

KLASTER DESIGNU, INNOWACJI I MODY

Jolanta Maria Kozak

Prezes TML

Prezes Klastra Designu Innowacji i Mody

INICJATORZY KLASTRA:



STOWARZYSZENIE
INICJATYW
SAMORZĄDOWYCH

TML
Towarzystwo Mediów Lokalnych

INICJATORZY KLASTRA DESIGNU, INNOWACJI I MODY



STOWARZYSZENIE
INICJATYW
SAMORZĄDOWYCH

INSTYTUCJA OKOŁOBIZNESOWA,

W ramach tworzonego klastra odpowiada za pozyskiwanie środków, analizy, działalność inwestycyjną, badawczo-rozwojową oraz doradztwo i szkolenia.

TML
Towarzystwo Mediów Lokalnych

ORGANIZACJA SFERY MEDIALNEJ,

W ramach klastra zajmuje się obszarem promocji i reklamy, działaniami PR-owymi, współpracą ze środowiskiem artystycznym oraz edukacyjnym.



IDEA UTWORZENIA KLASTRA DESIGNU, INNOWACJI I MODY

- **Naszą aspiracją jest stworzenie silnego, europejskiego centrum designu, innowacji i mody –**
- **przestrzeni, w której powstawać będzie oryginalne wzornictwo na potrzeby przemysłu, tworzone będą innowacyjne technologie, produkty i usługi.**
- **Tworzymy warunki organizacyjne, techniczne i finansowe dla rozwoju firm przynależących do klastra, tworzenia silnych marek, inkubowania nowych przedsiębiorstw, szkolenia i edukacji kadr oraz promocji talentów i innowacyjnych pomysłów.**



Tworzenie kooperacyjnych powiązań przedsiębiorstw to obecnie wiodący trend w gospodarce światowej. Umożliwia konsolidację sił, zwiększenie tempa rozwoju, wdrażanie innowacji, a tym samym stawienie czoła globalnej konkurencji.

Struktura klastrowa pozwala na wykorzystanie efektów skali i synergii, umożliwiającymi zmniejszenie bieżących kosztów działalności oraz realizację dużych przedsięwzięć: badawczo rozwojowych, inwestycyjnych czy wspierających eksport. Klaster to także możliwość realizacji wspólnych zleceń, zakupów i zamówień, negocjacji cen, lobbingu i oddziaływania na otoczenie.

PRZYKŁAD: wniosek inicjatorów Klastra o wpisanie rozwoju branży tekstylno-odzieżowej i szeroko pojętego designu do dokumentów strategicznych woj. lubelskiego oraz do priorytetów Programu Operacyjnego Woj. Lubelskiego na lata 2014-2020.



Porozumienie klastrowe zapewnia korzyści płynące ze współpracy międzysektorowej:

Zaangażowanie uczelni wyższych i ośrodków badawczych zapewni możliwość realizacji wspólnych badań, oraz opracowywania i wdrażania nowych innowacyjnych technologii czy rozwiązań.

Włączenie środowiska akademickiego, artystycznego oraz szkół zawodowych pozwoli na edukację specjalistycznych kadr oraz stworzenie przestrzeni twórczej dla rozwoju wzornictwa.

Wykorzystanie wiedzy instytucji okołobiznesowych pozwoli na strategiczne planowanie rozwoju, pozyskiwanie środków na realizację inwestycji czy podnoszenie kwalifikacji kadr.

Wsparcie ze strony samorządów i instytucji państwowych stwarza możliwość oddziaływania na politykę regionalną i krajową.



Przynależność do klastra to wymierne korzyści: dostęp do wiedzy, technologii, finansów czy wartości niematerialnych.

Porozumienie klastrowe może pozyskiwać dotację na zakup usług doradczych, działania promocyjne czy udział w targach, ale także na realizację inwestycji: zakup nieruchomości, technologii, maszyn, urządzeń, patentów, licencji, oprogramowania, środków transportu, specjalistycznych usług, budowę określonych obiektów czy realizację projektów badawczo-wdrożeniowych.

Ideę klastrowości bardzo silnie wspiera Unia Europejska przeznaczając na tworzenie i rozwój tego typu powiązań znaczące kwoty.

Już sama przynależność do branżowego klastra bardzo często pozwala uzyskać dodatkową punktację przy samodzielnym ubieganiu się o środki europejskie – a to oznacza większe szanse na pozyskanie dotacji!



STRUKTURA KLASTRA

DESIGNU, INNOWACJI I MODY

- **Naszym celem jest zbudowanie porozumienia przedsiębiorstw i instytucji tworzących łańcuch wzajemnych korzyści i współpracy.** W skład klastra wejdą podmioty, których oferta uzupełnia się, wzajemnie wzmacnia i może generować wartość dodaną.
-
- **Chcemy stworzyć atrakcyjną płaszczyznę dla współpracy** biznesu ze światem nauki, edukacji i sztuki, miejsce dla prowadzenia badań rozwojowych i wdrażania nowych technologii.



- **LIDER KLASTRA** – Stowarzyszenie „Klaster Designu, Innowacji i Mody”- organizuje pracę klastra, pozyskuje środki, prowadzi inwestycje i działania merytoryczne na rzecz uczestników porozumienia.
- **PRZEDSIĘBIORCY** – członkowie Stowarzyszenia (w pierwszej fazie przemysł tekstylny-odzieżowy i branże kreatywne)
- **INSTYTUCJE OKOŁOBIZNESOWE**
- **JEDNOSTKI NAUKOWO - BADAWCZE**
- **UCZELNIE WYŻSZE I SZKOŁY ZAWODOWE**
- **ORGANIZACJE BRANŻOWE,**
- **ARTYŚCI, PROJEKTANCI**
- **MEDIA**



CELE OPERACYJNE KLASTRA DESIGNU, INNOWACJI I MODY

- **Tworzenie warunków organizacyjnych, technicznych i finansowych dla rozwoju Klastra** - pozyskiwanie środków finansowych, partnerów prywatnych i instytucjonalnych, działania inwestycyjne, doradztwo i szkolenia
- **Tworzenie zaplecza edukacyjnego i artystycznego na potrzeby Klastra** - utworzenie nowych kierunku studiów, współpraca ze szkołami zawodowymi i artystycznymi, a także projektantami i artystami.
- **Wspieranie powstawania innowacyjnych produktów i usług** - transfer technologii, współpraca ze środowiskiem naukowo-badawczym, badania i analizy, rozwój współpracy międzynarodowej



CELE OPERACYJNE KLAISTRA DESIGNU, INNOWACJI I MODY

- **Promocja wykreowanych w ramach Klastra marek, produktów i usług** - zarówno w kraju jak i na arenie międzynarodowej: organizacja wystaw, pokazów, wydawanie publikacji, udział w targach, tworzenie serwisów internetowych i narzędzi ICT, własna telewizja internetowa i produkcje TV
- **Lobbing i działania PR-owe** – inicjowanie współpracy międzysektorowej, działania na rzecz umiejscowienia szeroko pojętego designu na listach priorytetowych obszarów gospodarki w dokumentach strategicznych i programach operacyjnych.
- **Zwiększanie konkurencyjności przedsiębiorstw – członków Klastra** poprzez praktyczne wdrożenia projektów z zakresu designu i innowacji: produktowej, organizacyjnej czy technologicznej.



DESIGN, INNOWACJA I MODA

Design jest powszechnie uznanym narzędziem rozwoju. Włączany jest w procesy innowacyjne. Wytycza on kierunki rozwoju oraz powstawania nowych produktów. Zapewnia przewagę konkurencyjną i pozwala osiągnąć wartości dodane. MODA JEST OBSZAREM DESIGNU.

KORZYŚCI DLA FIRMY Z WŁĄCZENIA DESIGNU DO PROCESU INNOWACJI:

- większe dochody ze sprzedaży produktów
- wzrost poziomu innowacyjności producenta
- powiększenie rynku, możliwość zajęcia pozycji lidera
- umocnienie własnej marki
- podniesienie jakości
- wzrost konkurencyjności
- rozwój własnej bazy B+R oraz możliwości projektowych



KLASTER DESIGNU, INNOWACJI I MODY



Zapraszamy do współpracy

