, wynosi 2 135,70 zł. Zawarto ją z firmą fotoreklama.com, która dokonuje zgłoszenia wzoru przemysłowego „brył z warstw tworzywa sztucznego z portretem Chopina i Jana Pawła II”.

Zatem wynalazki i wzory mogą dotyczyć różnych dziedzin i nie tylko wysoko innowacyjnych produktów. Przy czym wśród dotychczas zawartych umów dominują projekty związane z udzielaniem dofinansowania na ochronę wynalazków.



DOBRE PRAKTYKI

Zbiorniki pod ochroną

ELPIGAZ

Każda firma ponosząca nakłady na prace badawczo-rozwojowe powinna chronić wypracowaną własność przemysłową. To zwiększa bezpieczeństwo i szanse na sukces finansowy. O tym przekonuje strategia konsekwentnie realizowana przez gdańską spółkę Elpigaz.

Już dwukrotnie o wsparcie na ochronę rozwiązań w procedurze międzynarodowej wystąpił Elpigaz, producent zbiorników na autogaz i instalacji LPG. Między innymi w 2007 r. firma zrealizowała projekt (finansowany z Funduszy Europejskich) dotyczący uruchomienia produkcji innowacyjnych zbiorników LPG, „współpracujących z wielozaworami bez zaworu bezpieczeństwa”. Dziś Elpigaz Sp. z o.o. eksportuje swoje wyroby do Rosji, Litwy, Łotwy, Estonii, Ukrainy, Anglii, Norwegii, Czech, Włoch, Niemiec, Australii, Chin. Jest w trakcie nawiązywania nowych kontaktów handlowych i prowadzenia rozmów z kontrahentami z pozostałych krajów UE oraz Korei, Indii i Białorusi. Założony model biznesowy prowadzenia działalności eksporto-

wej własnych innowacyjnych produktów już chronionych patentem zmusił firmę do rozszerzenia ochrony na nowe kraje.

Patent na biznes

Wynalazki, które można skomercjalizować, to kury znoszące złote jaja. – Prowadzimy wiele prac badawczo-rozwojowych i szkoda byłoby, gdyby ich wyniki ktoś za darmo wykorzystał. Wkraczamy na nowe rynki i dlatego chcemy zabezpieczyć tam swoje interesy. Musimy mieć gwarancję zwrotu nakładów na badania. Możliwość pozyskania dofinansowania w ramach Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka wpłynęła na to, że mogliśmy wybrać więcej krajów (niż pierwotnie zakładaliśmy), gdzie będziemy chronić swoje rozwiązania – mówi Grzegorz Jarzyński, prezes Elpigazu. – Dzięki uzyskaniu ochrony śміiej będziemy wprowadzać swoje produkty na rynki zagraniczne i udostępniać ich dokumentację. Jeśli ktoś będzie chciał skorzystać z naszej myśli technicznej, udzielimy licencji. ➤

Ochrona wypracowanej
własności przemysłowej
zwiększa bezpieczeństwo
biznesu i szanse na sukces
finansowy



Elpigaz otwiera swoim produktom drogę na zagraniczne rynki bez obaw, że inni wykorzystają dorobek firmy

> Przedmiotem wynalazku, który został zgłoszony do ochrony w ramach projektu, jest „zbiornik ciśnieniowy, zwłaszcza czterodennicowy”, przeznaczony na gazy w fazie lotnej, gazy skroplone oraz ciecze, stosowany w pojazdach samochodowych, maszynach, urządzeniach stacjonarnych lub mobilnych. Zbiornik ciśnieniowy dzięki zastosowaniu łącznika centralnego pozwala na zwiększenie pojemności o 3% w stosunku do typowej konstrukcji z armaturą wewnętrzną. Pierwszy projekt do poddziałania 5.4.1 PO IG firma złożyła w konkursie przeprowadzonym w 2008 r. i pozyskała na swoje działania ponad 50 tys. zł.

Chińskie wymagania

– Wcześniej dokonywaliśmy zgłoszeń patentowych w Europie i znamy już te procedury. Zaskakują nas wymogi związane ze zgłoszeniami w Indiach czy Chinach, gdzie spotykamy się ze specyficznymi wymaganiami. To dla nas nowe doświadczenie – mówi szef Elpigazu. – Oczekiwanie na uzyskanie ochrony trwa od kilkunastu do kilkudziesięciu miesięcy.

W ramach pierwszego projektu Elpigaz zgłosił ochronę patentową w trybie patentu europejskiego na terenie następujących krajów: Albanii, Austrii, Bośni i Hercegowiny, Belgii, Bułgarii,

Szwajcarii, Cypru, Czech, Niemiec, Danii, Hiszpanii, Estonii, Finlandii, Francji, Wielkiej Brytanii, Grecji, Węgier, Irlandii, Islandii, Włoch, Liechtensteinu, Litwy, Luksemburga, Łotwy, Monako, Holandii, Portugalii, Rumunii, Serbii, Szwecji, Słowenii, Słowacji, Turcji, a także w trybie fazy krajowej PCT w następujących państwach: Australia, Chiny, Rosja, Indie, Korea Południowa, Białoruś i Ukraina. W styczniu 2010 r. projekt został zakończony i spółka go rozliczyła.

W naborze rozpoczętym w lutym 2010 r. spółka złożyła kolejny wniosek o dofinansowanie kosztów zgłoszenia ochrony patentowej nowego wynalazku – „zbiornika ciśnieniowego, zwłaszcza trzydennicowego”. – Otrzymaliśmy dofinansowanie w wysokości 255,5 tys. zł – cieszy się Grzegorz Jarzyński. – Możemy otworzyć drogę na zagraniczne rynki naszemu nowemu produktowi bez obaw, że inni wykorzystają nasz dorobek.

Projekt: „Zgłoszenie w procedurze międzynarodowej PCT wynalazku – zbiornika ciśnieniowego, zwłaszcza czterodennicowego – w celu uzyskania ochrony własności przemysłowej”

Firma: Elpigaz Sp. z o.o., Gdańsk

Poddziałanie: 5.4.1

Wartość projektu: 92,1 tys. zł

Dofinansowanie: 56,3 tys. zł

Termin realizacji: 6.10.2008 – 31.01.2010



Grzegorz Jarzyński, prezes Elpigaz Sp. z o.o.:

Wszystkich, którzy ponoszą nakłady na prace badawczo-rozwojowe, namawiam do chronienia wypracowanej własności przemysłowej. Takie perspektywiczne myślenie zwiększa bezpieczeństwo i szanse na sukces finansowy. Ochrona własnych rozwiązań powinna być elementem strategii rozwoju firm. Możliwość pozyskania wsparcia zachęca nas do takiego roztropnego planowania działań. Oczywiście, realizacja projektu finansowanego z Funduszy Europejskich pociąga za sobą nieco większy nakład pracy – dodatkowa dokumentacja, dopilnowanie procedur, np. związanych z przelewami. Korzystamy jednak z pomocy firmy doradczej i kancelarii prawnej.

Mały elektronik w szkole

SILTRONICS

Wynalazca z Łodzi opracował innowacyjną pomoc edukacyjną, która nie ma swego odpowiednika na świecie. Dzięki niej każdy uczeń może zgłębiać wiedzę o elektronice intuicyjnie oraz z wyobraźnią.

Polskie szkoły otrzymują oferty zagranicznych pomocy edukacyjnych, które, choć niekiedy ciekawe, mają podstawową wadę – są bardzo drogie. Dlatego pomysł łódzkiego przedsiębiorcy ma nieocenioną wartość. Opracował on narzędzie do kształcenia dzieci i młodzieży, przebijające pod względem innowacyjności i ceny wszystkie zagraniczne oferty. Projekt otrzymał dofinansowanie w ramach poddziałania 5.4.1 PO IG.

Przyszłość, czyli El-Go

Paweł Owczarek na rynku elektroniki działa już od 20 lat. Doskonale zna branżę, jej produkty i usługi. Dobrze wie, że aby osiągnąć sukces, jego mała firma musi być bardzo elastyczna. W poszukiwaniu nowych możliwości biznesowych zainteresował się zestawami do budowy

obwodów elektronicznych, czyli czymś, co pamiętał doskonale ze szkoły, gdy sam był jeszcze uczniem. Przeprowadził dokładne rozpoznanie rynku – ku jego zaskoczeniu – okazało się, że oferta jest bardzo uboga, a produkty głównie chińskie i niskiej jakości. Odkrył, że w zestawach nadal stosowane są niepewne połączenia stykowe, które są sztywne (w puzzlowej konfiguracji), albo serwuje się płataninę kabelków, w której trudno się połapać. Takie rozwiązania znane były 40 lat temu.

Po zebraniu informacji zdecydował się zaprojektować własny zestaw. Od samego początku przyjął założenie, że nie chodzi mu tylko o zbudowanie czegoś lepszego i tańszego w porównaniu z tym, co już jest. Chciał, by jego rozwiązanie przybliżyło każdemu wiedzę o elektronice, która jest wszechobecna i stała się częścią naszego naturalnego środowiska. – Staram się wykazać, że nowoczesnej elektroniki można się uczyć intuicyjnie, podobnie jak obsługi komputera – mówi Paweł Owczarek. Postanowił też, że jego pomysł będzie wybiegał daleko w przyszłość, co najmniej o tyle samo lat, ile mają stosowane obecnie rozwiązania. – W El-Go zastosowałem nowy na skalę światową pomysł realizacji połączeń elektrycznych, które powstają samoczynnie

Rozwiązaniem Pawła Owczarka zainteresowały się polskie uczelnie. Zmotywowało go to do zaprojektowania zestawów jako narzędzia dydaktycznego



Paweł Owczarek, właściciel Siltronics:

Samodzielnie nie zdecydowałbym się na sfinansowanie zgłoszenia PCT ze względu na jego wysokie koszty i niepewny efekt. Cała procedura objęta dofinansowaniem była wyzwaniem, wymagającym poznania nieznanej mi dotąd terminologii i biurokratycznych zasad. Czas niezbędny do pokonania urzędowych formalności w przypadku małej firmy – zwłaszcza jednoosobowej, takiej jak moja – odrywa od bieżących działań. Żaden znany mi program dofinansowań nie jest pomyślany dla takich firm. Działanie 5.4 „Zarządzanie własnością intelektualną” należy do najprostszych w przeprowadzeniu. Uzyskane doświadczenie warto jest wysiłku pod warunkiem, że mamy pomysł na zgłoszenie patentowe. Poznałem procedury zgłoszeń patentowych, co wpłynęło na swobodniejsze poruszanie się w tej dziedzinie. Teraz wiem, jak i kiedy warto chronić swoje pomysły.

podczas zbliżania do siebie elementów i utrzymywane są siłami magnetycznymi – opowiada. – To nowatorskie rozwiązanie zdecydowałem się objąć ochroną prawną w ramach międzynarodowego zgłoszenia patentowego PCT (Patent Cooperation Treaty). W ten sposób narodził się zestaw do budowy obwodów elektronicznych El-Go.

Elektronika dla każdego

Pierwotnym odbiorcą zestawów do budowy obwodów elektronicznych mieli być dziadkowie i ojcowie. A dokładniej ci z nich, którzy chcieli zainteresować elektroniką swoje wnuki lub dzieci, a przy okazji pokazać młodym, że istnieje świat poza komputerem. El-Go na XII Łódzkich Targach Edukacyjnych dostało dwie nagrody za „najlepszy środek dydaktyczny”, rozwiązaniem Owczarka zainteresowały się także polskie uczelnie.

Ostatecznie El-Go zostało zaprojektowane jako pomoc edukacyjna dla uczniów szkół podstawowych, gimnazjów oraz szkół średnich o różnym

profilu: wszędzie tam, gdzie jest fizyka i zajęcia z techniki. Zestaw można wykorzystać jako pomoc w czasie lekcji lub do zajęć pozalekcyjnych dla bardziej zaawansowanych.

Zestaw zawiera tablice ze schematami połączeń oraz elementy, z których buduje się układy elektroniczne. W kilkadziesiąt sekund można skonstruować włącznik zmierzchowy albo włącznik schodowy, który na określony czas włącza światło na klatce schodowej. Każdy uczeń samodzielnie zbuduje generator dźwięku modulowanego poziomem oświetlenia lub system alarmowy z fotokomórką. – Układów jest tyle, na ile pozwala wyobraźnia dziecka – konkluduje Paweł Owczarek.

Projekt: „Ochrona własnych produktów – zestawów elektronicznych typu edukacja i zabawa – przed tanim kopiowaniem”

Firma: Siltronics Paweł Owczarek, Łódź

Poddziałanie: 5.4.1

Wartość projektu: 24 tys. zł

Dofinansowanie: 15,3 tys. zł

Termin realizacji: 1.08.2008 – 28.02.2010



PASZPORT DO EKSPORTU

Działanie 6.1 w liczbach

Zwiększenie udziału eksportu polskich firm w całkowitej sprzedaży, zintensyfikowanie powiązań z zagranicznymi partnerami oraz zwiększenie rozpoznawalności marek handlowych na rynkach zagranicznych – w tym pomaga **działanie 6.1 „Paszport do eksportu”**.

Jakie wsparcie

W ramach działania 6.1 dofinansowaniem mogą zostać objęte projekty realizowane oddzielnie w dwóch kolejnych etapach:

- I – przygotowanie Planu Rozwoju Eksportu. Dofinansowanie zakupu zewnętrznych usług doradczych. Okres przygotowania Planu Rozwoju Eksportu w ramach I etapu nie może przekroczyć 6 miesięcy.
- II – wdrożenie Planu Rozwoju Eksportu. Dofinansowanie realizacji projektów mających na celu wdrożenie opracowanego w I etapie Planu Rozwoju Eksportu przy wykorzystaniu możliwych do wyboru działań proeksportowych. Okres wdrożenia etapu nie może przekroczyć 24 miesięcy.

Budżet działania wynosi 121,84 mln euro. Wsparcie finansowe w tym działaniu stanowi pomoc *de minimis* i jest udzielane w formie refundacji części wydatków kwalifikujących się do objęcia wsparciem. Na realizację I etapu przedsiębiorca może otrzymać do 10 tys. zł, przy czym intensywność wsparcia nie może przekroczyć 80% wydatków kwalifikowanych. Wartość dofinansowania na wdrożenie Planu Rozwoju Eksportu nie może przekroczyć 200 tys. zł i stanowić więcej niż 50% całkowitych wydatków kwalifikujących się do objęcia wsparciem.

Duże zainteresowanie

Od początku realizacji działania 6.1 PO IG do października 2010 r. PARP zawarła z przedsiębiorcami prawie 1200 umów o dofinansowanie. Większość z nich dotyczyła etapu I (opracowanie Planu Rozwoju Eksportu).

Działanie 6.1 PO IG cieszy się bardzo dużym zainteresowaniem przedsiębiorców. W pierwszej połowie 2010 r. PARP ogłosiła dwie rundy aplikacyjne, w ramach których, zostało złożonych 1349 wniosków o dofinansowanie na łącz-

ną kwotę 81,76 mln zł. W drugiej połowie 2010 r. przeprowadzono trzeci nabór wniosków. Tym razem do Regionalnych Instytucji Finansujących wpłynęło łącznie 1 010 wniosków o dofinansowanie na łączną kwotę ponad 60 mln zł. 701 wniosków o dotyczyło I etapu, a 309 – II etapu (wdrożenie Planu Rozwoju Eksportu).

W ramach działania 6.1 wnioski o dofinansowanie składały głównie mikroprzedsiębiorstwa (42,16%). Udział małych przedsiębiorstw wyniósł 32,67% wniosków, natomiast średnich – 25,17%.

Największy odsetek wniosków poprawnych formalnie, złożonych od uruchomienia działania 6.1 do połowy 2010 r., odnotowano w województwie mazowieckim (20,1%). W pozostałych województwach udział złożonych wniosków przedstawia się następująco: wielkopolskie (13,4%), małopolskie (12,4%), dolnośląskie (9,6%), śląskie (8,1%).

Są to głównie przedsiębiorstwa z sektora niewyszczególnionych usług (35,9%), z sektora przemysłu wytwórczego (29,1%), jak również przedsiębiorstwa zajmujące się handlem hur-

towym i detalicznym (18,5%). Kolejną grupę wnioskodawców w ramach działania 6.1 stanowią przedsiębiorcy prowadzący działalność w zakresie budownictwa (5%) oraz produkcji artykułów żywnościowych (3,9%).

Zmiany

PARP uczestniczyła w przygotowaniu nowego systemu oceny wniosków oraz kryteriów wyboru projektów. Wprowadzone zmiany miały głównie na celu zminimalizowanie prawdopodobieństwa wystąpienia identycznej oceny kilku projektów. PARP zależało również na usunięciu tzw. kryterium czasu, czyli uzależnienia przyznania dofinansowania na realizację projektu od terminu złożenia wniosku.

Wykorzystanie funduszy w działaniu 6.1 PO IG

Budżet: 484,23 mln zł

(wg kursu z 29 września 2010 r.)



Kwota wnioskowanej dotacji

Źródło: PARP, stan na 22 października 2010 r.



PASZPORT DO EKSPORTU

DOBRE PRAKTYKI

Eksportowy makijaż

SZWEDO GROUP

Na liście wynalazków, które zrewolucjonizowały życie kobiet, z pewnością znalazłoby się miejsce na pigułkę antykoncepcyjną czy zmywarkę. Czy niedługo trzeba będzie dopisać do tego zestawienia nowe urządzenie do makijażu permanentnego, którego producentem jest prudnicka firma Szwedo Group?

Wszystkie kobiety wiedzą, że w porannym pośpiechu liczy się każda minuta. Najbardziej czasochłonne przed wyjściem do pracy bywa przygotowanie doskonałego makijażu, który utrzyma się w idealnym stanie przez cały dzień. Szwedo Group z Prudnika w województwie opolskim proponuje rewolucyjne ułatwienie. Makijaż permanentny nie tylko zapewnia komfort, o jakim wiele pań mogło dotychczas tylko pomarzyć. Pomaga też w likwidacji lub maskowaniu niedoskonałości urody, dzięki czemu każda kobieta będzie mogła poczuć się atrakcyjna.

Z Prudnika w świat

Firma jest krajowym pionierem w dziedzinie produkcji urządzeń do makijażu permanentnego. Wygrywa też konkurencję z urządzeniami sprowadzanymi z zagranicy. Jej aparatura jest nie tylko ceniona w Polsce, ale powoli przebi-

ja się również na inne rynki, m.in. do Niemiec, Czech i Słowacji. Dzięki unijnej dotacji z działania 6.1 PO IG produkty Szwedo Group będą również prezentowane na największej na świecie imprezie targowej w branży kosmetycznej – Cosmoprof we Włoszech. Przez pięć dni na 90 tys. metrów kwadratowych powierzchni wystawowej reklamują się wszystkie czołowe firmy globu. Z ich ofertą zapoznaje się ponad 150 tys. ludzi.

Szefowie Szwedo Group liczą, że Europejki szybko docenią wymyśloną, zaprojektowaną i stworzoną przez nich technologię. Tym bardziej, że ta gałąź rynku kosmetycznego i medycyny estetycznej rozwija się w bardzo dynamicznym tempie.

– Opracowaliśmy najbardziej zaawansowane i najsukursze urządzenie, które gwarantuje długoletni efekt upiększający – podkreśla Elżbieta Pożniak, współwłaścicielka firmy. – Umożliwia ono perfekcyjne skorygowanie linii ust, ich uwydatnienie, powiększenie oraz wypełnienie dowolnym kolorem. Makijaż permanentny służy również do korekty brwi i linii oczu, daje też możliwość wykonania biotatuazu.

>

Włoskie targi Cosmoprof
mogą firmie z Prudnika
otworzyć drogę do klientek
w całej Europie



> Zadowolenie gratis

Technologia opracowana przez specjalistów Szwed Group jest już w urzędzie patentowym. Przy okazji prudnicka firma mogłaby zastrzec zadowolenie, jakie daje kobietom stworzone przez nią niepozorne narzędzie, przypominające wyglądem długopis.

Urządzenie to nakłuwa skórę za pomocą specjalnych igieł do 420 razy na sekundę. W przeciwieństwie do tradycyjnych metod zabieg trwa krócej, powoduje też mniejszy ból, opuchliznę i podrażnienia. Kwestią czasu jest, kiedy o skuteczności nowych metod makijażu permanentnego przekonają się nie tylko mieszkanki Europy Środkowej, ale i Włoszki, Hiszpanki czy Francuzki.

Marzena Nosidlak, menedżer firmy, współautorka projektu:

Kobiety muszą jakoś radzić sobie w rzeczywistości zdominowanej przez kult bycia wiecznie pięknym i wiecznie młodym. Staramy się je wspomóc, by mogły nadążyć za uciekającym światem. W dzisiejszym świecie przedstawicielki płci pięknej żyją szybko i intensywnie. Długo chcą zachować swoje piękno, a nienaganny makijaż najchętniej nosiłyby od świtu do nocy, przy kolacji i na basenie. To naturalna potrzeba i zarazem wyzwanie, któremu staramy się sprostać. Nasze urządzenia do makijażu permanentnego są w stanie poprawić wiele naturalnych lub nabytych defektów urody. Dla kobiet z perypetiami zdrowotnymi czy wracających do zdrowia po wypadkach wygląd mógł być ogromnym obciążeniem psychicznym. W ich przypadku zabieg likwidujący skazy czy inne mankamenty urody to sprawa wyjątkowej wagi.



I etap

**Projekt: „Rozwój działalności eksportowej
w zakresie urządzeń do makijażu permanentnego”**

**Firma: Szwed Group Sp. C. Leszek Szwed,
Elżbieta Poźniak, Prudnik**

Działanie: 6.1

Wartość projektu: 15,25 tys. zł

Dofinansowanie: 10 tys. zł

Termin realizacji: 1.10.2009 – 31.12.2009

II etap (wdrożenie PRE) w trakcie realizacji



Elżbieta Poźniak, współwłaścicielka firmy Szwedo Group:

W Polsce jesteśmy liderem rynku i jedynym producentem urządzeń do makijażu permanentnego. W naszej strategii marketingowej bardzo ważne jest również otwarcie się na rynki zagraniczne, które rozwijają się jeszcze szybciej, w czym i my mamy swój duży udział. Mamy produkt, którego jesteśmy pewni i z którego jesteśmy dumni. Z naszych doświadczeń wynika, że w innych krajach nasz flagowy model cieszy się również dużym zainteresowaniem. Dotychczas reklamowaliśmy się na najważniejszych imprezach branżowych w Polsce. Teraz liczymy na udział we włoskich targach Cosmoprof. Dzięki nim możemy się przebić z naszą ofertą na kolejne zagraniczne rynki.

Geometria eksportu

PRECYZJA-TECHNIK

Przypadek sprawił, że bydgoska spółka Precyzja-Technik zaczęła lepiej planować swoją ekspansję na rynkach zagranicznych. Umie się też odpowiednio wypromować. I w tym wspierają ją pieniądze z UE. Zachęcona do korzystania z PO IG, zdobyła też pieniądze na badania celowe i wdrożenie nowej technologii.

Firma, działająca od 1995 r. (wcześniej pod nazwą Spółdzielnia Precyzja), ma ugruntowaną pozycję na polskim rynku przyrządów pomiarowych do diagnostyki aut. Zależało jej na rozwoju eksportu. W ramach Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka (działanie 6.1 „Paszport do eksportu”) Precyzja-Technik Sp. z o.o. pozyskała pieniądze na działania marketingowe i sprzedażowe w całej Europie, poczynając od Moskwy, poprzez Białoruś, Niemcy, kraje byłej Jugosławii, na Włochach kończąc. Firma chce także budować sieć sprzedaży w krajach Bliskiego Wschodu i północnej Afryki.

Dofinansowanie z przypadku

– O działaniu „Paszport do eksportu” dowiedzieliśmy się przypadkiem. Zgłosiła się bowiem do nas firma, która zaoferowała pomoc w opracowaniu takiego wniosku. Koszty były znikome, a potencjalne zyski bardzo duże, więc nie zastanawialiśmy się długo – mówi Sławomir Koczner, koordynator projektu z ramienia bydgoskiej firmy. – Gdy nasz wniosek został zaakceptowany, zaangażowaliśmy się w pełni w pozyskanie środków. Wspólnie z firmą zewnętrzną przy-

gotowaliśmy Plan Rozwoju Eksportu naszych produktów, który został zaakceptowany. Jedynym problemem na tym etapie był termin, czyli wrzesień 2009 r. To dla nas okres bezpośrednio po sezonie urlopowym i moment, kiedy skupiamy się działaniach targowych. Dlatego wniosek złożyliśmy dosłownie w ostatniej chwili – wspomina.

Opracowanie Planu Rozwoju Eksportu kosztowało firmę 7 tys. zł. Dofinansowanie wyniosło 5,6 tys. zł. Umowę na drugi etap – wdrażanie Planu Rozwoju Eksportu – firma podpisała w marcu 2010 r. Precyzja-Technik była wtedy jedną z trzech pierwszych firm w województwie kujawsko-pomorskim i jedną z 30 w kraju, które otrzymały dofinansowanie na ten cel.

Pieniądze i doświadczenie

Wdrożenie planu eksportowego zaplanowano od kwietnia 2010 r. do czerwca 2011 r. Firma wyłożyła na to 125 tys. zł. Drugie tyle otrzymała w ramach dofinansowania. Pieniądze z dotacji pozwoliły bydgoskiemu przedsiębiorstwu zaplanować udział w trzech imprezach targowych: w Zagrzebiu, we Frankfurcie nad Menem



Precyzja-Technik pozyskała pieniądze na działania marketingowe i sprzedażowe w całej Europie

i w Bolonii. Wydrukowano także materiały marketingowe w języku angielskim i rosyjskim.

– Pozyskanie unijnego wsparcia wiązało się z dużym nakładem pracy. Na tym wniosku uczyliśmy się bowiem dopiero, jak starać się o pieniądze z UE. Głównym problemem, z którym się zmagaliśmy, było odpowiednie rozpisanie harmonogramu działań – mówi Sławomir Kocznur. – Przykładowo, jedna z imprez targowych odbywała się w okresie, który nie był objęty pierwotnym planem eksportowym. Musieliśmy więc aneksować umowę, tak by z unijnego wsparcia pokryć część kosztów naszego udziału w tych samych targach, ale rok później.

Doświadczenie zaprocentowało. Firma stała się aktywna w staraniach o unijne wsparcie. Efektem było podpisanie w lipcu 2010 r. umowy z PARP na dofinansowanie badań i rozwoju nowoczesnych technologii w ramach działań 1.4- 4.1 PO IG. Koszt inwestycji to 1 mln zł, z czego ponad połowa będzie pochodzić ze środków Unii Europejskiej. Pieniądze z dofinansowania wykorzystane zostaną na zaprojektowanie i wdrożenie innowacyjnego przyrządu do pomiaru geometrii ustawienia kół i osi.

Sławomir Kocznur, zastępca prezesa zarządu Precyzja-Technik ds. rozwoju:

Gdy nasz wniosek został zaakceptowany, zaangażowaliśmy się w pełni w realizację projektu. Wspólnie z firmą zewnętrzną przygotowaliśmy plan rozwoju eksportu naszych produktów, który został zaakceptowany. Wsparcie unijne pomogło nam na dość specyficznym rynku białoruskim. Dodatkowo, z analizy przeprowadzonej przez firmę doradczą wynika, że nasz asortyment dobrze będzie się sprzedawać w południowej Europie. Dlatego też zaplanowaliśmy udział w imprezach targowych w tym regionie. Pisanie wniosku oraz jego realizacja opłaciła się. Nie tylko pozyskailiśmy dofinansowanie, ale też zdobyliśmy doświadczenie, które zaprocentowało w kolejnych miesiącach.

I etap

Projekt: „Wniosek o dofinansowanie Planu Rozwoju Eksportu w ramach I etapu działania 6.1 Paszport do eksportu, Polska gospodarka na rynku międzynarodowym, PO IG”

Firma: Precyzja-Technik Sp. z o.o., Bydgoszcz

Działanie: 6.1

Wartość projektu: 12,5 tys. zł

Dofinansowanie: 10 tys. zł

Termin realizacji: 1.04.2009 – 30.09.2009

II etap

Projekt: „Wdrożenie PRE firmy Precyzja-Technik Sp. z o.o.”

Wartość projektu: 250 tys. zł

Dofinansowanie: 125 tys. zł

Termin realizacji: 1.01.2010 – 30.06.2010

Świetlana przyszłość

LUG LIGHT FACTORY

Projekt realizowany przy wsparciu z PO IG zwiększył udział eksportu w sprzedaży LUG Light Factory Sp. z o.o. Działająca w branży oświetleniowej firma spodziewa się, że osiągnie on poziom 25%. W związku z rozszerzaniem działalności na rynki Niemiec i Rosji eksport może wzrosnąć o 8%.

Celem projektu sfinansowanego z działania 6.1, poza zwiększeniem udziału eksportu, było zintensyfikowanie powiązań firmy z zagranicznymi partnerami i wzrost rozpoznawalności marki przedsiębiorstwa. Poprzez udział LUG Light Factory w targach Light & Building 2010 we Frankfurcie nad Menem firma promowała swoje produkty i polską gospodarkę na rynku międzynarodowym. Jak to się udało?

Wzrost organiczny

– Przygotowując ten projekt, korzystaliśmy z usług firmy zewnętrznej. Firma doradzała nam w wyborze danego działania, sporządziła wnioski, a także przez cały okres trwania projektu nadzorowała jego rozliczanie – wyjaśnia Małgorzata Konys, dyrektor finansowa LUG Light Factory Sp. z o.o. W pierwszym etapie powstał Plan Rozwoju Eksportu, który zawiera wielopłaszczyznową analizę sytuacji spółki. Zbadano uwarunkowania rynkowe oraz słabe i mocne strony

oferty w porównaniu z konkurencją. Pod lupę wzięto też 10 rynków, którymi przedsiębiorstwo było szczególnie zainteresowane. Pozwoliło to na wyłonienie tych rynków, na których – według wielu kryteriów – jest największa szansa na realizację eksportowych planów przedsiębiorstwa. Strategia rozwoju firmy zakłada wzrost organiczny, realizowany poprzez umacnianie pozycji krajowego lidera w branży, oraz dynamiczny rozwój sprzedaży eksportowej na rynki Unii Europejskiej i innych wysoko rozwiniętych krajów świata. Spółka LUG Light Factory ma stabilną kondycję finansową, dobrą pozycję konkurencyjną i wykazuje wysokie bezpieczeństwo finansowe, co zapewnia trwałość projektu.

Kierunek: Rosja i Niemcy

W Planie Rozwoju Eksportu postawiono na działania proeksportowe na dwóch wybranych rynkach docelowych, tj. niemieckim i rosyjskim. Udział w imprezie targowo-wystawowej we

Strategia rozwoju firmy zakłada umacnianie pozycji krajowego lidera w branży oraz wzrost eksportu na rynki Unii Europejskiej i innych wysoko rozwiniętych krajów świata



Małgorzata Konys, dyrektor finansowa LUG Light Factory Sp. z o.o.:

Firma uzyskała wymierne korzyści z wdrożenia projektu. Przede wszystkim zwiększyliśmy naszą konkurencyjność dzięki uzyskanym możliwościom zaprezentowania się na ważnej w naszej branży imprezie targowej Light & Building 2010. Prezentowanie się na targach w celu zwiększenia udziału eksportu mobilizuje nas do dokonywania szybkich zmian w produkcji i odpowiedniej reakcji na potrzeby rynku. Podnosimy jakość naszych produktów, aby sprostać wymagającym rynkom zagranicznym. Z pewnością warto korzystać z takich dotacji, gdyż dają one szansę rozwinięcia działalności bez udziału kapitału zewnętrznego, np. kredytów.

Frankfurcie pozwolił na zaprezentowanie produktów oferowanych przez spółkę, m.in. opraw dekoracyjnych do lamp (np. Zodiak, Optima, U-System), projektorów wewnętrznych (seria ROBIN), nowoczesnych, energooszczędnych opraw przemysłowych (np. LugTrack 5, LugHalle, HighBay) oraz wysokiej klasy naświetlaczy do obiektów sportowych. Firma pokazała, że również polskie produkty odznaczają się tak cenną przez Niemców, wysoką jakością. Szczególnie spodobała się oryginalna wzornicza linia autorskich produktów WhiteConcept. W kolejnym etapie spółka LUG Light Factory uzyskała dokumenty uprawniające do wprowadzenia produktów lub usług na wybrane rynki docelowe. Spółka z sukcesem poddała certyfikacji nowy asortyment produktów oświetleniowych. Droga na oba rynki już jest otwarta.

Wielopłaszczyznowa analiza potencjału spółki umożliwiła wyłonienie rynków, które pozwolą urealnić plany eksportowe

I etap

Projekt: „Rozwój eksportu LUG Light Factory Sp. z o.o. – etap I”

Firma: LUG Light Factory Sp. z o.o., Zielona Góra

Działanie: 6.1

Wartość projektu: 12,5 tys. zł

Dofinansowanie: 10 tys. zł

Termin realizacji: 1.04.2009 – 30.09.2009

I etap

Projekt: „Wdrożenie planu rozwoju eksportu w LUG Light Factory Sp. z o.o.”

Wartość projektu: 400 tys. zł

Dofinansowanie: 200 tys. zł

Termin realizacji: 2.11.2009 – 30.09.2010

Z Rawy do Chin

HAGMED

Rynek jednorazowych produktów medycznych ma dobre perspektywy ze względu na rosnący – wraz ze starzeniem się społeczeństw – popyt. Aby sprostać konkurencji, trzeba jednak działać globalnie. Fundusze z Unii Europejskiej pozwalają spółce z Rawy Mazowieckiej walczyć o lukratywne kontrakty w Chinach czy Indiach.

Zakład Tworzyw Sztucznych Hagmed z Rawy Mazowieckiej jest producentem jednorazowego sprzętu medycznego. Znaczna część oferty spółki to wyroby o dużym zaawansowaniu technologicznym, jak specjalistyczne elektrody do diagnostyki i stymulacji serca. Właściciele firmy – Kazimierz Tomaszewski i Roman Zajac – zdają sobie sprawę, że swoich szans muszą szukać za granicą.

– Eksport wpisany jest w działalność firmy właściwie od początku jej istnienia – mówi Zbigniew Przerwa, specjalista ds. eksportu. Hagmed od lat uczestniczy też jako wystawca w największych w branży targach. Aktywność ta przynosi efekty i zachęca do podejmowania kolejnych wyzwań. – Tak pojawiła się koncepcja poszerzenia sprzedaży o cztery nowe wielkie rynki: Chin, Indii oraz Francji i Kanady – dodaje Zbigniew Przerwa.

Badanie rynku

Wiedząc z doświadczenia, że sukces eksportu zależy od dobrej strategii, zarząd spółki postanowił się dobrze przygotować. Potrzebne były szczegółowe analizy nowych rynków: wielkości popytu, głównych producentów krajowych, dostawców zagranicznych, systemu atestacji. Także specyficzne informacje, np. czy występu-

je, i w jakim zakresie, reprocessowanie sprzętu medycznego – czyli powtórne (lub wielokrotne) używanie produktów jednorazowych. Co zrozumiałe, także w Polsce są jego zwolennicy, bo w skali kraju pozwala to zaoszczędzić miliony. Zarząd interesował także sposób uzyskiwania certyfikatów na tamtejszych rynkach. Wszystkie wyroby firmy Hagmed mają znak jakości CE – honorowany w całej UE. Firma posiada również tzw. pomieszczenia do czystej produkcji według normy ISO-7. Wiele krajów jednak wymaga swoich wewnętrznych atestacji i specjalnych certyfikatów, zwłaszcza dla wyrobów medycznych z tzw. grupy trzeciej, czyli o najwyższych wymogach jakości i ryzyka. Niestety, tych informacji Hagmed nie mógł uzyskać z ogólnodostępnych baz danych.

Metodyka

– Dlatego zrodził się pomysł na metodyczne działanie – mówi Zbigniew Przerwa. – Musieliśmy wynająć firmę konsultingową. Ten koszt, podobnie jak opłaty za inne działania proeksportowe, mógł być częściowo pokryty z funduszy unijnych. Wniosek o dofinansowanie projektu „Opracowanie Planu Rozwoju Eksportu Hagmed szansą na rozwój przedsiębiorstwa” został

pozytywnie rozpatrzony i w połowie lipca 2009 r. firma podpisała umowę z PARP.

Realizację projektu podzielono na dwa etapy. Środki z pierwszego, w wysokości 10 tys. zł, spółka przeznaczyła na zakup usług doradczych związanych z przygotowaniem planu eksportu (całkowity koszt – 12,5 tys. zł). Został on zakończony zgodnie z harmonogramem, w grudniu 2009 r. W konkluzji analizy firma doradczą z Torunia zalecała m.in., że Hagmed powinien zwiększyć aktywność na nowych międzynarodowych targach specjalistycznych oraz wystawach regionalnych. – Choć braliśmy udział w targach, to w toku rozmów z przedstawicielami doradcy zrodziły się nam nowe pomysły, co dodatkowo spełniło nasze oczekiwania – mówi specjalista ds. eksportu firmy Hagmed.

Pierwsze kontakty nawiązane

Spółka umiejętnie skorzystała z pomocy doradcy i ze środków unijnych. W tym roku nawiązała już kontakty z trzema firmami francuskimi, a w przypadku jednej z nich rysuje się szansa na realną współpracę. Będzie ona oparta na zasadach OEM (Original Equipment Manufacturer, dosłownie: Producent Oryginalnego Wposażenia). Kontrakty OEM to usługi przerobowe, czyli uruchamianie produkcji pod potrzeby i wymagania określone przez klienta. Właściciele Hagmedu wiedzą jednak, że bez wielkich nakładów na promocję, którą trzeba podtrzymywać kolejnymi wydatkami, nie da się wejść na te rynki – zwłaszcza jeśli jest się stosunkowo małym producentem. Spółka otwiera sobie zarazem pewną furtkę do promocji, gdyż wyroby na rynku francuskim będą opatrzone napisem: „Wyprodukowane w ZTS Hagmed dla...”.

Kalendarz kolejnych działań promocyjnych jest ściśle wypełniony. W końcu września 2010 r. delegacja była w Kanadzie, później miała wziąć udział w międzynarodowych targach medycznych w Düsseldorfie. Hagmed chce jednak skupić się głównie na eksporcie do Chin. Ma pewne doświadczenia z tamtejszymi kontrahentami (importuje niektóre elementy). Doradca propo-

Zbigniew Przerwa, specjalista ds. eksportu:

Jeśli uda się nam podpisać choć jedną umowę z partnerem chińskim lub indyjskim, spółka może znacznie zwiększyć eksport i produkcję. Z uczestnictwa w działaniu 6.1 PO IG zarząd wynosi spory багаż doświadczeń. Z pewnością więcej wiemy o mechanizmach pomocy unijnej i o procedurach pozyskiwania środków, czyli także działaniach opartych na zachodnich standardach zarządzania. Uczymy się na błędach. Już wcześniej Hagmed aplikował po unijne środki. Zgłosił projekt wdrożenia unikatowej w skali kraju technologii produkcji specjalistycznych elektrod do badań serca. Projekt został zakwalifikowany przez PARP, lecz, niestety, popełniono błędy w trakcie jego realizacji. Projekt upadł, dostaliśmy nauczkę i jeszcze jedno cenne doświadczenie.

nuje, żeby w wypadku eksportu znaleźć partnera lokalnego, który pomoże wejść na rynek. Dzięki niemu łatwiej będzie pokonać bariery administracyjne, zarejestrować spółkę i wyroby oraz przeprowadzić ich certyfikację.

Na grudzień 2010 r. przedstawiciele spółki mieli zaplanowany udział w targach Medifest w New Delhi, jednej z największych w Azji imprez poświęconych ochronie zdrowia. – Pomoc unijna bardzo się nam już przydała i jeszcze z niej skorzystamy – podkreśla Kazimierz Tomaszewski, współwłaściciel firmy. – Bez niej nie stać by nas było na wyjście z ofertą na tak obiecujące rynki obu krajów azjatyckich. A jeśli już, to nasze stoisko byłoby skromne i ledwo zauważalne.

I etap

Projekt: „Opracowanie Planu Rozwoju Eksportu spółki Hagmed szansą na rozwój przedsiębiorstwa”
Firma: Zakład Tworzyw Sztucznych Hagmed – Zając i Tomaszewski Sp. j., Rawa Mazowiecka

Działanie: 6.1

Wartość projektu: 12,5 tys. zł

Dofinansowanie: 10 tys. zł

Termin realizacji: 30.06.2009 – 31.12.2009

II etap

Projekt: „Wdrażanie Planu Rozwoju Eksportu spółki Hagmed szansą na rozwój przedsiębiorstwa”

Wartość projektu: 400 tys. zł

Dofinansowanie: 200 tys. zł

Termin realizacji: 1.03.2010 – 31.12.2011

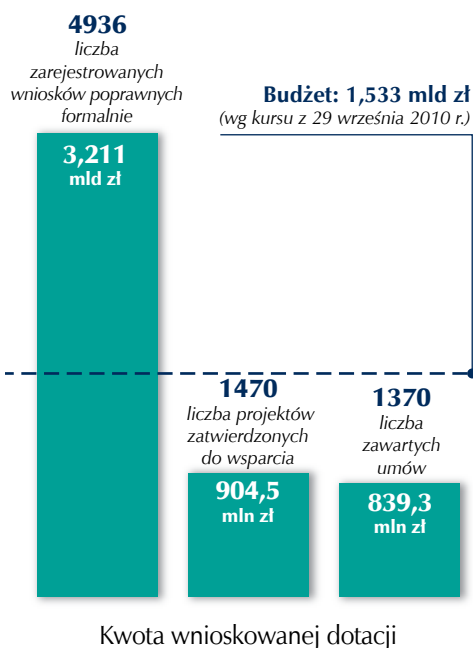


Działania 8.1 i 8.2 w liczbach

Duże serwisy społecznościowe powoli odchodzą do lamusa. Mimo tworzenia w ich ramach branżowych przestrzeni, nie są w stanie zaoferować wyrafinowanych narzędzi komunikacji. Dwaj opolscy przedsiębiorcy opracowali wortal internetowy, obsługujący hobby i zainteresowania. Ewa Świerżewska stworzyła serwis Qlturka.pl, proponujący informacje z zakresu kultury i sztuki skierowanej do dzieci. Z kolei firma City-nav, utworzona przez absolwentów Politechniki Poznańskiej oraz osób związanych z transportem publicznym i nawigacją satelitarną, przygotowała serwis jakdojade.pl, służący do planowania podróży komunikacją miejską.

To tylko trzy spośród ponad 1300 firm, którym do połowy 2010 r. przyznano dofinansowanie na projekty realizowane w ramach **działania 8.1 „Wspieranie działalności gospodarczej w dziedzinie gospodarki elektronicznej”**. Zainteresowanie tą formą wsparcia utrzymuje się na wysokim poziomie. W 2008 r. w pierwszym konkursie wpłynęło 449 wniosków o dofinansowanie na kwotę ponad 193 mln zł. W 2009 r. odbyły się trzy konkursy. W wyniku dwóch pierwszych PARP, która prowadziła nabory za pośred-

Wykorzystanie funduszy w działaniu 8.1 PO IG



Źródło: PARP, stan na 22 października 2010 r.

nictwem Regionalnych Instytucji Finansujących, zawarła umowy o dofinansowanie z 748 firmami. W trzecim naborze dotacje przyznano 335 wnioskodawcom na łączną kwotę ponad 233 mln zł (trwa procedura zawierania umów). W trakcie tej rundy złożono aż 2809 wniosków o dofinansowanie na łączną kwotę prawie 1,9 mld zł! By przynajmniej co dziewiąta firma mogła dostać wsparcie, trzeba było zwiększyć budżet konkursu o 100 mln zł. Poziom wykorzystania puli środków w działaniu 8.1 po czterech rundach wynosił 55%, co oznacza, że do dyspozycji przedsiębiorców pozostawało jeszcze ok. 700 mln zł. W ostatnim naborze, przeprowadzonym w II połowie 2010 r., wpłynęło 1850 wniosków na kwotę niemal 800 mln zł. Ogółem na projekty e-biznesowe w latach 2007-2013 jest zarezerwowanych 385,6 mln euro.

Zmiany

Zgodnie z kryteriami działania, e-usługi muszą być świadczone w sposób całkowicie automatyczny. Powinna to zapewnić technologia informatyczna, np. oprogramowanie. Działanie 8.1 daje szansę młodym i małym firmom. Mogą z niego skorzystać mikroprzedsiębiorcy lub mali przedsiębiorcy, którzy prowadzą działalność gospodarczą nie dłużej niż rok, licząc od dnia wpisu do Krajowego Rejestru Sądowego albo Ewidencji Działalności Gospodarczej.

Przedsięwzięcia mające na celu świadczenie e-usług i wytworzenie produktów cyfrowych niezbędnych do ich świadczenia mogły początkowo otrzymać dofinansowanie w wysokości do 200 tys. euro (tzw. pomoc o znikomym znaczeniu – *de minimis*, niepodlegająca akceptacji przez Komisję Europejską). Jej poziom mógł sięgać aż 85% kosztów planowanego przedsięwzięcia. W ostatnim naborze przeprowadzonym już w I połowie 2010 r. zasady te się zmieniły. Zgodnie z nowym rozporządzeniem Ministerstwa Rozwoju Regionalnego, zmniejszyła się maksymalna kwota kosztów kwalifikowanych z 1 mln zł do 700 tys. zł oraz intensywność wsparcia (70% lub 80%).

E-usługi muszą być świadczone w sposób całkowicie automatyczny, a model biznesowy przedsięwzięcia powinien zapewniać powodzenie rynkowe projektu

W nowych naborach (począwszy od przeprowadzonego w II połowie 2010 r.) obowiązują nowe zasady przyjmowania wniosków i oceny projektów. Nowe kryteria merytoryczne obligatoryjne wymagają, by przedstawiony model biznesowy uwiarygadniał powodzenie rynkowe projektu. Ponadto musi on być rentowny w okresie trwałości, a wnioskodawca ma osiągać przychody przynajmniej z dwóch źródeł związanych ze świadczeniem nowych e-usług. Kryteria merytoryczne fakultatywne z kolei dotyczą złożoności i unikatowości e-usługi, a także dywersyfikacji źródeł przychodów generowanych przez projekt oraz rynków docelowych. Mimo że nie są obowiązkowe, punkty uzyskane za ich spełnienie znacznie zwiększają szanse projektu w konkursie. Nowe przepisy z możliwości ubiegania się o wsparcie wyłączają spółki w organizacji (działalność musi być rozpoczęta).

Nowością jest sposób składania wniosków – tylko przez internet.

Business-to-Business

PARP realizuje jeszcze jedno działanie związane z informatyzacją usług drogą elektroniczną – **8.2 „Wspieranie wdrażania elektronicznego biznesu typu B2B”**. Wspiera ono przedsięwzięcia o charakterze zarówno technicznym (informatycznym), jak i organizacyjnym, które prowadzą do realizacji procesów biznesowych w formie elektronicznej, obejmujące trzy lub więcej przedsiębiorstw. Działanie jest adresowane do firm planujących rozpoczęcie lub rozwój współpracy w oparciu o rozwiązania elektroniczne, w tym dostosowanie własnych systemów informatycznych do systemów przedsiębiorców, z którymi kooperują. Ma to na celu umożliwienie automatyzacji wymiany informacji między >

Projekty typu B2B mają charakter zarówno techniczny (informatyczny), jak i organizacyjny. Prowadzą do realizacji procesów biznesowych w formie elektronicznej

> systemami informatycznymi współpracujących przedsiębiorców.

O dofinansowanie w ramach działania 8.2 mogą się ubiegać mikro- mali lub średni przedsiębiorcy, współpracujący na zasadzie zawartych umów z co najmniej dwoma innymi przedsiębiorcami, planujący współpracę biznesową w oparciu o rozwiązania elektroniczne.

Budżet działania sięga 460,8 mln euro. Kwota dofinansowania projektu może wynosić od 20 tys. zł do 2 mln zł. Intensywność wsparcia jest zróżnicowana w zależności od m.in. wielkości przedsiębiorcy, lokalizacji projektu i kategorii wydatków kwalifikowalnych.

Od uruchomienia programu do połowy 2010 r. 565 małych i średnich przedsiębiorstw otrzymało dofinansowanie na wdrożenie lub zinte-

growanie systemów informatycznych typu B2B. Na dzień 30 czerwca 2010 r. wartość podpisanych umów stanowiła ok. 4,1% alokacji na działanie 8.2. Jednak ze względu na duże zainteresowanie działaniem PARP nie obawia się, iż budżet tego instrumentu wsparcia nie zostanie wykorzystany. Na jesieni 2010 r. przeprowadzono kolejny nabór projektów.

W 2010 r. rozszerzono zakres udziału Regionalnych Instytucji Finansujących (RIF) w systemie obsługi działań 8.1 i 8.2. RIF przekazano rekomendowanie płatności. Obsługa wniosków powinna więc przebiegać sprawniej.

Mapa wsparcia

Do połowy 2010 r. po ponad 180 umów o dofinansowanie w ramach obu działań (8.1 i 8.2) podpisano w województwach: mazowieckim, wielkopolskim oraz małopolskim. Po więcej niż 100 umów zanotowano w województwach: pomorskim, śląskim, dolnośląskim i podkarpackim. Najmniej umów podpisano w województwie warmińsko-mazurskim.

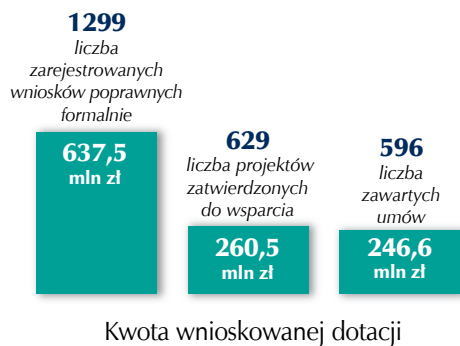
Od uruchomienia programu umowy o dofinansowanie o najwyższej wartości zawarto w województwie mazowieckim (27,12%), wielkopolskim (16,36%), małopolskim (11,30%). Najmniejsze wsparcie skierowane zostało zaś do następujących województw: warmińsko-mazurskiego (0,78%) oraz podlaskiego (0,93%).

Najliczniejszą grupę beneficjentów obu działań w połowie 2010 r. stanowiły mikroprzedsiębiorstwa (1412). Na drugim oraz trzecim miejscu pod względem liczby zawartych umów uplasowały się odpowiednio przedsiębiorstwa małe (264) oraz średnie (165). Najmniej umów zawarto z takimi podmiotami, jak fundacje i stowarzyszenia prowadzące działalność gospodarczą.

Wykorzystanie funduszy w działaniu 8.2 PO IG

Budżet: 1,831 mld zł

(wg kursu z 29 września 2010 r.)



Źródło: PARP, stan na 22 października 2010 r.



cswhotspot



DOBRE PRAKTYKI

Usterka zdalnie wykryta

GAMP

Zielonogórska spółka GaMP specjalizuje się w dostarczaniu firmom unikatowych rozwiązań teleinformatycznych. Dotacje z Funduszy Europejskich pomagają jej finansować kolejne innowacje. Najświeższym pomysłem jest stworzenie autorskiej aplikacji do monitoringu urządzeń odpowiadających m.in. za pracę linii produkcyjnych dużych przedsiębiorstw.

Przygoda spółki GaMP z funduszami UE rozpoczęła się w ubiegłym roku przy okazji pozyskania dofinansowania z działania 8.2. Zaledwie 20 pracowników spółki GaMP wystarcza do kompleksowego outsourcingu informatycznego u 30 kontrahentów. Dzięki zastosowaniu najnowocześniejszych technologii i automatyzacji poszczególnych procesów nad ciągłością pracy w partnerskich przedsiębiorstwach czuwa zespół serwisantów, reagując na każdą usterkę zgłaszaną przez przedstawicieli obsługiwanych firm. Aby usuwanie awarii przebiegało jeszcze sprawniej, zielonogórcy programiści stworzyli aplikację do monitoringu pasywnego.

Centrum nasłuchowe

– Czynniki ludzkie ogranicza się do informacji, że coś nie funkcjonuje, natomiast nas – jako firmę obsługującą linie produkcyjne – interesuje informacja, co jest przyczyną usterki – tłumaczy Piotr Gawara, prezes spółki GaMP. – Dlatego stworzyliśmy narzędzie, które na bieżąco dostarcza nam informacji o stanie systemu naszego kontrahenta. Wszelkie nieprawidłowości są momentalnie wychwytywane przez osobę pełniącą dyżur w centrum nasłuchowym. Serwisant wysłany do usunięcia awarii jedzie na miejsce z wiedzą o przyczynie problemu i z niezbędnymi do naprawy narzędziami.

>

20 pracowników spółki GaMP wystarcza do kompleksowego outsourcingu informatycznego u 30 kontrahentów



- > Autorska aplikacja wymyślona przez pracowników spółki GaMP została wdrożona u dwóch kontrahentów ujętych we wniosku o dofinansowanie. Pierwszym z nich jest potentat w produkcji materiałów izolacyjnych. Programiści z Zielonej Góry zintegrowali system tak, aby umożliwiał prowadzenie monitoringu pasywnego sieciowych urządzeń aktywnych na terenie zakładu i śledził ich stan na bieżąco z wykorzystaniem internetu. Drugą firmą, u której zaimplementowano nowatorską aplikację, jest dealer takich marek, jak Mercedes-Benz, Chrysler czy Jeep. W tym wypadku pracownicy GaMP są informowani o występujących w partnerskim przedsiębiorstwie anomaliach poprzez błędy generowane przez zainstalowaną aplikację.

Wirtualizacja

Projekt „Przyszłość wirtualizacji: czyli usługi B2B realizowane w GaMP DATA CENTER” to kolejne przedsięwzięcie wsparte z budżetu działania 8.2. Prace nad stworzeniem nowatorskiego narzędzia zespół programistów z Zielonej Góry

rozpoczął w kwietniu 2010 r. Dzięki dofinansowaniu z Unii Europejskiej w wysokości prawie 700 tys. zł, aplikacja została napisana w ekspresowym tempie. Eliminacja często zawodnego czynnika ludzkiego z procesu diagnozowania awarii pozwoli przedsiębiorstwu zaoszczędzić czas i pieniądze, a zespołowi programistów z GaMP – wzbogacić swoją ofertę.

Realizowany projekt jest rozwinięciem innego przedsięwzięcia „Outsourcing aplikacji B2B w oparciu o centrum przetwarzania danych DATA CENTER” – również współfinansowanego ze środków UE. Kontynuacja prac rozpoczętych w ubiegłym roku sprawi, że firma GaMP będzie oferować już sześć systemów B2B.

Rozbudowa oferty spółki GaMP jest możliwa dzięki zakupowi nowego sprzętu IT, na którym zostanie zainstalowane oprogramowanie, umożliwiające świadczenie nowych usług B2B. Stworzone przez programistów systemy B2B będą skierowane przede wszystkim do dużych przedsiębiorstw, posiadających linie produkcyjne. Choć stanowią one tylko 20% wszystkich klientów, generują prawie 80% zysków zielonogórskiej firmy.

GaMP, zdobywając doświadczenie przy obsłudze największych przedsiębiorstw, wyrósł na lidera wśród firm oferujących systemy B2B. Rozwój firmy, stymulowany m.in. przez Fundusze Europejskie, spowodował automatyzację kolejnych procesów i usprawnienie relacji biznesowych pomiędzy spółką a kontrahentami.



Projekt: „Przyszłość wirtualizacji: czyli usługi B2B realizowane w GaMP DATA CENTER”

Firma: GaMP Sp. z o.o., Zielona Góra

Działanie: 8.2

Wartość projektu: 999,1 tys. zł

Dofinansowanie: 699,4 tys. zł

Termin realizacji: 1.03.2010 – 31.12.2010



Piotr Gawara, prezes GaMP Sp. z o.o.:

Pieniądze z Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka pozwoliły nam na kontynuację projektu, który otrzymał dofinansowanie w ubiegłym roku. Będziemy starali się o dotację również w następnym konkursie – obecnie jesteśmy na etapie kompletowania wymaganej dokumentacji. W tym roku dzięki Funduszom Europejskim udało nam się poszerzyć portfolio usług B2B i zamierzamy podążać w tym kierunku. Pracujemy nad rozbudową naszego systemu i liczymy, że w niedalekiej przyszłości zautomatyzujemy kolejne obszary naszej działalności. Mogę zdradzić, że planujemy m.in. wprowadzić nowoczesny model elektronicznej wymiany dokumentów z naszymi kontrahentami.

Dochodowe hobby

ISOLUTIONS

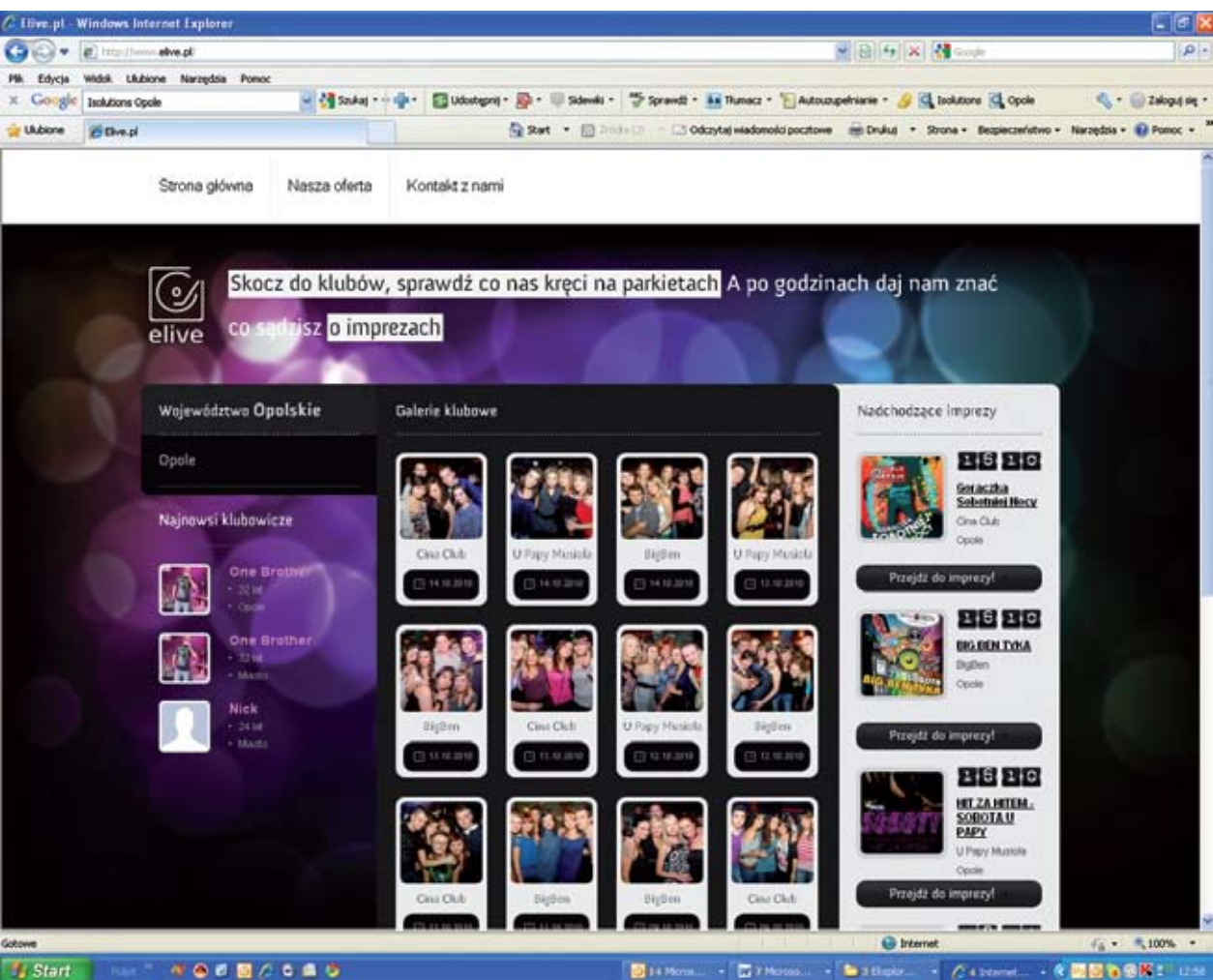
Czy na wirtualnej rzeczywistości można jeszcze zarobić duże pieniądze? Dwóch przedsiębiorców z Opola tak właśnie uważa. Swoje działania biznesowe skupili na niszy rynkowej. Opracowali innowacyjne narzędzie, które zrewolucjonizuje tzw. wortal społecznościowe.

Duże serwisy społecznościowe powoli odchodzą do lamusa. Mimo tworzenia w ich ramach branżowych przestrzeni, nie są w stanie zaferować wyrafinowanych narzędzi komunikacji. Okazuje się, że znaczna część użytkowników woli działać w kameralnym gronie, a nie w dużej grupie, z którą – poza kilkoma lub co najwyżej kilkudziesięcioma osobami – nie czuje żadnej więzi. Tę prawidłowość dostrzegło dwóch przedsiębiorców, którzy wdrożyli projekt wortalu internetowego, obsługującego hobby i zainteresowania. Projekt powstał dzięki dofinansowaniu z działania 8.1 Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka.

Ekskluzywność za dobrą cenę

Krzysztof Jaciw i Paweł Szewczyk, nim zrobili pierwszy krok, aby otrzymać dofinansowanie, przeprowadzili dokładną analizę rynku oraz trendów w dziedzinie usług internetowych, w tym zjawiska przenoszenia do internetu relacji międzyludzkich. Zbadali między innymi mechanizm powstawania i działania społeczności wokół określonych zainteresowań lub hobby. W tym celu przeanalizowali miejsca, w których potencjalni użytkownicy ich wortalu spędzają czas wolny. Okazało się, że największą grupę reprezentują klienci pubów, dyskotek oraz restauracji. Dalsze badania zmierzały do poznania zdolności internetowej podmiotów prowadzących tego typu placówki. Odkryli wówczas, że większość klubów, dyskotek i restauracji nie stać na prowadzenie własnych odrębnych wortalu społecznościowych, a swoich sympatyków i osoby identyfikujące się z nimi zrzeszają je-

W Elive.pl każdy klub, pub, dyskoteka czy restauracja może utworzyć własny sprofilowany pod siebie wortal społecznościowy



Internauci wolą kameralne grono od dużej grupy, z którą nie czują żadnej więzi. Tę prawidłowość dostrzegli twórcy Elive.pl

dynie na NaszejKlasie, dodając do znajomych w swoim profilu.

Zgromadzone dane potwierdziły ich przypuszczenia i wskazywały na duże możliwości rynkowe pomysłu. Zdecydowali się przygotować projekt Elive.pl, w ramach którego każdy klub, pub, dyskoteka lub restauracja może utworzyć własny sprofilowany pod siebie wortal społecznościowy. – Miesięczny abonament jest minimalny

i wynosi 800 zł brutto – mówi Paweł Szewczyk, współwłaściciel i twórca Elive. – Nie stanowi to bariery finansowej dla większości lokali działających w tej branży.

Na początek Opole

Co zyskają kluby i użytkownicy? Przede wszystkim firma iSolutions, wyżej wymienionych przedsiębiorców, będąca operatorem Elive, >



Paweł Szewczyk, twórca i współwłaściciel Elive.pl:

To nasze pierwsze przedsięwzięcie wsparte z funduszy Unii Europejskiej. Mamy plany, ambicje i wiedzę, a pieniądze unijne pomogą nam w osiągnięciu sukcesu biznesowego. Otrzymanie dofinansowania wyróżnia nasz projekt spośród grona innych pomysłów. Z kolei sama procedura aplikacyjna i związane z nią wymagania mogą ochłodzić zapał. Mimo to udało się nam przebrnąć przez ten etap. Elive jest naszym sukcesem i wierzymy, że przyznanie środków z PO IG podkreśla naszą fachowość i przedstawia naszą firmę jako rzetelnego partnera.

Stale pracujemy nad naszym projektem. Wciąż uczymy się nowych zagadnień, rozwijamy swoje możliwości, by spełnić jak najlepiej założone cele. Podejmujemy ten wysiłek, bo chcemy, by Elive stało się ogólnopolskim portalem internetowym zrzeszającym fanów lokali. To tu będzie można umówić się ze znajomymi na imprezę, zarezerwować miejsce, zdobyć bezpłatną wejściówkę, a po wszystkim oglądać i komentować zdjęcia.

> udostępnia każdemu podmiotowi wortal internetowy z domeną klubu z rozszerzeniem Elive.pl. Interfejs e-usługi wzorowany jest na wyglądzie danego lokalu. W ramach abonamentu kluby mogą aktualizować wszelkie dane na swój temat. Począwszy od organizowanych u siebie imprez, koncertów, wystaw, poprzez modyfikację oferty, aż po umieszczanie multimedialnych prezentacji.

Użytkownicy niezarejestrowani mogą korzystać z publicznych fotogalerii, kalendarzy imprez i spisu wydarzeń, pokazujących liczbę osób, które wzięły w nich udział. Z kolei zarejestrowani mają do dyspozycji pełen dostęp do zdjęć, filmów i innych plików. Ponadto mogą online rezerwować stolik bądź dedykować wybranej osobie, swojej albo innej grupie piosenkę. Z punktu widzenia użytkownika szczególnie atrakcyjna jest opcja założenia własnego profilu, który można udostępnić swoim znajomym. W ten sposób można tworzyć w ramach danego wortalu bardziej kameralne grupy towarzyskie. Użytkownicy serwisu mogą się porozumiewać ze sobą on-line, korzystając z kilku narzędzi komunikacji, np. z czata, wysyłania zaproszeń, dodawania i komentowania galerii zdjęć.

– Przejrzystość wortalu pozwala korzystać sprawnie z jego funkcji i modułów osobom mało zorientowanym w usługach internetowych, co przeciwdziała wykluczeniu informatycznemu – uważa Krzysztof Jaciw, twórca i współwłaściciel Elive.pl.

Jak podkreślają obaj przedsiębiorcy, z uwagi na niszowy charakter nie da się wortalu prowadzić od samego początku na skalę krajową. Dlatego swoim obszarem na początek objęli miasto Opole, gdzie ich firma ma siedzibę. Ich projekt, nim jeszcze powstał, spotkał się z dużym odzewem tamtejszych klubów, restauracji i dyskotek oraz samych użytkowników. Dobry odbiór pomysłu zachęca do dalszego rozwoju. Zamierzają rozszerzyć jego zakres przedmiotowy na inne grupy hobbystyczne.



Projekt: „Stworzenie wortalu internetowego ELIVE skupiającego społeczności poszczególnych klubów, restauracji i dyskotek”

Firma: iSolutions Krzysztof Jaciw, Paweł Szewczyk Sp. j., Opole

Działanie: 8.1

Wartość projektu: 532,3 tys. zł

Dofinansowanie: 391,3 tys. zł

Termin realizacji: 1.08.2009 – 28.02.2011

Niezbędnik rodzica

EWA ŚWIERŻEWSKA QLTURKA.PL

Co czytać najmłodszym? Którą z nowości warto podarować przedszkolakowi, jaki rodzaj muzyki będzie dla niego najlepszy, na jaką wystawę go zabrać? Na te i inne pytania odpowiedź pomaga znaleźć portal qlturka.pl – pierwsze w polskim internecie medium opiniotwórcze w dziedzinie kultury i sztuki dla dzieci.

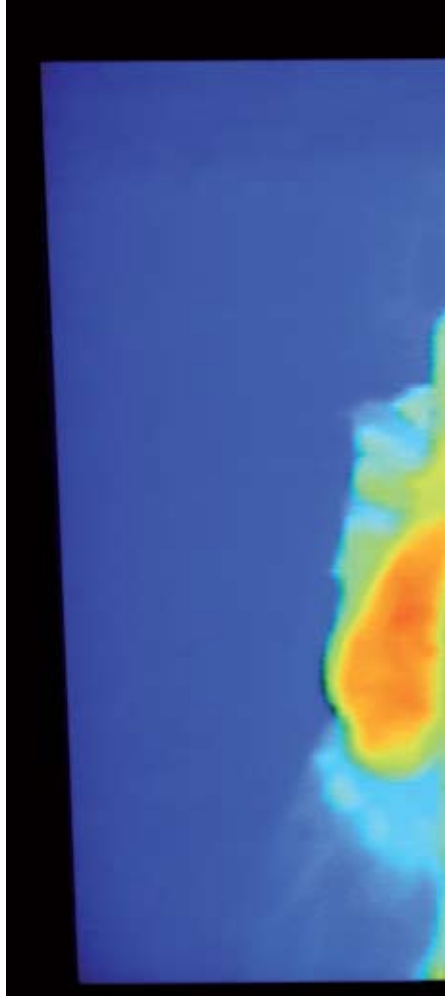
Serwis działa od grudnia 2008 r., a już oferuje czytelnikom ponad 7,5 tys. artykułów, recenzji książek, płyt, opisów sztuk teatralnych albo wystaw plastycznych, a także pomysłów na zabawy i gry dla dzieci. Ewa Świerżewska, redaktor naczelna i twórczyni Qlturki, przyznaje, że tak rozbudowana postać portalu to w dużej mierze zasługa unijnego dofinansowania z Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka. Grant, który przyznano jej w 2008 r. w ramach działania 8.1, wyniósł 265 tys. zł.

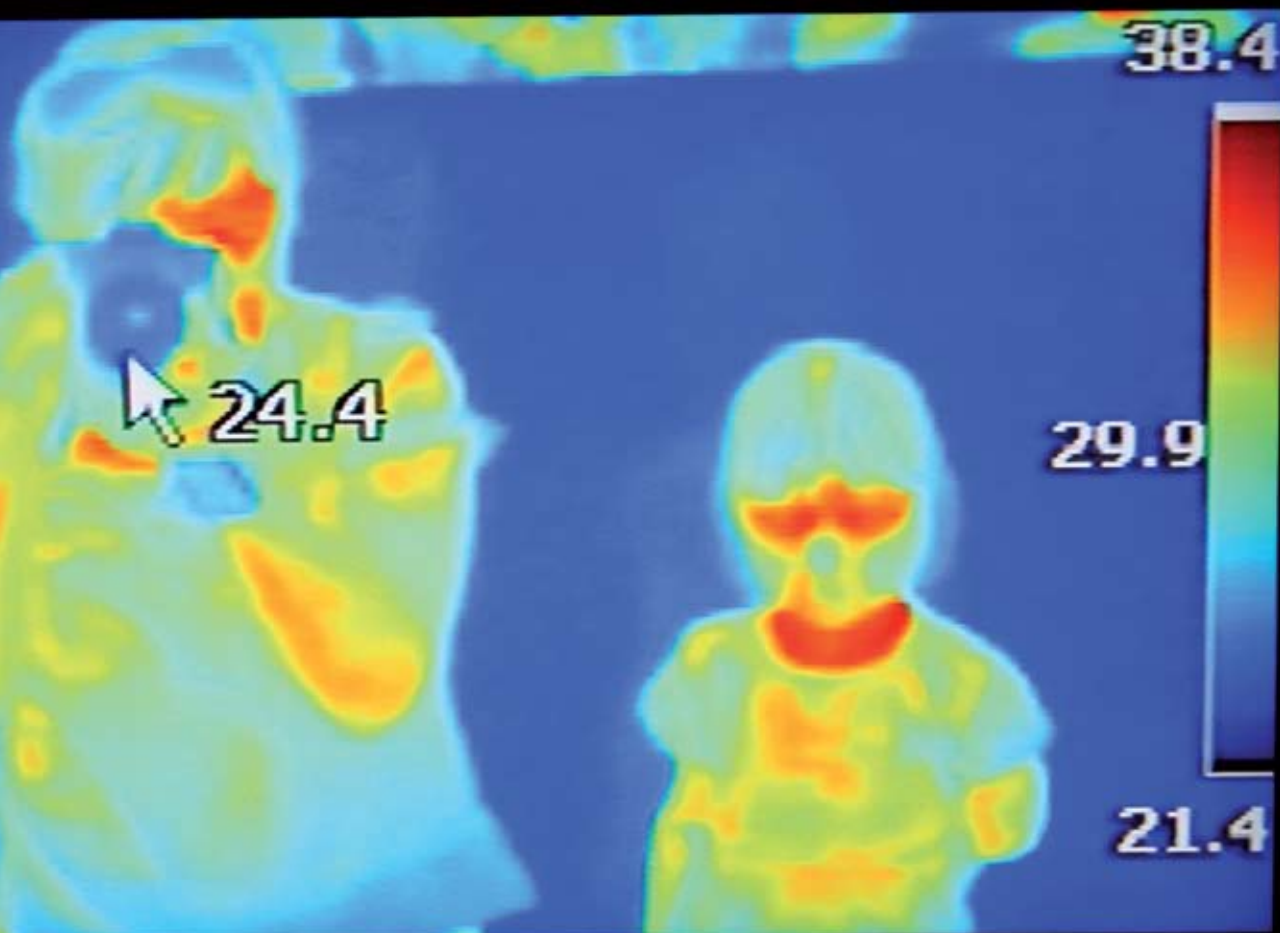
Z mlekiem matki i babki

Portal jest realizacją jej życiowej pasji. Pomysł zrodził się mniej więcej trzy lata temu. – Przez wiele lat zajmowałam się recenzowaniem i tłumaczeniem książek dla dzieci. W pewnym momencie doszłam do wniosku, że najwyższy czas

zająć się bardziej kompleksowo kulturą dla dzieci – o ile książki są szeroko rozpropagowane, o tyle na przykład muzyka i sztuki plastyczne – w niewielkim stopniu. Postanowiłam, że zrobię portal – wspomina.

Ewa Świerżewska żartuje, że miłość do literatury dziecięcej wyssała z mlekiem matki i babci. – W kręgu literatury dziecięcej żyłam od najmłodszych lat – wspomina. Babcia, Ludmiła Marjańska – pisarka, poetka, w latach 1993-96 prezes Stowarzyszenia Pisarzy Polskich – była autorką kilku książek dla dzieci. Mama – Maria Marjańska-Czernik, przez wiele lat redagowała „Misia”, „Płomyczek”, „Płomyk”, prowadziła Fundację „Książka dla Dziecka”, wydającą dwumiesięcznik o książce dla dzieci i młodzieży „Guliwer”; była prezesem Stowarzyszenia Przyjaciół Książki dla Młodych, Polskiej Sekcji





IBBY. Sama Świerżewska zaś współpracowała m.in. z miesięcznikami „Twoje Dziecko”, „Cudowne Lata w Szkole”, magazynem „Kikimora”; nadal pisze recenzje do magazynu dla kobiet „Bluszcz”, do miesięcznika „Dziecko” i na stronie www.przecinekikropka.pl. Przetłumaczyła też ok. 20 książek, w tym kilka dla dzieci.

Kilka lat temu na kartkach papieru wraz z mężem – Łukaszem Świerżewskim – narysowali wyobrażenia o stronie: zaprojektowali detale, przemyśleli tematykę. – Zaczęliśmy się zastanawiać, jak w to tchnąć życie, jak sfinansować. Na początku myśleliśmy, że z własnych pieniędzy, jednak szybko zdaliśmy sobie sprawę, że jeśli chcemy stworzyć naprawdę profesjonalny i jedyny w swoim rodzaju portal, o jakim marzyłam, własne środki nie wystarczą – mówi Ewa Świerżewska.

Qlturka.pl oferuje czytelnikom ponad 7,5 tys. artykułów, recenzji książek, płyt, opisów sztuk teatralnych czy wystaw plastycznych, a także pomysłów na zabawy i gry dla dzieci

Królik doświadczalny

W 2008 r. w punkcie informacyjnym RIF dowiedziała się, że rusza nabór wniosków do działania 8.1 PO IG. Złożyła wniosek. – Nie było łatwo. To był pierwszy nabór, więc stałam się królikiem doświadczalnym – śmieje się, wspominając swoje zmagania z generatorem wniosków.

>



- > Rozpoczęła 1 października 2008 r., który w założeniach był pierwszym dniem realizacji projektu.
- Musiałam działać zgodnie z planem określonym we wniosku. Od tego momentu rozpoczął się dla mnie niezwykle intensywny okres życia, wypełniony nieprzerwaną, 24-godzinną pracą – mówi. Ale dzięki uporowi i determinacji już 6 grudnia 2008 r., po niespełna dwóch miesiącach, portal ruszył.

Co jej dały unijne środki? To one w pierwszym etapie zapewniły m.in. pokrycie kosztów opracowania graficznego strony i budowy mechanizmu portalu. Prace te wykonała zewnętrzna firma informatyczna. To dofinansowaniu zawdzięcza rozmach przedsięwzięcia, możliwość promowania się na szeroką skalę. Merytoryczny контент zapewnia Ewa Świerżewska i jej skromny zespół.

Mały zespół, duży portal

Na stronie rodzice mogą znaleźć m.in. recenzje książek, płyt, wystaw, spektakli teatralnych, filmów, wywiady z autorami książek dla dzieci. Najmłodszym dedykowany jest „Kulturalny Plac Zabaw” – wirtualny skarbczyk dziecięcej rozrywki, gwarantujący, że dziecko, które tu trafi, na pewno wykorzysta czas w najlepszy możliwy

Ewa Świerżewska, redaktor naczelna i twórczyni Qłturki:

Od samego początku musieliśmy działać zgodnie z założeniami zawartymi we wniosku. Na przykład przed złożeniem jakiegokolwiek zamówienia trzeba było zbierać oferty, wszystko starannie dokumentować. Procedury działania 8.1 to wielka szkoła i wielki sprawdzian dla małych firm. Rozliczenie projektu jest skomplikowane, wymaga skrupulatności i dyscypliny. Każdy, kto decyduje się sięgnąć po unijne środki, powinien sobie zdawać sprawę, że ta decyzja determinuje do wykonania całego ciągu dodatkowych czynności, których normalnie funkcjonujące mikroprzedsiębiorstwo, zatrudniające jedną czy dwie osoby, nigdy nie wykonuje. Trzeba dokonywać skrupulatnych rozliczeń z instytucją finansującą. Prowadzenie tego projektu dało mi też siłę i wiarę w to, że jeśli pomysł jest dobry, jego realizacja, mimo ogromnych wyzwań i przejściowych trudności, jest możliwa i może przynieść sukces.

sposób. Najmłodszy mogą się zapoznać z utworami wybitnych poetów i pisarzy, poznać najwybitniejsze dzieła malarstwa, rozrywkę zapewniają gry, kolorowanki, wirtualne puzzle, układanki.

Rygor, które Ewa Świerżewska sama sobie narzuciła, pisząc wniosek, zmobilizowały ją do walki o jak najlepsze wyniki oglądalności portalu.

– Celem było 80 tysięcy tzw. unikalnych użytkowników. Udało się nam ten cel zrealizować w zamierzonym czasie z nawiązką – mówi. Już w czerwcu 2010 r. Qlturka mogła się pochwalić 430 tys. odsłon w miesiącu, 120 tys. użytkowników, a związany z portalem newsletter co tydzień dociera już do 12 tys. prenumeratorów.

Aż trudno uwierzyć, że cała redakcja portalu to właścicielka oraz redaktorka na etacie.

– Duchowym wsparciem na każdym etapie jest mąż: pomagał przygotować wniosek, wspiera też koncepcyjnie. Współpracujemy z autorami zewnętrznymi, którzy od czasu do czasu tworzą dla nas teksty na zamówienie. Zamawiamy także specjalnie dla Qlturki opowiadania i powieści pisane w odcinkach przez profesjonalne pisarki i ilustratorki. Dopiero ostatnio dołączyła kolejna stała współpracownica – mówi redaktor naczelna Qlturki. Prawdziwym wsparciem jest grupa wolontariuszy. – Są wśród nich blogerki, mamy na urlopach macierzyńskich i wychowawczych. – Im bardziej zależy na pisaniu, na aktywności niż honorariach, dlatego też często za swą pracę oczekują książek, biletów na aktualne wydarzenia, które otrzymujemy w związku z patronatami medialnymi. Dla części z nich wystarczającą zapłatą jest możliwość zaistnienia na Qlturce, gdyż pisanie jest pasją i wewnętrzną koniecznością. Wśród naszych autorek są naprawdę wielkie talenty, które podziwiam – mówi redaktor Świerżewska.

Biznes z misją

Mimo że portal w grudniu będzie obchodzić dopiero drugie urodziny, już zyskał uznanie i to nie tylko wśród czytelników. Zdobywa liczne dobre recenzje, pochwały, otrzymał także jedną nagrodę – wyróżnienie w konkursie na najlep-

szy serwis internetowy o książce – Papierowy Ekran 2009. Stał się też pożądanym patronem nowości wydawniczych, o którego logo zabiega ją największy wydawca.

– Funkcja informacyjna jest bardzo ważna, ale ja od początku dążyłam do tego, aby serwis oferował więcej niż tylko informacje. Chciałam, by był pierwszym opiniotwórczym medium w dziedzinie kultury dla dzieci, i mam nadzieję, że taki jest – mówi prowadząca Qlturkę.

Portal jest tylko pierwszym etapem budowy agencji promocyjno-wydawniczej, działającej w obszarze kultury dla dzieci. – Plany mamy bardzo ambitne, dotyczą nie tylko działania w internecie. W tej chwili przymierzamy się do zaoferowania użytkownikom naszego portalu możliwości zakupu za naszym pośrednictwem wybranych produktów związanych z kulturą dla dzieci. Dzięki nam czytelnicy mogliby korzystać z promocji i znacznych upustów – mówi. Planujemy także akcje społeczne, mające promować udział w kulturze już najmłodszych dzieci z różnych środowisk. W naszej działalności, prócz biznesu, który oczywiście jest bardzo ważny – dużą rolę odgrywa również realizacja misji.

Qlturka.pl jest pierwszym etapem budowy agencji promocyjno-wydawniczej, działającej w obszarze kultury dla dzieci

Projekt: „Portal edukacyjno-społecznościowy Qlturka.pl, pierwszy etap budowy agencji promocyjno-wydawniczej działającej w obszarze kultury dla dzieci”

Firma: Ewa Świerżewska Qlturka.pl

Działanie: 8.1

Wartość projektu: 361,2 tys. zł

Dofinansowanie: 265,4 tys. zł

Termin realizacji: 1.10.2008 – 30.06.2010

Dotacja na wagę

LBL GROUP

Prawie połowa Polaków ma nadwagę, a 16% jest otyłych – wynika z badań TNS OBOP. Jednocześnie jeden dietetyk przypada na 12 tys. osób. Te dane zainspirowały Adama Stadnickiego, współwłaściciela LBL Group z Lublina, do stworzenia portalu oferującego usługę e-dietetyka.

Dzięki dotacji z działania 8.1 PO IG z pomysłu tego narodził się slimon.pl – najnowocześniejszy serwis poświęcony dietetyce w Polsce. Pomysł wykuł się kilka lat temu, zaraz po tym, gdy w 2007 r. Adam Stadnicki z Pawłem Brzymskim założyli internetowy sklep Mega Market Odchudzania. Dziś jest to największy w Polsce e-sklep z produktami niezbędnymi do odchudzania, oferujący m.in. żywność dietetyczną, suplementy diety dla osób odchudzających się, sprzęt fitness i kosmetyki.

Więcej niż poradnik

Już wtedy wiedzieli, że portal slimon.pl ma być czymś więcej niż tylko zwykłym poradnikiem. Postanowili, że stworzą nowoczesne, wszechstronne internetowe narzędzie, ułatwiające osobom potrzebującym pomocy dotarcie do fachowej wiedzy i specjalistów. – Stworzenie takiej strony to koszt kilkuset tysięcy złotych, koniecz-

ność zatrudnienia kilku specjalistów do jej opracowania i wypełnienia specjalistyczną treścią. Kiedy zaczynaliśmy działalność, były to koszty przekraczające nasze możliwości – wspomina Adam Stadnicki.

Szansę dał im Program Operacyjny Innowacyjna Gospodarka. W 2009 r. złożyli wniosek o dotację z działania 8.1 i na swój projekt zdobyli dofinansowanie w wysokości ponad 300 tys. zł, czyli prawie 85% wartości przedsięwzięcia. Przygotowania do uruchomienia serwisu rozpoczęli w czerwcu 2009 r. Unijne fundusze pozwoliły m.in. na zatrudnienie specjalistycznych firm, które profesjonalnie zajęły się opracowaniem graficznym strony oraz zawartości merytorycznej. – Od początku zakładaliśmy, że musimy postawić na wysoką jakość – wspomina Stadnicki. Do opracowania merytorycznej zawartości serwisu zaprosili Grzegorza Kowaluka, twórcę nowatorskiego programu profilaktyki otyłości w szkole i głośnej metody Indywidualnego Systemu Treningu i Odżywiania (ISTO), autora kilku książek na temat walki z nadwagą. Dziś jest on naczelnym dietetykiem serwisu slimon.pl.

Taniej niż w przychodni

Po prawie rocznej pracy, w maju 2010 r., ruszyła strona slimon.pl. Powstał serwis jedyny w swoim rodzaju. Internetowe strony pozwalają zapo-

Usługa indywidualnej opieki dietetyka jest płatna. Miesięczny abonament można wykupić za 59 zł, czyli taniej niż wizyta u specjalisty w przychodni

znać się z najnowszą wiedzą na temat żywienia, skorzystać z gotowych diet oraz wymieniać się doświadczeniami z inni osobami walczącymi z nadwagą. Można także kupić diety dobrane indywidualnie przez profesjonalistów. – Portal slimon.pl zapewnia kontakt z profesjonalnym dietetykiem. Jeżeli komuś nie wystarczy kontakt mailowy, istnieje możliwość telefonicznej rozmowy – mówi Monika Skomorowska, menedżer slimon.pl, odpowiedzialna za marketing.

Dla właścicieli serwis jest czymś więcej niż biznes, traktują go jak społeczną misję. Dlatego kładą nacisk na funkcję społecznościową. – Każdy może założyć swój profil i brać udział w dyskusjach na forum, albo też prowadzić pamiętnik odchudzania, który może motywować innych do działania – opowiada Adam Stadnicki. I dodaje: – Społeczność jest bardzo ważna. Możemy znaleźć wsparcie ludzi, którzy mają podobne problemy, zdobywać cenną wiedzę i nawiązywać wirtualne przyjaźnie bez względu na miejsce zamieszkania. Portal każdemu zapewnia anonimowość.

Fundusze UE zapewniły bezpieczny start portalowi, ale w przyszłości musi on sam zarabiać na siebie. Dlatego usługa indywidualnej opieki dietetyka jest płatna. Miesięczny abonament można wykupić za 59 zł. Skalkulowano go tak, by był niższy niż koszt wizyty u dietetyka w przychodni. W ramach usługi klient ma m.in. możliwość uzyskania porad, ustalenia diety, dostosowania jej do własnych upodobań. Ma też zapewniony stały nadzór specjalisty dietetyka, który kontroluje jego postępy i motywuje do działania – opowiada Monika Skomorowska.

Trzymać rękę na pulsie

Popularność portalu rośnie z miesiąca na miesiąc. – W październiku zarejestrowanych było już prawie 5 tys. stałych użytkowników. Po pierwszym miesiącu działalności osiągnęliśmy 200-300 odsłon dziennie. Obecnie jest ich 500-600 – mówi Adam Stadnicki. Firma zatrudnia trzy osoby, ale część usług zleca na zewnątrz. Od strony informatycznej portal pilotuje firma



Adam Stadnicki, współwłaściciel LBL Group:

Stworzenie portalu to koszt kilkuset tysięcy złotych, konieczność zatrudnienia kilku specjalistów do jego opracowania i wypełnienia treścią. Kiedy zaczęliśmy działalność, były to koszty przekraczające nasze możliwości. Unijne dofinansowanie umożliwiło rozwój naszej firmie. Bez dotacji trudno byłoby nam zrealizować wdrożenie portalu w jego obecnej, rozbudowanej formie.

Ibero. Merytoryczną zawartość zapewnia poradnia dietetyczna ISTO. Obie firmy uczestniczyły w pracach przygotowawczych.

Formalnie projekt został już zakończony (gdy rozmawialiśmy z właścicielami, czekali na rozliczenie końcowe). Nie oznacza to, że zamierzają spocząć na laurach. – Portal internetowy przestaje istnieć, jeśli stoi w miejscu. Musimy trzymać rękę na pulsie, być stale dwa kroki naprzód przed innymi – mówi Adam Stadnicki.

Projekt: „Stworzenie usługi e-dietetyk – automatycznego serwisu doboru indywidualnej diety żywieniowej”

Firma: LBL Group Sp. j. P. Brzyski, A. Stadnicki

Działanie: 8.1

Wartość projektu: 353 tys. zł

Dofinansowanie: 300,05 tys. zł

Termin realizacji: 1.06.2009 – 30.04.2010

Bukiet pomysłów

EUROFLORIST POLSKA

O dziesiątej zamawiamy bukiet, a już o dwunastej obdarowana osoba odbiera go w odległym zakątku Polski. Najpóźniej dwie doby poczeka na kwiaty adresat w Paryżu czy Rzymie. Wystarczy złożyć zamówienie przez internet albo telefonicznie.

Ale to nie wszystko. Wkrótce poznańska firma Euro Florist wyprzedzi europejską konkurencję.



EuroFlorist umożliwia wysyłanie kwiatów pod wskazany adres do dowolnego miejsca w Polsce i na świecie. Potencjalny klient może zamówić kwiatowy upominek, dobrany pod kątem ceny, okazji, a nawet kategorii kompozycji. Firma współpracuje z 700 kwiaciarniami w Polsce. Są one wykonawcami zleceń. Zwiększająca się z roku na rok liczba zamówień sprawiła, że system tradycyjnej komunikacji zaczął niedomagać. Pojawiały się błędy w danych adresowych, co pociągało za sobą lawinę komplikacji. W celu

usprawnienia działalności podjęto decyzję o przejściu z tradycyjnego modelu komunikacji na internetowy.

Zarzucanie sieci

Kiedy w 2008 r. pojawiła się szansa na pozyskanie na ten cel funduszy w ramach działania 8.2 Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka, postanowiono ją wykorzystać. Powstał projekt rozbudowy istniejącego systemu B2B o nowe moduły usprawniające pracę EuroFlorist



z kwiaciarniami partnerskimi. Wdrażanie projektu zakończono w lutym 2010 r. Podstawowym założeniem było usprawnienie kluczowych procesów biznesowych firmy. Manualne czynności wykonywane przez pracowników zostały przerzucone na inteligentny system, który nie tylko przyjmuje zamówienia, ale też automatycznie kieruje je do realizacji do kwiaciarni, wybranej optymalnie pod kątem adresu przeznaczenia. Projekt przygotowany został za pomocą firmy zewnętrznej. – Od początku wiedzieliśmy, cze-

go chcemy – mówi Andrzej Świderski, country manager EuroFlorist Polska. – Byliśmy mocno zaangażowani we wszystkie prace związane z przygotowaniem wniosku. Przy wdrażaniu projektu pracował cały zespół. Każda z kilkunastu osób zatrudnionych w firmie była odpowiedzialna za określony element, każda była ważnym ogniwem tego przedsięwzięcia.

Najtrudniejszym zadaniem, jak przyznaje Andrzej Świderski, było przekonanie do projektu partnerów biznesowych, czyli kwiaciarnie. ➤

Już pierwsze miesiące pokazały, że optymalizacja kluczowych procesów biznesowych między EuroFlorist a jej partnerami daje wymierne efekty

- > Założenie bowiem było takie, że projekt połączy w sieć 700 kwiaciarni. W październiku 2010 r. z systemu B2B w pełnym zakresie i z wszystkich jego funkcji korzystało już 200 kwiaciarni. Pozostałe jeszcze w zakresie niepełnym. – To jest proces. Gdzieś indziej musimy pokonać bariery mentalne, a gdzieś indziej techniczne – dodaje Świderski.

Nowa jakość

Zmiany przeprowadzone przez EuroFlorist przyniosły korzyść wszystkim. Przez internetowy system sprzedaży kwiatów firma zyskała nową jakość nie tylko na linii klient – firma czy firma – partner handlowy. Zyskali wszyscy. Pracownicy mają teraz czas na pracę twórczą i mogą skupić się na nowych usługach. Łatwiejsze stało się zarządzanie magazynem i przepływ dokumentów. Kwiaciarnie zyskały dzięki oszczędności czasu, bo system pozwala na realizację większej liczby zamówień. Jednocześnie zmniejszyły się koszty obsługi. Wyeliminowano błędy ludzkie prowadzące do niepotrzebnych reklamacji. Zwiększyła się dynamika działania. Rozbudowana komunikacja internetowa umożliwia kwiaciarniom szeroki dostęp do wszystkich zasobów systemu. Skończyły się problemy z przepływem informacji dotyczących zamówień, kwiaciarnie mają teraz możliwość korzystania z map ułatwiających kurierowi dotarcie pod wskazany adres. Możliwy jest podgląd historii operacji oraz rozliczeń.

Zyskali też klienci. Nie tylko mogą z dowolnego miejsca zamówić przez internet określoną wiązkę, ale mają gwarancję dostarczenia konkretnego zamówionego produktu. Usługa w Polsce może być wykonana w czasie rzeczywistym, który przykładowo dla odległych miast wynosi ok. 2 godzin, a w Europie – 2 dni. Zdarza się

jednak, że w wielu krajach usługa jest realizowana jeszcze tego samego dnia.

Ciąg dalszy nastąpił

Po wdrożeniu projektu okazało się, że był to strzał w dziesiątkę. A może być jeszcze lepiej. Przez internet można realizować więcej procesów biznesowych. Zdecydowano się zatem rozbudować system o dalsze moduły. – Teraz wprowadzamy e-faktury, co zaoszczędzi czas i koszty. Następnie wdrożymy SMS-owe potwierdzenie wykonania usługi – mówi Andrzej Świderski. – Czyli w momencie dostarczenia przez kuriera bukietu, u klienta pojawi się wiadomość na komórce. Wielu klientów chce o tym fakcie wiedzieć natychmiast. Otrzymywaliśmy mnóstwo telefonicznych zapytań i nie zawsze potrafiliśmy precyzyjnie na nie odpowiedzieć. W tej chwili będzie się to odbywać automatycznie.

Już pierwsze miesiące pokazały, że optymalizacja kluczowych procesów biznesowych między EuroFlorist a jej partnerami dała wymierne efekty. Czas realizacji zamówień skrócił się o 40%, a koszty jednostkowe związane z ich realizacją zmniejszyły się o 18%. Odsetek reklamacji spadł o 22%, a na kosztach związanych z generowaniem i przekazywaniem dokumentów rozliczeniowych zaoszczędzono kolejne 18%.

Projekt: „Rozbudowa istniejącego systemu B2B o dodatkowe moduły usprawniające współpracę Euroflorist z kwiaciarniami partnerskimi”

Firma: EuroFlorist Sp. z o.o., Poznań

Działanie: 8.2

Wartość projektu: 584,5 tys. zł

Dofinansowanie: 332,7 tys. zł

Termin realizacji: 1.04.2010 – 31.03.2011



Andrzej Świderski, country manager EuroFlorist Polska:

Wprowadzenie systemu B2B całkowicie zmieniło dotychczasowy sposób działania naszej firmy. Jesteśmy teraz zorientowani zarówno na naszych partnerów biznesowych, jak i klientów. Wszystkie nasze działania ukierunkowane są na spełnianie ich potrzeb i ułatwianie wzajemnych relacji. Zasadnicze znaczenie przy wdrażaniu projektu miało przygotowanie precyzyjnego planu. Dokładnie określiliśmy, w którym miejscu tego planu chcemy być za rok, i konsekwentnie dążyliśmy do celu.

Lider komunikacji

EXANT SOFTWARE POLSKA

Sprawny system wymiany informacji to oszczędność czasu i nakładów pracy. Firma eXant Software Polska jest liderem wdrażania zaawansowanych rozwiązań wspierających obieg informacji w dużych i średnich przedsiębiorstwach.



Front office, bo tak nazywa się tego typu podejście, pozwala na otwarcie się na wszystkich uczestników procesu biznesowego, jaki zachodzi w danym przedsiębiorstwie. Na nowoczesne rozwiązania decydują się firmy, które już wcześniej skorzystały z możliwości usprawnienia systemu zarządzania (tzw. *back office*). Taki pakiet innowacyjnych rozwiązań pomaga przedsiębiorcom osiągnąć szybki zwrot z inwestycji. Oprogramowanie, będące sztandarowym produktem przedsiębiorstwa, to iBuilder. Firmy, które skorzystały z tej oferty, mogą liczyć na wiele ułatwień.

Wspólna platforma

Pomysł na realizację projektu w ramach działania 8.2 PO IG był efektem burzy mózgów. Dowiedzieliśmy się z mediów, że jest możliwe dofinansowanie naszego pomysłu i postanowiliśmy z tego skorzystać – wyjaśnia Jakub Kwaśnik, prezes zarządu firmy. Przedsiębiorstwo postawiło na samodzielność i, korzystając z własnych zasobów, przygotowało wniosek na konkurs. – Bardzo pomocna okazała się współpraca z Wielkopolską Agencją Rozwoju Przedsiębiorczości – podkreśla prezes zarządu. Zapła >



Jakub Kwaśnik, prezes zarządu eXant:

Dowiedzieliśmy się z mediów, że jest możliwe dofinansowanie naszego pomysłu i postanowiliśmy z tego skorzystać. Aby realizować tego typu projekt, trzeba się zabezpieczyć finansowo, skorzystać z zaliczki. Warto też dopasować dotację do swoich możliwości. Jakie są korzyści z projektu? Platforma pozwala nam prowadzić dialog z klientami. Umożliwia też kontaktowanie się klientów ze sobą i wymianę informacji o produktach, usługach i dodatkowych funkcjach. Dzięki temu wzrosła nam wartość sprzedaży, bo klienci, mając dostęp do wspólnej platformy, dowiadują się, jakie przedsięwzięcia podejmują inni. Chcą również korzystać np. z e-learningu.

- > do pracy nie zniknął pod stosem dokumentacji. – Grunt to pozytywne nastawienie – przekonuje Jakub Kwaśnik. Największym problemem dla eXant było zaplanowanie harmonogramu i przesunięcia pomiędzy różnymi etapami realizacji przedsięwzięcia. Szef firmy zwraca także uwagę na długi czas oczekiwania na akceptację wniosków i płatności. – Aby realizować tego typu projekt, trzeba się zabezpieczyć finansowo, skorzystać z zaliczki. Warto też dopasować dotację do swoich możliwości – radzi nowym beneficjentom.

Pomysł nie był oderwany od rzeczywistości i miał jasno określony cel biznesowy. Platforma eXant Care pozwala bowiem na zminimalizowanie prac poprzez zastosowanie samoobsługi. Pracownicy mogą zarządzać projektami oraz samodzielnie korzystać z elektronicznej wymiany dokumentów i niezbędnych danych: składać wnioski urlopowe czy rozliczać delegacje, a klienci mogą samodzielnie sprawdzać status swojego projektu, zgłaszać swoje uwagi oraz zapoznać się z dokumentacją projektu. – Do tej pory wysyłaliśmy maile, teraz mamy wspólną platformę, do której wszyscy mają dostęp – wyjaśnia Jakub Kwaśnik. – Każdy, logując się rano, widzi, jakie zadania na niego czekają i jakie dokumenty już zostały wymienione.

Sukces w pięciu krokach

Realizacja projektu zakładała przeprowadzenie pięciu etapów wdrażania systemu. Pierwszym krokiem było zaplanowanie i przeprowadzenie niezbędnych analiz. Powstały specjalistyczne raporty, które oceniały dotychczasowe procesy biznesowe firmy. W drugim etapie podjęto przygotowania techniczne oraz merytoryczne do stworzenia platformy B2B. Zakupiono sprzęt oraz utworzono nowe stanowisko pracy. Trzeci etap to praca menedżera projektu, który nadzorował przebieg prac nad stworzeniem nowe-

go systemu. Kolejnym krokiem było stworzenie wielomodułowej platformy, gotowej do obsługi projektów i relacji między klientami.

Ostatnim etapem realizacji było wdrożenie systemu oraz przeszkolenie osób, które zajęły się jego obsługą. Gotowy produkt od razu został zauważony i doceniony przez klientów eXant, czyli renomowane przedsiębiorstwa z różnych branż: sieci sprzedażowe, koncerny produkcyjne, przedsiębiorstwa komunikacyjne, telekomunikacyjne czy firmy wydawnicze.

„Dzielimy się wiedzą”

To sztandarowe hasło firmy eXant. Swoich klientów traktuje ona po partnersku i daje im możliwość czynnego uczestnictwa w tworzeniu produktu. Od zakończenia realizacji projektu nie minęło wiele czasu, ale już dziś widoczne są korzyści w obszarze, jakim jest komunikacja między klientami. Wymiana doświadczeń i opinii spowodowała wzrost sprzedaży.

Realizacja projektu pozwala oszczędzać czas pracowników, dzięki czemu podnosi się efektywność ich pracy. – Dotychczas nasi pracownicy tracili czas na niepotrzebnej komunikacji – podkreśla Jakub Kwaśnik. Firma wyliczyła, że na wdrożeniu systemu oszczędza miesięcznie od 15 tys. do 25 tys. zł. Zespół eXant pracuje wydajniej i może realizować równocześnie więcej projektów.

eXant w Polsce w tym roku skończył 6 lat. Ma na swoim koncie wiele sukcesów i umów, m.in. z Multimedia Polska, DGA, Media Expert, Komunalnym Przedsiębiorstwem Komunikacji Miejskiej w Białymstoku czy Kulczyk Tradex. – Skupiamy się przede wszystkim na polskim rynku, ale oferujemy międzynarodowe standardy – podkreśla prezes Jakub Kwaśnik. Projekt, jaki udało się zrealizować firmie eXant z Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka, stworzył nowe możliwości, bo – jak podkreśla



szeft firmy – nie było podobnego rozwiązania na świecie. Realizacja tak dużego przedsięwzięcia przyczyniła się do poprawy wizerunku firmy, zwiększenia zaufania klientów.

– W tym i następnym roku skupiamy się na rozszerzeniu kanału partnerskiego w Polsce i wchodzeniu na nowe rynki z naszym udoskonalonym produktem – dodaje szef firmy. Czy będą korzystać z kolejnych dotacji unijnych? Już dziś myślą o „Paszporcie do eksportu” (działanie 6.1 PO IG) oraz możliwościach, jakie stwarza Wielkopolski Regionalny Program Operacyjny.

Realizacja projektu przyczyniła się do poprawy wizerunku firmy eXant, zwiększenia zaufania klientów, a zatem także do wzrostu jej konkurencyjności

Projekt: „Stworzenie platformy współpracy B2B w zakresie zarządzania projektami informatycznymi”

Firma: eXant Software Polska Sp. z o.o., Poznań

Działanie: 8.2

Wartość projektu: 624,1 tys. zł

Dofinansowanie: 292,6 tys. zł

Termin realizacji: 1.12.2008 – 30.04.2010

Projektowanie kuchni online

DE ART KUCHNIEONLINE.PL

Na portalu www.kuchnieonline.pl można zaprojektować, wycenić i kupić kompleksowe wyposażenie kuchni – mebli i sprzętu AGD. W 2009 r. projekt wygrał konkurs na najbardziej innowacyjną technologię B2B, zorganizowany przez PARP pod patronatem ministra spraw wewnętrznych i administracji.

Firma De Art Leszek Ratus (obecnie: De Art kuchnieonline.pl) zaczęła działalność w 1995 r. jako lokalny producent mebli kuchennych. Później poszerzyła ofertę i włączyła do niej meble innych wytwórców. Została polskim partnerem niemieckiego koncernu mebli kuchennych ALNO AG. Pomyśl, by meble sprzedawać nie tylko w realu, ale także za pośrednictwem internetu, narodził się latem 2008 r., podczas podróży samochodowej z Puław, gdzie znajduje się siedziba firmy, do Warszawy, gdzie przedsiębiorstwo ma dwa salony sprzedaży mebli kuchennych

Wakacyjna hossa

Inspiracja wzięła się stąd, że na rynku było coraz więcej rozwiązań sprzedażowych wykorzystujących internet. W wypadku firmy handlującej robionymi na zamówienie i na miarę meblami sprzedaż przez internet nie była jednak prostą sprawą. Nie było gotowych wzorców, na których można byłoby się oprzeć – trzeba je było dopiero opracować.

Problem stwarzało nie tylko zaprojektowanie odpowiedniego narzędzia, ale także zdobycie na to pieniędzy. Firma postanowiła się ubiegać o dotację z Funduszy Europejskich. We wrześniu 2008 r. został ogłoszony konkurs na projekty z działania 8.2 PO IG. W październiku firma złożyła wniosek, który został pozytywnie





oceniony, i od lutego 2009 r. mogła się zabrać za tworzenie portalu.

Jego uruchomienie zajęło jednak trochę czasu. Wprawdzie wstępna wersja pojawiła się w sieci już jesienią 2009 r., ale jako projekt pionierski, wymagała dopracowania. Ostateczny kształt portal osiągnął dopiero w czerwcu 2010 r. I chociaż wakacje nie są najlepszym momentem na rozwijanie tego typu działalności, już po trzech miesiącach firma podpisała ok. 20 umów z partnerami, którzy zamierzali wykorzystywać portal do projektowania kuchni swoich klientów. Sprzedaż za pośrednictwem tego kanału stanowi 30% przychodów firmy. A wszystko wskazuje na to, że proporcje między sprzedażą internetową a tradycyjną w ciągu roku się odwrócą.

Połowę taniej

Korzyści, jakie daje portal, są oczywiste. Dzięki niemu firma może wydatnie obniżyć koszty funkcjonowania. Odpadnie też część kosztów osobowych. Z korzystaniem z dotacji unijnej, niestety, wiązą się także problemy. Na przykład rygory dotyczące wprowadzania zmian w projekcie krepują ręce i uniemożliwiają modernizację. To budzi obawę twórców, że za rok innowacyjny dzisiaj portal stanie się przestarzały.

Jak to działa? Żeby dokonać zakupu, trzeba się na nim zarejestrować. Chociaż może to zrobić każdy, nie jest to zwykły sklep internetowy. Witryna kuchnieonline.pl w założeniu przeznaczona jest przede wszystkim dla architektów wnętrz, biur projektowych, deweloperów oraz >



**Leszek Paweł Ratus, prezes zarządu
De Art kuchnieonline.pl Sp. z o.o.,
dyrektor generalny:**

Kuchnieonline.pl jest pierwszym w Polsce portalem projektowo-zakupowym stworzonym z zastosowaniem technologii B2B. Unikatowość rozwiązania polega na jednoczesnej możliwości projektowania i wizualizacji wnętrz kuchennych w 3D oraz ich zakupu łącznie ze sprzętem AGD wraz z opcją usług montażowych. Pomysł zrodził się przez obserwację stale zmieniającego się rynku i potrzebę dopasowania się do potrzeb klientów. Kuchnieonline.pl to możliwość łatwiejszego dotarcia do partnerów biznesowych i klientów, bez względu na ich lokalizację, wykorzystanie nowych technik sprzedaży z zastosowaniem coraz większej liczby narzędzi informatycznych. To także możliwość obniżania cen mebli poprzez ograniczenie kosztów tradycyjnych salonów sprzedaży.

> zwykłego Kowalskiego. Meble są robione na indywidualne zamówienie, a oferta firmy dostępna jest przez 24 godziny. Odbiorcy usługi mogą o dowolnej porze, z dowolnego komputera z dostępem do internetu projektować wnętrza kuchenne dla siebie lub swoich klientów. Dzięki formule portalu projektowo-zakupowego tworzone na indywidualne zamówienie meble mogą być nawet o połowę tańsze niż kupowane za pośrednictwem tradycyjnych kanałów sprzedaży.

Na projekt składa się system internetowy umożliwiający zamawianie produktów i usług drogą internetową oraz aplikacja online, ułatwiająca kompletowanie elementów i wymuszająca zgodność powiązań pomiędzy nimi. Konstrukcja systemu eliminuje pomyłki. Moduł intranetowy zawiera informacje ułatwiające montaż produktów. Zamówienia przekazywane są bezpośrednio do systemu zarządzania przedsiębiorstwem, co umożliwia ich bezpośrednią obróbkę. System generuje zamówienie do dostawców i wysyła je drogą elektroniczną.

Sieć sprzedaży

Aby wszystko działało jak w zegarku, potrzebni są chętni do współpracy architekci, biura projektowe czy deweloperzy. Kuchnieonline.pl to narzędzie, które w dużej mierze ułatwia im pracę i stwarza nowe możliwości – bez odchodzenia od biurka mogą bowiem przejrzeć szereg wersji wyposażenia kuchni, sprawdzić, czy poszczególne elementy do siebie pasują, na bieżąco kontrolując, ile każdy wariant kosztuje.

Ambicją De Art kuchnieonline.pl jest pozyskanie partnerów w każdym polskim mieście i stworzenie profesjonalnej sieci sprzedaży

Odbiorcy usługi mogą o dowolnej porze, z dowolnego komputera z dostępem do internetu projektować wnętrza kuchenne dla siebie lub swoich klientów



Ambicją De Art kuchnieonline.pl jest zrzeszyć wybrane studia kuchni poprzez pozyskanie partnerów w każdym polskim mieście i stworzyć profesjonalną sieć sprzedaży. Portal powinien zapewnić większą liczbę klientów, co przełoży się na wzrost rentowności partnerów handlowych.

Kolejnym polem, na którym firma zamierza się skoncentrować, jest poszerzenie asortymentu. Portal jest uniwersalny. Po podpisaniu umowy współpracy mogą z niego korzystać również inni niż dotychczas producenci mebli, których powinien zainteresować ten patent na zwiększenie sprzedaży.

Projekt: „Wdrożenie platformy B2B zintegrowanej z systemem zarządzania przedsiębiorstwem w firmie De Art Leszek Ratus”

Firma: De Art kuchnieonline.pl Sp. z o.o., Puławy

Działanie: 8.2

Wartość projektu: 263,9 tys. zł

Dofinansowanie: 151,4 tys. zł

Termin realizacji: 1.12.2008 – 1.09.2010

E-list polecony

BRAINSOFT

Wysyłanie wiadomości e-mailem ma tę wadę, że odbiorca nie ma obowiązku potwierdzić, że ją przeczytał. Ta niedogodność może przejść do historii, gdy upowszechni się innowacyjny produkt BrainSoft Sp. z o.o. Firma proponuje usługę polegającą na tym, że otwarcie poczty elektronicznej będzie traktowane jak odebranie listu poleconego.

Wykładowcy zielonogórskich uczelni, chcąc wykorzystać swe doświadczenia naukowe w praktyce, zajęli się e-biznesem. Sięgnęli po dofinansowanie z działania 8.1 Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka i zainwestowali swój czas i pieniądze w stworzenie innowacyjnej usługi, która zmieni zwyczaje użytkowników poczty elektronicznej.

Dla małych i dużych

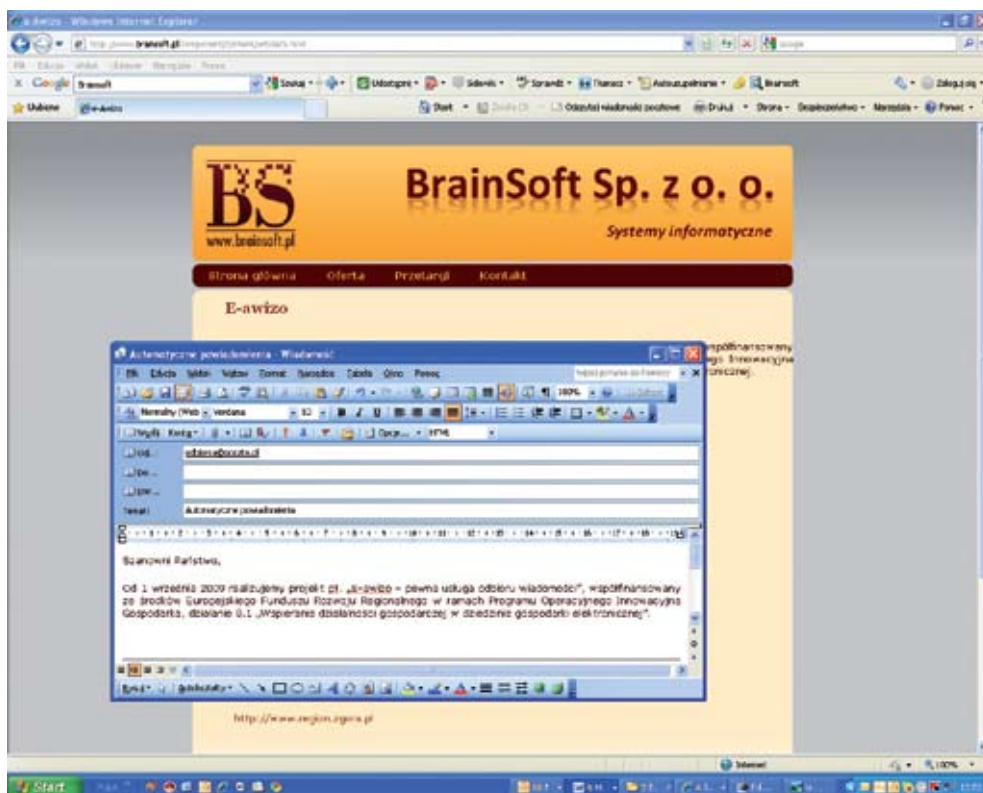
Ogólnym celem projektu jest wytworzenie i świadczenie usługi polegającej na zapewnieniu osobom, instytucjom i podmiotom go-

spodarczym wymieniającym się informacjami za pomocą poczty elektronicznej wiedzy o dostarczonej i odebranej wiadomości. Podczas procedury odbierania wiadomości rejestrowany będzie czas jej odebrania, dzięki czemu osoba czy firma wysyłająca wiadomość uzyska możliwość egzekwowania terminu odpowiedzi na przesłaną informację. – Analizując rynek, zauważyliśmy, że nie ma na nim oferty w zakresie usługi potwierdzania odebrania wiadomości e-mail. Uznaliśmy, że przy wykorzystaniu środków unijnych możemy przygotować produkt, który wypełni tę lukę – tłumaczy

Marek Jackiewicz, prezes zarządu BrainSoft Sp. z o.o.:

Zanim założyliśmy naszą spółkę, byliśmy wykładowcami na uczelni. Zajmowaliśmy się kryptografią. Postanowiliśmy przenieść nasze doświadczenia naukowe do sfery biznesowej. Dzięki temu, że wcześniej miałem okazję przygotowywać i prowadzić projekty finansowane ze środków Unii Europejskiej, mogliśmy połączyć nasze doświadczenia i przygotować projekt samodzielnie, zarówno od strony merytorycznej, jak i formalnej. Nasza usługa ma polegać na tym, że wysłanie maila i jego otwarcie będzie traktowane jak odebranie listu poleconego. Jest to innowacja, której stworzenie bez środków unijnych byłoby trudne. Dla naszej młodej firmy jest to pierwszy projekt realizowany przy wykorzystaniu Funduszy Europejskich. Skorzystaliśmy z okazji i opłaciło się.





Marek Jackiewicz, prezes zarządu BrainSoft Sp. z o.o.

Realizowany projekt adresowany jest dla szerokiej grupy odbiorców. – Produkt będzie nowoczesniejszy i mamy nadzieję, że w przyszłości wesprze rozwój e-administracji w administracji publicznej. Jednak dzięki wsparciu środków unijnych odpowiednią wersję naszego produktu będzie także można skierować do klientów indywidualnych i przedsiębiorców – dodaje prezes Jackiewicz.

E-awizo

W pierwszym etapie zaprojektowano system realizujący usługę generowania informacji o czasie nadania i odbioru wiadomości z uwzględnieniem jej zawartości. Równocześnie zakupiono komputery, serwery, oprogramowanie umożliwiające wykonanie aplikacji realizującej e-usługę. Po przygotowaniu oprogramowania oraz uruchomieniu portalu przeprowadzony zostanie drugi etap projektu, czyli kampania promująca projekt i jego efekty w postaci usługi e-awizo.

Ta e-usługa umożliwi stronom biorącym udział w wymianie elektronicznej informacji otrzymanie zwrotnego potwierdzenia odbioru każdej wysłanej wiadomości. Nadawca e-maila otrzymuje informację o otrzymaniu wiadomości przez odbiorcę, wraz z podaniem dokładnego czasu. Dzięki temu możliwe będzie zakończenie wielu spraw, które do tej pory często były niezakończonymi w terminie.

Wprowadzenie usługi e-awizo może mieć walor edukacyjny dla kształtującego się społeczeństwa informacyjnego. Z pewnością usprawni komunikację między partnerami biznesowymi oraz przyczyni się do zwiększenia bezpieczeństwa informacji.

Projekt: „E-awizo – pewna usługa odbioru wiadomości”

Firma: BrainSoft Sp. z o.o., Zielona Góra

Działanie: 8.1

Wartość projektu: 867,6 tys. zł

Dofinansowanie: 737,5 tys. zł

Termin realizacji: 1.09.2009 – 31.03.2011

System szyty na miarę

HURTIMEX

Hurtimek kreuje modę dziecięcą od 20 lat. Początkowo sięgał po czołowe europejskie marki, szybko jednak zaczął projektować własne kolekcje, które dziś sprzedaje pod szyldami Tup Tup oraz HOOP.

W utrzymaniu się na fali wznoszącej pomagają firmie innowacyjne projekty dofinansowane przez UE.

Przedsiębiorstwo działa w oparciu o sieć powiązań franczyzowych, ponadto dostarcza towar do kilkuset odbiorców – głównie sklepów multibrandowych. Ma też kilka sklepów własnych typu outlet. Firmę i jej interesy w regionie reprezentują również przedstawiciele handlowi. Tak rozbudowany schemat organizacyjny to nie lada wyzwanie dla każdego przedsiębiorstwa. Trzeba zapanować nad wieloma zamówieniami i płatnościami, dbać o terminowość umów i nawiązywać nowe kontakty.

Nadążyć za zmianami

Już od pierwszych lat istnienia przedsiębiorstwo napędzały innowacje. Decyzja o rozpoczęciu przez firmę własnej działalności projektowej była przełomowa. Oprócz najlepszej jakości towarów i nowoczesnego wzornictwa spółka postawiła na sprawne zarządzanie. Pierwszą innowacją Hurtimeksu było wprowadzenie nowego sposobu dystrybucji towarów w oparciu o zamówienia klientów, składane z półrocznym wyprzedzeniem w podziale na dwie kolekcje: wiosenno-letnią oraz jesienno-zimową. Aby usprawnić działalność i wdrożyć kolejne nowo-

ści, firma postanowiła skorzystać z dotacji unijnej w ramach Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka.

– Decyzja o realizacji projektu w ramach PO IG była prosta – mówi wiceprezes Hurtimeksu, Jarosław Kopeć. – Firma cały czas się rozwija i unowocześnia system zarządzania, a wiadomo, że jednym z podstawowych elementów rozwoju jest szybki przepływ informacji w ramach własnej sieci dystrybucji.

Innowacje często wynikają z konieczności nadążania za zmianami zachodzącymi na rynku. Tak też było w przypadku Hurtimeksu. – Wiedzieliśmy, że musimy się rozwijać, tego wymaga od nas otoczenie – przyznaje Jarosław Kopeć.

Wyszkoleni na dotacjach

Projekt tworzyli ludzie z firmy, a w szczególności z działu IT, który opracował niezbędne analizy i przygotował specyfikację. Pracownicy nie narzekali na niejasne unijne przepisy czy nadmierną dokumentację, chociaż, jak sami podkreślają, w krytycznym momencie musieli sięgnąć po pomoc firmy doradczej. Hurtimek to doświadczone przedsiębiorstwo, ma już na swo-

im koncie realizację dwóch projektów finansowanych ze środków unijnych. Pierwszy z nich (udział w międzynarodowych targach) otrzymał dotację z Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Łódzkiego 2007-2013, drugi (rozszerzanie działalności na rynki zagraniczne) – w ramach działania 6.1 „Paszport do eksportu” PO IG.

– Firma stawia na ekspansję zagraniczną. Cieszymy się, że dzięki unijnym dotacjom łatwiej jest nam realizować cele – mówi Jarosław Kopeć. Mając tak duże doświadczenie w realizacji przedsięwzięć dotowanych z programów operacyjnych, wdrożenie elektronicznego biznesu typu B2B odbyło się bezproblemowo.

Generowanie oszczędności

Innowacyjny system wdrożony przez Hurtimex stworzył nową jakość w obsłudze kontrahentów. Obsługa zamówień nie wymaga bezpośredniego zaangażowania pracownika, bo większość procesu odbywa się automatycznie. Pozwoliło to ograniczyć wzrost zatrudnienia w dziale handlowym. Znacznie zwiększając liczbę kontrahentów, zatrudniono tylko dwie nowe osoby, niezbędne do obsługi technicznej serwisu. Innowacja wygenerowała więc oszczędności w przedsiębiorstwie, mimo rozrastającej się sieci partnerów. – Nie wyobrażam sobie teraz pracy

System Business to Business uprościł funkcjonowanie całego przedsiębiorstwa. Obieg dokumentów i informacji jest łatwiejszy i przejrzysty

bez tego systemu – przyznaje Łukasz Zięba, koordynator działu IT.

System Business to Business uprościł funkcjonowanie przedsiębiorstwa. Obieg dokumentów i informacji jest łatwiejszy i przejrzysty. Pracownicy poprzez moduły aplikacji mają dostęp do konkretnych funkcji, które są im przypisane zgodnie z zakresem obowiązków i uprawnień. Aplikacja ma rozbudowane raportowanie, umożliwiające kontrolę prowadzonych transakcji oraz łatwe wykrywanie błędów i braków. Zwykły użytkownik internetu nie ma dostępu do platformy Hurtimeksu. Dzięki zastosowaniu zaszyfrowanego tunelu w systemie mogą się logować jedynie firmy współpracujące i pracownicy. Do obsługi wymagany jest specjalny program, który umożliwia logowanie się w systemie, co gwarantuje użytkownikom pełne bezpieczeństwo obiegu informacji.

Cała naprzód!

Dla Hurtimeksu realizacja projektu była momentem przełomowym, ale, jak przekonują pracownicy, firma doskonale poradziła sobie z innowacją. Dziś wszyscy są zadowoleni, bo korzyści są widoczne. – Coraz lepiej sobie radzimy z problemami, system nie ma przed nami tajemnic – z dumą opowiada Łukasz Zięba. Wiceprezes Jarosław Kopeć już dziś zapowiada rozszerzenie działalności o nowe oddziały zagraniczne i realizację nowych projektów: – Właśnie złożyliśmy kolejny wniosek o dotację unijną.

Łukasz Zięba, koordynator działu IT, Hurtimex SA:

Wdrożenie systemu było dla nas bardzo pracochłonne. Najtrudniejsze okazało się uruchomienie projektu, pojawiło się wiele komplikacji i problemów w momencie przejścia na pracę w systemie. Pracownicy borykali się ze sporą ilością błędów, zarówno produkcyjnych, jak i spowodowanych przez ludzkie pomyłki. Wszystkie wynikały ze specyfiki projektu, charakterystycznej dla wdrożenia systemów informatycznych. Dziś coraz lepiej sobie radzimy z problemami, system nie ma przed nami tajemnic. Zastosowanie systemu Business to Business spowodowało rozrost sieci partnerów, z którymi firma współpracuje. Są to zarówno hurtownicy, jak i sklepy funkcjonujące na zasadach franczyzy.

Projekt: „Wprowadzenie innowacji organizacyjnej poprzez wdrożenie systemu B2B w obrębie Hurtimex SA i jej partnerów”

Firma: Hurtimex SA, Łódź

Działanie: 8.2

Wartość projektu: 587,6 tys. zł

Dofinansowanie: 276,46 tys. zł

Termin realizacji: 1.11.2009 – 31.12.2009

Ruch na platformie

BIURO PLUS LEWANDOWSKI

Platforma internetowa ofix.pl pomaga firmom racjonalnie planować zakupy produktów biurowych. Dofinansowany z Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka portal sprawia, że klienci zarządzają transakcjami szybciej i taniej.

Ofix.pl należy do przedsiębiorstwa Biuro Plus Lewandowski. To lider rynku w zakresie profesjonalnego zaopatrzenia biura oraz oferowania rozwiązań logistycznych dla firm na terenie dwóch województw: wielkopolskiego i pomorskiego. Jest akcjonariuszem grupy Biuro Plus Spółka Akcyjna, posiadającej kilkanaście oddziałów na terenie całego kraju. Firma specjalizuje się w obsłudze korporacji mających rozproszoną strukturę i liczne oddziały na terenie kraju.

Cięcie kosztów

Co potrafi ofix.pl? Przede wszystkim zapewnia możliwość dokonywania zakupów przez internet. Już to sprawia, że spadają koszty komunikacji związanej ze składaniem zamówień.

Ofix.pl to innowacyjne narzędzie, które do minimum pozwala skrócić czas poświęcany na organizację biura przy jednoczesnym zachowaniu kontroli nad zakupami

System pozwala też dodawać produkty do koszyka w miarę, jak pojawiają się potrzeby, bez konieczności tworzenia list i notatek, i wysłanie zamówienia, kiedy jest już kompletne. Koszyk jest zapamiętywany nawet po wylogowaniu. Raport o kosztach? Nic prostszego. Wystarczy kliknąć w odpowiedni moduł na portalu ofix.pl i pojawia się on na ekranie. W starej technologii sporządzenie takiego raportu wymagałoby kilku godzin pracy osoby przygotowującej odpowiednie zestawienie. Raporty dodatkowo umożliwiają analizę potrzeb i ich dokładne prognozowanie. To też prowadzi do cięcia kosztów: największe wydatki wiążą się ze składaniem zamówień „na wczoraj”. Korzystanie z ofix.pl pomaga tego typu sytuacji uniknąć, a zakupów dokonywać z odpowiednim wyprzedzeniem, czyli taniej.

Działa przy tym efekt skali. Odpowiednio duża liczba klientów i zamówień, w połączeniu ze sprawnym centrum logistycznym, pozwala obniżyć koszty dostarczenia produktów do klienta.

Droga do sukcesu

W chwili uruchamiania projektu Biuro Plus Lewandowski obsługiwało 1500 klientów. Koszt zaprojektowania, wykonania i uruchomienia



platformy transakcyjnej z produktami oferowanymi przez firmę wyniósł 798 tys. zł, dotacja unijna – 345 tys. zł. – Unia Europejska promuje nowoczesne technologie – mówi Dominik Lewandowski, właściciel firmy. – I na dodatek docenia, że te najnowocześniejsze mają zastosowanie powszechne. To, co jeszcze niedawno wymyślano na potrzeby badań kosmicznych, dziś ma właśnie takie powszechne zastosowanie w handlu, produkcji żywności czy odzieży. Stąd właśnie wziął się pomysł, by wystąpić po fundusze europejskie na dostosowanie najnowszych technologii do branży, w której działamy. Dzięki dofinansowaniu z PO IG ofix.pl stał się odpowiedzią na oczekiwania wyrażane przez partnerów handlowych Biura Plus Lewandowski. Jest to innowacyjne narzędzie, które pozwala skracać do minimum czas poświęcany na organizację biura przy jednoczesnym zachowaniu kontroli nad zakupami. Według danych firmy, z platformy korzysta już prawie 3 tys. polskich przedsiębiorstw, czyli liczba klientów została podwojona. – Cel został osiągnięty w 200%. Obser-

Z platformy ofix.pl korzysta już blisko trzy tysiące polskich przedsiębiorstw

wujemy ruch na platformie i wszystko wskazuje na to, że zadowolonych użytkowników systemu będzie przybywać – mówi Monika Węclawiak, koordynator projektu.

Listy zakupowe

Dzięki systemowi ofix.pl partnerzy handlowi Biura Plus Lewandowski uzyskują łatwy dostęp do historii swoich zamówień i najczęściej kupowanych przez nich produktów. Umożliwia im to szybkie ponawianie całych zestawów zamówień lub jedynie wybranych pozycji. Partnerzy handlowi mogą w prosty sposób tworzyć gotowe listy zakupowe, jednym kliknięciem dodawać do koszyka kilka produktów jednocześnie lub, jeżeli wolą, pełne opakowania zbiorcze. I to wszystko pracownik zamawiający może wykonać bez ruszania się sprzed komputera. >

- > Po skompletowaniu zawartości koszyka również sam system podpowiada artykuły, których stany należy uzupełnić, a które ciągle nie znalazły się na zamówieniu. Są to z pewnością funkcjonalności popularne, ale w wielu sklepach internetowych ciągle nie działają tak, jakby oczekiwali tego użytkownicy, a zwłaszcza profesjonalni przedsiębiorcy.

Nasz klient, nasz pomysłodawca

W tworzeniu systemu ofix.pl mieli swój udział partnerzy handlowi Biura Plus Lewandowski. To oni mówili, czego potrzebują, testowali ścieżki i procesy platformy, a także przekazywali swoje uwagi. Dopasowanie rozwiązań do rzeczywistych, potwierdzonych badaniami i wywiadami potrzeb klientów to przewaga systemu transakcyjnego ofix.pl, szczególnie na tle konkurencyjnych systemów w branży zaopatrzenia w profesjonalne materiały biurowe. Możliwości rozbudowy platformy transakcyjnej ofix.pl są nieograniczone. Codziennie, dzięki kontaktom z przedsiębiorcami zamawiającymi za pośrednictwem platformy, pojawiają się nowe pomysły, których często dostarczają właśnie partnerzy handlowi Biura Plus Lewandowski. – Dla nas najważniejsze jest, aby system rozwijał się wraz ze zmieniającymi się potrzebami jego użytkowników, jednocześnie zachowując swobodę pracy i intuicyjność obsługi. To właśnie partnerzy handlowi wskazali nam funkcjonalności, które powinien mieć system internetowy, z jakiego chcieliby korzystać na co dzień – mówi Monika Węclawiak.

Klienci mieli też swój udział przy testowaniu systemu oraz później, na etapie wdrożenia, gdy sugerowali, które z rozwiązań wymagają udoskonalenia lub rozwinięcia. Mimo że projekt został ukończony, w dalszym ciągu jest udoskonalany.



Dominik Lewandowski, właściciel firmy Biuro Plus Lewandowski:

Unia promuje nowoczesne technologie. My też na nie stawiamy. Zamierzamy rozwijać ofix.pl, angażując w ten proces tych, bez których nie miałby on sensu – jego użytkowników. Dla nas zakupy przez internet to już codzienność i takiego rozwiązania oczekiwali klienci. Część zaczęła współpracę z nami od razu, inni potrzebowali więcej czasu, aby sprawdzić ofix.pl i zmienić swoje dotychczasowe przyzwyczajenia. Wierzę, że zarówno dotychczasowi, jak i nowi partnerzy nie będą chcieli zamawiać w inny sposób.

Projekt: „Budowa platformy transakcyjnej do obsługi partnerów Biuro Plus Lewandowski Sp. j.”

Firma: Biuro Plus Lewandowski Sp. j., Suchy Las

Działanie: 8.2

Wartość projektu: 798,01 tys. zł

Dofinansowanie: 333,45 tys. zł

Termin realizacji: 5.01.2009 – 28.02.2010

Źródła:

- Teksty o projektach powstały na podstawie wywiadów z przedstawicielami przedsiębiorstw i organizacji.
- Program Operacyjny Innowacyjna Gospodarka, 2007-2013, Warszawa, 1 października 2007 r.
- „Szczegółowy opis priorytetów Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka, 2007-2013”, Warszawa, 2 września 2010 r.
- Strony internetowe PARP oraz Portal Innowacji

Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości (PARP) jest agencją rządową podlegającą Ministrowi właściwemu ds. gospodarki. Powstała na mocy ustawy z 9 listopada 2000 roku. Zadaniem Agencji jest zarządzanie funduszami z budżetu państwa i Unii Europejskiej, przeznaczonymi na wspieranie przedsiębiorczości i innowacyjności oraz rozwój zasobów ludzkich.

Celem działania Agencji jest realizacja programów rozwoju gospodarki wspierających działalność innowacyjną i badawczą małych i średnich przedsiębiorstw (MSP), rozwój regionalny, wzrost eksportu, rozwój zasobów ludzkich oraz wykorzystywanie nowych technologii.

W perspektywie finansowej obejmującej lata 2007-2013 Agencja jest odpowiedzialna za wdrażanie działań w ramach trzech programów operacyjnych **Innowacyjna Gospodarka, Kapitał Ludzki i Rozwój Polski Wschodniej**.

Jednym z priorytetów Agencji jest promowanie postaw innowacyjnych oraz zachęcanie przedsiębiorców do stosowania nowoczesnych technologii w swoich firmach. W tym celu Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości prowadzi portal internetowy poświęcony tematyce innowacyjnej www.pi.gov.pl, a także corocznie organizuje konkurs **Polski Produkt Przyszłości**. Przedstawiciele MSP mogą w ramach **Klubu Innowacyjnych Przedsiębiorstw** uczestniczyć w cyklicznych spotkaniach. Celem portalu edukacyjnego **Akademia PARP** (www.akademiaparp.gov.pl) jest upowszechnienie wśród mikro, małych i średnich firm dostępu do wiedzy biznesowej w formie e-learningu. W PARP działa ośrodek sieci **Enterprise Europe Network**, który oferuje przedsiębiorcom informacje z zakresu prawa Unii Europejskiej oraz zasad prowadzenia działalności gospodarczej na Wspólnym Rynku.

PARP jest inicjatorem utworzenia sieci regionalnych ośrodków wspierających MSP tj. **Krajowego Systemu Usług dla MSP, Krajowej Sieci Innowacji i Punktów Konsultacyjnych**. Instytucje te świadczą nieodpłatnie lub wg preferencyjnych stawek usługi z zakresu informacji, doradztwa, szkoleń oraz usługi finansowe. Partnerami regionalnymi PARP we wdrażaniu wybranych działań są **Regionalne Instytucje Finansujące (RIF)**.