

ŁÓDŹ

KREUJE INNOWACJE

MAGAZYN INFORMACYJNY MIASTA ŁODZI

NR 5/2014

POMAGAMY WYNAŁAZCOM

ZIMOWY SEN NIE DLA BENEFICJENTÓW

PRODUKCJA ZOPTYMALIZOWANA

Z PREZESA MECENAS

AGENCJE Z POTENCJAŁEM

Ł _ P _ _ _ F

ŁÓDZKIE PRZYJAZNE FILMOWCOM
ŁÓDŹ FILM COMMISSION

ŁÓDZKIE TU SIĘ KREĆCI

 ŁÓDŹ
FILM COMMISSION

WWW.LODZFILMCOMMISSION.PL

Fotos z filmu „Ida”, reż. Paweł Pawlikowski



UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI FUNDUSZ
ROZWOJU REGIONALNEGO



Fundusze Europejskie dla rozwoju regionu łódzkiego. Projekt współfinansowany przez Unię Europejską z Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego



ANNA KRAWCZYK,
REDAKTOR
NACZELNA

Today my dreams come true – brzmiął napis na transparencie fana Kylie Minogue, który został zaproszony przez piosenkarkę na scenę. A działo się to w łódzkiej Atlas Arenie podczas koncertu gwiazdy.

Przed nami kolejna perspektywa unijna. Postanowiliśmy więc sprawdzić, ilu przedsiębiorcom spełnią się ich marzenia. Maciej Kokotek, szef Centrum Obsługi Przedsiębiorcy już teraz zachęca beneficjentów do aktywności i zapoznania się z założeniami programu regionalnego. Do wydatkowania jest kwota około 370 mln euro – czyli znacznie więcej niż w mijającej właśnie perspektywie unijnej. Najbliższe konkursy zostaną ogłoszone już w pierwszej połowie 2015 roku.

Na wsparcie w pierwszej kolejności mogą liczyć przedsiębiorcy działający w obszarach regionalnych specjalizacji województwa łódzkiego, a są to: farmacja, kosmetyka, medycyna, zaawansowane materiały budowlane, przemysł rolno-spożywczy, technologia IT i komunikacja, włókiennictwo, wzornictwo oraz moda. Trzema ostatnimi branżami postanowiliśmy zająć się w tym wydaniu „Łódź Kreuje Innowacje”. Sprawdzamy, czy niegdysiejszy sen o Łodzi jako ziemi obiecanej ma szansę ziścić się ponownie. Zdaniem prof. Józefa Masajtisa, dziekana Wydziału Technologii Materiałowych i Wzornictwa Tekstyliów na Politechnice Łódzkiej – jak najbardziej. W Europie brakuje co najmniej 500 inżynierów włókienników. Podążając za tymi potrzebami, na Politechnice została uruchomiona specjalność wzornictwo. Kierunek ten obejmuje: architekturę tekstyliów, architekturę ubioru oraz – coraz bardziej rozwijaną i cenioną na świecie – komunikację wizualną.

Nie brakuje też komercjalizacji badań, czego wynikiem jest innowacyjny projekt naturalnych wybarwień ekstraktami otrzymanymi z ziół realizowany przez Politechnikę Łódzką, Instytut Włókien Naturalnych i Roślin Zielarskich w Poznaniu oraz łódzką spółkę Marko-Kolor. Ta ostatnia, wobec narastającej konkurencji i napływu tanich materiałów z krajów azjatyckich, jest zmuszona cały czas poszukiwać swojej niszy.

Powróćmy jeszcze na chwilę do Łodzi historycznej. Na przelocie XIX i XX wieku nad miastem górowały dziesiątki kominów fabryk włókienniczych. Dziś część z nich została przekształcona w ośrodki kulturalne. Jednym z nich jest Widzewska Manufaktura. Wi-Ma to strefa działań alternatywnych w pofabrycznej przestrzeni. Przy alei Piłsudskiego 135 mają swoje siedziby artyści i przedsiębiorcy. Należą do nich m.in. projektantka mody i malarka Aleksandra Kmieciak oraz kultowa marka Pan Tu Nie Stał.

Zdjęcie: Paweł Ławreszuk

WYDAWCA

Urząd Miasta Łodzi
 Departament Architektury i Rozwoju
 Biuro Rozwoju Przedsiębiorczości i Miejsc Pracy
 al. Politechniki 32, 93-590 Łódź
 T. + 48 42 638 47 00
 E. biuro.rozwoju@uml.lodz.pl



REALIZACJA

INFRAMEDIA Anna Krawczyk

inframedia

ul. Balonowa 21/3, 02-635 Warszawa
 T. + 48 22 856 45 00
 F + 48 22 270 20 55
 E. biuro@inframedia.pl
 www.inframedia.pl

REDAKTOR NACZELNA

Anna Krawczyk
 a.krawczyk@inframedia.pl

SEKRETARZ REDAKCJI

Ewa Popławska

REDAKTOR

Jarosław Zaradkiewicz
 j.zaradkiewicz@inframedia.pl

REDAKCJA I KOREKTA

Anna Lisiecka

TŁUMACZE

Marta Kaczyńska
 Piotr Szlaużys

FOTOGRAF

Paweł Ławreszuk

PROJEKT GRAFICZNY I SKŁAD

Joanna Białecka-Rybacka

ZDJĘCIE NA OKŁADCE

Paweł Ławreszuk

Nakład
 1500 egz.

Niniejsza publikacja nie może być przekazywana w jakiegokolwiek formie, w całości lub w części bez uprzedniej zgody wydawnictwa Inframedia. Dołożono największej staranności w publikację tego magazynu. Wydawnictwo Inframedia nie ponosi odpowiedzialności za dokładność informacji ani za jakiegokolwiek konsekwencje z niej wynikające.

6



8

SPIS TREŚCI

WYWIAD

- 6 Zimowy sen nie dla beneficjentów**
 – Na cele tematyczne planowane przez nas do wdrażania przewidziano około 370 mln euro – mówi **Maciej Kokotek**, dyrektor Centrum Obsługi Przedsiębiorcy w Łodzi

NAUKA

- 8 Włókna i biopolimery**
 Instytut Biopolimerów i Włókien Chemicznych funkcjonuje od ponad 60 lat. Tutejsi naukowcy znaleźli swoje miejsce na styku badań i przemysłu
- 10 Pomagamy wynalazcom**
 – W Europie brakuje co najmniej 500 inżynierów włókienników, dlatego nasi absolwenci nie mają problemu ze znalezieniem pracy – mówi **prof. dr hab. Józef Masajtis**, dziekan Wydziału Technologii Materiałowych i Wzornictwa Tekstyliów na Politechnice Łódzkiej
- 12 Wypowiedź prof. dr hab. inż. Izabelli Krucińskiej**, prodziekan ds. nauki, kierownik Katedry Materiałoznawstwa, Towaroznawstwa i Metrologii Włókienniczej



Projekt współfinansowany przez Unię Europejską z Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego Fundusze Europejskie dla rozwoju regionu łódzkiego



GOSPODARKA

14 Znaleźć niszę

– Działamy już 22 lata, od 1992 roku. Zajmujemy się wykańczalnictwem dzianin i tkanin – mówią **Longin Frączkiewicz** i **Wiesław Gajda**, współwłaściciele firmy Marko-Kolor

16 Produkcja zoptymalizowana

Indesit Manufacturing Excellence (IME) to system zarządzania oparty na standardach optymalizacji procesów produkcyjnych oraz na zasadach szczupłego zarządzania

18 Biuro staje się smart

Mikomax Smart Office pokazuje, że o przestrzeni biurowej należy myśleć jako o jednym ze strategicznych obszarów zarządzania całym przedsiębiorstwem

20 Łódź przyjazna inwestycjom

– Dostrzegam potencjał inwestycyjny tego miejsca, realizowane zamierzenia infrastrukturalne oraz to, że Łódź jest miejscem przyjaznym do prowadzenia biznesu – mówi **Krzysztof Apostolidis**, prezes Fabryki Biznesu, inwestor Centrum Sukcesja w Łodzi

PRZEMYSŁY KREATYWNE

22 Z prezesa mecenas

Widzewska Manufaktura to strefa działań alternatywnych w pofabrycznej przestrzeni

28 Pan Tu Nie Stał

Zaczął się od bloga. Osiem lat temu właściciele PPHU Pan Tu Nie Stał – **Justyna Burzyńska** i **Maciek Lebedowicz** zaczęli opisywać swoje zbiory artykułów z minionych dekad

29 Kobieta symetryczna

Prostota, geometria i wygoda to podstawowe wartości, które charakteryzują kolekcje **Aleksandry Kmiecik**

30 Agencje z potencjałem

Po cichu i bez rozgłosu łódzka kracja rozpyływa się po całej Polsce i nie tylko

34 Sztuka na cmentarzu

Jako projektanci z Łodzi postanowiliśmy wykreować w tym mieście nową, lepszą rzeczywistość. Na pierwszy ogień poszedł obszar zaniedbany i zapomniany przez środowisko projektowe: cmentarze – mówią założyciele Kontrastowo.pl

FELIETON

21 Kręgosłup w stresie

TURYSTYKA

36 Miasto kominów

38 KALENDARIUM



O tym, co zmienia się w nowej perspektywie finansowej Unii Europejskiej, kto może liczyć na wsparcie oraz dlaczego warto nie przespać zimy, z Maciejem Kokotkiem, dyrektorem Centrum Obsługi Przedsiębiorcy w Łodzi, rozmawia Anna Krawczyk.



Zimowy sen nie dla beneficjentów

Przed nami nowa perspektywa budżetowania środków Unii Europejskiej. Jakie są największe dla Państwa wyzwania?

Wszystko, co wiąże się z tą perspektywą, stanowi duże wyzwanie. Środków, którymi będzie zawiadywało Centrum Obsługi Przedsiębiorcy, będzie znacznie więcej niż poprzednio. Na cele tematyczne planowane przez nas do wdrażania przewidziano około 370 mln euro. To ogromny kawałek z tortu, jakim jest całe wsparcie unijne na lata 2014–2020, i wielka odpowiedzialność. Wyzwań jest wiele i do końca nie jesteśmy w stanie sobie ich uświadomić ani przewidzieć. Ważną kwestią jest wyciągnięcie wniosków z doświadczeń płynących z poprzedniej perspektywy.

Co jest obecnie, także w kontekście tych doświadczeń, najważniejszym zadaniem Centrum Obsługi Przedsiębiorcy? Nad czym teraz pracujecie?

Głównym celem naszego działania jest stworzenie oferty dla przyszłych wnioskujących tak sprofilowanej, aby jednocześnie wpisywała się w oczekiwania i wymagania Komisji Europejskiej i – co jeszcze istotniejsze – odpowiadała na zdiagnozowane potrzeby regionalne. Prace nad takim

ułożeniem programu regionalnego trwają już od wielu miesięcy. Ostatnia wersja programu, która podlega jeszcze negocjacjom z Komisją Europejską, jest dostępna w internecie (www.rpo.lodzkie.pl). Wydaje mi się, że zbliżamy się już do tego oczekiwanego celu, a mianowicie do takiego skonstruowania programu, aby fundusze, o których powiedziałem, skonsumować w sposób właściwy i najbardziej efektywny.

Co zmieni się w perspektywie finansowej na lata 2014–2020 z punktu widzenia przedsiębiorców?

Dokładamy wszelkich starań, aby wyjść naprzeciw oczekiwaniom przedsiębiorców, którzy zmagają się z wszechobecną biurokracją, i tam, gdzie można, poluzować postronki. Chcemy, aby wymogi aplikacyjne były jak najmniej sformalizowane. Przedsiębiorcy muszą mieć jednak świadomość, że w przypadku środków unijnych, czyli wsparcia publicznego, wniosek nigdy nie będzie jednostronicowym podaniem o dotacje. Będzie się wiązał z bardziej skomplikowanym procesem i obszerniejszą dokumentacją, ale staramy się, aby jak najłatwiej było aplikować o oferowane przez nas wsparcie.

Na czym będą polegały ułatwienia?

Zamierzamy szerzej opisywać sfery, w których przedsiębiorcy odczuwali trudności w zdobywaniu wiedzy. Trzeba było jej poszukiwać w różnego rodzaju dokumentach programowych, rozporządzeniach i procedurach. Myślę, że zebranie tego w jednym miejscu, czy to w regulaminie konkursu, czy w wytycznych lub zasadach na poziomie horyzontalnym i regionalnym, będzie dobrym rozwiązaniem.

Co zmienia się w działalności Centrum?

W ramach działań Centrum w nowej perspektywie finansowej planuje się wdrażanie nie jednej, a dwóch osi priorytetowych, a więc wsparcie kierunkowe dla przedsiębiorstw będzie rozбите na dwa priorytety. Te priorytety będą kompatybilne z dwoma celami tematycznymi.

Proszę zdradzić, jakie to będą priorytety.

Pierwszy priorytet będzie związany z badaniami, rozwojem i komercjalizacją wiedzy. W dużej mierze będą to fundusze na infrastrukturę badawczo-rozwojową, czyli wsparcie dla instytucji naukowych, uczelni wyższych, a także promowanie inwestycji przedsiębiorstw w badania i innowacje, współpraca pomiędzy sferą nauki i biznesu, inwestycje proinnowacyjne, transfer technologii, podniesienie kultury innowacyjnej przedsiębiorstw. Tych elementów będziemy oczekiwać w składanych do nas aplikacjach. Bardzo mocny nacisk zostanie położony na funkcjonowanie branż zdiagnozowanych w regionalnych specjalizacjach, wynikających z Regionalnej Strategii Innowacji LORIS 2030. Są to np.: farmacja, kosmetyka, medycyna, zaawansowane materiały budowlane, technologia IT i komunikacja, włókiennictwo, wzornictwo, moda oraz przemysł rolno-spożywczy.

Czy będzie również udzielane wsparcie na zakup urządzeń i modernizację zakładów, które poprzednio cieszyło się dużym zainteresowaniem?

Drugi cel tematyczny to innowacyjna i konkurencyjna gospodarka, jest on nakierowany na ułatwienie przedsiębiorcom dostępu do wiedzy na temat rynku i innowacyjności. Będzie to element bliski wsparciu, które oferowaliśmy do tej pory, związany z bezpośrednim inwestowaniem w przedsiębiorstwach. To kierunek najbardziej oczekiwany. Przedsiębiorcy w minionym okresie programowania uzyskiwali wsparcie na zakup sprzętu, wyposażenia, modernizację zakładów pracy, przebudowę hal produkcyjnych, wprowadzanie innowacyjności produktowej, procesowej, organizacyjnej. Taki element będzie także obecny w nowym programie.

Środków, którymi będzie zawiadywało Centrum Obsługi Przedsiębiorcy, będzie znacznie więcej niż poprzednio. Na cele tematyczne planowane przez nas do wdrażania przewidziano około 370 mln euro

Na co mogą liczyć młode firmy i instytucje działające na rzecz przedsiębiorców?

Będzie wsparcie dla start-upów, instytucji otoczenia biznesu, dla inkubatorów przedsiębiorczości, także dla tych, które wywodzą

się ze środowiska akademickiego. Jednak w przypadku tychże podmiotów będzie mniej funduszy na zakup sprzętu i wyposażenia, a więcej na specjalistyczne doradztwo i usługi na rzecz przedsiębiorstw: w celu tworzenia nowych przedsiębiorstw oraz opracowywania strategii proinnowacyjnych i prorozwojowych. W tym obszarze zawiera się również internacjonalizacja działalności gospodarczej, pokazywanie przedsiębiorcom nowych modeli biznesowych, opracowywanie planów ekspansji na rynki zagraniczne i wsparcie dla samorządów umożliwiające zagospodarowanie terenów inwestycyjnych w celu przyciągnięcia inwestorów.

Kiedy można spodziewać się pierwszych konkursów?

Jestem bardzo ostrożny z podaniem konkretnej daty. Regionalny Program Operacyjny nie został jeszcze podpisany. Muszą powstać dokumenty operacyjne, zasady wyboru projektów, kwalifikalności wydatków, procedury odwoławcze i wiele innych. Na początku przyszłego roku będę mógł z większą pewnością stwierdzić, czy uda nam się ogłosić konkursy w pierwszym kwartale 2015 roku. Wszyscy dokładamy starań, aby ten proces maksymalnie przyspieszyć.

Stąd wnioszek, że przyszli beneficjenci nie mogą przespać zimy. Jak należy się przygotować do absorpcji unijnych funduszy?

Na miejscu wszystkich przedsiębiorców oraz innych potencjalnych beneficjentów RPO WŁ na lata 2014-2020 analizowaliśmy możliwości, jakie stwarza im program w obecnej, jeszcze niezatwierdzonej wersji. Nie podejrzewam, żeby ostateczny kształt mocno odbiegał od tego, co już jest na stole. W następnej kolejności analizowaliśmy wnikliwie własne potrzeby inwestycyjne i prorozwojowe. To widać, kiedy aplikacja jest przemyślana, oparta na faktycznych i zdiagnozowanych potrzebach – wtedy cała idea uzasadnienia, argumentacji danego procesu projektowego jest spójna. Taka aplikacja po uzyskaniu dofinansowania stwarza mniej problemów na etapie realizacji. Nasze doświadczenia pokazują, że w przeszłości projekty były w wielu przypadkach przeczacowane, następowały całe cykle zmian i często pojawiały się wątpliwości, czy były one faktycznie przemyślane.

Dziękuję za rozmowę.

Włókna i biopolimery

Przyszłością wielu dziedzin gospodarki są biopolimery i włókna chemiczne. Mogą być one stosowane w różnych sektorach – od chemicznego i biotechnologicznego przez włókienniczy i celulozowo-papierniczy aż po spożywczy i medyczny.

Instytut Biopolimerów i Włókien Chemicznych funkcjonuje od ponad 60 lat. Tutejsi naukowcy znaleźli swoje miejsce na styku badań i przemysłu. W ciągu ostatnich 20 lat prowadzili liczne prace badawcze finansowane z funduszy Unii Europejskiej. Instytut uczestniczył lub ciągle uczestniczy w blisko 150 projektach badawczych.

Z HISTORIĄ W PRZYSZŁOŚĆ

Historia Instytutu Biopolimerów i Włókien Chemicznych sięga lat 50. XX wieku. Obecną nazwę otrzymał w 2006

roku, a rok później nastąpiła konsolidacja z Instytutem Celulozowo-Papierniczym. Obie jednostki działały wcześniej na terenie Łodzi jako instytuty badawcze, których ponad 40-letnie istnienie spletało się z polskim przemysłem włókien chemicznych i z przemysłem celulozowo-papierniczym. Dla tych gałęzi gospodarki były one zapleczem rozwoju nowych technologii i produktów.

Burzliwe zmiany rozpoczęły się z początkiem lat 90., gdy gospodarka kraju przeszła transformację z systemu centralnego do gospodarki rynkowej, co wiązało się z koniecznością radykalnych zmian w jednostkach badawczych. Instytut wyszedł zwycięsko z tego starcia z ówczesną rzeczywistością. Dziś ma ugruntowaną, stabilną pozycję na rynku nauki dzięki wieloletniemu kreowaniu nowego wizerunku jednostki, której profil działalności wpisuje się w najnowsze trendy naukowo-badawcze.

Obecnie prowadzone prace badawczo-rozwojowe ukierunkowane są m.in. na potrzeby: przemysłu chemicznego (synteza polimerów), producentów wyrobów medycznych (funkcjonalne materiały opatrunkowe, resorbowalne implanty i uszczelnienia naczyń krwionośnych), rolnictwa (ekologiczne środki do pielęgnacji i ochrony roślin oraz biodegradowalne agrowłókniny), producentów technicznych wyrobów włókienniczych (włókna i włókniny specjalne i kompozytowe) oraz przetwórstwa tworzyw polimerowych i ochrony środowiska.

Z roku na rok Instytut umacnia swoją pozycję w Europejskiej Przestrzeni Badawczej, uczestnicząc w wielu międzynarodowych projektach badawczych i wdrożeniowych. Instytut jest członkiem założycielem Organizacji Naukowej EPNOE z siedzibą w Paryżu, zajmującej się technologiami w obszarze polisacharydów i dziedzin pokrewnych.

W kraju Instytut aktywnie uczestniczy w strategicznych projektach badawczych programu Innowacyjna Gospodarka, których celem jest opracowanie oferty technologicznej dla polskich podmiotów gospodarczych.

Instytut jest pomysłodawcą oraz inicjatorem – wraz z dwoma instytutami chemicznymi (Instytut Ciężkiej Syntezy



Promocja wyników projektów POIG

Organicznej, Instytut Chemii Przemysłowej) – utworzenia Ponadregionalnego Centrum Naukowo-Przemysłowego (Bio)-Polimery-Materiały-Technologie dla Gospodarki (POLINTEGRA). Inicjatywa ta ma na celu wzmocnienie więzi kooperacyjnych między jednostkami naukowymi a przemysłem.

BADANIA UNIJNE

W ramach unijnego Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka Instytut realizuje badania nad kluczowym projektem „Biodegradowalne wyroby włókniste BIOGRATEX”. Dzięki tym badaniom mają powstać nowe rozwiązania technologiczne i opracowanie szerokiej gamy wyrobów włókienniczych z polimerów biodegradowalnych. Realizacja projektu ma przyczynić się do poprawy jakości życia społeczeństwa w zakresie ochrony zdrowia, higieny i bezpieczeństwa pracy oraz rozwoju ekologicznego rolnictwa poprzez produkcję zaawansowanych wyrobów przyjaznych dla środowiska w pełnym cyklu życia produktów.

Łódzki instytut był koordynatorem projektu Foresight „Nowoczesne technologie dla włókiennictwa. Szansa dla Polski”, którego misją było opracowanie wizji i strategii rozwoju technologicznego włókiennictwa do roku 2020. Naukowcy stworzyli wizję rozwoju oraz zbudowali scenariusze zmian technologicznych dla przemysłu włókienniczego w Polsce, a także zweryfikowali i rozbudowali strategiczny program badawczy. Celem projektu było



Biodegradowalne materiały polimerowe

też określenie czynników determinujących wzrost skali wykorzystania nowoczesnych rozwiązań oraz opracowanie założeń dla polityki innowacyjnej w zakresie kierunków wsparcia dla krajowego włókiennictwa.

W Instytucie realizowano także dwa unijne projekty strategiczne: „Technologia otrzymywania biodegradowalnych poliesterów z wykorzystaniem surowców odnawialnych” oraz „Zastosowanie biomasy do wytwarzania polimerowych materiałów przyjaznych środowisku”.

TECHNOLOGIE PRZYSZŁOŚCI

W Instytucie Biopolimerów i Włókien Chemicznych mieści się wiele zespołów badawczych i laboratoriów, z których pięć zostało uznanych przez Polskie Centrum Akredytacji. Laboratorium Biodegradacji prowadzi badania oceny podatności materiałów polimerowych, biomasy i wyrobów włókienniczych na rozkład biologiczny wywołany przez mikroorganizmy występujące w środowisku naturalnym. Laboratorium Metrologiczne świadczy usługi w zakresie badań włókien, nitek, tekstyliów i wyrobów medycznych. Laboratorium Mikrobiologiczne jest unikalne w skali kraju i zajmuje się oceną mikrobiologiczną włókien i tekstyliów. Laboratorium Jakości Papieru oferuje z kolei usługi w zakresie badania papieru, tektury, mas włóknistych i środków pomocniczych, stosowanych w przemyśle celulozowo-papierniczym. Laboratorium Ochrony Środowiska natomiast prowadzi prace naukowo-badawcze oraz usługi pomiarowe i analityczne z dziedziny ochrony środowiska (monitoring emisji zanieczyszczeń), a także działalność ekspercką i konsultingową oraz seminaryjną i szkoleniową.

Certyfikację Polskiego Centrum Akredytacji posiada także Zakład Certyfikacji Wyrobów Papierniczych, który jest bezstronną i niezależną jednostką, certyfikującą wyroby papiernicze. Działalność tego zakładu nadzoruje rada zarządzająca, w skład której wchodzi przedstawiciele wszystkich stron zainteresowanych procesem certyfikacji wyrobów, czyli: producentów, klientów i jednostek oceniających.

W ramach Instytutu funkcjonuje także Laboratorium Fizykochemiczne oraz Zespoły: Włókien z Polimerów Naturalnych, Formowania Włókien Syntetycznych, Włókien Specjalnych, Syntezy Polimerów, Biotechnologii Polimerów i Włókien, Biomateriałów, Kompozytów Keratynowych, Celulozownictwa oraz Zakład Doświadczalno-Produkcyjny.

Tak bogata baza naukowo-badawcza pozwala prowadzić w Łodzi badania nad modyfikacją, przetwórstwem oraz zastosowaniem biopolimerów, a także nad zastosowaniem biomateriałów w medycynie, weterynarii, higienie oraz rolnictwie. Dzięki doświadczeniom wyniesionym z Instytutu Celulozowo-Papierniczego badane są tutaj również nowe techniki i technologie celulozowo-papiernicze oraz technologie ochrony środowiska stosowane w tym przemyśle.

Pomagamy wynalazcom

Rozmowa z prof. dr. hab. Józefem Masajtisem, dziekanem Wydziału Technologii Materiałowych i Wzornictwa Tekstyliów na Politechnice Łódzkiej.

Panie Profesorze, Łódź jest postrzegana jako kolebka przemysłu włókienniczego. W jakiej jest on obecnie kondycji?

Region łódzki kojarzy się z „Ziemią obiecaną”, co świadczy o tym, że artyści mają duży wpływ na nasze życie i emocje. Reymont temat spopularyzował, a Wajda jeszcze bardziej podkreślił. Obraz Wajdy jest włókienniczy, hałaśliwy. Zadymione hale fabryczne z oparami wprowadzają nas w nastrój tamtego starego włókiennictwa. Starego, ale nie najstarszego. Wcześniejsze włókiennictwo to była sztuka, wytwarzano wtedy kobierce, arrasy, które dostawali królowie. Artyści byli proszeni, aby tworzyć środowisko rajy dla tych najwyżej stojących i stąd właśnie brały się te piękne motywy zdobnicze. W czasach rewolucji przemysłowej wszystko przyspieszyło i wartość tych towarów zmalała, gdyż były one masowo produkowane. Czy teraz mamy ziemię obiecaną, służącą ludziom w naszym regionie? Jako włókiennik twierdzę, że można zacząć mówić o ziemi obiecanej 2.

Czyli trwa odrodzenie?

Tak. Był piękny czas, który Reymont opisywał. Później, po II wojnie światowej, do końca lat 80., w regionie łódzkim nastąpił rozwój włókiennictwa. Następnie było tąpnięcie i zapaść ze względu na zamknięcie dużych rynków wschodnich. Dzisiaj obserwujemy sytuację, gdy włókiennicy się pozbierali i zaczęli tworzyć nowe włókiennictwo. Są to innowacyjne tekstylia, które pełnią nowe funkcje, zwiększają komfort życia.

Region łódzki kojarzy się z „Ziemią obiecaną”, co świadczy o tym, że artyści mają duży wpływ na nasze życie i emocje



Nabierają one nowej wartości, a ich użyteczność rośnie. Dlatego właśnie można mówić o nowoczesnej ziemi obiecanej.

Wydział, którym Pan kieruje, ma ponad 50 lat. Jakie zaszły na nim zmiany i jak widzi Pan jego przyszłość?

Mam kontakt z wydziałem od 1963 roku, kiedy zdawałem tutaj na studia. Wówczas rekrutacja obejmowała około 350 osób. Były to dobre czasy dla włókiennictwa, które wciąż się rozwijało. Od tamtego czasu na wydziale powstały nowe kierunki studiów. Oprócz włókiennictwa, w 1992 roku utworzyliśmy specjalność architektura tekstyliów, która później przерodziła się w kierunek z elementami artystycznymi, czyli wzornictwo inżynierskie. Studenci otrzymują licencjat, a później tytuł magistra sztuki. Ten kierunek cieszy się dużym powodzeniem i do dziś się rozwija. W tej chwili na wzornictwie są: architektura tekstyliów, architektura ubioru oraz komunikacja wizualna. To taka dziedzina, której do tej pory nie mieliśmy, a jest coraz bardziej rozwijana i ceniona na świecie. W ramach wzornictwa kształcimy też projektantów, z bogatszą ofertą przedmiotów technicznych niż na ASP. Wprowadzone zostały trzy kolejne kierunki studiów: inżynieria materiałowa, edukacja techniczno-informatyczna oraz inżynieria bezpieczeństwa pracy. W ten sposób poszerzyły się nasze możliwości.

Jeśli chodzi o przyszłość, to obserwujemy pojawiające się zmiany i potrzeby. Obecnie przygotowujemy kierunek wzornictwa przemysłowego

o charakterze inżyniersko-artystycznym. W tej chwili trzeba być wrażliwym i spostrzegawczym, by rozumieć nowe pokolenia oraz proponować kierunki, które będą im potrzebne.

W 1992 roku utworzyliśmy specjalność architektura tekstyliów, która później przerodziła się w kierunek z elementami artystycznymi, czyli wzornictwo

pieniądze pochodzą ze sprzedaży badań. Obecnie zmierzamy do tego, żeby wszystkie badania, jakie robimy, prowadziły do atrakcyjnych, zaskakujących, pomocnych

człowiekowi propozycji, czyli mówimy o projektowaniu wyspecjalizowanym.

A jak układa się współpraca z biznesem? Macie już na swoim koncie pierwsze sukcesy. Jak to się stało, że rozpoczęła się komercjalizacja?

Specjaliści od rozwoju cywilizacyjnego ludzkości zaproponowali podział na trzy epoki: do XVIII wieku agrarną, która trwała tysiące lat; od końca XVIII wieku rewolucję przemysłową trwającą około dwóch wieków; parędziesiąt lat temu weszliśmy zaś w epokę twórców i wynalazców. Z czasem zaczynamy rozumieć, że nie wolno zostawiać samym sobie wynalazców, którzy nie są specjalistami od ekonomii, zarządzania. Obecnie panuje na świecie przekonanie, że innowatorzy są największym kapitałem każdego kraju i trzeba im pomagać. Oni mają otwarty umysł i masę pomysłów. Komercjalizacja jest jedną z form pomagania wynalazcom. We włókiennictwie 30 lat temu panowała zasada, że to zakłady pracy miały pieniądze na naukę i musiały je wydać, były więc w kontakcie z uczelniami. Wówczas fundusze były nakierowane na pomoc przemysłowi. W czasach zapaści pojawił się problem. W tej chwili czas jest zupełnie inny. Teraz

Jak to jest w praktyce? Czy poszukują Państwo firm, które na zasadzie licencji będą wykorzystywały Wasze badania?

Mamy to już sformalizowane dzięki Centrum Transferu Technologii. Jesteśmy pierwszą uczelnią w Polsce, która wprowadziła taki ośrodek. I to jest droga, którą wędrują innowacje. CTT to spółka, która ma pomagać wynalazcom i twórcom. Na Politechnice trzy wydziały są najbardziej zaangażowane w transfer technologii: Chemiczny, Elektrotechniki, Elektroniki, Informatyki i Automatyki oraz nasz. Jeżeli wynalazca coś proponuje, to można to skomercjalizować na trzy sposoby: sprzedać; sprzedać tylko licencję; wykorzystać jako aport do spółki spin off. Bałbym się oceniać, który z tych sposobów jest wiodący, bo wybiera się w zależności od sytuacji.

Tradycja współpracy z biznesem na Pana wydziale jest bardzo długa. Czy biznes zwraca się do Państwa



Zajęcia z malarstwa w Zakładzie Sztuk Wizualnych



Prof. dr hab. inż. Izabella Krucińska, prodziekan ds. nauki, kierownik Katedry Materiałoznawstwa, Towaroznawstwa i Metrologii Włókienniczej

W czasie egzaminu magisterskiego często dowiadujemy się od naszych absolwentów, że już pracują. Jedna ze studentek zaskoczyła mnie tym, że została zatrudniona w firmie w Holandii. Niedawno uczestniczyłam w spotkaniu partnerów PLUSTEX. Jest to projekt realizowany przez Unię Europejską celem wskazania dobrych praktyk w tych regionach, które związane są z włókiennictwem. To, co tam podkreślano, to zanik umiejętności i wiedzy z zakresu inżynierii. Mniejszy problem jest jeśli chodzi o wzornictwo, bo to kierunek popularny i studentów nie brakuje. Natomiast gdy chodzi o aspekt techniczny, to Europa cierpi na brak inżynierów i to jest podstawowa bariera dalszego

rozwoju wysokospecjalistycznych wyrobów tekstylnych. Nie mówimy o masowej produkcji, bo ona wyemigrowała w inne obszary świata. Mówimy o niszowych produktach wysokospecjalistycznych, takich jak środki ochrony osobistej, wyroby medyczne, wyroby dla transportu, dla ochrony środowiska, gdzie używa się włókien. W tej chwili stowarzyszenie uczelni technicznych AUTEX organizuje drugi stopień specjalistycznych studiów europejskich z włókiennictwa. Każdy semestr organizowany jest w innym kraju, a w wykładach uczestniczą profesorowie z całej Europy. To trochę ratuje sytuację, ale w dalszym ciągu brakuje nam studentów na włókiennictwie i wyspecjalizowanych w technologiach inżynierów.



Badanie właściwości użytkowych odzieży ochronnej dla strażaków przy użyciu manekina termicznego

ze swoimi potrzebami, czy Wy poszukujecie odbiorców? Czy odbywa się to tylko przez CTT? Mamy różne formy współpracy z biznesem. Był taki moment, gdy przemysł potrzebował ekspertyz, ocen związanych z rozwojem produkcji. Wtedy prowadziliśmy działania usługowe, ale nie tylko. Było tak, że biznes do nas przychodził ze swoimi potrzebami, jak choćby z kwestiami dotyczącymi technologii produkcji rękawików z włókien wiskozy bambusowej. W międzyczasie zawiązywaliśmy różnego rodzaju konsorcja we współpracy z innymi jednostkami i zaczęły się tworzyć coraz lepiej znające się grupy. Wówczas trudno odpowiedzieć, kto do kogo przychodzi. Często bowiem jest to efekt kuluarowych rozmów. Jeśli wpada nam do głowy świetny pomysł, to trzeba wiedzieć, z kim rozmawiać.

W Europie brakuje co najmniej 500 inżynierów włókienników, dlatego nasi absolwenci nie mają problemu ze znalezieniem pracy. Wielu z nich podejmuje pracę jeszcze na studiach

Bardzo ważnym przedmiotem prac, które w Katedrze Materiałoznawstwa, Towaroznawstwa i Metrologii Włókienniczej realizuje dr hab. Krystyna Pietrucha, są nowatorskie, interdyscyplinarne badania z zakresu inżynierii tkankowej biomateriałów, głównie w aspekcie regeneracji centralnego układu nerwowego (CNS), czyli rdzenia kręgowego i mózgu. Jak wiadomo, CNS jest najważniejszym z anatomicznych układów człowieka. Urazy rdzenia kręgowego/mózgu najczęściej dotyczą ludzi młodych i są przyczyną poważnego, zwykle nieodwracalnego kalectwa (całkowity lub częściowy paraliż, padaczka, upośledzenie mowy, słuchu i innych funkcji fizjologicznych organizmu). Do tej pory brak jest w pełni skutecznych metod klinicznego leczenia urazów CNS.

Podjęte bardzo złożone badania realizowane są w ramach dwóch projektów naukowo-badawczych. Pierwszy finansowany jest przez Narodowe Centrum Nauki w Krakowie (Grant Nr DEC-2011/03/B/ST8/05867), a drugi przez Wrocławskie Centrum Badań EIT+ w ramach projektu badawczego „Biotechnologie i zaawansowane technologie medyczne BioMed” Zadanie 5.4 (Program Operacyjny Innowacyjna Gospodarka). W badaniach biorą również udział naukowcy reprezentujący różne dyscypliny, zarówno z Polski, jak i z zagranicy: Instytut Medycyny Doświadczalnej i Klinicznej im. M. Mossakowskiego PAN z Warszawy (IMDiK), Uniwersytet Medyczny w Łodzi (UM), Instytut Centrum Zdrowia Matki Polki w Łodzi (ICZMP), Institut für Neuropathologie Universitätsklinikum Aachen z Niemiec (INUA).

W ramach realizowanych prac Krystyna Pietrucha zbadała mechanizm i kinetykę reakcji syntezy oraz skonstruowała multikompozytowe, trójwymiarowe (3D) rusztowania (scaffolds) ze zmodyfikowanego kolagenu (białko organizmu) lub kompozytów kolagenu z innymi polimerami naturalnymi. Rusztowania te stwarzają odpowiednie

mikrośrodowisko i architekturę przypominające naturalną niszę dla hodowli komórek macierzystych i umożliwiając ich różnicowanie w kierunku uzyskania funkcjonalnej tkanki nerwowej. Badania neurobiologiczne przeprowadzone pod kierunkiem prof. Leonory Bużańskiej w IMDiK i dr. Jacka Drobnika w UM potwierdziły m.in., że ww. biomimiczne rusztowania wykazują korzystne właściwości oraz umożliwiają wzrost i różnicowanie neuralnych komórek macierzystych otrzymywanych zarówno z ludzkiej krwi pępowinowej, jak i z cewy nerwowej gryzoni. Unikatowe systemy hybrydowe, komórkowo-biomateriałowe są również oceniane w badaniach in vitro przez prof. Gary’ego Brooka w INUA (układy organotypowe) oraz w badaniach in vivo przez prof. Lecha Polisa z CZMP i dr. Jacka Drobnika z UM (implantacje do ośrodkowego układu nerwowego zwierząt doświadczalnych).

Należy podkreślić, że realizowane prace wpisują się w najnowsze badania prowadzone w renomowanych laboratoriach na świecie. Uzyskane wyniki badań przyczynią się do rozwoju nowych terapii wspomagających leczenie skutków urazowych uszkodzeń rdzenia kręgowego i mózgu oraz pozwolą zapobiec dalszym procesom neurodegradacyjnym CNS.



Radiacyjnie sterylizowane rusztowania 3D ze zmodyfikowanego kolagenu do badań neurobiologicznych i oceny ich właściwości fizykochemicznych

Czyli sukces tkwi w kontaktach?

Tak, w kontaktach. To, co każda firma ma najcenniejszego, to kontakty. Nie budynki i nie maszyny.

A jakie tendencje zauważa Pan, jeśli chodzi o studentów i absolwentów?

Na wzornictwie absolwenci kształcą artystyczną wyobraźnię, co pozwala im być bardziej asertywnymi. Są pewni siebie. Oni chętniej zakładają firmy i są bardziej samodzielni. Jako wydział bierzemy też udział w stowarzyszeniu AUTEX zrzeszającym światowe jednostki, które kształcą dla potrzeb rynku włókienniczego. W Europie brakuje co najmniej 500 inżynierów włókienników, dlatego nasi absolwenci nie

mają problemu ze znalezieniem pracy. Wielu z nich podejmuje pracę jeszcze na studiach.

Bierzemy też udział w wielu programach wymiany, nie tylko w Erasmusie, ale też innych. Jak mówiłem wcześniej, naszym zadaniem jest pomoc wynalazcom. I to robimy.

Dla absolwentów – jako wydział i uczelnia – mamy dużo ciekawych ofert. W tym roku Politechnika przyjęła tylko o 70 osób mniej niż rok temu. W warunkach niżu demograficznego to jest sukces, który świadczy o tym, że propozycje, które mamy, są zdecydowanie dobre.

Dziękuję za rozmowę.

Znaleźć niszę

Z Longinem Frączkiewiczem i Wiesławem Gajdą, współwłaścicielami firmy Marko-Kolor, rozmawia Jarosław Zaradkiewicz.



Od lewej: W. Gajda, L. Frączkiewicz, A. Katryński, w tle pralnica szerokościowa Benninger

Czym zajmuje się firma Marko-Kolor?

Longin Frączkiewicz: Jest nas trzech: mechanik, dziewiarz i wykańczalnik. Działamy już 22 lata, od 1992 roku. Zajmujemy się wykańczalnictwem dzianin i tkanin (głównie barwieniem, a także technologiami wykańczania typu drapanie, postrzyganie, tamblowanie, a ostatnio również drukowaniem). Oferujemy szeroki zakres technologiczny wykończeń. Obecna trudna sytuacja rynkowa sprawia, że koniecznością jest szukanie projektów, które mają w sobie jakąś nutę innowacyjności i trafiają w potrzeby rynku. Te idą ostatnio w kierunku unikatowości. Gdybyśmy celowali w wielkie produkcje (takie jak w Bangladeszu czy w Indiach, gdzie są ogromne monotematyczne zakłady mające własne surowce), tobyśmy się nie utrzymali, bo nie jesteśmy w stanie konkurować z rynkami azjatyckimi. W tej chwili wchodzimy zatem w niszowe projekty, dlatego zainteresował nas zaoferowany przez Politechnikę Łódzką oraz Instytut Włókien Naturalnych i Roślin Zielarskich w Poznaniu innowacyjny projekt naturalnych wybarwień ekstraktami otrzymanymi z ziół. Wcześniej realizowaliśmy wiele projektów

związanych z chwilowym zapotrzebowaniem rynku na określone efekty, takie jak płamienie, marmurkowanie, ścieranie, stonewashowanie. To były pomysły, na które rynek czekał i wchodziliśmy w nie, bo to napędzało naszą produkcję i rozwój.

A kto jest waszym klientem?

L. F.: Głównie zakłady dziewiarskie i krawieckie z Łodzi i okolic, ale też z obszaru całej Polski. 20–25 proc. naszych usług wykonujemy na eksport. Obecnie przygotowujemy duży kontrakt dla Duńczyków. Są to usługi wykańczalnicze. Usługodawcy dostarczają do naszego zakładu dzianiny, a my je barwimy i wykańczamy według ich potrzeb zgodnie ze zleceniem.

Korzystają Państwo z programów unijnych. W jakim zakresie?

Wiesław Gajda: Wdrożyliśmy kilka programów unijnych. Przede wszystkim zrobiliśmy modernizację inwestycyjną, stację uzdatniania wody oraz stację precyzyjnego dozowania środków chemicznych. Głównym

celem projektu realizowanego w ramach działania 3.2 Podnoszenie innowacyjności i konkurencyjności przedsiębiorstw, Oś Priorytetowa III: Gospodarka, innowacyjność, przedsiębiorczość, Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Łódzkiego na lata 2007–2013 było podniesienie jakości usług. Kolejny projekt zrealizowaliśmy w ramach działania 3.3 Rozwój B+R w przedsiębiorstwach i miał on na celu innowacyjne podniesienie jakości wyrobów polarowych. Chodziło o polepszenie jakości i komfortu użytkowania. Te dwa projekty są już zakończone. Obecnie jesteśmy na etapie realizacji trzeciego projektu. Chodzi o wprowadzenie najlepszych rozwiązań technicznych, pozwalających na działania ekologiczne, oszczędne i niskoenergetyczne. W ramach tego programu zostały zakupione pralnica i barwiarka. Wcześniej, w latach 90. korzystaliśmy z programów, które pomogły nam w rozwoju firmy. Rentowność przemysłu tekstylnego jest bardzo niska, dlatego te środki unijne naprawdę nam się przydały. Gdybyśmy sami mieli sfinansować inwestycje, które realizujemy dzięki wsparciu finansowemu Unii, to nie udałooby się osiągnąć takiego poziomu technologicznego, jaki obecnie prezentujemy. Dzięki tym inwestycjom nasza firma jest w miarę nowoczesna. Sporo jest jeszcze do zrobienia, ale obecny poziom daje nam duże możliwości. Jest dużo automatyki, mamy zaawansowaną komputeryzację procesów technologicznych, otrzymaliśmy też właśnie certyfikat ISO 9001. Stało się to dla nas mobilizacją do wprowadzania nowych mechanizmów organizacyjnych.



Dzianiny i tkaniny barwione przy zastosowaniu barwników z ekstraktów z roślin naturalnych

A jak Panowie widzą przyszłość branży?

L. F.: Mamy trochę obaw. W tej chwili na polski rynek wpływa ogromna ilość tekstyliów, które produkowane są w Azji, Turcji. W hurtowniach jest dużo dzianin wiskozowych, które z punktu widzenia rachunku ekonomicznego są sprzedawane poniżej kosztów produkcji. To nas niepokoi, ale jednocześnie motywuje do tego, żeby szukać i stosować nowe technologie, które są bardziej ekonomiczne. Gdy widzimy choćby te materiały wiskozowe, to dochodzimy od wniosku, że nie jesteśmy w stanie konkurować z produkcją azjatycką. Dlatego szukamy innych projektów, które rynek zaakceptuje.

W. G.: Poważnym problemem są stosunkowo wysokie ceny energii oraz najdroższy w Europie gaz. Mamy kontakt ze Słowakami oraz Niemcami i wiemy, że tam energia czy gaz dla przemysłu są tańsze niż u nas. Sytuacja jest trudna, bo koszty energii są poważnym segmentem kosztowej układanki. Znaczące są też koszty pracy. Słyszysz się opinie, że Polska korzysta z taniej siły roboczej. Faktycznie to, co dociera do pracownika, może być niezadowolające, ale koszty pozapłacowe – podatki, ZUS – są znaczące. Wyznaczając nasze kierunki rozwoju, musimy patrzeć przez pryzmat omówionych problemów. Tani import, produkty z Bangladeszu to jest problem. To nas motywuje, żeby wchodzić w te niszowe przedsięwzięcia. Dlatego właśnie, kiedy dowiedzieliśmy się, że jest opracowywany projekt barwienia ekstraktami z roślin naturalnych, to się do niego zgłosiliśmy.

Mówimy o projekcie prowadzonym wspólnie z Politechniką. Czy taki model współpracy Panom odpowiada?

L. F.: Obecnie widzimy dużą potrzebę wsparcia ze strony zaplecza naukowego w tym, co robimy. W tych niszowych projektach, które nas interesują, trzeba mieć wsparcie jednostek naukowych, które dopracują technologię i nam pomogą. My, w ramach własnych możliwości, robimy co możemy, ale czasami potrzebne są bardziej wnikliwe badania. Tego nam do tej pory brakowało i nadal brakuje. Życzylibyśmy sobie, aby taka współpraca się rozwijała.

W tej chwili dostrzegamy zainteresowanie rynku produktami barwionymi o niespotykanych efektach barbiarskich. Do tego niezbędne jest tworzenie i opracowywanie nowych technologii barwienia. Przydałoby się nam w tej dziedzinie wsparcie technologiczne naukowych jednostek badawczych. Wiedza na temat rzemiosła włókienniczego, taka od podstaw, podupada. A Azja się rozwija. Wyniosły się tam najpierw przędzalnie, a teraz wszystkie fabryki barwników. Dlatego przydałaby się ochrona rynku przez rząd, przez Unię Europejską, bo konkurencja azjatycka jest niekontrolowana i często działa w szarej strefie.

Dziękuję za rozmowę.

JACEK BRYLSKI

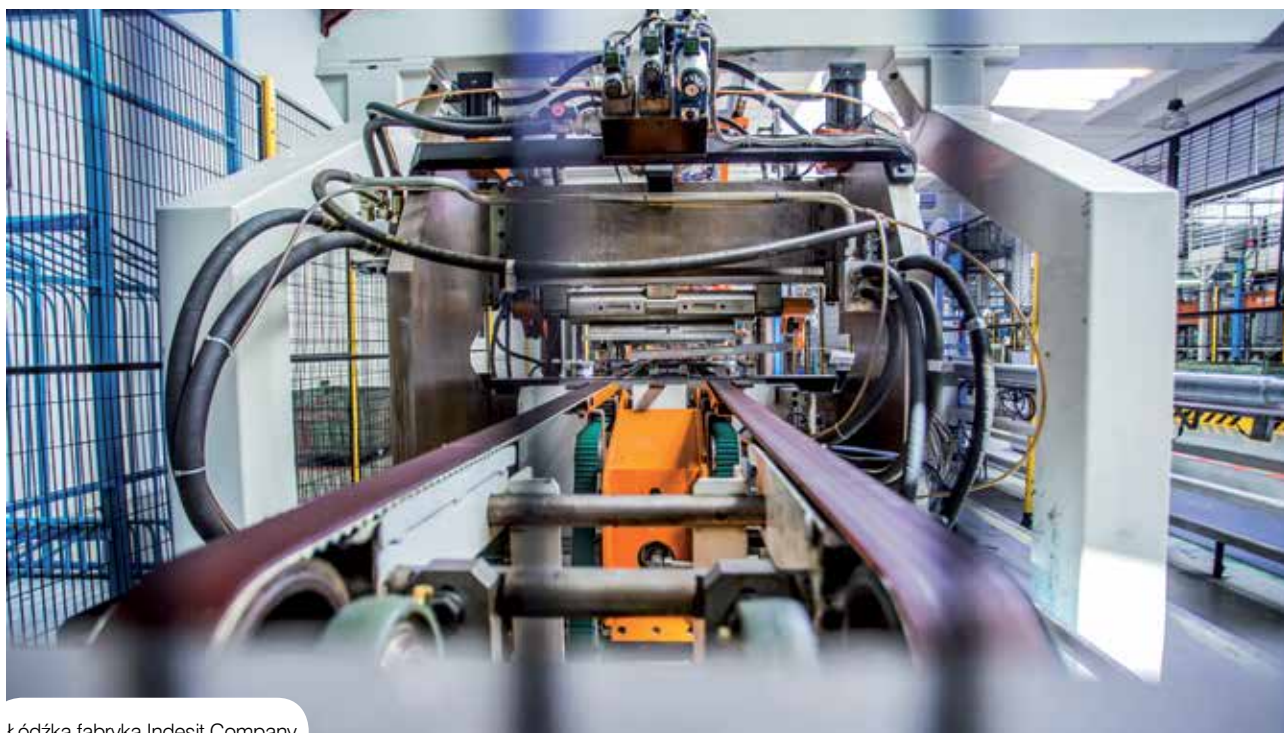
Produkcja zoptymalizowana

Każdy proces produkcji może przynieść straty. Szczególnie uciążliwe są one na linii produkcyjnej. Nadprodukcja jednego elementu generuje niepotrzebne zapasy, które trzeba transportować i magazynować, może również spowodować przestoje, związane z brakiem wytwarzania innej części. Nowoczesne zarządzanie produkcją polega na minimalizacji strat oraz optymalizacji czasu i kosztów. Taki właśnie system wdrożono w łódzkich zakładach Indesit.

Indesit Manufacturing Excellence (IME) to system zarządzania oparty na standardach optymalizacji procesów produkcyjnych oraz na zasadach szczupłego zarządzania. Pozwala to na produkowanie szybciej, lepiej, taniej i bezpieczniej. Głównymi celami wdrożonego przed trzema laty systemu jest doskonalenie jakości produktów, redukcja czasu i kosztów oraz podniesienie wydajności i produktywności. W nowe, bardziej efektywne zarządzanie procesami wytwarzania zaangażowane są wszystkie osoby zatrudnione w firmie: od menedżerów po szeregowych pracowników.

ZASADY IME

U podstaw zmian wprowadzanych w fabrykach Indesit legły cztery zasady będące kamieniami milowymi. Zasady te to: Flow, Takt, Pull oraz Zero Defect, a ich celem było zapewnienie fundamentu zbudowanego na bezpieczeństwie i ergonomii. Kolejnym kamieniem było postawienie na rozwój i innowacyjność ludzi. Firma nie oszczędza na pracownikach. Wręcz przeciwnie: inwestuje w nich, bo innowacyjnie myślący pracownicy potrafią przynieść korzyści, właśnie poprzez eliminację zbędnych procesów czy przestojów. Generalną zasadą przyświecającą zmianom było



Łódzka fabryka Indesit Company

Ideologia lean

Szczupłe zarządzanie – lean manufacturing, lean enterprise, lean production czy po prostu lean – to system produkcji zastosowany po raz pierwszy w japońskiej firmie Toyota. Polega ono przede wszystkim na eliminacji zbędnych czynności wykonywanych podczas procesu tworzenia produktu, które nie dodają wartości ani produktowi, ani usłudze. Takie czynności nazywa się marnotrawstwem i zalicza się do nich: nadprodukcję (produkowanie więcej niż trzeba lub zbyt wcześnie); zbędny ruch (np. zła organizacja stanowisk pracy); oczekiwanie (długie okresy bezczynności pracowników lub maszyn); zbędny transport; nadmierne zapasy; braki – dotyczące zarówno produktów, jak i dokumentacji; nadmierną obróbkę.

dążenie do doskonałości w produkcji, ciągła poprawa jakości oraz optymalizacja kosztów i dostaw.

Wdrożenie zasad IME doprowadziło do poprawy warunków pracy i rozwoju kwalifikacji pracowników. Podejście do polityki jakości zostało określone jasno: zero defektów. Dzięki nastawieniu na elastyczność procesu produkcji, skrócono czas przepływu komponentów. Pozwoliło to na zwiększenie produktywności i lepsze wykorzystanie mocy produkcyjnych. Dzięki takiemu



Michele Fabbrocile (drugi od lewej) i zespół IME

podejściu udało się zmniejszyć kapitał obrotowy netto, co oznacza, że mniej pieniędzy zaangażowanych jest w elementy wykorzystywane do produkcji.

ZIDENTYFIKOWAĆ PROBLEMY

Aby osiągnąć założone cele, konieczne było określenie problemów oraz wdrożenie odpowiednich rozwiązań.

Podstawowym problemem w procesie wytwarzania jest nadprodukcja. Wynika ona np. ze zbyt dużej wielkości zleceń oraz wydajności przekraczającej przewidywaną potrzebę klientów. Nadprodukcja może powodować kolejne straty, bo prowadzi do powstawania wysokich zapasów półproduktów oraz wyrobów gotowych. Do ich przechowywania potrzebna jest dodatkowa przestrzeń. W efekcie każde dostępne miejsce jest zajęte, a to generuje dodatkowe koszty.

Kolejną kwestią są zagadnienia związane z ruchem wewnętrznym oraz transportem. W tym pierwszym przypadku straty wynikają z nieoptymalizowanego układu zakładu produkcyjnego oraz braku połączeń między poszczególnymi etapami produkcji (materiały i półprodukty składowane są z dala od miejsca ich użycia). Straty w transporcie mogą natomiast wynikać ze zbędnych załadunków i rozładunków oraz transportowania wyprodukowanych wcześniej nadwyżek.

Źródłem strat w zakładzie – przed jego optymalizacją – było także oczekiwanie na przebrojenie lub uruchomienie maszyny albo na dostawę półproduktów.

Pełnemu wykorzystaniu mocy produkcyjnych nie służyły także defekty oraz konieczności napraw. Wysilek włożony w wykrycie oraz rozwiązanie problemów i braków był niewspółmierny do zysków. Kosztami napraw były straty materiału i marnowanie ludzkiej pracy.

WDROŻYĆ ROZWIĄZANIA

Wdrożenie systemu IME w firmie Indesit przyniosło wymierne efekty. Czas przepływu półproduktów na linii produkcyjnej skrócił się nawet o 30 proc. Duże znaczenie miało wprowadzenie wizji „just in time”, czyli „wszystko w odpowiednim czasie”. Jej zasadą jest, aby odpowiednia część, o odpowiedniej jakości, znalazła się w odpowiednim momencie, we właściwej ilości na linii produkcyjnej.

Założeniem IME jest tworzenie wartości poprzez eliminację strat, polepszanie jakości, redukcję czasu oraz kosztów wytwarzania. Celem ostatecznym jest sprawienie, aby klient był zadowolony.

Po trzech latach od wdrożenia systemu IME w łódzkich fabrykach Indesitu produktywność wzrosła o 15 proc. O taką samą wartość spadła liczba napraw. Ilość odpadów zmalała o 20 proc. Znacznie, bo o 20 proc., wzrosło efektywne wykorzystanie czasu pracy maszyn, a aż o 30 proc. zmalał czas poświęcany na przezbieranie stanowisk pracy.



Mikomax Smart Office, system Chillout

NATALIA KOWALSKA

Biuro staje się smart

Minęły czasy, kiedy aranżacja przestrzeni biurowej była dla firm kwestią marginalną lub rozpatrywaną wyłącznie w kategoriach estetyki. Mikomax

Smart Office pokazuje, że o przestrzeni biurowej należy myśleć jako o jednym ze strategicznych obszarów zarządzania całym przedsiębiorstwem. Odpowiednio urządzone biuro nie tylko kształtuje wizerunek danej organizacji, ale także wspiera efektywność i produktywność zespołu. Ponadto, stworzenie optymalnego środowiska pracy wpływa na motywację i lojalność pracowników.

Firma Mikomax Smart Office od początku swojego istnienia jest związana z Łodzią. Tak jak wiele polskich firm rodzinnych, powstała na początku lat 90. w trudnych warunkach transformacji gospodarczej.

– Decyzja o założeniu naszej firmy zapadła...
13. w piątek, kiedy spłonął należący do mnie i żony

zakład stolarski. Był początek lat 90., a my z dwójką małych dzieci zostaliśmy nagle bez źródła utrzymania. Wtedy narodził się pomysł na nowy rodzaj działalności – mówi Janusz Mikołajczyk, prezes zarządu Mikomax Smart Office.

Dziś Mikomax Smart Office ma 16 salonów w Polsce i 15 partnerów za granicą. Firma trzykrotnie zdobyła

tytuł Gazeli Biznesu przyznawany małym i średnim przedsiębiorstwom, które dzięki dynamicznemu rozwojowi świetnie radzą sobie wśród większych konkurentów. W zarządzie firmy zasiadają Anna i Janusz Mikołajczykowie, a także ich dzieci: Zuzanna i Maciej. Fakt, że jest to firma rodzinna, przekłada się na elastyczność zarządzania i sposób podejmowania decyzji.

– Na początku nie planowałam pracy w firmie rodzinnej. Studiowałam i mieszkałam w Warszawie, więc byłam przekonana, że tam zostanę i będę budować swoją karierę, np. w dużej korporacji. Okazało się jednak, że nie do końca realizuję się w takich środowiskach pracy – lubię decydować o tym, co się wokół mnie dzieje, a w tak dużych i poukładanych organizacjach nie jest łatwo mieć wpływ na to, w którym kierunku zmiernają. Tak więc po dwóch latach podjęłam decyzję, że wracam do Łodzi i chcę pracować z rodziną. Zdałam sobie sprawę z tego, jak ogromną wartość stworzyli moi rodzice wraz z bratem i że chcę wspólnie z nimi dalej ją budować – mówi Zuzanna Mikołajczyk, członek zarządu, dyrektor marki Mikomax Smart Office.

BIURO MA ZNACZENIE

Mikomax Smart Office łączy doświadczenie w zakresie produkcji mebli biurowych z autorską koncepcją ich zastosowania w miejscu pracy. Wspiera organizację na każdym etapie wdrażania zmian w przestrzeni biurowej oraz doradza, w jaki sposób można poprawić produktywność i efektywność firmy.

– Aranżacja przestrzeni biurowej jest jednym z ważnych czynników pozwalających na optymalne zarządzanie organizacją. Odpowiednio zaprojektowane biuro wspiera użytkowników w wykonywaniu zadań i jest dopasowane do ich stylu pracy. Natomiast niewłaściwie urządzone przestrzeń przekłada się na spadek efektywności i motywacji zespołu. Konsekwencją są realne straty dla przedsiębiorstwa. Jak wynika z badań, niewłaściwie zaprojektowane biuro sprawia, że pracownicy mogą marnować nawet 17 dni roboczych w roku. Dlatego tak ważne jest, aby miejsce pracy było dokładnie dopasowane do potrzeb danej organizacji – mówi Zuzanna Mikołajczyk.

Mikomax Smart Office wspiera swoich klientów na wszystkich etapach zmian w organizacji miejsca pracy. W tym celu rozwija unikatową ekspertyzę dotyczącą tego, w jaki sposób przestrzeń biurowa ma wpływ na funkcjonowanie przedsiębiorstwa. Firma przygotowała raport oparty na ankiecie przeprowadzonej wśród pracowników biur, badającej styl ich pracy, a także potrzeby i czynniki, które wpływają na spadek ich kreatywności. Badanie firmy Mikomax Smart

Office zostało przeprowadzone wśród firm sektora nowoczesnych usług dla biznesu w Polsce i Rumunii. Wzięło w nim udział prawie tysiąc pracowników centrów SSC, R&D, BPO, ITO i KPO. Według raportu jedynie 26 proc. pracowników w Polsce i 37,1 proc. pracowników w Rumunii uznaje, że biuro wspiera ich w realizacji zadań.

Jako jedyny na polskim rynku, Mikomax Smart Office wdrożył narzędzie badawcze pozwalające ocenić efektywność biura. Na świecie korzystają z tej metody wiodące marki. Jeszcze w 2012 roku zastosowała ją firma LinkedIn, początkowo szukając uzasadnienia biznesowego dla rozwoju swoich biur w Londynie. Docelowo badaniem zostały objęte wszystkie siedziby LinkedIn na świecie (31 budynków w 17 krajach). Podobnej ewaluacji zostały poddane m.in. biura firm KPMG, Merck, BBC, Vodafone czy Volvo.

KONKRETNE ROZWIĄZANIA

Mikomax Smart Office wykorzystuje swoją ekspertyzę z zakresu optymalizacji przestrzeni biurowej, tworząc linie produktów. System Chillout pozwala np. na wydzielenie w strefach wspólnych przestrzeni przeznaczonych do relaksu lub różnorodnych form pracy, indywidualnej lub zespołowej. Jedną z nowości w ofercie firmy jest system Stand Up, który dzięki manualnej regulacji wysokości blatu umożliwia łatwe przejście od pracy siedzącej do stojącej. Rozwiązanie to zwiększa ergonomię miejsca pracy i zapobiega dolegliwościom związanym z długotrwałym siedzeniem przed komputerem. Ponadto, pozwala na szybką zmianę stanowiska pracowniczego w strefę spotkań. Technologia wykorzystana do regulacji wysokości blatu została przez Mikomax Smart Office zgłoszona do opatentowania. W planach firmy jest także wdrożenie nowej technologii bezspoinowej pozwalającej na wyeliminowanie w procesie produkcji widocznego połączenia z listwą boczną (obrzeżem). Blaty mebli biurowych będą stanowiły jednolitą, pozbawioną szczelin powierzchnię, co pozwoli na redukcję rozprzestrzeniania się mikroorganizmów i stworzenie miejsca pracy bardziej sprzyjającego zdrowiu. Meble wykorzystujące to nowe rozwiązanie pojawią się na rynku już na początku przyszłego roku.

Firma współpracuje ponadto z młodymi, utalentowanymi projektantami, m.in. Tomaszem Augustyniakiem (zdobywcą tytułu Designer Roku 2010 przyznawanego przez prezesa Instytutu Wzornictwa Przemysłowego w Warszawie) oraz projektantkami z Beza Projekt: Anną Łoskiewicz-Zakrzewską i Zofią Strumiłło-Sukiennik. Za serię mebli Balance Mikomax Smart Office otrzymał w 2014 roku wyróżnienie must have przyznawane w ramach Łódź Design Festival.



Rozmowa z Krzysztofem
Apostolidisem, prezesem Fabryki
Biznesu, inwestorem Centrum
Sukcesja w Łodzi.

Łódź przyjazna inwestycjom

Panie prezesie, czy obecnie łatwo współpracuje się z samorządem województwa łódzkiego w zakresie planowania i realizowania inwestycji?

Decyzja o rozpoczęciu inwestycji zazwyczaj obwarowana jest wieloma warunkami. Jednym z nich jest tzw. klimat inwestycyjny w mieście, w którym planuje się lokację kapitału. Na taki klimat składają się: wielkość danego rynku, dostępność wykwalifikowanej kadry, stabilność polityczna, sprawność administracyjna, możliwości pozyskania finansowania i inne czynniki. Przychylność samorządu jest w tym wypadku bardzo ważna.

Ostatnie lata pokazały, że relacje na linii inwestorzy – samorząd województwa łódzkiego uległy znacznej poprawie. Dziś dużo łatwiej skupić uwagę władz na danej inwestycji, zwłaszcza jeśli przedstawi się konkretne i biznesowo uzasadnione argumenty, a do tego jasno opisać korzyści, jakie ta inwestycja przyniesie miastu czy regionowi. Często w tej relacji podkreśla się fakt, że sprzyjanie inwestorom i zapewnianie dobrego klimatu dla biznesu przekłada się na rozwój Łodzi.

A co sądzi Pan o obowiązujących przepisach z zakresu planowania i zagospodarowania przestrzennego? Czy sprzyjają one powstawaniu nowych inwestycji w Łodzi i ułatwiają ożywianie centrum miasta?

Miasto służy ludziom, którzy w nim mieszkają, i to właśnie dla nich powinny być przeznaczone plany zagospodarowania przestrzennego. To najważniejsze zobowiązanie wobec mieszkańców. Co to oznacza? Łodzianie muszą wiedzieć, jaki jest pomysł na miejsce, w którym żyją, jakie funkcje pełnią konkretne obszary urbanistyczne oraz jak role tych obszarów będą się zmieniać w związku z inwestycjami, które planuje się w mieście. Transparentność planu zagospodarowania zapewnia potrzebną stabilizację. Obserwuję widoczny trend pozytywnych zmian, który przekłada się na coraz wyższą jakość współpracy między inwestorami a samorządem.

Czy w naszym mieście nieruchomości pod inwestycję łatwiej jest pozyskać od prywatnego właściciela, czy od jednostki samorządowej? Jak wygląda praktyka?

Proces pozyskiwania nieruchomości pod inwestycję jest dość skomplikowany i składa się nań wiele czynników. Niemniej jednak, warto rozważyć rozpoczęcie rozmów z miastem. W magistracie działa obecnie Biuro Obsługi Inwestora, które dysponuje cennymi informacjami. Na pewno nie należy lekceważyć tej instytucji, a decydując się na realizację projektu, warto wziąć pod uwagę wszystkie możliwości, wady i zalety współpracy zarówno z miastem, jak i z prywatnym właścicielem gruntu.

Czy Łódź jest miastem przyjaznym inwestycjom?

Sądzę, że tak. Dostrzegam potencjał inwestycyjny tego miejsca, realizowane zamierzenia infrastrukturalne oraz to, że Łódź jest miejscem przyjaznym do prowadzenia biznesu. W łódzkim obszarze metropolitalnym mieszka aż 1,1 mln mieszkańców, co plasuje Łódź na trzecim miejscu wśród najgęściej zaludnionych metropolii w Polsce. Intensywny rozwój, wielość ośrodków akademickich, dostęp do wykwalifikowanej kadry w połączeniu z naturalnymi uwarunkowaniami tworzą w mieście dobry klimat do inwestowania.

Chcemy, by Sukcesja stała się elementem smart city, tworząc miejsce, w którym łodzianie chętnie będą spędzać wolny czas.

Rola naszej inwestycji została dostrzeżona przez łódzki Urząd Marszałkowski oraz oceniona jako istotna dla rozwoju i rewitalizacji tkanki miejskiej. Z tego powodu została wpisana na listę projektów kluczowych dla województwa i dofinansowana z Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Łódzkiego. Jako lokalny inwestor będziemy płacić w Łodzi podatki i zatrudniać tysiące osób. Dzięki temu do budżetu miasta trafią środki, które będzie można spożytkować na dodatkowe inwestycje.

Dziękuję za rozmowę.

EWA KLEPACKA-GRYZ, JACEK SOBOL

Kręgosłup w stresie

Wyobraź sobie, że jesteś jak drzewo. Korzenie to twoja podstawa (rodzina, predyspozycje genetyczne, doświadczenia z dzieciństwa). Pień to kręgosłup (postawa wobec samego siebie i świata). Gałęzie to kończyny (twoje relacje ze światem). Jeśli drzewo jest silne – bez trudu opiera się wichrom, burzom i zamieciom. Jeśli w twoim ciele istnieje równowaga pomiędzy kluczowymi płaszczyznami: głową, szyją, obręczą barkową, tułowiem, miednicą, kolanami i stopami – jesteś zdrowy, pewny siebie i szczęśliwy.

Wracasz do domu po wyjątkowo ciężkim dniu pracy. Siadasz wygodnie w fotelu, ręką intuicyjnie pocierasz kark, prostujesz się, wyginając do tyłu, albo masujesz lędźwie. Czujesz ból kręgosłupa. Jeśli boli cię szyja lub kark, prawdopodobnie bronieś dziś zacięcie swojego stanowiska. A może jesteś zbyt sztywny w swoich poglądach, trudno przyjąć ci czyjąś perspektywę, w każdej sprawie chcesz mieć ostatnie słowo? Gdy dysfunkcję odczuwasz w części piersiowej kręgosłupa, być może czujesz się zraniony, zlekceważony, pominięty? Napięcie w części lędźwiowej wskazuje na lęk natury finansowej. No właśnie, kręgosłup jest najlepszym barometrem naszych relacji ze światem. Silny kręgosłup wskazuje na odwagę, wytrzymałość, niezależność i stanowczość, ale nie sztywność – wręcz przeciwnie: elastyczność i łatwe przystosowywanie się do zmian, czyli cechy bardzo pożądane w biznesie. Zdrowy kręgosłup daje ci oparcie w przestrzeni i w świecie, pozwala trafnie odczytywać pragnienia, ułatwia obronę własnego zdania i radzenie sobie ze stresem.

Nasz wygląd zewnętrzny i sposób poruszania się odzwierciedlają nasze wnętrze. Twoja postawa (wprostowana czy przygarbiona), szyja (napięta czy rozluźniona), pewność siebie w ruchach czy wycofanie – pokazują, co dzieje się w twoim życiu. Twój kręgosłup silnie reaguje na emocjonalne problemy w relacjach ze światem, z którymi nie potrafisz sobie poradzić. Człowiek żyjący w zgodzie ze sobą i z innymi jest w równowadze, przy zmianie pozycji ciała używa jak najmniej napięcia. Jego szyja jest swobodna, a ruchy płynne i pełne gracji.

Większość z nas koncentruje się głównie na przodzie swojego ciała. Kręgosłup wyobrażamy sobie jako cienką rurkę istniejącą jakby na zewnątrz naszego ciała. A tymczasem jest on umiejscowiony w jego centrum. Dla zdrowia kręgosłupa ważny jest sposób, w jaki się poruszasz, jak często zmieniasz pozycję. Jeśli siadasz i wstajesz z krzesła rozluźniony (szyja swobodna, głowa do przodu, tułów wyprostowany na całej długości), tak by pracowały jedynie stawy (biodra, kolana, kostki), ta czynność w ogóle cię nie męczy, wkładasz w nią minimum wysiłku. Siedząc na kościach kulszowych, bez podpierania się na rękach, bez zakładania nogi na nogę, ze stopami mocno opartymi o podłogę, czujesz się bardziej stabilnie (fizycznie i psychicznie), pewniej osadzony w swoim



Zdrowy kręgosłup daje ci oparcie w przestrzeni i w świecie, pozwala trafnie odczytywać pragnienia, ułatwia obronę własnego zdania i radzenie sobie ze stresem

ciele. Nie wkładając niepotrzebnej energii w poruszanie się, masz jej więcej, np. w kontaktach biznesowych. Łatwiej jest ci bronić swojego zdania, niełatwo wyprowadzić cię z równowagi. Kręgosłup to twoje rusztowanie.

Ćwiczenie:

Kiedy czeka cię np. trudna rozmowa w pracy, usiądź wygodnie naprzeciwko swojego rozmówcy, dyskretnym ruchem wsuń dłonie pod pośladki, najpierw jeden, potem drugi, jakbyś chciała odciągnąć je na boki. Dzięki temu będziesz siedzieć na kościach kulszowych, a twoje ciało poczuje się stabilne. Stopy oprzyj o podłogę tak, by czuć pełen kontakt z podłożem. Ręce połóż na oparciu fotela albo na kolanach, tak by palce dłoni się dotykały. W myślach wydaj ciału komendę: „Szyja luźna, głowa do przodu i do góry”. Weź kilka głębokich oddechów. Teraz możesz zaczynać rozmowę.

JAROSŁAW ZARADKIEWICZ

Z prezesa mecenas

Widzewska Manufaktura to strefa działań alternatywnych w pofabrycznej przestrzeni. Kiedyś huczały tu maszyny przędzalnicze i tkalnie. Dziś Wi-Ma łąpie drugi oddech. W pustych halach przy alei Piłsudskiego 135 słychać muzykę, powstają tu projekty artystyczne.

Przędzalnia i tkalnia bawełny rozwijała się tu od XIX wieku. W latach świetności pracowało w niej nawet 8 tys. robotników i produkowano prawie 70 ton przędzy na dobę. W 1905 roku pod główną bramą Widzewskiej Manufaktury wzniesiono barykadę. Były to początki rewolucji robotniczej, która później rozlała się na całą Europę. Przekazy wspominają, że wśród jej uczestników widziano m.in. Aleksiego Rzewskiego, późniejszego pierwszego prezydenta Łodzi w II RP.

W latach 20. minionego wieku wybudowano tu nową przędzalnię, wówczas jedną z największych i nowocześniejszych w Europie. Przed II wojną światową fabryka stała się własnością łodzianina żydowskiego pochodzenia Oskara Kona. Po wkroczeniu Niemców do Łodzi, fabryka została przez nich zajęta, a Kon stał się dozorcą we własnej willi. Pewnego dnia wraz z rodziną został wywieziony do Szwajcarii, gdzie podpisano umowę sprzedaży fabryki spółce należącej do Hermanna Goeringa. Dzięki temu Wi-Ma przetrwała wojnę w stanie nienaruszonym, bo Niemcy nie bombardowali zakładów należących do jednego z przywódców III Rzeszy.

Po wojnie z Widzewskiej Manufaktury wydzielono Zakłady Bawełniane im. 1 Maja, Fabrykę Maszyn Włókienniczych WiFaMa oraz Zakłady Przemysłu Włókien Sztucznych Anilana. Zakłady Bawełniane w 2009 roku zaprzestały produkcji, bo firma nie wytrzymała konkurencji z tanią przędzą z Azji. Pod koniec swej działalności zadłużona firma zatrudniała zaledwie 300 osób. Dziś zatrudnia tylko siedem: czterech konserwatorów oraz trzy osoby w biurze – w tym prezesa Stanisława Zarębę.

Zaręba postanowił ratować postindustrialną przestrzeń. Firma wyprzedała maszyny do Indii,

Tajlandii, Kirgistanu i Uzbekistanu, a dawne hale fabryczne powoli stają się miejscem tętniącym kulturą. Żaden z budynków dawnej fabryki nie zostanie zburzony. W planach prezesa Wi-My jest nawet odtworzenie rozebranych już zabudowań, jak np. wieży przędzalni, która została zdemontowana w latach 70. minionego wieku.

PRZESTRZEŃ I LUDZIE

Obecnie Wi-Ma to ponad 60 tys. m² przemysłowej powierzchni. W budynku przędzalni nic się nie dzieje, ale hale przewijalni i skręcalni zaczynają ożywać. Prezes widzi w nich potencjał dla artystów tworzących muzykę, film, sztuki plastyczne. Można tu rozwijać sale prób, pracownie i studia. Wi-Ma jest otwarta na artystyczne fundacje, spółdzielnie socjalne i firmy.

Stanisław Zaręba chciałby zrewitalizować zakłady. W budynku dawnej przędzalni widziałby centrum handlowe lub mieszkania. Ocenia jednak, że niełatwo będzie wywiązać się z warunków zabudowy, jakie otrzymał. Spółka rozważa również sprzedaż części budynków.

– Poszliśmy do prezesa Zaręby i pomysł mu się spodobał – słyszę te słowa jak mantrę w rozmowach z kolejnymi osobami, które znalazły swoje miejsce przy Piłsudskiego. – Mnie starsi pomagali przez całe życie. Mam blisko 70 lat i świadomość, która się we mnie przez ten czas kształtowała. Dlatego pomagając innym, staram się spłacić swój dług wobec tych, którzy mi pomogli, a wielu z nich nie ma już na tym świecie – opowiada prezes. I po chwili dodaje, że satysfakcję i motywację do pracy daje mu fakt, iż młodzi ludzie urzędujący w Wi-Mie znaleźli w niej swoje miejsce.

Stanisław Zaręba godzinami może opowiadać o imprezach, które miały miejsce w Wi-Mie. Z zapalem przedstawia kolejne przedsięwzięcia, których

Spółdzielnia socjalna – pracownia sitodruku BLOT

Pracownia sitodruku i projektowania BLOT powstała na przełomie 2012 i 2013 roku. BLOT to Dorota Elza Maroń, Magda Saba Samborska, Agnieszka Natasza Splewińska. Stworzyłyśmy miejsce, które daje możliwość nieograniczonych działań twórczych i eksperymentów – podkreślają założycielki.

Mają fajne zaplecze warsztatowe, dzięki któremu mogą realizować swoje pomysły. Sitodruk to bardzo ciekawa technika, która znajduje zastosowanie zarówno w masowych produkcjach, jak i w tworzeniu niepowtarzalnych przedmiotów, a także dzieł sztuki. Paleta możliwości jest ogromna. Grafika, kolor, struktura, faktura, podłoże to elementy, z których tworzy się

sitodruk. Eksperymentowanie i poszukiwanie nowych rozwiązań podczas procesu drukowania jest dla założycielek bardzo ważne.

Podczas realizacji projektów mamy bezpośredni wpływ na każdy z etapów produkcji – dodają.

Współpracują z projektantami ubioru, dizajnerami, projektantami wnętrz, agencjami reklamowymi i PR-owymi. Kompleksowość usług umożliwia realizację zleceń.

W pracowni organizowane są także warsztaty sitodruku. Może na nie przyjść każdy, kto jest zainteresowany tą techniką. W trakcie warsztatów można wykonać swój własny, autorski nadruk.



Spółdzielnia socjalna – pracownia sitodruku BLOT

podejmują się jego rezydenci. Ma z nimi dobry kontakt. – Prezesie, wpadnie pan do nas? – A co się dzieje, chłopaki? – A nic, pan wpadnie na kawę. Pogadamy.

WYDARZENIA I PLANY

Na razie plany komercyjne nie przynoszą efektów. Tętni tu jednak życie kulturalne. Odbywają się koncerty, wystawy, spektakle, nagrywane są filmy. Stanisław Zaręba podkreśla jednak, że konieczne jest uruchomienie mechanizmów komercyjnych, aby z tej działalności móc subsydiować kulturę.

– Połączenie funkcji komercyjnych z kulturą spowodowałoby, że ta przestrzeń żyłaby całą dobę. Pracownie, kawiarnie, koncerty ożywiłyby ten teren w godzinach popołudniowych i wieczornych – marzy prezes.

Jednak na razie działalnością kulturalną Wi-Ma stoi. W obiektach i na terenie zakładu zrealizowano wiele filmów niekomercyjnych. Większość z nich to etudy operatorskie i reżyserskie studentów Łódzkiej Filmówki, których wyjątkowo inspirują wnętrza. Tylko w 2013 roku zrealizowano ich siedem, a w bieżącym

Bajkonur

Gdy Artur Urbański i Paweł Olszewski sprzedali Francuzom firmę informatyczną AMG.net, postanowili część uzyskanych pieniędzy przeznaczyć na projekt muzyczny, w którym młodzież i zespoły muzyczne po preferencyjnych stawkach będą mogły rozwijać swe zainteresowania. Swoje miejsce znalazła tam również Szkoła Muzyczna Marka Kądziała.

Jest to najnowocześniejsza prywatna szkoła muzyczna w Łodzi. Proponuje dwuletni program nauczania w dziedzinie szeroko pojętej muzyki popularnej, adresowany do młodzieży i dorosłych, początkujących i zaawansowanych – ludzi, którzy mieli już do czynienia z muzyką i czują potrzebę rozwoju. Nauka w szkole obejmuje teorię (anatomię muzyki) oraz zajęcia instrumentalne w klasach gitary, gitary basowej, perkusji, saksofonu, instrumentów klawiszowych oraz śpiewu. Oferuje również band-coaching.

Autorem programu i głównym wykładowcą jest Marek Kądziała – awangardowy gitarzysta jazzowy, który zdobył wiedzę w Konserwatorium Carla Nielsena w Odense



Marek Kądziała, Bajkonur

w Danii i ugruntował ją wieloletnim doświadczeniem scenicznym i kompozytorskim.

Celem szkoły jest otwieranie głów na nową, wartościową wiedzę o anatomii muzyki poprzez autorski program nauczania oparty w dużej mierze na praktyce, w której kluczową rolę odgrywa improwizacja oraz granie z innymi. Uczestnicy pracują nad słuchem, kompozycją i komunikacją. Rozwijają zarówno stronę intelektualną, jak i emocjonalną.

Szkoła współpracuje z Państwową Szkołą Muzyczną im. Stanisława Moniuszki w Łodzi.

WI-MA FILM

Pod koniec 2013 roku realizowaliśmy film jednej ze studentek naszej szkoły, z wydziału reżyserii.

Dowiedzieliśmy się podczas zdjęć i było to dla nas nie lada zaskoczeniem, jak dużo osób jest zainteresowanych tworzeniem swoich pomysłów, projektów w przestrzeniach starej, opuszczonej fabryki. Żeby odkryć wszystkie jej zakamarki, potrzeba dużo czasu, stąd wpadliśmy na pomysł, aby pojawił się ktoś taki jak my – ktoś, kto będzie w stanie sprawnie znaleźć przestrzeń jak najlepiej pasującą do scenariusza czy wizji twórcy. Oprócz tego dbamy, aby warunki pracy były jak najlepsze, a terminy dogodne. Chcemy, aby to miejsce kojarzyło się z przyjazną atmosferą i sprawnym działaniem – opowiadają Jakub Kopania i Mateusz Seweryński, którzy założyli WI-MA FILM. Obaj są studentami Wydziału Organizacji Sztuki Filmowej PWSFTViT w Łodzi.

WI-MA FILM to studio filmowe znajdujące się na terenie dawnych zakładów przemysłowych Widzewskiej Manufaktury. Posiada wnętrza i plenery do realizowania wszelkich form audiowizualnych, wizualnych, kręcenia



WI-MA FILM, od lewej Mateusz Seweryński, Jakub Kopania

filmów, teledysków, reklam, organizowania wystaw. Proponuje szerokie zaplecze scenograficzne, możliwość dowolnej aranżacji dostępnych wnętrz.

Do tej pory WI-MA FILM odwiedzili liczni twórcy – studenci PWSFTViT – którzy tworzyli zdjęcia do swoich etud, ale również w Widzewskiej Manufakturze były robione sesje fotograficzne, kręcone teledyski, wizualizacje, a także filmy fabularne, np. „Miasto 44” (reż. Jan Komasa) czy „Marynarz w Łodzi” (reż. Marcin Latańo). Przez ostatnie pół roku w WI-MA FILM było realizowanych blisko 20 projektów.

Teatr Zamiast

My, młodzi absolwenci szkoły teatralnej, grupa, która marzyła całe życie i nigdy marzyć nie przestanie, a marzenia te są wspólnie ukierunkowane – robić teatr – nasz Teatr. Nasz szept i nasz krzyk, nasz płacz i nasz śmiech. Teatr Zamiast to nie tylko spektakle, to również warsztaty, na których poprzez improwizacje, zadania aktorskie i różnego rodzaju treningi uczestnicy mogą rozwijać pasję do teatru, aktorstwa, ale i poznawać samych siebie – to manifest mieszczącego się w Wi-Mie Teatru Zamiast.

W projekt zaangażowanych jest 19 absolwentów łódzkiej Szkoły Filmowej, a także ich rodziny i bliscy. – Wszyscy nam mówili, że jesteśmy idealnym rokiem, żeby założyć własny teatr. W końcu Konrad Korkosiński po spotkaniu z Wojciechem Malajaktem usiadł i spisał wszystkie argumenty przeciw temu, by teatr założyć. Ostatecznie po wielu rozmowach postanowiliśmy podjąć to wyzwanie – opowiada Marta Jarczevska. Decyzja zapadła na przełomie maja i czerwca 2013 roku, a cztery miesiące później rejestrowali już fundację w Krajowym Rejestrze Sądowym. Działalność teatr rozpoczął w listopadzie, a już w lutym br. w Wi-Mie miała miejsce pierwsza premiera. To „Targowisko, czyli historia rozkładu pana H.” na podstawie sztuki, którą napisała Magdalena Drab. Tekst powstał w wyniku obserwacji kupców z Bałuckiego Rynku. Spektakl utrzymany jest w konwencji groteski i absurdu, ale wyrasta z głębokiego, smutnego realizmu.



Teatr Zamiast

Obecnie zespół wystawia „Miasto Ł.” na podstawie powieści Tomasza Piątka. Spektakl opowiada o T., który mieszka w mieście Ł., w największej miejscowej famule. Famuła to kamienica z czerwonej cegły, w której żyli robotnicy. Teraz mieszkają w niej bezrobotni. To opowieść zarazem dowcipna i smutna o walce ze sobą, z administracją i z nałogiem, poszerzona o historie autentyczne podpatrzone na ulicach miasta Ł.

– już 12. W ubiegłym roku obiekty Wi-My zainteresowały również profesjonalnych filmowców, którzy zrealizowali tu wiele scen, przede wszystkim do filmu „Miasto 44” w reżyserii Jana Komasy, gdzie hale i tereny zagrały filmowe tło wydarzeń z czasów Powstania Warszawskiego. Wnętrza inspirują także licznych fotografów, którzy wykorzystują je do realizowania swoich artystycznych wizji. Wiele zespołów muzycznych i indywidualnych artystów (m.in. tancerzy) wybrało to miejsce na scenię swoich wideoklipów lub materiałów promocyjnych.

Na przełomie sierpnia i września ubiegłego roku przez pięć dni w Wi-Mie odbywały się: Europejski Festiwal Architektury Alternatywnej oraz Festiwal „Zrób to sam”, które wzbudziły ogromne zainteresowanie krajowych i zagranicznych pasjonatów ekologii w architekturze.

Dużym wydarzeniem były także Łódzkie Targi Kreatywnych, na których 80 wystawców, projektantów mody i biżuterii, miłośników zdrowego jedzenia oraz wykonawców zabawek pojawiło się ze swoimi wyrobami. Oprócz zakupów czas wypełniała ciekawa muzyka i występy na żywo. Impreza była wspaniała, a zainteresowanie ogromne, odwiedziło ją około tysiąca osób. Ostatnio odbył się tutaj duży festiwal Musica Privata, podczas którego wystąpili m.in. Mariusz Stańczyk, Artur Zagajewski czy Mikołaj Trzaska.

Stanisławowi Zarebie, który w latach swej młodości współorganizował juwenalia, marzy się, by w przyszłym roku w Wi-Mie odbyła się taka impreza, która połączyłaby wszystkie środowiska akademickie w Łodzi. Rozmowy są już mocno zaawansowane. Prezes wierzy, że się uda.

Pracownia Igaw

Pracownia Igi Woźniak zajmuje się fotografią, grafiką oraz sztuką użytkową. Każdy projekt wykonywany jest indywidualnie, zgodnie z zapotrzebowaniem odbiorcy.

W aktualnej ofercie pracowni znajdują się prace z zakresu fotografii, takie jak indywidualne sesje zdjęciowe, a także samodzielne zdjęcia z zakresu fotografii ulicznej, reportażu, portretów, ujęć przyrody. Zdjęcia mogą być wydrukowane zarówno w klasycznej formie na papierze fotograficznym, jak i na szkle lub pleksi.

Iga Woźniak zajmuje się też aranżacją i wystrojem wnętrz w zakresie kompozycji drukowanych na tkaninach, szkle, pleksi, ceramice, metalu i drewnie. Projekty są unikatowe, powstają z wykorzystaniem nowoczesnych technologii druku, często w połączeniu z rękodziełem artystycznym.

– Moje produkty tworzę z myślą o dojrzałych, wymagających odbiorcach (projekt Fototekstylnia)



Pracownia Igaw, kompozycja drukowana na szkle i pleksi

oraz o młodych i otwartych (projekt Modny Pixel) – wyjaśnia założycielka pracowni. W przyszłym sezonie wiosenno-letnim ruszy trzeci projekt związany z modą. W przygotowaniu są: ubiory, torby, biżuteria i drobne akcesoria.

Obok wymienionych firm, w Wi-Mie działają m.in.:

3D Event tworzy high-endowe widowiska 3D, podczas których widzowie zostają zanurzeni w wygenerowanej rzeczywistości odtwarzanej na wielkoskalowych, immersyjnych ekranach. Dzięki stereoskopowej technologii 3D (daje ona większe wrażenie głębi niż to znane z kin IMAX) zachwycają, bawią, intrygują publiczność, która odwdzięcza się spontanicznymi reakcjami.

Atelier Nawrot projektuje budynki użyteczności publicznej, przemysłowe, mieszkalne wielorodzinne i jednorodzinne. Podejmuje działania projektowe w szerokim zakresie obejmującym wszelkie etapy przygotowania i realizacji inwestycji. Zapewnia wysoką jakość usług, służy radą, jest dostępne na każdym etapie realizacji inwestycji.

Eventy Diamenty specjalizuje się w planowaniu, kreacji, promocji i kompleksowej produkcji eventów. Firma zajmuje się m.in. budową relacji

klienta biznesowego z jego otoczeniem (klientami, pracownikami) poprzez wydarzenia. W tym celu tworzy kompleksowe scenariusze spotkań biznesowych, konferencji i innych form integracyjnych. Organizuje też inne wydarzenia, np. targi, spotkania oraz wieczory panieńskie i kawalerskie.

FabLab Łódź to przestrzeń, ludzie i narzędzia, dzięki którym można urealnić projekt lub konstrukcję. Otwarty warsztat technologiczny pozwalający na obróbkę materiałów drewnianych, metalowych czy polimerowych. Nie wiesz, jak coś zbudować? Nie wiesz, jak uruchomić projekt? Przyjdź, a na pewno uzyskasz pomoc.

FlowLight oferuje usługi w zakresie fotografowania oraz wynajmu studia. Wyróżnia go kreatywne traktowanie sztuki fotograficznej, poszukiwanie ekspresji i formy wyrazu. Założyciele dążą do osiągnięcia wysokiej jakości artystycznej w każdym,

nawet najprostszym zleceniu. Tworzą przyjazny klimat w studio i w plenerze. Każdego klienta traktują indywidualnie.

Indygo jest miejscem, gdzie każdy znajdzie sposób na wyrażanie swojej osobowości. Celem firmy jest pobudzanie kreatywności i wyobraźni oraz czerpanie radości z tworzenia. Zaprasza do udziału w zajęciach z zakresu: rysunek i malarstwo, hand-made, tkanina artystyczna oraz w warsztatach tematycznych.

Kanał13 – dewiza firmy brzmi: jeżeli masz fajny pomysł, grasz w kapeli, malujesz, piszesz wiersze czy robisz cokolwiek innego i chcesz się tym podzielić z ludźmi – pisz do nas, a my za darmo udostępnimy Ci miejsce i zapewnimy promocję wydarzenia. Kanał13 to miejsce otwarte na pomysły, obecnie próby odbywają tutaj trzy kapele. Znajduje się tu scena, miejsce dla publiczności oraz biała, neutralna sala przystosowana np. do wystaw.

Klubokawiarnia Łącznik zlokalizowana jest w architektonicznym łączniku pomiędzy dwoma budynkami przędzalni. Chce łączyć to, co dobre w kuchni, z tym, co daje nam kultura. Ma to być miejsce, które wokół kulinarnego kręgosłupa będzie wytwarzać przestrzeń dla działań kulturalnych, takich jak koncerty, warsztaty czy pokazy filmowe połączone z kuchennymi propozycjami. Specjalnością kuchni są mięsa i ryby przygotowane metodą sous vide.

Nieladaco to introligatornia, która działa w służbie dobrego produktu papierowego. Ta oto firma nie galopuje. Tu większość rzeczy robi się ręcznie. Wymaga to czasu, umiejętności, ale daje posmak rzetelnej, dobrze wykonanej pracy. Firma stawia na dobre materiały. Bez taniochy. Masowo wykonywanych produktów jest już wystarczająco dużo na rynku.

Packshotme to marka, która specjalizuje się w dziedzinie fotografii produktu. Mają wypracowany swój własny styl, jakość i prestiż. Teraz otwierają się na kolejne dziedziny fotografii: wynajem studia, organizację wernisaży, prowadzenie warsztatów fotograficznych dla najmłodszych.

Pevt tworzy grono pasjonatów klasycznej motoryzacji oraz entuzjastów napędów elektrycznych i energii odnawialnej. Postanowili połączyć pasję z wiedzą, odpowiadając na potrzeby ludzi szukających

samochodu marzeń. Starają się, by stare samochody zamiast na złom trafiły w ich ręce, a następnie przywracają im życie jako pojazdom elektrycznym z duszą. Starają się opracowywać nowe produkty dla elektrycznego transportu w celu przełamania kolejnych barier.

Polka ma talent – prowadząca pracownię Paulina Tralewska zbiera banery reklamowe i krzesa w nie kolejne życie. Szyje miejskie torby z banerów i plandek reklamowych. Torby z banerów są manifestacją ekologiczną przeciwko jednorazowości produktów, identyfikują użytkownika z jego miastem.

Pracownia Rzeźby Marka Wagnera znalezione stare przedmioty łączy z nowymi tworzywami i przy zastosowaniu współczesnych technologii buduje symboliczne obiekty oraz konstruuje wieloelementowe instalacje. Prace stanowią komentarz do historycznie i współcześnie analizowanego procesu umasowienia uczestnictwa w kulturze, prowadzącego do jej generalnego regresu.

Punkt Widzenia to niezależne studio graficzne. Specjalizuje się w tworzeniu spójnych identyfikacji wizualnych marek, firm, miejsc, osób, wydarzeń, produktów i organizacji. Punkt Widzenia to szerokie spektrum projektowania mające na uwadze komunikację społeczną i pracę kreatywną.

Spółdzielnia Socjalna „Spółta Działa” to miejsce otwarte na ludzi aktywnych, poszukujących bliskiej sobie estetyki. Prowadzi studio fotograficzne i pracownię plastyczną, w ramach której oferuje usługi projektowania, malarstwa ściennego, ilustracji, odświeżania mebli i aranżacji wnętrz. Produkuje również własne meble, ubranka i zabawki dziecięce. Na terenie pracowni organizowane są warsztaty i kursy malarstwa, a także imprezy kulturalne i artystyczne.

WJT animacja. Profil działalności firmy związany jest z szeroko pojętą produkcją filmową i telewizyjną. Skupia artystów oraz współpracuje z twórcami i realizatorami związanymi zarówno z filmem animowanym, jak i aktorskim. Posiada doświadczenie w realizacji filmów krótko-, średnio- i pełnometrażowych. Umiejętnie radzi sobie z produkcją reklam, teledysków, budową scenografii i rekwizytów, a także organizacją zdjęć.

O przedsięwzięciach z Wi-My Aleksandry Kmieciak oraz pracowni Pan Tu Nie Stał czytaj na dalszych stronach magazynu.

JAROSŁAW ZARADKIEWICZ

Pan Tu Nie Stał



Kultowe T-shirty PTNS

Zaczął się od bloga. Osiem lat temu właściciele PPHU Pan Tu Nie Stał – Justyna Burzyńska i Maciek Lebedowicz zaczęli opisywać swoje zbiory artykułów z minionych dekad. Szybko okazało się, że amatorów dobrego polskiego wzornictwa jest więcej.

Tak narodził się pomysł na sklep z T-shirtami nawiązującymi do estetyki minionych lat. Założyciele bloga dołożyli wszelkich starań, by stworzyć towar na miarę potrzeb czytelników – dobrej jakości, przywodzący na myśl zgrzebną estetykę nie tak dawnych czasów. Smak mleka w proszku, herbaty Assam pitej ze szklanki z koszyczkiem, urok szarego kartonu i wyblakłych kolorów. Wyjątkowy humor w nowoczesnym, lekko kpiącym wydaniu, wspomnienia przeniesione na odzież i akcesoria produkowane lokalnie.

Pan Tu Nie Stał to przedsiębiorstwo rodzinne. Kiedyś nazywało się to fachowo: spółka małżeńska. Justyna (1979) skończyła socjologię. Twierdzi, że niewiele z niej pamięta. Maciek (1982) również ukończył studia, ale nie te, które powinien. Zajmuje się projektowaniem grafiki użytkowej.

POMYSŁ

– W dzieciństwie przesiąknęliśmy specyficzną kulturą wizualną, do której obecnie wracamy i serwujemy ją w nowoczesnym wydaniu naszym klientom. Pierwsze wizualne bodźce, zabawki, książki, ubrania, przedmioty z najbliższego otoczenia miały niebagatelny wpływ na nasze preferencje estetyczne – wspominają.

Założyciele sklepu od 2006 roku prowadzili bloga, który miał promować dobre polskie wzornictwo. Mają sporą kolekcję wszelkich papierków powstałych od lat 60. do 80. Plakaty, ilustracje do książek, okładki magazynów, opakowania i etykiety – publikowali zdjęcia tych zbiorów na blogu. Przez długi czas było to dla nich dodatkowe zajęcie, hobby. Z czasem zaczęli prowadzić sklep, w którym sprzedawali wyłącznie T-shirty z nadrukami odwołującymi się do czasów swojej młodości.

– Chcieliśmy mieć sklep, taki jak mieszkanie wyjęte rodem z lat 70., z meblóścianką i dywanem tureckim, z domową atmosferą. Wszystko odbywało się stopniowo, poprzez prowadzenie bloga, pierwsze produkcje koszulek w domu, drukowanie ich w garażu, aż do założenia sklepu internetowego i produkcji zlecanej profesjonalnym wykonawcom – wspominają.

Skąd wzięła się nazwa? Propozycji było sporo, nazwa miała wywoływać określone skojarzenia z epoką, kiedy byliśmy mali i oglądaliśmy Tik-Taka. Pan Tu Nie Stał wygrało nasz prywatny plebiscyt. Było chwytliwe, zaczepne i trochę beczelne – opowiadają właściciele.

KLIENCI

Justyna i Maciek podkreślają, że inspiruje ich polskie projektowanie, i to sprzed PRL-u, i to po PRL-u. Nie tęsknią za tym systemem, ale za wzornictwem lat młodości. PRL ich inspiruje. Słowa, których używają w swoich produktach: „Cześć”, „Dziadostwo”, „Jan Kowalski”, „Art. Spożywcze”, nie są zarezerwowane dla PRL-u. Były obecne w języku polskim i przed nim, i po nim. Właściciele firmy podkreślają, że podziwiają dokonania wielu streetwearowych marek zachodnich, ale Pan Tu Nie Stał ma mieć przede wszystkim koloryt lokalny. Lokalny, bo polski, ale też lokalny, bo łódzki. Prawie cały asortyment jest produkowany w Łodzi, nie wychodzą poza granice powiatu. Współpracują z wieloma osobami z łódzkiej branży kreatywnej: grafikami, ilustratorami, fotografami.

Klienci to głównie dwudziestoparolatki (w przedziale wiekowym 18–34 lata, z dużych miast). Niekoniecznie są to zatem ci, którzy pamiętają Teleranek.

Stacjonarny sklep firmowy mieści się w Łodzi przy Piotrkowskiej 138/140 (OFF Piotrkowska).

Kobieta symetryczna

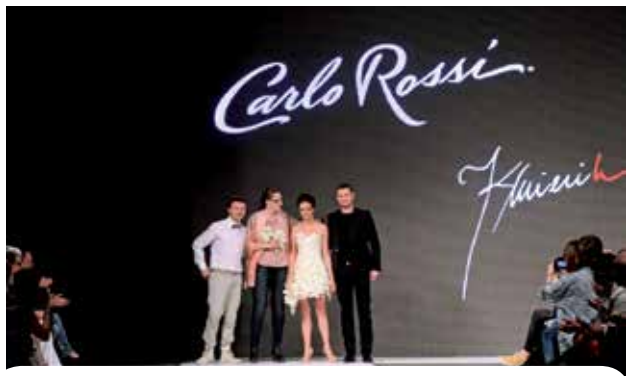
Prostota, geometria i wygoda – to podstawowe wartości, które charakteryzują kolekcje projektowane przez Aleksandrę Kmieciak. Młoda łódzka projektantka w swej pracy stosuje rozmaite cięcia konstrukcyjne, które nadają jej ubraniom charakterystyczny tylko dla niej szlif.



O studiach na ASP w Łodzi, na kierunku projektowanie ubioru, marzyłam od najwcześniejszych lat. Od zawsze chciałam być projektantką, choć dość późno dowiedziałam się, jak to wszystko tak naprawdę działa. Momentem przełomowym była moja kolekcja dyplomowa pt. „Kobieta symetryczna”, która w rozwiniętej formie została zaprezentowana na Designer Avenue podczas FashionPhilosophy Fashion Week Poland – opowiada Aleksandra Kmieciak. Zadebiutowała w 2010 roku i od tego czasu cierpliwie, krok po kroku umacnia pozycję swojej marki w polskim świecie modowym.

INSPIRACJE

Projektantka podkreśla, że na swojej drodze spotkała wielu ludzi, którzy jej pomogli, doradzili, ukierunkowali. – Po moim pierwszym pokazie bardzo duże wsparcie otrzymałam ze strony ekipy FashionPhilosophy Fashion Week Poland – wspomina i podkreśla, że ta impreza oferuje dużą pomoc młodym projektantom. – Ważne jest tylko to, by później dobrze to wykorzystać – dodaje.



Od lewej: Piotr Sekunda, Aleksandra Kmieciak, Anna Wendzikowska w sukni „Mała słodka”, Zygmunt Sieradzian podczas pokazu FashionPhilosophy Fashion Week Poland

Skąd czerpie inspiracje? – Pojawiają się w najmniej oczekiwanych momentach, nie ma na to żadnych reguł. Czasem jest to film, książka, zdjęcie, innym razem piosenka albo po prostu jakieś przywidzenie – wyjaśnia.

Jedną z prac, która zapadła odbiorcom w pamięć, jest suknia „Mała słodka”. Została ona wykonana z tysiąca kwiatów bardzo rzadkiej odmiany storczyków Vanda, ozdobiono ją kryształkami cukru i kryształkami Swarovskiego. Suknia powstała we współpracy z marką Carlo Rossi i została zainspirowana białym słodkim winem Moscato. Projekt został zrealizowany przez duet florystów Sekunda&Sieradzian. – Współpraca z florystami przy tworzeniu tego projektu była dla mnie bardzo pouczająca, na co dzień pracujemy przecież na różnych materiałach, w tym wypadku musieliśmy połączyć nasze doświadczenia i umiejętności. Myślę, że efekt był spektakularny – uśmiecha się projektantka.

WYZWANIA

Aleksandra Kmieciak swoją pracownię ma w Widzewskiej Manufakturze. Można tu obejrzeć i przymierzyć ubrania z jej kolekcji. Oczywiście można tu też je kupić, a projektantka chciałaby rozwijać własną sieć sprzedaży.

W najbliższym czasie zamierza skupić się nad pracą na przyszły sezon. – Czekam na bardzo gorący okres przedświąteczny, przygotowanie nowej kolekcji na sezon jesień/zima 2015/2016, poszukiwanie nowych kanałów sprzedaży i realizacja zamówień – opowiada.

Aleksandra Kmieciak jest również malarką, której twórczość została doceniona we Francji, gdzie w licznych galeriach wystawiane są jej obrazy (m.in. w Chambéry i Grenoble). Pasję do malarstwa i projektowania łączy, tworząc unikatowe, ręcznie malowane jedwabne sukienki na specjalne zamówienie swoich stałych klientek.

JAROSŁAW ZARADKIEWICZ

Agencje z potencjałem

Firmy o zasięgu ogólnopolskim i globalnym są obecne w Łodzi. Na wiele sposobów. Jedne lokują tutaj fabryki i centra rozwoju. Inne powierzają łódzkim agencjom obsługę swoich akcji reklamowych. Po cichu i bez rozgłosu łódzka kracja rozpyta się po całej Polsce i nie tylko.

Kluczem do sukcesu każdej firmy jest konsekwentne trzymanie się prostych i jasnych rozwiązań. Jednak w żadnej działalności kreatywnej nie można korzystać ze zużytych szablonów. Łódzkie agencje kreatywne podkreślają, że ciągle rozwijają i podnoszą jakość swoich usług. Aktywność w branży, w której

każdy dzień może przynieść zmiany duże lub ogromne, to wyzwanie, jakim codziennie stawiają czoła łódzcy kreatywni.

POZDRAWIAJĄ MANAGERÓW

MOSQI.TO jest agencją kreatywną, która powstała pięć lat temu. Zespół, od początku związany



MOSQI.TO



6 Szpilek

z Łodzią, w portfolio ma duże kampanie dla takich klientów, jak: ING Bank, ING Życie, IKEA, Euronet, eBay, mBank, Bayer czy Unilever. Specjalność: bloody good ideas – projekty robione z pomysłem i głową.

Agencja specjalizuje się w projektach niestandardowych. Realizuje kampanie 360, projektuje aplikacje i platformy interaktywne, wymyśla ciekawe akcje outdoorowe. Pierwszym dużym klientem agencji był mBank, z którym MOSQI.TO pracowali kilka lat. Po mBanku było już tylko lepiej, rozszerzyli portfolio o projekty międzynarodowe i kolejne duże kampanie. Od początku pytano ich, czy nie chcą przenieść biznesu do Warszawy, czy nie łatwiej byłoby tam współpracować z klientami. Zostali w Łodzi i podkreślają, że czasy, kiedy odległość od stolicy była barierą, dawno minęły. – Może dlatego, że świat się kurczy, rynek zmienia, a Łodzi od Warszawy nie dzielią mile świetlne – mówi Magdalena Szmidt, dyrektor zarządzająca agencji.

W porównaniu z konkurencją są relatywnie małym zespołem, ale udaje im się realizować efektywne kampanie, pracują szybko i w zgranym zespole. Jak

podkreśla Maciej Wiśniewski, account director, świetny pomysł powinien nie tylko zachwycać, ale i dobrze się sprzedawać.

– Staramy się nie rozdrabniać. Mamy na to prosty pomysł: zamiast się rozrastać, kładziemy dużo większy nacisk na rozwój własnych kompetencji. Dodatkowo znamy się jak łyse konie i praca po prostu idzie nam bardzo sprawnie – podkreśla Magdalena Szmidt.

– Jesteśmy długodystansowcami. Mam na myśli i relację z klientem, i w zespole. Firmy, z którymi współpracujemy, są z nami od lat. Podobnie ważne są dla nas relacje w samym MOSQI.TO. Tomek i Maciek są w zespole od siedmiu i sześciu lat. Staż pozostałych seniorów to ponad pięć lat. Osoby, które do nas dołączają, zostają z nami na dłużej. Rozwijamy się organicznie i taki tryb bardzo nam odpowiada – sprawia, że od lat trzymamy wysoki poziom.

Zdaniem zespołu MOSQI.TO, w pracy z dużymi graczami liczy się także to, że klient może na nich polegać. Wiarygodność, tempo pracy i wzajemne zrozumienie ułatwiają rozwijanie dobrych relacji. – Gdybyśmy nie byli słowni i etyczni, to tak duże

firmy, jak Euronet czy ING Życie nie chciałyby z nami współpracować. A jest odwrotnie, pracujemy z nimi od lat – mówi Maciej Wiśniewski.

Zespół MOSQI.TO wyróżnia dużą pracowitość i umiejętność strategicznego podejścia do każdego projektu. Nie inaczej było z kampanią wizerunkową dla Łodzi, nad którą pracowali w tym roku. Potraktowali miasto jako markę i wpasowali kampanię w długoterminową strategię Łodzi. Nad kampanią „Łódź pozdrawia”, która trwała od maja do października 2014 roku, MOSQI.TO pracowali niemal rok. Wyprodukowali kilkadziesiąt kreacji, wymyślili spoty, współpracowali z lokalnymi twórcami, prasą lokalną i branżową. – Chodziliśmy po Łodzi, rozmawialiśmy z ludźmi i bardzo często słyszeliśmy, że dobrze jest tutaj prowadzić biznes. My sami jesteśmy na to dowodem. Pracując nad „Łódź pozdrawia” wykorzystaliśmy swoje doświadczenie ze współpracy z dużymi markami: wiedzieliśmy, że dobry pomysł to nie wszystko. Musimy po prostu dobrze sprzedać Łódź i trafić do ludzi – podkreśla Tomasz Soluch, art director w MOSQI.TO.

„Łódź pozdrawia” to największa kampania, jaką Łódź realizowała do tej pory. Tym ważniejsze wydaje się to, że jej autorem jest łódzka agencja. Dowodzi także, że nie trzeba być wielką korporacją z Warszawy, żeby realizować udane kampanie i pracować z dużymi klientami.

KOBIECY SMAK W PROJEKTOWANIU

6 Szpilek to nazwa pozornie enigmatyczna. Na myśl przychodzi nową kolekcję butów. Gdyby rzeczywiście chodziło o buty, to o takie z najwyższej półki. Kilka lat temu trzy dziewczyny z Łodzi: Katarzyna Łukowska, Ilona Robert i Ola Musiałek zamarzyły o własnej firmie i miały pomysł na jej prowadzenie. Wyszły z założenia, że jeśli mieć marzenia, to niech będą one wielkie. I spełniły je. Doświadczenie miały duże – od wielu lat pracowały w łódzkich mediach i agencjach.

Udało się stworzyć przyjazną, ciepłą, kobiecą firmę, która skupia się na jakości. Doceni ją każdy, kto zdecyduje się zaufać 6 Szpilekom. A dziewczyny wiedzą, co liczy się w kontaktach z klientami: zaufanie, rzetelne, profesjonalne i indywidualne podejście do zlecenia, kreatywność, świeże spojrzenie, szybkość działania oraz doskonała komunikatywność... Klient, który przekroczy próg agencji, poczuje się dobrze zaopiekowany. Wnętrze jest przytulne, ukwiecone, z wielką dbałością o estetyczne szczegóły. I choć nie jest to pałac, to widać, że dziewczyny mają gust.

Można powiedzieć, że do otwarcia firmy popchnęła je kobieca intuicja. Ona także prowadzi je przy realizacji nawet najtrudniejszych i najbardziej wymagających zleceń. Wrażliwe spojrzenie na świat

i drugiego człowieka sprawia, że Szpilki potrafią zrozumieć i odpowiedzieć swoim klientom, jak poprowadzić kampanię aż do sukcesu. Swoje projekty realizują tak, aby końcowy efekt był ich wizytówką, najlepszym listem polecającym.

I takim właśnie listem są słowa jednego z klientów: 6 Szpilek stanowi najlepszy przykład, jak robić biznes samodzielnie. Bez wielkich nakładów, jak najbardziej z obawami, ale wspierając się nawzajem i wierząc, że podstawą dobrego biznesu są relacje z ludźmi. Tworzenie jest ich pasją, ale prawdziwy talent objawia się, gdy pozwalają klientowi opowiedzieć o oczekiwaniach, poznać jego filozofię i doświadczenia, a następnie zmieszać to wszystko i wyjmując z tygła drobne kawałki, utworzyć zachwycający projekt.

Agencja reklamowa 6 Szpilek nie boi się konfrontacji swoich umiejętności i pomysłowości z innymi firmami o podobnym profilu. Z entuzjazmem bierze udział w różnorodnych konkursach, w których często zwycięża. To dzięki doświadczeniu i kompetencjom pracowników oraz naciskowi na jakość udaje się zrealizować takie cele. 6 Szpilek oferuje kompleksowe usługi. Agencja projektuje identyfikacje wizualne, a także odświeża już istniejące, tworzy materiały promocyjne (foldery, broszury, katalogi), strony internetowe, stoiska targowe, obrandowanie zewnętrzne i wewnętrzne. Organizuje też sesje zdjęciowe.

Klientami są lokalne urzędy i firmy, a także zagraniczne marki. Szpilki realizują projekty dla Łodzi, m.in. dla: Urzędu Miasta Łodzi – kampania „Łódź miastem kobiet”, „Młodzi w Łodzi – Mam pomysł na biznes”. Stworzyły logotyp i identyfikację wizualną dla Wojewódzkiego Funduszu Ochrony Środowiska i Gospodarki Wodnej w Łodzi, kampanię „Be creative, stay in Lodz” promującą miasto na lotnisku Lublinek. Zaprojektowały materiały promocyjne i obrandowania Centrum Informacji Kulturalnej w Łodzi. Są też autorkami nowego logo i identyfikacji dla Radia Łódź. Ich klientami są również m.in. Medicover, Grupa Pracuj, Procter & Gamble, ING, Ichem, Apteki Kwiaty Polskie, Grot.

Kobiecy smak i styl w projektowaniu – to kwintesencja 6 Szpilek. Na każdym etapie współpracy poszukują najatrakcyjniejszych i satysfakcjonujących klienta rozwiązań. Znakiem rozpoznawczym firmy i tym, co odróżnia tę łódzką agencję reklamową od innych, jest to, że dziewczyny kierują się w swoich projektach i codzienności sercem.

Obecnie firma to sześciuosobowy zgrany zespół, który razem podejmuje się najtrudniejszych wyzwań. Z jednakową solidnością i zapałem podejmują zlecenia zarówno dla jednoosobowych firm, jak i dużych korporacji.

Kampania miejska „Łódź pozdrowia”

W październiku zakończyła się ostatnia odsłona kampanii „Łódź pozdrowia”, która tym razem promuje łódzkie festiwale i w kolejnym spocie pozdrowia z udziałem łodzian. Jak się okazuje, jesienią również warto odwiedzić Łódź.

Autorem trwającej szósty miesiąc kampanii jest agencja kreatywna MOSQI.TO. „Łódź pozdrowia” skierowana jest do czterech grup odbiorców, są to:

- maturzyści z Łodzi i regionu („Młodzi w Łodzi”);
- turyści i ludzie ciekawi świata („Łódź na weekend” z dwiema niezależnymi odsłonami: wiosenną oraz jesienną);
- ci, którzy pracują w biznesie kreatywnym („Łódź kreatywna”);
- potencjalni inwestorzy oraz średnia i wyższa kadra menedżerska („Łódź gospodarcza”).

Motywnym przewodnim stało się optymistyczne pozdrowianie. Pozdrowiać można było z ekranu telewizora w kampanii telewizyjnej, z billboardów w największych polskich miastach, z gazet, radia, a nawet Facebooka. Było optymistycznie i z przymrużeniem oka.

Do współpracy zaproszono łódzkich artystów: spoty według scenariuszy MOSQI.TO wyreżyserował łodzianin, wyprodukowała je łódzka firma, autorem muzyki do nich jest łódzki L.Stadt. Co więcej – w spotach zagrali sami łodzianie, którzy tłumnie przyszli na casting. Najstarsza występująca osoba liczyła 94 wiosny. Kryterium było proste: prawdziwi ludzie z prawdziwymi emocjami, bo cukierkowe postacie nie pasują do wizerunku miasta. To właśnie

zaangażowanie prawdziwych postaci (aż 260 osób obecnych na castingu!) jest kluczowym spoiwem kampanii.

Co najważniejsze, zaangażowaniem w promocję Łodzi i tej konkretnej kampanii udało się zarazić internautów – MOSQI.TO uruchomiło aplikację na Facebooku, w której można było tworzyć własne billboardy. W ramach konkursu na hasło każdy miał szansę trafić na billboard w październikowej odsłonie. Aplikacja bardzo spodobała się łodzianom – masowo ją wykorzystywali i dzielili się z innymi. Wraz z uruchomieniem aplikacji ustały też obawy niektórych komentujących, że pojawi się tu masa obraźliwych treści – po dwóch tygodniach od startu aplikacji na 337 billboardów usunięto jeden. Do końca trwania konkursu łodzianie stworzyli ponad 430 plakatów i oddali niemal 14 tys. głosów. Aplikacja działa bez żadnego wsparcia reklamowego.

Na mówienie o efektach kampanii jest jeszcze za wcześnie. 1 października ruszyła czwarta odsłona kampanii – jesienna „Łódź na weekend”. W całej Polsce pojawiło się niemal 400 kreacji na billboardach i citylightach. Wśród haseł zobaczyliśmy: „Festiwal Światła z Łodzi pozdrowia długie jesienne wieczory”, „Festiwal Designu z Łodzi pozdrowia kreatywnych z całej Polski” oraz „Fashion Week Poland z Łodzi pozdrowia Poznański Tydzień Mody”.

Basia Jagoda
PR manager MOSQI.TO



JAROSŁAW ZARADKIEWICZ

Sztuka na cmentarzu



Midnight Show

Jako projektanci z Łodzi postanowiliśmy wykreować w tym mieście nową, lepszą rzeczywistość. Na pierwszy ogień poszedł obszar zaniedbany i zapomniany przez środowisko projektowe: cmentarze – mówią założyciele firmy Kontrastowo.pl, czyli Tomasz Skorupa, Urszula Tuszyńska i współpracujący z nimi Jakub „Hakobo” Stępień.

Jak wyglądają współczesne cmentarze w Polsce, wiemy wszyscy. Rozwiązania nagrobków są zwykle bardzo typowe i często sztamkowe, a różnice można uchwycić jedynie w detalach. Czy wynika to z braku pomysłu na tę przestrzeń? Być może również z braku odwagi i nieśmiałości wobec zastosowania odmiennej niż istniejąca formy. Taka szara całość, z brakiem przestrzeni wypełnionej zielenią, nie tworzy przyjaznego miejsca dla wspomnień o najbliższych, którzy odeszli. Polskie cmentarze to najczęściej dżungla szarych i czarnych nagrobków, w której trudno o chwilę ciszy, spokoju, zadumy. Niejednokrotnie stajemy też przed dylematem poszukiwania nagrobków, bo tak mocno zlewają się z otoczeniem. A być może wystarczyłoby tylko stworzyć swego rodzaju punkty orientacyjne, dominanty w przestrzeni, które wyznaczyłyby szlak?

ODEJŚĆ OD SZTAMPY

Wierzmy, że ludzie akceptują brzydotę, ponieważ nie znają niczego lepszego. Nasza forma nagrobka daje możliwość wyboru – wyjaśniają łódzcy projektanci.

Stworzony przez nich projekt to próba przywołania pięknego rzemiosła i skonfrontowania go z nowoczesną techniką produkcji. Prosty, elegancki i dostojny kształt. Cały nagrobek stanowi jeden spójny element. Opracowany przez projektantów wzór reliefu w nowoczesny sposób nawiązuje do średniowiecznych witraży gotyckich.

Pomysł na inny, ładniejszy nagrobek, nosili w głowach od paru lat. Zawsze kiedy odwiedzali cmentarze, zadawali sobie pytania: Czy to wszystko musi być takie ciężkie i sztamkowe? Czy moglibyśmy to zaprojektować lepiej, zrobić inaczej?

Wiosną 2013 roku myśl o designerskim nagrobku dojrzała. Przez następnych kilka miesięcy odwiedzili ponad sto cmentarzy w całej Europie. – Odnaleźliśmy bardziej lub mniej udane próby wyzwolenia się ze schematów. Niektóre rozwiązania były inspirujące, ale nigdzie nie znaleźliśmy pomnika, który odpowiadałby naszym założeniom – wspominają.

PROJEKT FUNKCJONALNY

Prototypy nagrobka powstały jesienią 2013 roku. Projektanci pracowali tak, jak to mają w zwyczaju, czyli

od ogółu do szczegółu. W pierwszej kolejności powstał ogólny zarys bryły.

Oprócz tradycyjnego materiału, jakim jest kamień, postawili na eksperymenty z nowoczesnymi materiałami (typu beton architektoniczny zbrojony włóknem szklanym i granitobeton, czyli beton z dodatkiem żywicy epoksydowej). W efekcie powstały pomniki o spójnej, jednolitej bryle, odporne na warunki atmosferyczne i zabrudzenia, wygodne do sprzątnięcia i trwałe. Zapewniony jest również odpływ wody deszczowej.

Funkcjonalność i trwałość to jednak za mało. Dlatego projektanci szczególnie zadbali o detale – szklaną lub bazaltową tablicę nagrobną, paletę kolorów, fakturę. Największy wkład w ostateczny wygląd nagrobków miał Jakub „Hakobo” Stępień, łódzki plakacista światowej klasy, który potraktował bryłę jak wyzwanie artystyczne. To Jakub zaprojektował motyw reliefu, który wprowadza narrację i nadaje formie znaczenie.

Połączenie płyt poziomej i pionowej jest zaokrąglone, a wysoka część pionowa przesłania widok na tył sąsiedniego nagrobka. Projekt wykonany jest w uniwersalnym rozmiarze i może być zastosowany na podwójnej mogile. W porównaniu z analogiczną bryłą z kamienia projekt cechuje niska waga. Z nagrobkiem zintegrowany jest schowek.

Klienci decydujący się na nagrobek z Kontrastowo.pl mogą wybierać z szerokiej gamy kolorystycznej i materiałowej. W wersji ekskluzywnej można również zamówić nagrobek z prawdziwego kamienia. Tablica epitafijna wykonana jest z hartowanego szkła. Daje możliwość umieszczenia dowolnego projektu graficznego. Tablica może być również wykonana z kamienia.



Urszula Tuszyńska i Tomasz Skorupa

ZESPÓŁ

Tomasz Skorupa, absolwent architektury. Pomysłodawca Kontrastowo.pl i nowej formy nagrobka. Od wielu lat prowadzi własną pracownię architektoniczną G3 Architekci, która ma na koncie kilkadziesiąt autorskich realizacji.

Urszula Tuszyńska jest absolwentką Politechniki Łódzkiej (kierunek architektura i urbanistyka). Jako architekt pracuje od siedmiu lat. W designie poszukuje rozwiązań nieoczywistych i zaskakujących, ale funkcjonalnych i dopasowanych do indywidualnych potrzeb klienta.

Jakub Stępień aka Hakobo należy do 50 najważniejszych obecnie plakacistów na świecie (według Johna Fostera, autora książki „New Masters of Poster Design”). Doskonale czuje się również w identyfikacji wizualnej, działaniach na pograniczu sztuki i designu, w modzie i ogólnie – grafice użytkowej.

CEGIEŁKI NOWOCZESNOŚCI

Praca została doceniona przez galerie, które pokazują nagrobek jako niezależne dzieło. W lipcu i sierpniu 2014 roku był wystawiany w galerii BWA we Wrocławiu na wystawie Midnight Show w trakcie Festiwalu T-Mobile Nowe Horyzonty. Nagrobek zostanie wystawiony na stałe w centrum wrocławskiej starówki jako nowoczesna rzeźba.

Coraz częściej klienci poszukują nowości. Wielu z nich chętnie zaryzykowałoby postawienie odważniejszego nagrobka, ale pod warunkiem że nie tworzy on chaotycznej i negatywnej konfrontacji z otoczeniem, a więc prezentuje się estetycznie i funkcjonalnie. Takie projekty są możliwe, stają się jak najbardziej realne. A jeśli dzięki temu udałoby się wprowadzić nieco ożywienia do typowo polskiej monotonii, to warto temu przyklasnąć.

– Myśleliśmy, że nasz nowatorski nagrobek będzie sprzedawał się głównie w dużych miastach, tymczasem ze zdziwieniem zauważamy duże zainteresowanie również w małych miastach i na wsi, znanej z konserwatywnego podejścia – opowiadają projektanci.

Dzięki pierwszemu modelowi nagrobka znaleźli ich klienci, dla których wykonują indywidualne projekty i realizują inne niesztabowe pomniki. To dopiero początek drogi w kierunku lepszej rzeczywistości. Projektanci mają kolejne pomysły na nowe produkty w innych, całkiem zaskakujących branżach. Nasz kraj wciąż zmienia się na lepsze. Chcemy do tych zmian dołożyć nasze kreatywne, łódzkie cegiełki – dodają.

Miasto kominów



Maszyna parowa (ok. 1910), interaktywne muzeum „Kotłownia”

Nad Łodzią z czasów „Ziemi obiecanej”, przełomu XIX i XX wieku, górowały dziesiątki kominów. Mnogość fabryk przemysłu włókienniczego spowodowała, że do Łodzi przyłgnęła nazwa „miasto kominów”.

Chcąc przenieść się w tamte czasy, warto odwiedzić wystawę „Dawne zakłady Ludwika Geyera 1828–2002” przygotowaną przez Działy Historii Włókiennictwa i Tkaniny Przemysłowej Centralnego Muzeum Włókiennictwa oraz Muzeum Regionalne w Brzezinach. Wystawa mieści się w gmachu Białej Fabryki, która kiedyś należała do zakładów Geyera.

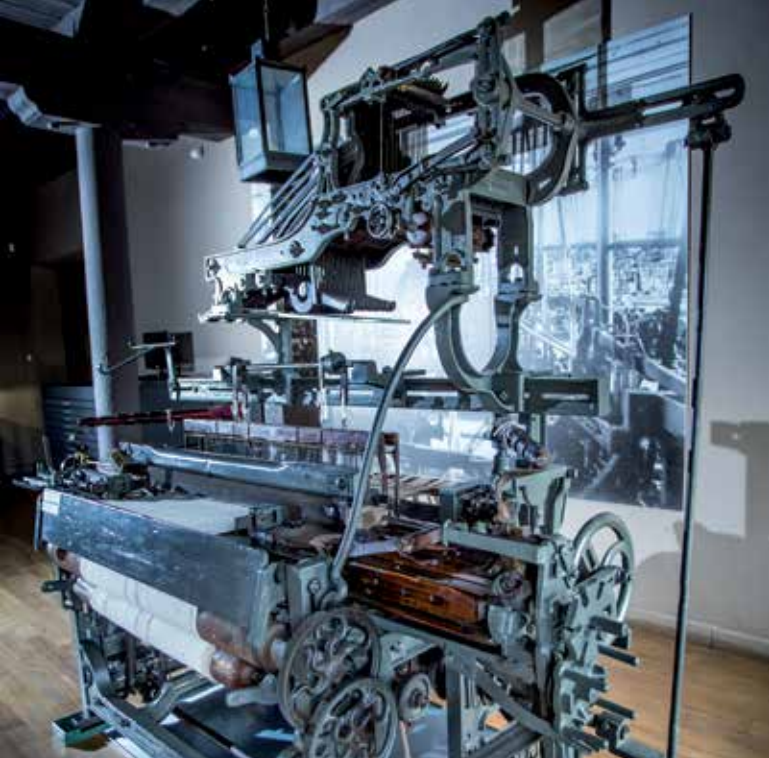
ZAKŁADY

Wystawa jest poświęcona najstarszej i najdłuższej działającej w Łodzi fabryce wyrobów bawełnianych. W 1828 roku założył ją przybyły z Saksonii Ludwik Geyer. Początkowo nie był wielkim fabrykantem, ale z czasem doprowadził do rozwoju firmy. Geyer założył w Łodzi pierwszą prawdziwą, scentralizowaną fabrykę włókienniczą. Do tamtej pory nikt nie miał wszystkich części produkcji włókienniczej zebranych w jednym miejscu. Przez wiele lat była to największa firma przemysłowa w mieście, która jako pierwsza wprowadziła nowoczesne przędzarki i krosna napędzane maszyną parową. Pierwsza maszyna parowa miała moc 60 KM i napędzała ponad 300 maszyn włókienniczych. Szybko przybywały kolejne. W latach 20. było już siedem maszyn parowych i kilka silników elektrycznych.

W latach świetności, tuż przed I wojną światową, zakłady bawełniane zatrudniały około 4,7 tys. pracowników i produkowały rocznie tkaniny o wartości 8,7 mln rubli. Zakłady jako jedne z pierwszych objęły swoich pracowników opieką socjalną i utworzyły fabryczne organizacje oświatowe, kulturalne i sportowe. Działała przy nich szkoła dla dzieci robotników, biblioteka, kasa chorych, przychodnia lekarska oraz łaźnia. W okresie międzywojennym powstał teatr oraz Klub Sportowy Geyer, który po II wojnie światowej został przekształcony w KS Tęcza.

Po II wojnie światowej zakłady zostały upaństwowione i przez wiele dziesięcioleci funkcjonowały pod nazwą Zakłady Przemysłu Bawełnianego im. F. Dzierżyńskiego. W 1963 roku do logo firmy dołożono uroczego pingwinka oraz dodano do nazwy człon „Eskimo”.

W czasach PRL-u zakłady należały do największych przedsiębiorstw branży bawełnianej w Polsce i specjalizowały się w produkcji tkanin o przeznaczeniu: odzieżowym (głównie kretonów i flaneli), specjalnym (drelichów wykorzystywanych na wojskowe mundury polowe) i introligatorskim. Fabryka przetrwała do lat 90. XX wieku. Jeszcze w 1970 roku zatrudniała 6 tys. pracowników. Nie wytrzymała jednak



Krosno rewolwerowe (ok. 1930), wystawa „Dawne zakłady Ludwika Geyera 1828–2002”

Centralne Muzeum Włókiennictwa w Łodzi jest jedną z największych atrakcji turystycznych w mieście. Jego walory zostały docenione m.in. w plebiscycie na 7 nowych cudów Polski magazynu „National Geographic Traveler”, w którym w 2013 roku zajęło drugie miejsce. Znaczącym walorem Centralnego Muzeum Włókiennictwa są także wydarzenia kulturalne odbywające się cyklicznie na jego terenie, w tym przede wszystkim Międzynarodowe Triennale Tkaniny – najstarsza i największa na świecie wystawa-konkurs promująca unikatowe tkaniny oraz Geyer Music Factory – cykl letnich koncertów na dziedzińcu Białej Fabryki. Przy Centralnym Muzeum Włókiennictwa znajduje się Skansen Łódzkiej Architektury Drewnianej udostępniony do zwiedzania jesienią 2008 roku. Skansen prezentuje typowe dla Łodzi przełomu XIX i XX wieku budynki, w tym kościół, willę letniskową, piętrowy dom dla rodzin robotniczych oraz domy rzemieślników rozmieszczone wzdłuż wybrukowanych kocimi łbami uliczek. W budynkach działają m.in. różnego rodzaju pracownie rękodzielnicze i artystyczne, a w domu nr 6 urządzona została stała wystawa „W kuchni pani Goldbergowej”.

zmian ustrojowych. W 2000 roku zatrudniała niespełna 500 osób, a w 2002 roku ogłoszono jej upadłość.

WYSTAWA

W latach 60. z Zakładów im. Dzierżyńskiego wydzielono tzw. Białą Fabrykę, w której zorganizowano Centralne Muzeum Włókiennictwa. Budynek swoją nazwę zawdzięcza temu, że jako jedyny był otylnokowany. Pozostałe hale fabryczne były wznoszone z czerwonej cegły. Jedną ze stałych wystaw obecnego muzeum poświęcona jest założycielowi fabryki.

Wystawę otwiera portret Ludwika Geyera. Składa się ona z dwóch części. Pierwsza – historyczna ukazuje dokumenty ilustrujące skalę produkcji i zatrudnienia, widoki i plany architektury fabrycznej oraz fotografie pracowników. Widać na nich zarówno kobiety, jak i mężczyzn, którzy w tamtych czasach pracowali przez prawie pół doby sześć dni w tygodniu. Na zdjęciach występują też dzieci, które pracowały od dziesiątego roku życia (poniżej tego wieku obowiązywał zakaz pracy). Ryciny i plany prezentujące panoramę firmy pomagają zobrazować, jak wielkim przedsięwzięciem była firma Ludwika Geyera.

Na wystawie można zobaczyć mały model maszyny parowej. Natomiast tych, którzy chcą się dowiedzieć, jak pracowała taka maszyna, Muzeum zaprasza do swojej interaktywnej części. W skali 1:1 i w pełni prawdziwy jest za to stół drukarski, który służył do nanoszenia nadruków na tkaniny. Z czasem właściciel sprowadził do Łodzi maszynę walcową, która potrafiła zastąpić 100 takich stołów.

Druga część wystawy poświęcona jest procesowi produkcji i prezentuje szeroki przekrój asortymentu oraz wzornictwa tkanin. Pierwsze wyroby z fabryki Geyera się nie zachowały. Najstarsze prezentowane na wystawie tkaniny pochodzą z lat 70. XIX wieku.

Ekspozowane są także katalogi fabryczne i handlowe, fragmenty tkanin metrażowych i wyroby gotowe, które pozwalają prześledzić zmiany zachodzące w technice, technologii i wzornictwie tkanin produkowanych od początków XX wieku do 2002 roku.

Prezentowane na wystawie obiekty stanowią jedynie fragment kolekcji zgromadzonej przez Muzeum w ciągu kilku dziesięcioleci. Należy ją uznać za unikatową, najpełniej dokumentującą historię najstarszej i jednej z największych łódzkich fabryk oraz dającą najpełniejszy obraz przemian zachodzących w przemyśle włókienniczym.

– Przy postaci Ludwika Geyera należy zadać sobie pytanie, czy Łódź była dla niego ziemią obiecaną, czy przeklętą? Bo przez całe życie ciężko pracował na swoje imperium, a umarł jako bankrut – zastanawia się Michał Sierba z Centralnego Muzeum Włókiennictwa.

X MIĘDZYNARODOWY FESTIWAL INDYWIDUALNOŚCI MUZYCZNYCH „TANSMAN 2014”

14–23 LISTOPADA

FILHARMONIA ŁÓDZKA, KINO PWSFTVIT, MUZEUM MIASTA ŁODZI, POLESKI OŚRODEK SZTUKI, TEATR WIELKI
WWW.TANSMAN.LODZ.PL

XXIV FESTIWAL MEDIÓW W ŁODZI „CZŁOWIEK W ZAGROŻENIU”

19–22 LISTOPADA

MUZEUM KINEMATOGRAFII, PL. ZWYCIĘSTWA 1
WWW.FESTIWALMEDIOW.ART.PL

XVI EXPLORERS FESTIVAL

19–23 LISTOPADA

SALA WIDOWISKOWA POLITECHNIKI, AL. POLITECHNIKI 3A
WWW.EXPLORERSFESTIVAL.PL

VIII FESTIWAL PULS LITERATURY

28 LISTOPADA–8 GRUDNIA

CENTRALNE MUZEUM WŁÓKIENICTWA, UL. PIOTRKOWSKA 282
DOM LITERATURY, UL. ROOSEVELTA 17
WWW.PULSLITERATURY.PL

IV SALON CIEKAWEJ KSIĄŻKI

28–30 LISTOPADA

MIĘDZYNARODOWE TARGI ŁÓDZKIE, UL. KS. SKORUPKI 21
WWW.TARGI.LODZ.PL

KONCERT GLENN MILLER ORCHESTRA

2 GRUDNIA, GODZ. 19.00

TEATR WIELKI, PL. DĄBROWSKIEGO 1
WWW.OPERALODZ.COM

KONCERT ZESPOŁU LAO CHE

5 GRUDNIA, GODZ. 20.00

KLUB WYTWÓRNA, UL. ŁĄKOWA 29
WWW.WYTWORNIA.PL

URBAN CHRISTMAS FESTIVAL

6 GRUDNIA

FABRYKA SZTUKI, UL. TYMIENIECKIEGO 3
WWW.URBAN-FESTIVAL.PL

JARMARK BOŻONARODZENIOWY NA ULICY PIOTRKOWSKIEJ

12–23 GRUDNIA

UL. PIOTRKOWSKA
WWW.LODZ.PL

KONCERT LENNY'EGO KRAVITZA

15 GRUDNIA

ATLAS ARENA, AL. BANDURSKIEGO 7
WWW.ATLASARENA.PL

PRZEDSTAWIENIE „KRÓLEWNA ŚNIEŻKA ON ICE”

18 GRUDNIA

ATLAS ARENA, AL. BANDURSKIEGO 7
WWW.ATLASARENA.PL

MOSCOW CITY BALLET – „DZIADEK DO ORZECHÓW”

18 GRUDNIA, GODZ. 19.00

TEATR WIELKI, PL. DĄBROWSKIEGO 1
WWW.OPERALODZ.COM

KONCERT „ALE KINO Z ALLA VIENNA”

29 GRUDNIA

MUZEUM MIASTA ŁODZI, PAŁAC POZNAŃSKICH, UL. OGRODOWA 15
WWW.MUZEUM-LODZ.PL

FINAŁ WIELKIEJ ORKIESTRY ŚWIĄTECZNEJ POMOCY

11 STYCZNIA

RYNEK MANUFAKTURY
WWW.WOSP.ORG.PL

WIELKA GALA MUZYKI JOHANNA STRAUSSA

19 STYCZNIA, GODZ. 19.00

FILHARMONIA ŁÓDZKA IM. ARTURA RUBINSTEINA,
UL. NARUTOWICZA 20/22
WWW.FILHARMONIA.LODZ.PL

MASZYNA DO OPOWIADANIA BAJEK – DZIEŃ BABCI I DZIADKA

22 STYCZNIA, GODZ. 18.00

TEATR PINOKIO, UL. KOPERNIKA 16
WWW.TEATRPINOKIO.PL

BOLSHOI MINSK BALLET

22 LUTEGO, GODZ. 15.00

FILHARMONIA ŁÓDZKA IM. ARTURA RUBINSTEINA,
UL. NARUTOWICZA 20/22
WWW.FILHARMONIA.LODZ.PL

TARGI BUDOWNICTWA INTERBUD, SALON PRAKTYKI DEKARSKIEJ

27 LUTEGO–1 MARCA

EXPO-ŁÓDŹ
WWW.INTERBUD.INTERNERSERVIS.PL,
WWW.EXPO-LODZ.PL