

ŁÓDŹ

KREUJE INNOWACJE

MAGAZYN INFORMACYJNY MIASTA ŁODZI

NR 4/2014

NA STYKU SZTUKI I BIZNESU

WYKORZYSTAJMY NASZĄ SZANSĘ DZIEJOWĄ

ŁÓDŹ PRZYJAZNA FILMOWCOM

MEDIALNY ADRES

PIOTRKOWSKA POZDRAWIA CAŁĄ POLSKĘ



Czas spędzony w Łodzi
24 godziny na dobę

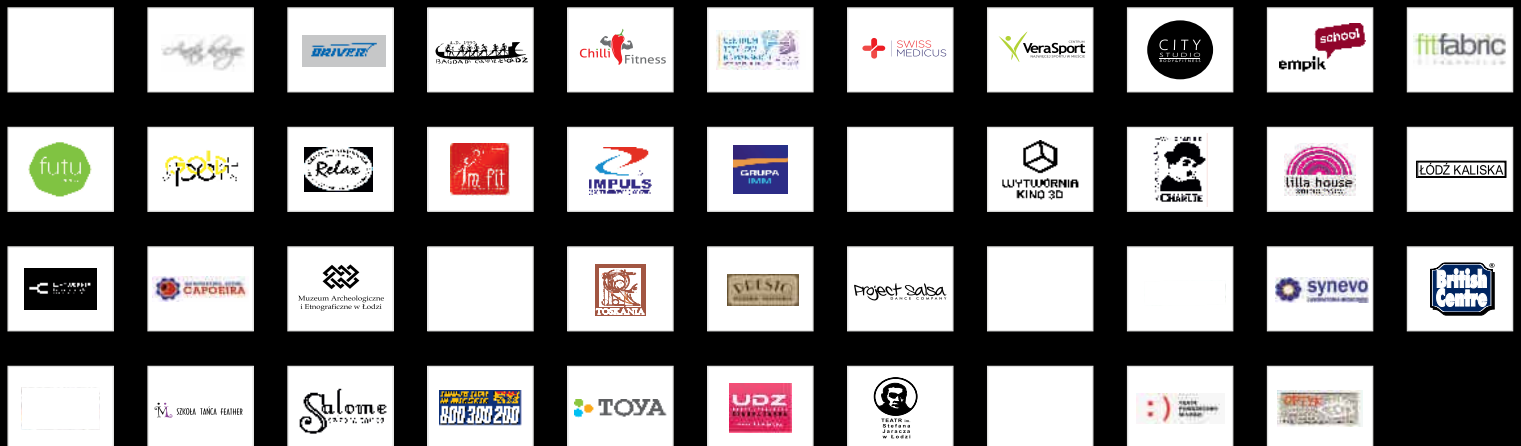


KARTA RABATOWA
MŁODZI W ŁODZI



WWW.MLODZIWLODZI.PL

PARTNERZY:





ANNA KRAWCZYK,
REDAKTOR
NACZELNA

Wydanie magazynu „Łódź kreuje innowacje”, które właśnie trzymają Państwo w dłoniach, zaczynamy od dobrych przykładów, a później przechodzimy do... dobrych przykładów. Tak to już jest z tą Łodzią. A co do konkretów... „Polska nauka stoi przed swoją szansą dziejową” – przekonuje prof. dr hab. inż. Piotr Kula, prorektor ds. innowacji na Politechnice Łódzkiej. Co należy uczynić, aby z tej szansy skorzystać? Jakie wyzwania mają przed sobą naukowcy? O tym miałam zaszczyt rozmawiać z Panem Profesorem. I nie jest to tylko kurtuazyjne stwierdzenie. Pan prof. Kula jest wyjątkową osobowością, niezwykle charyzmatyczną. To przykład zarówno wspaniałego naukowca, jak i przedsiębiorcy. Proszę mi wybaczyć tę olbrzymią admirację, lecz spotkanie z nim na długo zapadło mi w pamięć. Nie będzie przesadnym stwierdzenie, że Politechnika Łódzka i polska nauka wiele zawdzięczają rektorowi Kuli. Na potwierdzenie słów profesora prezentujemy program Top 500 Innovators: Science, Management, Commercialization realizowany przez Ministerstwo Nauki i Szkolnictwa Wyższego. To projekt stażowy, dzięki któremu młodzi polscy naukowcy oraz eksperci zdobywają wiedzę z zakresu komercjalizacji technologii na najlepszych światowych uniwersytetach. Absolwenci programu założyli Stowarzyszenie Top 500 Innovators. Nabór na kolejny program stażowy odbędzie się już na przelocie roku. O szczegóły zapytaliśmy resort nauki. Młodych łodzian nie trzeba namawiać do podejmowania inicjatyw. Art_Inkubator stwarza warunki dla tych najbardziej operatywnych i pełnych inwencji. Sporo miejsca poświęcamy zarówno samej inicjatywie, jak i przedsiębiorcom. Łódź słynie ze swojej Szkoły Filmowej. Jej rektor, prof. Mariusz Grzegorzek, udziela przyszłym adeptom ciekawych rad odnośnie wyboru drogi życiowej. Samo miasto kojarzone jest z filmem. W związku z tym, Urząd Miasta powołał specjalną jednostkę: Łódź Film Commission, która ułatwia twórcom przygotowywanie planów filmowych. Łódź to także Opus Film – producent m.in. filmu „Wymyk”. Łukasz Dzieciotł zdradza nam, na czym polega rola producenta i jak będzie wyglądało kino w przyszłości, a Marcin Piasecki, dyrektor zarządzający Kino Świat, informuje, czym kieruje się jeden z wiodących w kraju dystrybutorów przy wyborze tytułów filmowych. Na koniec zapraszamy na ulicę Piotrkowską w nowej odstonie.

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

Urząd Miasta Łodzi

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.



SPIS TREŚCI

WYWIAD

- 6 Wykorzystajmy naszą szansę dziejową**
 – Polska nauka stoi przed swoją szansą dziejową, mam nadzieję, że ją podejmie – mówi **prof. dr hab. inż. Piotr Kula**, prorektor ds. innowacji na Politechnice Łódzkiej

NAUKA

- 9 Stowarzyszenie innowatorów**
 Program Top 500 Innovators adresowany jest do polskiego środowiska naukowego

GOSPODARKA

- 12 Budujące programy**
 Architektów i projektantów wspierają zaawansowane programy komputerowe. Polskim pionierem w rozwoju takiego oprogramowania jest łódzki INTERsoft.
- 13 Wypowiedź Jarosława Chudzika**, prezesa firmy INTERsoft

PRZEMYSŁY KREATYWNE

- 14 Miasto filmu**
 Priorytetem działalności Łódź Film Commission jest zabieganie o to, aby w Łodzi powstawało jak najwięcej filmów, poprzez zapewnienie kompleksowego



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



- wsparcia filmowcom oraz promocję Łodzi i regionu jako miejsca przyjaznego wszelkim produkcjom audiowizualnym
- 16 Szkoła nieprzeciętna**
Szkoła Filmowa w Łodzi jest jedną z najstarszych uczelni tego typu na świecie, powstała w 1948 roku
- 17 Wypowiedź prof. Mariusza Grzegorzka,**
rektora Szkoły Filmowej w Łodzi
- 18 Łódź przyjazna filmowcom**
– Obecne tendencje są takie, żeby premiery filmowe robić w tym samym czasie, a to będzie możliwe dzięki streamingowi kontentu bezpośrednio do kin, np. przez satelitę – mówi **Łukasz Dziecioł**, producent w Opus Film
- 21 Kino sentymtalne**
– Nierzadko zdarza się, że nasz wybór nie wynika z głębokiego przekonania o wielkim sukcesie komercyjnym, ale z chęci zajmowania się twórczością danej osoby – opowiada **Marcin Piasecki**, dyrektor zarządzający Kino Świat
- 22 Medialny adres**
Łódź, Łąkowa 29 to adres doskonale znany ludziom związanym z branżą filmową
- 25 Wypowiedź Andrzeja Pasowskiego,**
dyrektora marketingu spółki Toya
- 26 Na styku sztuki i biznesu**
Art_Inkubator w Fabryce Sztuki to miejsce, gdzie twórczość spotyka się z przedsiębiorczością
- 31 Art biznes**
Już po raz szósty rozstrzygnięto konkurs „Młodzi w Łodzi – Mam pomysł na biznes”. Wśród autorów wyróżnionych biznesplanów znalazły się dwie rezydentki Art_Inkubatora

32 Globalna Agencja

Bluerank to najlepsza agencja SEM (search engine marketing) w Polsce i jedna z najlepszych w Europie oraz pierwszy polski zdobywca nagrody European Search Awards

FELIETON

35 Co ważniejsze: głowa czy serce?

TURYSTYKA

36 Piotrkowska pozdrawia całą Polskę

38 KALENDARIUM





Wykorzystajmy naszą szansę dziejową

Polska nauka stoi przed swoją szansą dziejową, mam nadzieję, że ją podejmie – mówi prof. dr hab. inż. Piotr Kula, prorektor ds. innowacji na Politechnice Łódzkiej w rozmowie z Anną Krawczyk.

Panie Rektorze, jest Pan obecny w polskiej nauce od ponad 30 lat. Jak w tak długiej perspektywie zmieniło się podejście do komercjalizacji badań naukowych?

Zmieniło się bardzo wiele. Przeżyłem okres instytucjonalnej współpracy z gospodarką jeszcze w poprzednim systemie, a potem olbrzymie załamanie gospodarcze, a przede wszystkim relacji biznes–nauka w okresie transformacji, i żmudne odbudowywanie tych relacji w ostatnim okresie.

Jak w każdej dynamicznej gospodarce i każdym dynamicznym systemie, wszystko ewoluuje. Rewolucyjne było załamanie gospodarki, natomiast trwające obecnie przywracanie relacji według zdrowych, rynkowych zasad jest procesem długotrwałym. Stan tych relacji na dzień dzisiejszy oceniam jako głęboko niezadowolający.

A co mogłoby przyspieszyć ten proces? Jakie uwarunkowania mu sprzyjają, a jakie nie?

Sukces gospodarczy polega na budowaniu przewagi konkurencyjnej. To jest wyścig. Doskonale rozumieją to biznesmeni, ale nie do końca świat nauki. Przez długi czas funkcjonowały mechanizmy finansowego wsparcia nauki ukierunkowane na rozwój kadry naukowej, tzn. wymianę, wizyty w wiodących ośrodkach naukowych. Pozwalało to na autonomiczne funkcjonowanie nauki, która sobie spokojnie radziła bez związków z gospodarką. Cały strumień finansowania szedł, i idzie nadal, w dużej mierze ze środków budżetowych. W tym upatruję potężną barierę. Brakuje w świecie nauki świadomości, że pieniądze na własną działalność powinniśmy w znacznej części czerpać z rynku. Nie z dotacji, nawet konkursowych, tylko sprzedając nasze rozwiązania w myśl zasady, że wiedza jest towarem o wartości bezcennej.

Czyli potrzeba zmiany świadomości?

Tak, i jak wiadomo, jest to proces wymagający czasu. Budowanie świadomości to jest działanie systemowe, wychowawcze, poprzez dobre przykłady. Te przykłady już są, ale jest ich bardzo mało.

Jak wygląda sytuacja w tej chwili? Kto dyktuje warunki współpracy: nauka czy biznes?

Dominującym partnerem w tej relacji zawsze będzie biznes. To on rozumie swoje słabe strony, widzi szanse i zagrożenia oraz poszukuje rozwiązań najpierw w ramach własnych struktur, a kiedy to nie wystarcza, u ekspertów zewnętrznych. Oferta polskiej nauki jest bardzo bogata. W ostatnim okresie nastąpiło olbrzymie wzbogacenie możliwości badawczych. Ogromne kwoty zostały przeznaczone na zakup aparatury badawczej. Dobrze byłoby, aby dawała ona rozwiązania, które będą miały rzeczywistą wartość rynkową.

Relacje pomiędzy nauką a biznesem wymagają stałych kontaktów. Z tym też jest nie najlepiej. Bardzo mało naukowców rozmawia z przedstawicielami przemysłu. A kiedy już nawet dojdzie do spotkania, odnoszę wrażenie, że te dwie grupy mówią różnymi językami.

Komunikacja jest podstawą...

Komunikacja jest podstawą, budowanie zaufania jest podstawą. To wymaga czasu. Należę do tej grupy naukowców, która od zawsze współpracowała z gospodarką. Wiem, jak trudno jest budować zaufanie u partnera

Sukces gospodarczy polega na budowaniu przewagi konkurencyjnej. To jest wyścig. Doskonale rozumieją to biznesmeni, ale nie do końca świat nauki

przemysłowego. Kiedy już zostanie ono zbudowane, możemy być spokojni o relacje, o realizowanie wspólnych projektów. Natomiast trzeba być w tych relacjach niezwykle

rzetelnym: terminowo wykonywać zadania i pilnie wsłuchiwać się w to, co mówią nasi partnerzy biznesowi. Niekoniecznie musimy dyktować nasze warunki, lepiej być elastycznym. Bardzo często odnosimy sukces, kiedy nie mamy gotowego rozwiązania, ale posiadamy kompetencje, które możemy wykorzystać dla rozwiązania rzeczywistego problemu gospodarczego.

Ma Pan na swoim koncie wiele patentów. Przy Politechnice Łódzkiej działa Centrum Transferu Technologii. W czym tkwi zatem tajemnica Pańskich sukcesów?

To trudne pytanie. Oczywiście można wymienić kilka wspaniałych ośrodków akademickich w całej Polsce, które również komercjalizują swoje rozwiązania. Patrząc jednak na możliwości polskiej nauki, jest to wciąż wierzchołek piramidy. Teraz szkopuł tkwi w tym, żeby punkt ciężkości obniżyć do podstawy piramidy, a wiem, że jest to możliwe. Może to rosnąć lawinowo, kiedy coraz więcej zespołów badawczych zrozumie, że na relacjach z gospodarką można nie tylko dobrze zarobić, ale także zrobić karierę naukową, np. awansować na kolejne stopnie naukowe.

Do dziś wypromowałem 13 doktorów nauk technicznych, a co najmniej 11 z nich rozwiązało problemy, które są istotne dla rozwoju gospodarki. Nie trzeba zatem opierać swojej kariery naukowej na rozwiązywaniu problemów czysto podstawowych, ale również problematyka badań stosowanych, prac rozwojowych może być przedmiotem prac doktorskich i prac habilitacyjnych, a także podstawą do budowania dorobku na awans na funkcję profesora nauk.

Przed nami kolejna perspektywa finansowa UE. Jak teraz będzie wyglądało finansowanie nauki?

No właśnie. Świadomość można też budować instytucjonalnie. W najbliższej perspektywie finansowania nauki ze środków programu „Horyzont 2020” wyraźnie wskazuje się na potrzebę przesunięcia ciężaru finansowania badań od prac podstawowych do badań stosowanych. Wręcz wymusza to

Ogromne kwoty zostały przeznaczone na zakup aparatury badawczej. Dobrze byłoby, aby dawała ona rozwiązania, które będą miały rzeczywistą wartość rynkową

partnerstwo gospodarczo-naukowe. W ramach działalności konkursowej, beneficjentami programów operacyjnych ustanowionych w Polsce będą mogły być konsorcja gospodarczo-naukowe. Czyli jeszcze raz: to biznes będzie dyktował, co nauka ma zrobić.

Czy należy się obawiać?

To będą spore wyzwania. Będą wymagały przebudowy filozofii myślenia, od zespołów badawczych zmiany kierunków ich zainteresowań, douczenia się w wielu przypadkach. Według mnie to właściwy kierunek kreowania obszarów badawczych. Polska nauka stoi przed swoją szansą dziejową, mam nadzieję, że ją podejmie. Tym bardziej że potencjał badawczy jest ogromny, mamy bardzo dobrze wykształconych młodych ludzi. Politechnika jest drugim pracodawcą w Łodzi. Kształcimy w języku polskim, angielskim i francuskim. Otwieramy naszych studentów na świat. Cel – stanąć na ringu z najlepszym bokserem.

Chodzi o to, żeby ta para nie szła w gwizdek. Żeby wypracowane rozwiązania można było wykorzystać z pożytkiem dla gospodarki i dla nas wszystkich.

Wracając do samego „Horyzontu 2020”, mocno podkreśla się tam znaczenie przedsiębiorczości, w tym przedsiębiorczości akademickiej. Budowania firm odpryskowych, start-upów, spinn-offów, pobudzania wśród studentów II stopnia i doktorantów potrzeby myślenia o własnej karierze zawodowej w oparciu, być może, o własne przedsiębiorstwa. To jest rzeczywiście ewolucyjne drażnienie zmiany mentalności.

Co by Pan zaliczył do największych osiągnięć Centrum Transferu Technologii?

W Politechnice Łódzkiej założyliśmy spółkę prawa handlowego już pięć lat temu, czyli wcześniej, niż przewidywały to zapisy ustawowe. Zaraz potem byłem z wizytą u ówczesnej minister Orłowskiej, która na mój entuzjazm odparła: „będziemy się przyglądać”.

To była moja inicjatywa, z prof. dr. hab. inż. Stanisławem Bieleckim, rektorem Politechniki, wspólnie podjęliśmy decyzję. Motywowałem ją tym, że w gospodarce trzeba działać bardzo szybko.

Natomiast uczelnia działa w zupełnie innym otoczeniu prawnym, w ramach ustawy o szkolnictwie wyższym. Gospodaruje środkami publicznymi, musi

Należę do tej grupy naukowców, która od zawsze współpracowała z gospodarką. Wiem, jak trudno jest budować zaufanie u partnera przemysłowego

handlowego z tego gorsetu jest zwolniony. Oczywiście Politechnika jest 100-procentowym właścicielem tejże spółki, ale ta działa już w innym otoczeniu gospodarczym. Dla partnera biznesowego, jeżeli w ciągu 24 godzin nie ma odpowiedzi na jego pytanie biznesowe, to tego zapytania już nie ma. Uczelnia często nie jest w stanie udzielić wiążącej odpowiedzi i nawiązać kontaktu.

Tę misję – budowanie relacji biznes–nauka – ma spełniać CTT. I to czyni. Włącza się w badania rynku, procesy licencjonowania, sprzedaży licencji, rozwiązań, które są na Politechnice Łódzkiej wypracowywane. Lecz nade wszystko włącza się w przedsiębiorczość. Nasza spółka staje się holdingiem swoich córek, które podejmują wyzwania i już działają na rynku. Produkują, świadczą usługi w oparciu o nasze rozwiązania. CTT ma być spółką-matką, która te inicjatywy wspiera, a następnie nadzoruje w imieniu właściciela – Politechniki Łódzkiej.

Jak Pan widzi przyszłość polskiej nauki?

Muszę widzieć optymistycznie. Właśnie wróciłem z seminarium Polskiego Towarzystwa Materiałoznawczego, gdzie podejmowaliśmy tę tematykę. Świadomość potrzeby działań na styku z gospodarką coraz bardziej trafia do świata nauki. Przedstawiano na to wiele pozytywnych przykładów. Jestem tym zbudowany. Pokreślam jednak, że musi nastąpić zmiana pokoleniowa. Trzeba mocno dopilnować, żeby to pokolenie, które wchodzi w proces kształcenia, miało wyraźnie określone priorytety działania w kierunku innowacji, współpracy z gospodarką.

Powinna się zmienić struktura wsparcia finansowego dla nauki. To, co się dzieje teraz, nazwałbym pożyczką lichwy. W bankach komercyjnych można otrzymać lepsze warunki finansowania, niż nam się oferuje w ramach programów badawczych. To musi ulec zmianie.

Kolejny aspekt to kultura innowacji, musimy promować interdyscyplinarność zespołów. Samemu można być jedynie wirtuozem skrzypiec.

Dziękuję za rozmowę.

W najbliższej perspektywie finansowania nauki ze środków programu „Horyzont 2020” wyraźnie wskazuje się na potrzebę przesunięcia ciężaru finansowania badań od prac podstawowych do badań stosowanych

Zdjęcie: Paweł Lawreszuk

Stowarzyszenie innowatorów

Młodzi polscy naukowcy oraz eksperci zdobywają wiedzę z zakresu komercjalizacji technologii na najlepszych światowych uniwersytetach. Służy temu realizowany przez Ministerstwo Nauki i Szkolnictwa Wyższego program Top 500 Innovators: Science, Management, Commercialization. To największy kiedykolwiek realizowany projekt stażowy. Jego absolwenci założyli Stowarzyszenie Top 500 Innovators.

Program Top 500 Innovators adresowany jest do polskiego środowiska naukowego. W ramach programu 500 młodych naukowców oraz ekspertów ds. transferu technologii podczas dziewięcioletniego stażu może nabyć nowe umiejętności i kompetencje z zakresu komercjalizacji technologii w samym

sercu Doliny Krzemowej – na Uniwersytecie Stanforda oraz na Uniwersytecie Kalifornijskim w Berkeley.

Do tej pory w programie wzięło udział 320 przedstawicieli środowiska naukowego. Aby mieć realny wpływ na kształt polskiego systemu nauki oraz skutecznej współpracy nauki z przemysłem, absolwenci programu postanowili zrzeszyć się



Wizyta w Google



Badania na Uniwersytecie Stanforda

w ramach Stowarzyszenia Top 500 Innovators, które powołano do życia rok temu. W ten oto sposób powstała pierwsza w Polsce organizacja zrzeszająca tak dużą grupę innowatorów, chcących zmieniać polską naukę oraz usprawniać jej kontakty z biznesem. Obecnie stowarzyszenie liczy ponad 220 absolwentów programu i liczba ta stale rośnie.

SUMA SUKCESÓW

Stowarzyszenie ma być interdyscyplinarną platformą współpracy pomiędzy środowiskiem nauki i gospodarki w Polsce. Główne kierunki jego działalności obejmują: wspieranie współpracy w ramach interdyscyplinarnych projektów z pogranicza nauki i biznesu, promocję postaw innowacyjnych oraz przedsiębiorczości akademickiej, propagowanie idei współpracy nauki i biznesu oraz komercjalizacji badań naukowych, wdrażanie dobrych praktyk z najlepszych światowych uczelni i instytutów naukowych. Stowarzyszenie chce być liderem opinii i dobrych praktyk w obszarze współpracy nauki i biznesu.

Stowarzyszenie to przede wszystkim jego członkowie i ich osobiste sukcesy. Sama organizacja ma być platformą, która stwarza szanse na realizację ciekawych interdyscyplinarnych projektów o potencjale biznesowym. A jest się czym chwalić. W czasie ostatniego zlotu absolwentów programu Top 500 Innovators w Warszawie, podczas sesji „success stories”, zaprezentowanych zostało wiele sztandarowych przedsięwzięć „Topowiczów”. Znajdują się wśród nich nowe technologie, do których poszukiwani są inwestorzy. Są fundacje, powołane do wspierania lokalnej przedsiębiorczości. Są firmy – spin-offy i start-upy, powołane do życia przez kadrę naukową i już podbijające rynek, również w skali globalnej. Absolwenci

programu podejmują liczne formy współpracy: regionalnej, krajowej oraz międzynarodowej.

ŁÓDZCY PIONIERZY

Jednym z najbardziej istotnych obszarów działania absolwentów jest design thinking, który wreszcie zaistniał w przestrzeni polskich ośrodków akademickich. W tej dziedzinie jesteśmy zieloną wyspą na mapie Europy. Warto wspomnieć tutaj o kilku istotnych inicjatywach, jak SHOPA – Design Thinking Workspace z Bydgoszczy, pierwsza w Polsce przestrzeń, która wspiera współpracę studentów, pracowników naukowych oraz przedsiębiorców w celu wypracowywania innowacyjnych rozwiązań design thinking. A jest jeszcze Creative Cracow, Fundacja Technotalenty, no i szereg inicjatyw w Łodzi.

Interdyscyplinarna Szkoła Innowacji, która ruszyła na Politechnice Łódzkiej, to fantastyczna inicjatywa absolwentów programu. Kolejna, DT4U, czyli Design Thinking Workspace (również na Politechnice Łódzkiej), to pomysł, który w najbliższych latach ma przynieść Łodzi mnóstwo sukcesów w postaci wdrożonych nowych produktów czy technologii.

Stowarzyszenie jako organizacja podejmuje także wiele działań promujących przedsiębiorczość, współpracę nauki z biznesem, międzynarodową mobilność, rozwijanie umiejętności miękkich i interdyscyplinarną współpracę. Dotychczas objęło patronatem, a także było partnerem i współorganizatorem wielu przedsięwzięć podejmowanych zarówno przez jego członków, jak i inne organizacje. Przykładowo, wraz z Obywatelami Nauki opracuje Pakt dla Nauki, w ramach którego tworzone są propozycje zmian systemowych polskiej nauki i szkolnictwa wyższego.

Program Top 500 Innovators

Termin kolejnej rekrutacji do programu jest wstępnie planowany na przełom 2014 i 2015 roku. Do końca 2015 roku w programie weźmie udział jeszcze 180 osób.

Uczestnikami programu Top 500 Innovators mogą być pracownicy naukowcy lub badawczy polskich jednostek naukowych, którzy posiadają tytuł zawodowy co najmniej magistra i prowadzą badania w sferze nauk ścisłych, przyrodniczych, technicznych, rolniczych, leśnych, weterynaryjnych, medycznych, nauk o zdrowiu lub nauk o kulturze fizycznej oraz pracownicy centrów transferu technologii, zajmujący się komercjalizacją wyników badań w ramach wymienionych dziedzin nauki.

Kandydaci przystępujący do procedury rekrutacyjnej muszą posiadać zaawansowaną znajomość języka angielskiego na poziomie co najmniej B2 oraz rozwinięte umiejętności miękkie, takie jak: skuteczna komunikacja i współpraca w zespole. Pierwszym etapem rekrutacji jest wypełnienie elektronicznego formularza aplikacyjnego. Następnie w Ministerstwie Nauki i Szkolnictwa Wyższego dokonywana jest ocena formalna dokumentów aplikacyjnych i odbywa się postępowanie kwalifikacyjne, które składa się z rozmowy z kandydatami w języku angielskim, określającej poziom znajomości tego języka, oceny merytorycznej dokumentów aplikacyjnych oraz rozmowy kwalifikacyjnej. Na podstawie wyników postępowania sporządzana jest lista uczestników zakwalifikowanych do udziału w programie Top 500 Innovators, którą zatwierdza minister nauki i szkolnictwa wyższego.

Źródło: Ministerstwo Nauki i Szkolnictwa Wyższego

Stowarzyszenie podejmuje również inicjatywy opiniotwórcze. Współpracuje np. z Ministerstwem Nauki i Szkolnictwa Wyższego (MNiSW), kształtując nowe programy operacyjne, które wspierają m.in. współpracę nauki z biznesem, interdyscyplinarne doktoraty, budowanie przedsiębiorczych postaw.

WYZWANIA PRZYSZŁOŚCI

Polska dramatycznie potrzebuje wdrożeń badań, nawet kosztem badań podstawowych. Z drugiej strony, trochę nas omija dyskusja tocząca się m.in. w Stanach Zjednoczonych, dotycząca sterowania rozwojem i nauką przez wielkie

koncerny w ramach badań sponsorowanych. Czy zostawić wolną rękę nauce, czy jednak popchnąć ją w konkretne miejsce? Jaki będzie efekt sterowania rozwojem? To pytania, na które musimy sobie odpowiedzieć także w naszym kraju. Póki co jednak warto... korzystać ze statystyki. Jeśli badania Komisji Europejskiej mówią o tym, że prawie 90 proc. przychodów z licencji generowanych jest na jednostkach naukowych w UE z wynalazków biomedycznych, to jest to ważna informacja.

Niemniej, naukę trzeba nieustannie zbliżać do rodzimego sektora prywatnego, by ten mógł zacząć się dynamicznie rozwijać. Ponadto uczelnie i instytuty powinny wspierać inicjatywy swoich pracowników naukowych, jeśli ci chcą założyć własną działalność gospodarczą. Takie firmy stają się potem potentatami branżowymi.

W Polsce musimy zacząć od pracy nad zmianą mentalności środowiska naukowego. Począwszy od celowości realizowanych badań naukowych, otwartości na współpracę z otoczeniem biznesowym, zwiększenie mobilności i internacjonalizacji środowiska naukowego, po realizację projektów w interdyscyplinarnych zespołach.

W ramach poprzedniej perspektywy finansowej UE wydaliśmy w kraju dziesiątki miliardów złotych na zbudowanie nowoczesnej infrastruktury naukowo-badawczej. Mamy już najlepszą na świecie aparaturę badawczą i nowoczesne budynki, czas zainwestować w ludzi, którzy mają tę infrastrukturę wykorzystywać do realizacji projektów przynoszących korzyści naszej gospodarce. Temu m.in. mają służyć projektowane przez MNiSW we współpracy ze stowarzyszeniem Top 500 Innovators nowe programy stażowe adresowane do polskiego środowiska naukowego.

Następnie należałoby zastanowić się nad systemowymi rozwiązaniami adresowanymi do polskiego sektora prywatnego, aby ten zaczął intensywniej inwestować w badania naukowe zlecane na polskich uczelniach. Mogą to być np. ulgi podatkowe dla przedsiębiorców, bony na innowacje (w większym niż dotychczas zakresie) lub dedykowane dla nich specjalne programy grantowe (tego typu programy pojawiają się w Narodowym Centrum Badań i Rozwoju).

Kolejną sprawą jest nastawienie na pracę grupową. Jeśli powołujemy zespół do rozwiązania problemu, powinien on być interdyscyplinarny. Warto postawić na pracę grupową studentów oraz na inicjatywy młodej kadry naukowej wspierane przez przełożonych, bo dziś jest z tym różnie.

Musimy się też nauczyć większej mobilności; jedno z pierwszych pytań na Uniwersytecie Stanforda dotyczyło młodych doktorów – ilu z nich wyjechało po doktoracie na inną uczelnię, by nabyć szerszej perspektywy oraz doświadczeń. Oczywiście nie widać było lasu rąk.

Katarzyna Walczyk-Matuszyk

Dariusz Kołoda

Konrad Frontczak

Zarząd Stowarzyszenia Top 500 Innovators

Budujące programy

Czasy, kiedy budynki, ich otoczenie oraz instalacje powstawały na desce kreślarskiej, definitywnie odeszły w przeszłość. Proces projektowania i skomplikowanych obliczeń został przeniesiony do przestrzeni cyfrowej. Architektów i projektantów wspierają zaawansowane programy komputerowe. Polskim pionierem w rozwoju takiego oprogramowania jest łódzki INTERsoft.

INTERsoft to polska spółka działająca na rynku oprogramowania dla budownictwa. Początki firmy sięgają 1997 roku. Jej założyciel, Jarosław Chudzik, po ukończeniu studiów na Wydziale Budownictwa i Architektury Politechniki Łódzkiej, swoje pierwsze doświadczenia biznesowe zdobywał w Niemczech. W okresie transformacji ustrojowej postanowił wykorzystać je na polskim gruncie.

NIEMIECKIE DOŚWIADCZENIA

Po ukończeniu studiów Chudzik wyjechał do Niemiec, gdzie przez kilka lat pracował w firmie programistycznej mb Programme. W 1997 roku wrócił do Polski z wyłącznością na sprzedaż ArCona – tworzonego przez tę firmę programu dla branży architektonicznej.

Początki INTERsoftu były odwzorowaniem profilu działalności i struktury organizacyjnej mb Programme, a sprzedaż ArCona przyniosła spółce pierwszy sukces finansowy. Naturalną kolejną rzeczą przyszedł czas, by rozszerzyć działalność i zacząć tworzyć własne oprogramowanie branżowe. Tak powstały pierwsze autorskie programy INTERsoftu: Konstruktor, R3D3-Rama 3D oraz I.T.I. Interaktywne Tablice Inżynierskie. Programy te służą do opracowywania modelu konstrukcyjnego, wymiarowania i obliczeń statycznych projektowanych budowli.

CZAS PRZEŁOMU

Kamieniem milowym w działalności firmy okazał się rok 2008, kiedy to weszło w życie rozporządzenie ministra infrastruktury w sprawie metodologii wykonywania świadectw i charakterystyki energetycznej budynków. Przeczuwając wielką szansę komercyjną, firma już wcześniej rozpoczęła prace nad programem ArCADia-TERMO, służącym do wykonywania świadectwa i charakterystyki energetycznej oraz audytu energetycznego i remontowego. Program odniósł ogromny sukces, zarówno marketingowy, jak i finansowy. Jako jedyny na rynku zdobył Złoty Medal Międzynarodowych Targów BUDMA oraz godło Teraz Polska. Dziś jest w swojej kategorii uważany za najpopularniejszy w Polsce.

PROJEKTOWANIE CYFROWE

– Wieloletnie już wówczas doświadczenie w branży specjalistycznego oprogramowania dla budownictwa uzmysłowiło nam nieuchronność odejścia od tradycyjnego procesu tworzenia dokumentacji, w którym programy obliczeniowe stanowiły jedynie rozbudowany kalkulator, i przejścia na całościowe widzenie procesu projektowego. Budynek, ze wszystkimi





Jarosław Chudzik, prezes zarządu INTERsoft

Naszym zadaniem jest nie tylko przewidywanie przyszłości, ale również jej kreowanie. Musimy już dzisiaj zacząć projektować rozwiązania, które pozwolą tworzyć obiekty na miarę przyszłości. Rozpoznajemy dzisiejsze potrzeby naszych klientów i oferujemy im narzędzia, które ułatwiają im pracę, ale musimy również zdać się na własną intuicję podbudowaną logiczną analizą i zaproponować lepsze rozwiązania, często wkładając wiele pracy w przekonanie innych o ich zasadności.

Najlepszym przykładem jest rozpoczęcie przez nas przed dziewięćmi laty pracy nad zintegrowanym

systemem projektowania ArCADia, który dopiero teraz zyskuje uznanie środowiska budowlanego. W momencie powstawania koncepcji tego systemu, wielu konsultantów, nawet osób wewnątrz firmy, nie widziało zasadności wprowadzania do pamięci komputera zintegrowanego modelu budynku, zawierającego wszystkie jego elementy – począwszy od architektury, po instalacje.

Cały nasz zespół to grupa kreatywnych, ambitnych ludzi, którym nie wystarczy spokojna praca, ale żądni są nowych wyzwań, otwarci na podnoszenie swoich kwalifikacji. Dlatego możemy sprostać wymaganiom, jakie są przed nami stawiane.

jego funkcjami, musi powstać w pamięci komputera jeszcze przed wybudowaniem – wyjaśnia zasady funkcjonowania programów architektonicznych Jarosław Chudzik. Konieczne okazało się rozszerzenie kompetencji firmy o wszelkie branże biorące udział w procesie projektowania. Tak właśnie narodził się system ArCADia. To unikatowy w skali kraju system wspomagający pracę architektów, konstruktorów oraz projektantów instalacji sanitarnych i elektrycznych. Jego początki sięgają 2005 roku – najpierw powstał moduł architektoniczny, a następnie kilkanaście kolejnych.

System został pomyślany jako samodzielne narzędzie do kompleksowej, obliczeniowo-graficznej obsługi procesu projektowania budowlanego, z możliwością porównywania dokumentów i wykrywania naniesionych zmian (nowe elementy, przesunięcia istniejących), scalania wielu opracowań w jeden projekt, wykrywania kolizji i umiejscawiania poszczególnych elementów budowlanych w harmonogramie prac (4D).

ŁÓDZKI PIONIER

Tym samym INTERsoft stał się liderem, który jako pierwsza i jedyna polska firma wprowadził na rynek

autorskie rozwiązania bazujące na obiektowym modelowaniu informacji o budynku BIM (ang. building information modeling). W modelu tym wszystkie dane wprowadzone przez projektanta przedstawiają zapisane cyfrowo odwzorowanie fizycznych i funkcjonalnych właściwości poszczególnych elementów architektonicznych i instalacyjnych. Modelowanie budynku realizowane jest przy użyciu trójwymiarowych obiektów architektonicznych, takich jak ściana, okno, strop, oraz instalacyjnych, jak piec, kran czy zawór na rurze. Obiekty te opisane są grupami odpowiednich parametrów, a zmiany wprowadzone przez projektanta w jednym elemencie powodują automatyczne uaktualnienie zapisanego modelu informacji o budynku i, co za tym idzie, uaktualnienie wszystkich widoków, rzutów i przekrojów, na których występował dany element, oraz widoku 3D.

Plany firmy na najbliższą przyszłość to oczywiście dalszy rozwój oprogramowania, poszukiwanie nowych obszarów działalności i rozszerzenie rynków zbytu. Spektakularny sukces osiągnięty w Polsce oraz w kilku krajach Europy i Azji firma chce poszerzyć o kolejne rynki zagraniczne.

RAFAŁ KUPIŃSKI

Miasto filmu

Trudno byłoby znaleźć w Polsce miejsce o bogatszych tradycjach filmowych niż Łódź. Tutaj działa najstarsza polska uczelnia filmowa i tu od 1945 roku powstało kilkaset filmów fabularnych, nie wspominając o niezliczonych odcinkach seriali czy obrazów animowanych. Obecnie Łódź wciąż pełni rolę ważnego ośrodka produkcji filmowej – z dziesiątkami firm i specjalistami działającymi w tej branży.

W wykorzystanie pełni możliwości, jakie Łódź i region łódzki oferują branży filmowej, zapewnia Łódź Film Commission – utworzona w strukturze Urzędu Miasta Łodzi (Zespół ds. Filmu) jednostka nieodpłatnie świadcząca usługi na rzecz ekip filmowych i wszelkich produkcji audiowizualnych. Łódź Film Commission jest najstarszą tego typu jednostką w Polsce. Działa od 2009 roku i jest członkiem Międzynarodowego Stowarzyszenia Komisarzy Filmowych (AFCI – Association of Film Commissioners

International), Polskiej Komisji Filmowej oraz sekcji regionalnych funduszy filmowych w Krajowej Izbie Producentów Audiowizualnych. Powstała jako odpowiedź na potrzeby środowiska producentów audiowizualnych.

JAK NAJWIĘCEJ FILMÓW

Priorytetem działalności Łódź Film Commission jest zabieganie o to, aby w Łodzi powstawało jak najwięcej filmów, poprzez zapewnienie kompleksowego wsparcia filmowcom oraz promocję Łodzi i regionu jako miejsca przyjaznego



Kadr z planu filmu „Komisarz Alex”, reż. K. Lang, Water Color Studio

wszelkim produkcjom audiowizualnym. Pracownicy Zespołu ds. Filmu starają się więc, w razie potrzeby, asystować na każdym etapie organizacji produkcji filmowej, szczególnie gdy chodzi o dopełnianie rozmaitych formalności, związanych z realizacją filmu na terenie miasta. Komisja służy pomocą w poszukiwaniu obiektów zdjęciowych oraz uzyskiwaniu pozwoleń na filmowanie w wybranych lokalizacjach. Dzięki niej można uzyskać np. zezwolenie na zajęcie pasa drogi, zgodę właścicieli budynków na ich filmowanie czy wydzielenie części parków lub skwerów dla potrzeb ekipy filmowej.

Poszukiwanie ciekawych obiektów i plenerów jest ważnym, lecz nie jedynym elementem codziennej działalności ŁFC. Dzięki rozbudowanej bazie łódzkich podmiotów działających w branży audiowizualnej, komisja jest również w stanie pomóc producentom w znalezieniu godnych zaufania partnerów do realizacji filmu – zarówno, jeśli chodzi o członków ekipy filmowej, jak i firmy oferujące wynajem profesjonalnego sprzętu. W razie konieczności komisja może pomóc w obniżeniu kosztów produkcji, negocjując ceny noclegów ekipy w hotelach lub pomagając zorganizować transport.

UŁATWIAJĄ I DOFINANSOWUJĄ

Skoro mowa o finansach, to należy wspomnieć o jedynym w Polsce rozwiązaniu, jakim jest 90-procentowa ulga za zajęcie pasa drogi na potrzeby realizacji planu zdjęciowego. Dzięki staraniom Urzędu Miasta, w Łodzi zajęcie 1 m² drogi na ten cel kosztuje tylko 0,30 zł za jeden dzień. Innym udogodnieniem o charakterze finansowym jest karta rabatowa dla producentów, która uprawnia do korzystania ze zniżek sięgających nawet 50 proc. w wybranych łódzkich restauracjach, hotelach i taksówkach. Dzięki temu możliwe jest obniżenie kosztów pobytu ekipy filmowej w mieście, co nie jest bez znaczenia dla budżetu produkcji filmowej.

Jednak ulgi i rabaty to niejedyne funkcjonujące obecnie instrumenty wsparcia o charakterze finansowym. Rokrocznie produkcje powstające w Łodzi i regionie mają szansę otrzymać dofinansowanie z Łódzkiego Funduszu Filmowego do wysokości 50 proc. całkowitego budżetu produkcji. Budżet Funduszu, wynoszący około 600 tys. zł, pozwala rocznie dofinansować kilka bądź kilkanaście filmów fabularnych, dokumentalnych i animowanych. Pomimo funkcjonowania tak wielu udogodnień, ŁFC nieustannie pracuje nad rozwijaniem systemu wsparcia, który czyniłby realizację produkcji w Łodzi jeszcze bardziej konkurencyjną.

SUKCESY I MOŻLIWOŚCI

Działalność komisji przynosi widoczne efekty. W 2011 roku w mieście zrealizowano osiem projektów w ciągu 150 dni zdjęciowych, a w 2013 roku były to już 24 produkcje przy 417 dniach zdjęciowych, co oznacza, że statystycznie każdego dnia kręcono ujęcia do co najmniej jednego filmu. Wielkim sukcesem okazał się wyprodukowany przez łódzkie studio



Kadr planu z filmu „Miasto 44”, reż. J. Komasa, Akson Studio

Opus Film i dofinansowany w ramach Łódzkiego Funduszu Filmowego film „Ida” w reżyserii Pawła Pawlikowskiego. Ale produkcja ta bynajmniej nie jest wyjątkiem, bo znanych nazwisk i głośnych produkcji w ostatnim czasie w mieście nie brakuje – w 2013 roku filmy kręcili tu m.in.: Jerzy Stuhr, Jan Jakub Kolski, Jan Komasa czy Grzegorz Królikiewicz. Również w poprzednich latach powstawały tutaj filmy autorstwa najważniejszych polskich reżyserów, by wymienić tylko Agnieszkę Holland (która kręciła w łódzkich kanałach nominowane do Oscara „W ciemności”) oraz Piotra Trzaskalskiego (bardzo dobrze przyjęty „Mój rower”).

Starania ŁFC o pozyskiwanie nowych produkcji przynoszą miastu korzyści nie tylko w aspekcie promocyjnym. Produkcja filmu to przedsięwzięcie, które pozwala zarobić lokalnym firmom, zarówno tym bezpośrednio związanym z realizacją filmu (np. wynajmującym sprzęt bądź zatrudniającym członków ekipy filmowej), jak i podmiotom pośrednio korzystającym z obecności filmowców w mieście (np. hotelom, restauracjom i przedsiębiorstwom taksówkowym).

Ponieważ realizacja filmu na terenie Łodzi to wydatna korzyść finansowa dla miasta, środki przekazywane producentom w ramach Łódzkiego Funduszu Filmowego stanowią swego rodzaju inwestycję – uzyskanie dofinansowania wymaga, aby wydatkować w Łodzi 150 proc. przyznanej kwoty. Dzięki temu 4,88 mln zł przekazanych przez miasto na produkcje filmowe w latach 2007–2013 wygenerowało 7,32 mln zł pozostawionych w mieście.

Obecnie ŁFC realizuje projekt unijny pod nazwą Łódzkie Przyjazne Filmowcom, którego celem jest prezentowanie producentom pełni możliwości, jakie czekają na nich w całym regionie, w kontekście realizacji projektów filmowych. Jednocześnie budowana jest sieć współpracy samorządów z obszaru województwa, która ma zwiększyć atrakcyjność Łódzkiego dla filmowców i pozwolić na skuteczniejsze pozyskiwanie produkcji filmowych dla całego regionu. Dzięki temu również inne gminy, miasta i powiaty z terenu województwa łódzkiego będą mogły poznać korzyści płynące z pracy ekip filmowych na swoim terenie.



Master Class – występ doktora honoris causa Michaela Hanekego

Trzy Oscary, 18 nominacji do tej nagrody, dziesięć Złotych Palm i siedem Złotych Niedźwiedzi. Do tego wiele innych, cenionych w branży nagród. To dorobek absolwentów Państwowej Wyższej Szkoły Filmowej, Telewizyjnej i Teatralnej w Łodzi. Uczelnię ukończyli m.in.: Wajda, Polański, Kieślowski, Rybczyński, Gajos, Idziak czy Edelman.

Szkoła Filmowa w Łodzi jest jedną z najstarszych uczelni tego typu na świecie, powstała w 1948 roku. To, co zawsze wyróżniało łódzką uczelnię, to nowatorski program polegający na spójności nauczania przedmiotów praktycznych, w czasie których student nabywa umiejętności i szlifuje warsztat, z przedmiotami teoretycznymi, wszechstronnie rozwijającymi osobowość. Szkoła kładzie nacisk na praktyczną stronę nauczania i zapewnia profesjonalną pomoc przy produkcji filmów szkolnych. Zajmuje się tym Zakład Produkcji Filmów Szkolnych. Każdego roku powstaje tu ponad 150 etiud filmowych (z czego ponad połowa na taśmie światłoczułej 35 mm) o łącznej długości odpowiadającej dziesięciu pełnometrażowym filmom. Szkoła jest zatem największym studium produkcyjnym w Polsce.

LEGENDA

Państwowa Wyższa Szkoła Filmowa, Telewizyjna i Teatralna im. Schillera powstała w 1958 roku w wyniku połączenia dwóch łódzkich uczelni – Szkoły Filmowej założonej w 1948 roku i Szkoły Aktorskiej utworzonej rok później. Pierwszy okres działania Szkoły Filmowej, zanim została ona scalona ze Szkołą Aktorską, stworzył w dużym stopniu jej legendę. Mury uczelni opuściło wówczas wielu wybitnych reżyserów i operatorów, którzy stworzyli tzw. polską szkołę filmową. Byli to m.in.: Andrzej Munk, Janusz Morgenstern, a potem również Andrzej Wajda i Kazimierz Kutz.

Legenda szkoły rozkwitła w latach 50. XX wieku, kiedy stała się ona ośrodkiem działalności związanej z filmem, teatrem, muzyką, literaturą i malarstwem. Sukcesy studentów i absolwentów uczelni z tego okresu wynikają z wyjątkowej atmosfery i programu nauczania stworzonego przez rektora szkoły Jerzego Toeplitza.

prof. Mariusz Grzegorzek, rektor Szkoły Filmowej w Łodzi



Co roku spotykamy się z wielką liczbą młodych ludzi pragnących studiować na różnych wydziałach Szkoły na Targowej. Cieszy nas to ogromnie. Chciałbym jednak podkreślić, że zawody filmowe wymagają od przyszłych studentów szczególnej dojrzałości i determinacji w dążeniu do celu. By u nas studiować, potrzeba czegoś więcej niż przecucia, że chciałbym robić filmy, bo dużo filmów oglądam i silnie je przeżywam. Dziś, w czasach powszechnej dostępności środków audiowizualnego zapisu, musicie sami dokonać wstępnej weryfikacji, czy poza teoretycznym entuzjazmem są w Was rzeczywiste predyspozycje do tworzenia filmów lub pracy w teatrze. Sprawdzić, czy umiecie przyglądać się światu okiem kamery, tworzyć narrację, opowiadać obrazami. Dlatego podczas egzaminów kładziemy duży nacisk na przygotowane przez Was wcześniej prace praktyczne, przede wszystkim filmy, lecz także fotografie,

dorobek plastyczny, teksty literackie. Ważne, by kandydat na studia przyszedł do nas z namacalnymi dowodami na to, że oprócz teoretycznego zapału i szlachetnych intencji znalazł również czas i determinację, by wcielać swe plany w życie.

Co radziłbym młodym ludziom, którzy marzą o studiach w Szkole Filmowej?

Podchodząc do egzaminów na reżyserię, sztukę operatorską, aktorstwo, montaż, scenariopisarstwo, animację, fotografię czy organizację produkcji filmowej, trzeba być gotowym do sprawdzianu wytrzymałości, także psychicznej. Musicie być zdeterminowani, by zdawać ponownie, jeśli za pierwszym czy kolejnym razem się Wam nie powiedzie. Szkoła nie zawsze ma rację, wielu znakomitych filmowców nie dostało się do nas za pierwszym razem. Nie poddawajcie się, artysta, nawet najmłodszy, musi być wierny sobie i mieć wewnętrzną siłę, by tej wierności nie poddać.

OFERTA

Obecnie Wyższa Szkoła Filmowa, Telewizyjna i Teatralna w Łodzi kształci reżyserów, operatorów, animatorów, fotografików, scenarzystów, montażystów, kierowników produkcji filmowej i telewizyjnej oraz aktorów. Studia obejmują ćwiczenia praktyczne, a także teorię i historię kultury i sztuki, służącą wszechstronnemu rozwojowi artystycznemu i naukowemu. Uczelnia wychodzi z założenia, że dopiero na prawdziwym planie filmowym lub na scenie teatru studenci mogą nauczyć się zawodu, zdobyć doświadczenie i samodzielność.

Do dyspozycji przyszłych filmowców jest sprzęt najnowszej generacji, w tym kamery cyfrowe oraz sprzęt oświetleniowy i dźwiękowy. Hale: filmowa i telewizyjna uczelni wraz z wyposażeniem oraz pracownie komputerowe do postprodukcji i efektów specjalnych są miejscem codziennych zajęć warsztatowych. Operatorzy dźwięku i obrazu swoją wiedzę i doświadczeniem dzielą się ze studentami podczas realizacji pierwszych etiud. To, co wyróżnia szkołę spośród innych uczelni,

to możliwość pracy na tradycyjnej, profesjonalnej taśmie światłoczułej 35 mm. Uczelnia zapewnia swoim studentom kamery, stoły montażowe oraz taką liczbę ćwiczeń praktycznych, by wykorzystać każdy ambitny pomysł i i rozwijać młode talenty.

Zajęcia odbywają się na czterech wydziałach: Aktorskim; Operatorskim i Realizacji Telewizyjnej; Organizacji Sztuki Filmowej oraz Reżyserii Filmowej i Telewizyjnej. Wszyscy absolwenci szkoły otrzymują tytuł magistra.

Rokrocznie w łódzkiej Szkole Filmowej rok akademicki rozpoczyna niemal tysiąc studentów z Polski i zagranicy. Przyciąga ich tradycja i prestiż uczelni.

Przy szkole działa Teatr Studyjny, realizujący spektakle dyplomowe studentów Wydziału Aktorskiego. Dziełem uczelni jest także internetowa baza filmpolski.pl – największy serwis z informacjami o naszej kinematografii, polskich filmach i ich twórcach. Co roku wiosną szkoła organizuje dwa festiwale: filmów studenckich „Łodzią po Wiśle” w Warszawie i Festiwal Szkół Teatralnych w Łodzi.

Łódź przyjazna filmowcom

O filmowej produkcji, Łodzi i przyszłości z Łukaszem Dzieciąłem, producentem w Opus Film, rozmawia Jarosław Zaradkiewicz.

Film kojarzy się z reżyserem, aktorami, a jaka jest Pana rola w procesie powstawania filmu? Czym się Pan zajmuje?

Producent zajmuje się wszystkim, od początku do końca. Przede wszystkim: wyborem projektów, developmentem, przygotowaniem planu finansowania, a później samym finansowaniem. Wreszcie, nadzoruję zdjęcia, mam wpływ na strategię promocyjną i dystrybucyjną filmu (w porozumieniu z dystrybutorem), zajmuję się również sprzedażą filmu (przez pośredników: dystrybutora w Polsce i agenta sprzedaży za granicą), a także decyduję o strategii festiwalowej.

Tych pól aktywności jest bardzo dużo. Które z nich wskazałby Pan jako najważniejsze?

Moim zdaniem kluczowy jest development. Wierzę, że jest to ten etap produkcji, kiedy – de facto – film powstaje na papierze. Wówczas można projekt zmienić przy stosunkowo

niskim nakładzie środków. Jest to o tyle ważne, że zdarzają się przypadki, kiedy producent rozpoczyna zdjęcia do filmu, który nie jest do końca gotowy i wówczas każda korekta, próba poprawienia kosztuje ogromne pieniądze. Teraz mamy niesamowite instrumenty, takie jak warszaty czy sesje consultingowe, które pomagają reżyserom, producentom, scenarzystom dopracowywać projekty. Muszę również wspomnieć o moim zamiłowaniu do koprodukcji. Często powtarzam, że pracuję nad projektami dla polskiej publiczności, a to, iż film jest koprodukcją, dla mnie jest dodatkowym walorem, który sprawia, że kino jest bardziej uniwersalne. Staramy się wtedy opowiadać historie docierające do większej grupy odbiorców i dla mnie największym sukcesem filmu jest to, że mogę go pokazać w Polsce, Danii, Stanach Zjednoczonych i jest on zrozumiały dla wszystkich.



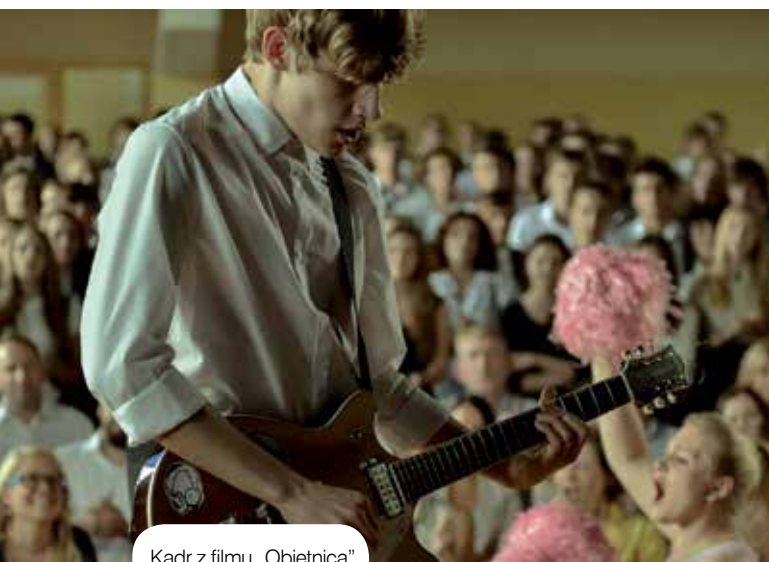
Łukasz Dzieciąło



Jerzy Trela i Bronisław Wrocławski w filmie „Cudowne lato”

A sam moment podjęcia decyzji o produkcji filmu? Dostaje Pan wiele scenariuszy, ale czy wybiera Pan tylko spośród nich, czy też namawia Pan reżysera na wyprodukowanie konkretnego scenariusza?

Generalnie od wielu lat próbuję – moim zdaniem z sukcesem – zbudować grupę ludzi, z którymi chcę robić filmy. Na początku było tak, że reżyserzy przychodzili do nas z debiutami. Wówczas doszedłem do wniosku, że najlepiej pracuje mi się z ludźmi, którzy są zbliżeni do mnie wiekiem, bo oni mówią o rzeczach, o których ja też bym chciał opowiedzieć. I stąd ten początek, kiedy skupiałem się głównie na debiutantach. Oczywiście za tym szło głębsze przeświadczenie, że jeśli zrobimy te filmy dobrze, to ci młodzi, zdolni ludzie wrócą z kolejnymi projektami. Przez ostatnie lata pozycja firmy bardzo się wzmocniła, dostajemy wiele scenariuszy, które czytamy i o których rozmawiamy. Nasz zespół ludzi, którzy piszą i reżyserują, się powiększa. Często trafiają do nas scenariusze, które nie mają reżysera. Wówczas naszym zadaniem jest znalezienie reżysera do tekstu, w którym widzimy potencjał.



Kadr z filmu „Obietnica”

Ciężko teraz przebić się z nowym scenariuszem?

Wszystko zależy od tego, czy projekt jest dobry. Jeśli tak jest, to naprawdę nie jest sztuką zainteresowanie nim producenta, który znajdzie pieniądze. Myślę, że w zalewie nijakich projektów perełek jest niewiele i naszym zadaniem jest ich wynajdywanie.

Z Pana doświadczenia: który projekt był najtrudniejszy?

Każdy projekt jest pewnego rodzaju wyzwaniem i każdy jest trudny z innych względów. Dla mnie niełatwym projektem był film Sławka Fabickiego „Z odzysku”. Kręciliśmy na Śląsku, w trudnych warunkach w sensie plenerów, wyzwań, jakie stawał przed nami scenariusz, oraz budżetu, jakim dysponowaliśmy. Wówczas byłem jeszcze dość niedoświadczonym producentem, sprawowałem nadzór produkcyjny na planie i to było dla mnie bardzo intensywne doświadczenie. Każdy z projektów jest nowym wyzwaniem i do każdego trzeba podejść inaczej. Sztuką jest to, by pewne rzeczy przewidzieć i w porę zapobiec problemom, które się mogą pojawić.

O zupełnie innych sytuacjach możemy mówić przy koprodukcji. Przy „Obietnicy”, która była polsko-duńską produkcją, podstawą naszej współpracy stało się zaufanie. Bo jeśli kręcimy film w Polsce za polskie pieniądze, to odpowiedzialność spoczywa na nas w 100 proc. Jeżeli zaś dzielimy się budżetem, to ta odpowiedzialność jest wspólna i trzeba się bardzo dobrze dogadywać. I to jest wyzwanie dla producenta, który robi taki film. To bardzo ciekawe doświadczenie, które poszerza nasze horyzonty myślenia o pracy, o filmie.

Pan w swojej pracy często kooperuje z Duńczykami. Studiował Pan w Stanach. Czy istnieje różnica w pracy producenta za oceanem i u nas?

To są zupełnie inne systemy, jeżeli chodzi o model finansowania produkcji. W Europie film jest dotowany. Dzięki temu istnieją instrumenty, które stwarzają świetne warunki do tego, żeby kino powstawało. W Stanach jest inaczej, bo tam 100 proc. finansowania filmów opiera się na prywatnym kapitale. To maszyna filmowa, która ma zasięg globalny, więc mechanizmy działania są inne. Przymierzam się obecnie do koprodukcji polsko-amerykańskiej. Chciałbym w przyszłości zrobić film będący pomostem między Europą i USA. Może przy udziale polskiego finansowania i polskich sił twórczych: reżysera i operatora, będziemy w stanie wyprodukować film w Stanach, który byłby też tam współfinansowany. Taki projekt, oczywiście w języku angielskim, ma duże szanse na dystrybucję światową. To jeden z moich długoterminowych planów, jednak na razie rynek europejski jest dla mnie priorytetem.

Łukasz Dziecioł

Rocznik 1976, urodzony w Łodzi, producent filmowy w studio Opus Film. Ukończył studia producenckie w The Los Angeles Film School i filmoznawstwo na Uniwersytecie Łódzkim. Członek Polskiej Akademii Filmowej i Europejskiej Akademii Filmowej (EFA).

FILMOGRAFIA:

- 2014 – OBIETNICA producent
- 2011 – WYMYK producent
- 2011 – Z MIŁOŚCI koproducent
- 2010 – NIE TEN CZŁOWIEK koproducent
- 2010 – CUDOWNE LATO producent
- 2009 – ZERO producent wspierający
- 2009 – MOJA KREW producent
- 2007 – SAMOTNOŚĆ KUCHARZA SZYBKICH ZAMÓWIEŃ producent
- 2007 – POKÓJ SZYBKICH RANDEK producent
- 2006 – HI WAY producent
- 2006 – CHŁOPIEC NA GALOPUJĄCYM KONIU producent
- 2005 – Z ODZYSKU producent
- 2005 – MASZ NA IMIĘ JUSTINE producent wykonawczy
- 2005 – MISTRZ producent

A czy ze światowej perspektywy Łódź jest miastem przyjaznym filmowcom?

Na pewno tak. To takie miejsce, gdzie kultura robienia filmów jest cały czas obecna. Miasto naprawdę pomaga w realizacji filmów. Łódź Film Commission jest instytucją stworzoną, by pomagać filmowcom i to jest bardzo duży plus tego miejsca. W większości przypadków miejsce zdjęć wybiera się na podstawie scenariusza. Jeśli akcja filmu „Obietnica” dzieje się w Szczecinie, to nie nakręcę tego filmu w Łodzi. Natomiast w wielu przypadkach, kiedy lokalizacje są nieokreślone, decydujemy się na Łódź i okolice – tak było w przypadku „Idy”. Tutaj mamy teren, który jest sprawdzony, znany i tutaj jest nam łatwiej przygotować zdjęcia. Ważne jest to, że w Łodzi spotykamy się z bardzo życzliwymi reakcjami ludzi. W ich świadomości to miasto jest wciąż związane z filmem, więc realizacja zdjęć jest tutaj łatwiejsza. Ludzie chętniej wpuszczają filmowców na swój teren, decydują się na pomoc, udostępniają lokale. W miastach, gdzie nie ma tej tradycji filmowej, czasami jest bardzo trudno.

Skoro jesteśmy w Łodzi, to proszę powiedzieć: co najbardziej podoba się Panu w przestrzeni tego miasta?

Łódź jest bardzo zielonym miastem, a mało osób z zewnątrz zwraca na to uwagę. Mam na myśli przestrzeń parkową. W obrębie Łodzi znajduje się największy w Europie park



Kadr z filmu „Wymyk”

miejski: Łagiewniki. Moim ulubionym miejscem jest ulica Piotrkowska, która bardzo się zmieniła. Przeszła generalny remont i naprawdę miło jest się tam przespacerować, przejechać na rowerze. W Polsce robi się głośno o miejscu OFF Piotrkowska, które zostało stworzone dzięki oddolnej inicjatywie ludzi. Stare pofabryczne budynki zostały zamienione w przestrzeń restauracyjno-klubową, która jest ewenementem w skali polskiej, tętni życiem. Takich miejsc w Łodzi jest coraz więcej. Dla ludzi, którzy nigdy w Łodzi nie byli, wskazałbym właśnie parki i Piotrkowską wraz z OFFem.

Na koniec spróbujmy powrócić. Jak będzie rozwijała się kinematografia, jak może wyglądać w przyszłości?

Obecnie zmieniają się proporcje udziału poszczególnych pól eksploatacji filmu w rynku filmowym. Tradycyjnie pierwszym, najważniejszym polem eksploatacji było kino, potem nośniki twarde, jak DVD i Blu-ray, później telewizje kodowane, następnie bezpłatne. Za ostatnie pola eksploatacji uważano pola związane z szeroko pojętym internetem, ze streamingiem. Teraz to wszystko się zmienia. Kino ciągle jest tym pierwszym polem eksploatacji. Telewizja, która staje się coraz bardziej mobilna, daje możliwość oglądania filmów w telefonie czy na tablecie. Dzięki temu te pola eksploatacji zamieniają się miejscami i nośniki twarde praktycznie straciły pozycję na rynku. Ich nakłady są minimalne. Dystrybutorzy i producenci skupiają się na coraz bardziej dochodowym rynku, czyli VoD, gdzie mamy dostęp do kontentu przez aplikacje w telewizorze, w komputerze czy na tablecie. Uważam, że przyszłość należy do serwisów streamingowych – będziemy mieli dostęp do kontentu wtedy, kiedy będziemy chcieli.

Ale kino jako miejsce oglądania filmu przetrwa?

Przetrwa, ale w zmodyfikowanej formie – również będziemy mieli do czynienia ze streamingiem. Obecne tendencje są takie, żeby premiery filmowe robić w tym samym czasie, a to będzie możliwe dzięki streamingowi kontentu bezpośrednio do kin, np. przez satelitę. Są kraje, gdzie takie rzeczy już się dzieją, pracuje nad tym m.in. George Lucas. Wydaje mi się, że kino przetrwa, bo to jest zupełnie inne doświadczenie obrazu i dźwięku, niż oglądanie filmu na tablecie.

Dziękuję za rozmowę.



Pokaz specjalny „Miasta 44” na Stadionie Narodowym

Kino sentymentalne

Z Marcinem Piaseckim, dyrektorem zarządzającym firmy Kino Świat, rozmawia Anna Krawczyk.

Rokrocznie Kino Świat wprowadza do polskich kin kilkadziesiąt tytułów filmowych. Co decyduje o ich wyborze?

Przede wszystkim wiara w sukces danego projektu, najczęściej (aczkolwiek nie zawsze) mierzony liczbą widzów.

Jakie są ku temu przesłanki?

Przede wszystkim bierzemy pod uwagę tematykę filmu, następnie to, w jaki sposób jest ona przedstawiona – czyli scenariusz oraz reżysera i producenta, jak również pozostałych twórców filmu.

Czy jeśli dany film stworzony jest przez team: znany reżyser i aktorzy, to zawsze skazany jest na sukces?

Sprawa jest bardziej skomplikowana. Fabuła jest bardzo ważnym czynnikiem, choć zdarza się, że niektóre produkcje bierzemy w ciemno, nawet bez zapoznania się ze scenariuszem. Dotyczy to np. filmów Woody’ego Allena, jednak do jego twórczości nie trzeba nikogo specjalnie przekonywać.

Czyli jest tu miejsce na sentymenty?

Nierzadko zdarza się, że nasz wybór nie wynika z głębokiego przekonania o wielkim sukcesie komercyjnym, ale z chęci zajmowania się twórczością danej osoby. Jeśli mamy słabość do reżysera, interesujemy się jego kolejnym filmem, oczywiście pod warunkiem, że oczekiwania producenta bądź agenta sprzedaży nie odstają od ekonomii całego przedsięwzięcia.

Jakie są obecnie oczekiwania polskiego widza? Czy kino jest tylko rozrywką, czy – wzorem tragedii antycznej – ma pełnić rolę katharsis?

Oczekiwania widzów się dość istotnie zmieniają, co widać po kolejnych wynikach box office’u. Widz pragnie przeżyć w kinie prawdziwe emocje: wzruszyć się albo roześmiać. Muszą to być jednak silne emocje, żeby nie miał poczucia, że ktoś go albo nie docenia, albo obraża w sensie intelektualnym. Odbiór filmów jest bardzo indywidualny.

Największy sukces kasowy ostatnich lat...

„Jesteś Bogiem”.

Było to zaskoczeniem?

Spodziewaliśmy się, że to może być bardzo duży sukces, ale nie sądziliśmy, że dojdziemy aż do takiego wyniku. Skala sukcesu przerosła nasze oczekiwania.

Największe zaskoczenie...

Duży sukces filmu „Wkręcenie”. Wielu osobom z branży wydawało się, że czas tego typu komedii już minął.

Proszę o krótkie podsumowanie polskiego kina ostatnich lat.

Ma się bardzo dobrze. Filmy, które powstają, w większości z dumą dystrybuujemy. Trafiają w gusta widzów.

Za nami pokaz inauguracyjny najnowszej wysokobudżetowej produkcji Jana Komasy „Miasto 44”.

To było wydarzenie bez precedensu. Pokaz inauguracyjny odbył się na Stadionie Narodowym w 70. rocznicę wybuchu powstania warszawskiego. Specjalnie w tym celu zamówiliśmy największy ekran kinowy na świecie. Na pokaz zaprosiliśmy żyjących jeszcze powstańców i ich rodziny. Chcieliśmy w ten sposób oddać cześć im i temu, co zrobili dla naszej historii.

Poza wymiarem historycznym, „Miasto 44” to największa polska produkcja ostatnich lat.

Można śmiało zaryzykować stwierdzenie, że tak spektakularnego filmu jeszcze nie mieliśmy. Dotyczy to zarówno strony wizualnej, jak i aspektu emocjonalnego, który przedstawiony jest w fabule. W tym filmie widać potęgę nakładów finansowych przeznaczonych na efekty specjalne. Odpowiadał za nie hollywoodzki specjalista Richard Bain, współpracujący wcześniej z największymi sławami w tej dziedzinie: Christopherem Nolanem, Peterem Jacksonem czy Terryem Gilliamem.

„Miasto 44” dowodzi potęgi polskiego kina.

Dziękuję za rozmowę.



Koncert Zbigniewa Preisnera w Klubie Wytwórnia z okazji zakończenia rewitalizacji kompleksu przy ulicy Łąkowej 29

JAROSŁAW ZARADKIEWICZ

Medialny adres

Łódź, Łąkowa 29 to adres doskonale znany ludziom związanym z branżą filmową. Tutaj mieściła się główna siedziba Wytwórni Filmów Fabularnych. Dziś, dzięki Grupie Toya, kompleks dawnych budynków wytwórni żyje nowym życiem. Mieszczą się tu firmy, których działalność związana jest z filmem, kulturą i nowymi technologiami. W dawnych halach produkcyjnych kwitnie nowe życie, a pamięć o WFF jest ważnym elementem codzienności.

Łąkowa 29 to kompleks obiektów, który sprzyja kreowaniu nowoczesnego biznesu i realizowaniu kontraktów. W ramach jednego kompleksu połączono biurowiec klasy A (MediaHUB) i hotel DoubleTree by Hilton Łódź z rozbudowanym zapleczem konferencyjnym. Ta część zrewitalizowanych obiektów dawnej Wytwórni Filmów Fabularnych zapewnia ponad 4500 m² powierzchni na

cele kongresowe, wystawiennicze czy konferencyjne. Znajdują się tu także należące do spółki Toya: Klub Wytwórnia, studia dźwiękowe Toya Studios oraz redakcja i studio Telewizji Toya. Przy ul. Łąkowej mieszczą się również: FilMOTEKA Narodowa, Łódzkie Centrum Filmowe i Opus Film.

Potencjał, zaawansowane rozwiązania technologiczne i duże możliwości prowadzenia biznesu sprawiają,



Klub Wytwornia jest doskonale przystosowany do organizacji koncertów i innych wydarzeń

że jest to miejsce idealne dla firm z sektorów kreatywnych.

Toya oferuje indywidualnym klientom telewizję cyfrową, szerokopasmowy internet, telefonię VoIP oraz usługi mobilne. Jednocześnie rewitalizując łódzką Wytwornię Filmów Fabularnych, stworzyła nowoczesny kompleks postprodukcji dźwięku w filmie (m.in.: voice-over do światowych produkcji telewizyjnych) – Toya Studios, który wraz z projektami Klubu Wytwornia i Łąkowa 29 wnosi ogromny wkład w proces przywracania Łodzi należnego jej miejsca na filmowej oraz kulturalnej mapie Polski.

TELEWIZJA I NIE TYLKO

Toya to operator telewizji kablowej działający – od ponad 20 lat – głównie na terenie województwa łódzkiego, ale też w śląskich Mysłowicach, podkarpackim Przemyślu czy mazurskim Piszcu. Spółka dostarcza sygnał telewizyjny, internet, telefonię i usługi mobilne. Mając ponad 160 tys. klientów, firma jest czwartym co do wielkości operatorem telewizji kablowej w Polsce.

Spółka posiada własną telewizję lokalną. Od 1997 roku reporterzy TV Toya są blisko spraw mieszkańców aglomeracji łódzkiej. Kanał przez 13 godzin dziennie nadaje programy publicystyczne, rozrywkowe, kulturalne, edukacyjne, reportaże, transmisje sportowe.

W ramówce znajduje się ponad 40 cyklicznych programów. Wiele z nich ma charakter interaktywny – widzowie mogą w nich uczestniczyć poprzez bezpośredni kontakt telefoniczny ze studiem, z którego nadawany jest program, a także osobiście, jako zaproszeni goście. Rocznie do udziału w programach na żywo zapraszanych jest blisko dwa tysiące osób – są to osoby publiczne (politycy, pracownicy nauki, artyści) oraz widzowie.

Telewizja Toya jest współorganizatorem wielu wydarzeń kulturalnych. Jako jedyna stacja telewizyjna w Polsce przeprowadziła transmisje koncertów Placida Dominga i „Siedmiu bram Jerozolimy” Krzysztofa Pendereckiego – zarówno dla widzów, jak i dla kilku tysięcy widzów zgromadzonych na placu Dąbrowskiego w Łodzi.

TV Toya realizuje edukacyjne programy telewizyjne, współfinansowane przez instytucje zewnętrzne, m.in.: Narodowy Bank Polski, Urząd Marszałkowski Województwa Łódzkiego, Urząd Miasta Łodzi, Regionalne Centrum Polityki Społecznej, Narodowe Centrum Kultury.

WŁADCY DŹWIĘKU

Dawny „Pałac dźwięku” łódzkiej Wytworni Filmów Fabularnych to dziś Toya Sound Studios – wyjątkowy w skali europejskiej i jedyny tego typu obiekt w Polsce.



Nowe studio typu greenbox w telewizji lokalnej TV Toya

Posiada doskonałą izolacyjność akustyczną dzięki unikalnej konstrukcji architektonicznej – tzw. box in box (podwójne, niezależne od siebie fundamenty i ściany) oraz fosę dźwiękową, odcinającą budynek od zewnętrznego świata. W obiekcie znajdują się sale do miksów filmowych, studia do nagrań muzycznych i postprodukcji filmowej: studio filmowe Dolby, studio muzyczno-filmowe oraz cztery reżyserki i cztery studia do postprodukcji filmowej. Ponadto, artyści i realizatorzy mogą korzystać z komory bezechowej/bezgłosowej do pomiarów akustycznych oraz z komory pogłosowej i profesjonalnego drum-roomu (pomieszczenia do nagrań perkusji).

Studia dźwięku i reżyserki wyposażone są w nowoczesny sprzęt cyfrowy i analogowy. Umożliwiają on miksowanie i mastering ścieżek dźwiękowych do filmów fabularnych i telewizyjnych oraz reklam kinowych we wszystkich znanych obecnie formatach, realizacje nagrań muzycznych, postsynchronów, efektów synchronicznych, nagrań lektorskich, montaż dźwięku, miksowanie reklam i produkcji telewizyjnych.

W studio przy Łąkowej udźwiękawia się ponad połowę produkowanych obecnie polskich filmów.

KLUB I HOTEL

W dawnej wytwórni działa też klub... Wytwórnia. To klub muzyczny, teatr i galeria w jednym. Rocznie

organizowanych jest tu około stu imprez. To właśnie tutaj na koncertach pojawiają się największy artyści polskiej i światowej sceny muzycznej. Wraz z Toya Studios tworzy unikatowy w skali europejskiej i największy w Polsce kompleks obiektów do produkcji i postprodukcji filmowej, telewizyjnej oraz teatralno-muzycznej.

Wytwórnia zapewnia dwie doskonale akustycznie hale, mogące pomieścić nawet kilka tysięcy widzów, oraz kameralny klub. Nowoczesna klimatyzacja, kilkanaście garderób oraz pokoje hotelowe na miejscu zapewniają wysoki komfort pracy. Dzięki połączeniu światłowodem reżyserek dźwiękowych z halami istnieje możliwość wielośladowej rejestracji odbywających się w halach koncertów dla potrzeb kompleksowego przygotowania DVD.

Po trudach pracy warto dobrze wypocząć. I można zrobić to bez zbędnego przemieszczania się. Na Łąkowej znajduje się hotel DoubleTree by Hilton. Można tu odnaleźć wszystko, co potrzeba: poczynając od relaksu i wypoczynku, a kończąc na zorganizowaniu kongresu lub konferencji. DoubleTree by Hilton Łódź to pierwszy obiekt tej marki w Polsce. Inspirowany filmowym charakterem miejsca, stanowi wyjątkowy punkt w skali kraju oraz na mapie sieci Hilton Worldwide.

Andrzej Pasowski,

dyrektor marketingu spółki Toya

Lódź to dla nas miasto niezwykle ważne i inspirujące. To wielki i często niedoceniany ośrodek kultury Polski, jest bowiem miastem wybitnych poetów (Julian Tuwim), muzyków (Artur Rubinstein czy Aleksander Tansman), artystów (Katarzyna Kobro i Władysław Strzemiński), a przede wszystkim twórców filmowych, których lista jest tak długa, że nie ma możliwości ich tu wymienić. Pamiętajmy, że ogromna większość polskich filmów kinowych i telewizyjnych, zwłaszcza z lat 1945–1995, powstała właśnie tutaj.

I do tej tradycji filmowej czy, szerzej, kulturalnej nawiązuje spółka Toya. Czuliśmy się do tego zobligowani poprzez więź ze wspaniałą przeszłością tego adresu, pod którym nasza firma znalazła siedzibę. Rewitalizacja terenów i obiektów dawnej łódzkiej Wytwórni Filmów Fabularnych jest wyrazem uznania dla tej tradycji i hołdu dla jej twórców. Kiedy zapadała decyzja o budowie nowego obiektu hotelowo-biurowego, zawsze zastanawiano się, jak zachować i podkreślić filmowy charakter tego miejsca, nawet jeśli wiązało się to z dodatkowymi komplikacjami i nakładami finansowymi. Teraz wiemy, że to się w dużej mierze powiodło. Powstał hotel pod czterogwiazdkową marką DoubleTree by Hilton, połączony w jedną bryłę z biurowcem klasy A (MediaHUB) i kinem 3D Wytwórnia, gdzie odbywały się niegdyś kolaudacje polskich filmów. Budynek ten jest nazywany największym pomnikiem polskiego filmu, w jego elewacje

wpisany jest bowiem kadr z pierwszego polskiego powojennego filmu fabularnego „Zakazane piosenki”. Wejście do każdego z pokoi w DoubleTree by Hilton Łódź obramowane jest motywem filmowym – fragmentem kadru z filmu wyprodukowanego w Łodzi. Hotelowy basen zdobią mozaiki z kadrem pochodzącym z filmu Romana Polańskiego „Dwaj ludzie z szafą”.

O powodzeniu tego przedsięwzięcia świadczy kilkanaście nagród, jakie przyznano spółce Toya i jej prezesowi, w tym choćby nagroda I stopnia w konkursie „Budowa roku 2013”, przy wręczaniu której stwierdzono, iż: „wielką zaletą tego budynku jest to, że ma on pomysł architektoniczno-literacki, jako że przenosi historię miejsca, w którym powstał”.

Zamierzeniem spółki Toya, jako inwestora tych obiektów, było oddać hołd tradycji, ale równocześnie stworzyć miejsce rozwoju nowoczesnych usług – stąd troska, żeby biurowiec stał się siedzibą firm związanych z przemysłem kreatywnym. To już się w dużej mierze udało, bo w budynku mieszczą się spółki medialne, informatyczne i telekomunikacyjne.

Właściciele firmy Toya stworzyli miejsce, gdzie łączy się kulturę i biznes oraz pielęgnuje pamięć o historii polskiego filmu, przypominając, jak wielki wkład miało nasze miasto i jego mieszkańcy w rozwój narodowej kultury, a pod adresem Łąkowa 29 kontynuowane są kulturalne tradycje pracowitej Łodzi i jej obywateli.

W FILMOWYM KLIMACIE

Wokół kompleksu funkcjonuje wiele firm i instytucji związanych z filmem. To m.in. Filmoteka Narodowa, której zbiory taśm filmowych i archiwaliów należą do największych w Europie. Dzięki pracy filmografów oraz współpracy z filmotekami zagranicznymi przywróciła polskiej kulturze najcenniejszą kolekcję taśm filmowych: około 75 proc. polskich filmów fabularnych z lat 1930–1939.

Przy Łąkowej funkcjonuje także Łódzkie Centrum Filmowe, które mieści zbiory kostiumów i rekwizytów liczące ponad 300 tys. sztuk. Gromadzone przez

dziesięciolecia przedmioty stanowią największy w Polsce magazyn zbiorów inscenizacyjnych. Centrum może poszczycić się także największą i unikatową kolekcją broni palnej (prawie dwa tysiące egzemplarzy).

Łąkowa 29 to również adres niezależnej polskiej firmy producenckiej Opus Film. Specjalizuje się ona w produkcji filmów, programów i reklam telewizyjnych. Mieści się tu niekomercyjna Galeria Opus, która organizuje wystawy, wydaje katalogi – promuje młodą sztukę polską, ze szczególnym uwzględnieniem przedstawicieli łódzkiego środowiska artystycznego.

JACEK BRYLSKI

Na styku sztuki

Art_Inkubator w Fabryce Sztuki to miejsce, gdzie twórczość spotyka się z przedsiębiorczością. Jako instytucja otoczenia biznesu wspiera osoby kreatywne w działalności rynkowej, a jako instytucja kultury realizuje działania mające na celu promocję sztuki i profesjonalizację kadr.



i biznesu



Sala wystawiennicza

Fabryka Sztuki poprzez Art_Inkubator zapewnia pomoc firmom z branży kreatywnej w najtrudniejszym momencie ich działalności, czyli na starcie i przez pierwsze lata funkcjonowania. Inkubowane firmy mogą inicjować i rozwijać działalność, korzystając z preferencyjnych warunków. Przedsiębiorcy z branży kreatywnej mają do dyspozycji różnego rodzaju przestrzenie, potężną platformę usług elektronicznych oraz doradców i szkoleniowców. Jest to pierwszy w Polsce projekt kompleksowo wspierający przedsiębiorczość w sektorze kreatywnym.

PROFESJONALNE WSPARCIE

W Art_Inkubatorze przygotowano 12 podwójnych biur, cztery studia i kilkanaście pracowni, sale konferencyjno-szkoleniowe, kawiarnię z miejscami co-workingowymi, przestrzenie produkcji artystycznej, a nawet salę teatralno-koncertową. Miejsca te służą zarówno rezydentom Art_Inkubatora, jak i wszystkim, którzy chcieliby z nich skorzystać, by rozwijać swoje projekty i umiejętności.

Rezydenci, oprócz możliwości korzystania z przestrzeni, mają również dostęp do usług świadczonych przez Art_Inkubator. Ich zakres jest dopasowany do potrzeb i wymogów prowadzenia działalności gospodarczej i artystycznej. Najważniejsze z nich to doradztwo i szkolenia, ale także usługi biurowe, recepcja, szerokopasmowy internet i przestrzeń na serwerze czy wirtualne biuro.

Oprócz realnej przestrzeni do pracy przygotowano również przestrzeń wirtualną. Specjalnie opracowana platforma zawiera narzędzia do pracy i komunikacji, dając możliwość korzystania z wirtualnego biura, tworzenia i prowadzenia strony przedsiębiorstwa czy rezerwacji przestrzeni w Art_Inkubatorze. Na platformie znajduje się także Baza Wiedzy zawierająca artykuły i opracowania tematyczne z zakresu szeroko rozumianego wsparcia biznesowego przeznaczonego dla sektora kreatywnego i kultury. Znajdują się tu podręczniki i informacje na temat podstaw prawa i finansów, prowadzenia biznesu,

polityki kulturalnej, zarządzania, a także współpracy międzynarodowej.

DLA REZYDENTÓW I GOŚCI

Rezydenci Art_Inkubatora wyłaniani są na podstawie konkursu. Mogą nimi zostać osoby fizyczne, które założą firmy w ramach Art_Inkubatora lub przedsiębiorstwa funkcjonujące nie dłużej niż rok przed przystąpieniem do konkursu. Oceniany jest przede wszystkim pomysł oraz możliwości jego realizacji w ramach projektu. Wsparcie, jakie otrzymuje firma, może trwać maksymalnie dwa lata. Obecnie w Art_Inkubatorze jest 26 rezydentów z dziedzin obejmujących m.in. modę, film, projektowanie, architekturę, meblarstwo, grafikę, tkaniny użytkowe, scenografię, marketing internetowy, a nawet sztukę iluzji.

Nie tylko rezydenci Art_Inkubatora mogą korzystać z jego przestrzeni i usług oraz zgromadzonej tu wiedzy. Art_Inkubator jest platformą wspierającą realizację pomysłów biznesowych i artystycznych dla szerokiej rzeszy przedsiębiorców z branży kreatywnej oraz instytucji i firm zajmujących się działalnością kulturalno-artystyczną. Zgromadzenie wielu takich przedsięwzięć pod jednym dachem daje unikatowe możliwości współdziałania i tworzenia. Przedsiębiorcy, artyści i organizacje pozarządowe mogą rozwijać działalność w przygotowanych przestrzeniach, a także korzystać z kawiarni ze strefą coworkingową, pracowni i przestrzeni artystycznych oraz sal konferencyjnych.

W Art_Inkubatorze organizowane są również szkolenia i konferencje oraz indywidualne konsultacje z zakresu przedsiębiorczości w sferze przemysłów kreatywnych i profesjonalizacji kadr kultury w tym zakresie. Zarządzająca Art_Inkubatorem Fabryka Sztuki jest organizatorem lub współorganizatorem wielu wydarzeń kulturalnych, festiwali, koncertów i przedstawień. W zrewitalizowanych przestrzeniach Art_Inkubatora odbywają się m.in.: LDZ Alternatywa, Fotofestiwal, Łódź Design Festival czy Retro/Per/Spektywy.

Bagabaga – biżuteria tekstylna oraz torby

W projektach Marty Libiszowskiej-Jóźwiak widać fascynację kulturą ludową, szczególnie tradycyjnymi technikami rzemieślniczymi. Projektantka eksperymentuje z tekstyliami i kolorami. Ostatnio do jej ulubionych materiałów należy jedwab oraz różnego rodzaju surowce pochodzące z odzysku, m.in. dzianina z rajstop, dżins i worki jutowe, w których do Polski przyływa kawa.

Bagabaga ma już na swoim koncie kilka sukcesów: uczestniczyła w międzynarodowej wystawie „Folklor is Alive!” w czeskiej Pradze, była prezentowana przez Fundację Cepelia Polska Sztuka i Rękodzieło w warszawskiej Galerii Rondo, a także reprezentowała Łódź kreatywną w czasie ubiegłorocznych obchodów partnerstwa miast w Stuttgarcie. Libiszowska przygotowywała też biżuterię do finału konkursu Miss Polonia regionu łódzkiego oraz dla polskiej reprezentantki w konkursie Miss Intercontinental.

Marta Libiszowska-Jóźwiak z wykształcenia jest psycholożką, a pracę zawodową rozpoczynała w PR. Po wolcie zawodowej określa samą siebie jako instruktorkę rzemiosła artystycznego, hafciarkę i koronkarkę. – Tworzę i uczę – uśmiecha się projektantka.



Marta Libiszowska-Jóźwiak, Bagabaga



Interaktywna mapa chronologiczna

Foremka – pracownia kostiumowo- -rekwizytorska

Prowadzona przez Agnieszkę Mańkowską pracownia Foremka zajmuje się transformowaniem pomysłów i wytworów wyobraźni w przedmioty materialne.

– Transformuję pomysły własne oraz klientów. Wiedzę, jak to robić, zdobyłam w łódzkiej Akademii Sztuk Pięknych oraz podczas licznych projektów teatralno-filmowych – wyjaśnia właścicielka firmy. Foremka projektuje i wykonuje elementy scenograficzne i kostiumowe, maski oraz rekwizyty, a także odlewy części ciała, które tworzą trójwymiarowe portrety. W gipsowej formie stara się zatrzymać ulotne gesty czy miny.

Agnieszka Mańkowska, oprócz tworzenia elementów scenografii i kostiumów, prowadzi także warsztaty dla dzieci, młodzieży i osób dorosłych. Pracownia jest miejscem, gdzie każdy może stworzyć małe dzieło sztuki za pomocą gliny, gipsu i własnej nieograniczonej wyobraźni.



Agnieszka Mańkowska, Foremka

Graphite

– projektowanie architektury, wnętrz i grafiki 3D

Firmę tworzą Piotr Piasecki i Tomasz Pilarczyk. – Nasze działania opieramy na ścisłej współpracy z klientem i staramy się wspólnie wypracowywać efekt końcowy w postaci zrealizowanej inwestycji – podkreślają wspólnicy. Firma buduje wirtualne modele funkcjonalno-przestrzenne obiektów. Opracowuje kompleksowe aranżacje, dobór i projektowanie mebli, oświetlenia, wyposażenia, armatury, kolorystyki i materiałów. W ramach tworzenia dokumentacji technicznej opracowuje pakiety rysunków 2D, w skład których wchodzi: rzuty kondygnacji z aranżacją meblową, przekroje, rozwinięcia ścian, dyspozycje elektryczne, wodno-kanalizacyjne, ogrzewania i wentylacji. Graphite oferuje modelowanie i fotorealistyczne wizualizacje budynków, wnętrz oraz mebli, animacje, prezentacje multimedialne i analizy następczenia.

– W Graphite zajmujemy się również kompleksowym opracowaniem wizualizacji 3D i fotoprezentacji obiektów architektonicznych. Mogą to być: statyczne ujęcia obiektu z zewnątrz, ujęcia wnętrz, animacje fly-through oraz wirtualne spacerki. – Do każdego zlecenia podchodzimy indywidualnie, dostosowując styl i charakter wizualizacji do potrzeb inwestora. Dzięki nowoczesnemu oprogramowaniu jesteśmy w stanie przygotować nawet najbardziej wyszukane wizualizacje – podkreślają wspólnicy.



Piotr Piasecki i Tomasz Pilarczyk, Graphite

Exformers

– realizacja teledysków

Firma Exformers zajmuje się profesjonalną produkcją teledysków muzycznych i filmów promocyjnych na zlecenie niezależnych artystów i wytwórni płytowych. Oferta obejmuje kompleksową realizację wideo – od scenariusza, przez produkcję filmową, aż po procesy postprodukcji. Na portfolio firmy składa się kilkadziesiąt teledysków dla czołowych wykonawców i wydawnictw. – Nie filmujemy wesel, studniówek ani spotów reklamowych. Kręcimy efektowne teledyski, bo w tym czujemy się najmocniejsi – mówi Jan Gajdowicz, rocznik 1983, łódzianin, reżyser teledysków wywodzący się ze środowiska kultury hip-hop.

– Dołączenie do grona rezydentów łódzkiego Art_Inkubatora daje firmie ogromną szansę na rozwój dzięki dostępności przestrzeni wspólnych dostosowanych do produkcji wideo oraz biura w atrakcyjnej lokalizacji. Największą korzyścią jest jednak obecność innych kreatywnych przedsiębiorstw dająca możliwość wymiany doświadczeń i nawiązania owocnej współpracy – podkreśla Gajdowicz.

Przełomowym momentem był dla firmy początek 2013 roku i samodzielna realizacja czterech teledysków grupy Polskie Karate. Od tej pory wszystko potoczyło się błyskawicznie i Exformers stali się jedną z najbardziej zapracowanych ekip w Polsce.



Jan Gajdowicz, Exformers

Obok wymienionych firm, w Art_Inkubatorze działają także:

Le Lapin – producent ekskluzywnych ekokocyków dla dzieci. Ich wyroby łączą całkowitą naturalność i ekologię z elegancją i luksusem nawiązującym do jakości materiałów i niepowtarzalnego designu.

Blanka Biernat – ilustratorka i fotografka. Specjalizuje się w ciekawych, niestandardowych ilustracjach portretowych, wykonuje również personalizowane zaproszenia okolicznościowe i inne elementy galanterii papierniczej.

The Q Studio – opowiadanie obrazem, e-learning, wideo, grafika. Grupa ludzi, którzy od ponad pięciu lat realizują projekty interaktywne i transmedialne.

Plan B – urbanistyka, architektura, analityka przestrzenna. Firma specjalizuje się w projektowaniu różnorodnych rozwiązań z zakresu gospodarki przestrzennej. Tworzy m.in. systemy map elektronicznych, analizy geomarketingowe, miejscowe plany zagospodarowania przestrzennego i projekty architektoniczne.

Gra-Fika – sitodrukowe plakaty z modernistyczną architekturą, i nie tylko. Seria retroplakatów z architekturą lat 60. i 70. nawiązuje w stylistyce i technice wykonania do autentycznych plakatów z tamtego okresu. Plakaty drukowane są szlachetną techniką sitodruku w kilku kolorach, w limitowanych seriach, na grubym matowym kartonie. Każdy z nich jest numerowany i sygnowany.

Conwersacja – copywriting efektywnościowy oraz optymalizacja konwersji kampanii e-marketingowych. Optymalizacja konwersji to umiejętne połączenie kreacji i technologii.

Bibalo – pracownia nietypowych wnętrz. Meble i akcesoria wnętrzarskie w stylu vintage i loft, projektowanie i aranżacja wnętrz. Pracownia oferuje meble i akcesoria, które projektuje pod potrzeby klienta.

Art Creative Support (ACS) – doradztwo w zakresie możliwości pozyskiwania funduszy UE. Oferta firmy

skierowana jest przede wszystkim do artystów, twórców, animatorów kultury, osób fizycznych i firm oraz podmiotów publicznych.

Agata Serge Photography – fotografia modowa i portretowa, warsztaty fotograficzne.

Aleksandra Richert, Sztuka Tkaniny – w pracowni powstają unikatowe obiekty tekstylne do wnętrz. Nowoczesne, absorbujące zmysły i intrygujące, są tworzone w pojedynczych sztukach lub krótkich seriach, w odpowiedzi na indywidualne potrzeby klienta.

Futumata – architektura, projekty wnętrz, wzornictwo przemysłowe. To młoda pracownia projektowa specjalizująca się w koncepcjach o charakterze lokalnym i międzynarodowym. Jej szerokie spektrum działalności to m.in.: budynki użyteczności publicznej, biurowce, obiekty usługowe, zabudowa mieszkaniowa, domy jednorodzinne, projekty wnętrz oraz wzornictwo przemysłowe.

MisDesign – kobiece fair trade w torebce! Fuzja architektury, kobiecego wyczucia stylu, życiowej pasji i miłości – na tak solidnych filarach opiera się marka MisDesign, specjalizująca się w unikatowych skórzanych torebkach, będących nie lada gratką dla miłośniczek wysublimowanej prostoty.

NOH8 – bardziej społeczność niż zwykły concept store. Marka powstała z pasji do projektowania i chęci komentowania rzeczywistości kreowanej przez media. Wszystkie projekty ubrań to unikatowe wyznania projektantów, które wyrażają ich postawę wobec świata.

Studio Ostrość – robią obrazki: statyczne i ruchome. Doświadczenie zdobywali, tworząc animacje i teledyski. Zleceniami zajmują się kompleksowo: od wstępnej koncepcji, przez scenariusz i reżyserię, po postprodukcję. Studio Ostrość to również komiks i ilustracja.

Art biznes

Młodzi ludzie, którzy zakładają swoje firmy w Łodzi, mogą liczyć na wsparcie Urzędu Miasta. Już po raz szósty rozstrzygnięto konkurs „Młodzi w Łodzi – Mam pomysł na biznes”. Wśród autorów wyróżnionych biznesplanów znalazły się dwie rezydentki Art_Inkubatora.

Kamila Mróz

ZE SZKŁA WYGINANE

550 stopni Studio Kamili Mróz to kreatywna pracownia kształtowanego w płomieniu szkła. – 550 stopni to temperatura palnika, nad którym kształtuję szkło – wyjaśnia właścicielka firmy. Urodzona na Dolnym Śląsku, ukończyła Akademię Sztuk Pięknych we Wrocławiu, a po obronie dyplomu postanowiła swoje życiowe losy związać z Łodzią. – To miasto daje bardzo dużo możliwości – wyjaśnia Kamila Mróz.

Materiałem wyjściowym są dla niej szklane rury i pręty, które kształtuje nad rozgrzanym palnikiem. 550 stopni Studio skupia się na tworzeniu nowoczesnej biżuterii i neonowych obiektów świetlnych oraz prowadzeniu warsztatów pracy przy użyciu palnika.

Biżuteria modułowa Triki to pierwsza kolekcja, która w innowacyjny sposób łączy ze sobą pozornie niepasujące materiały: twarde, kruche szkło, miękkie, elastyczny silikon oraz magnesy. Z modułów o dwóch kształtach można tworzyć kreatywne formy biżuterii, a ich ostateczny kształt zależy od fantazji użytkownika. Triki zdobyły uznanie w ogólnopolskim konkursie „Najlepsze dyplomy projektowe Akademii Sztuk Pięknych 2013”, a także znalazły się w gronie finalistów Międzynarodowego Przeglądu Najlepszych Projektów Dyplomowych Graduation Projects 2012/2013.

550 stopni Studio projektuje i realizuje świetlne elementy aranżacji wnętrz. Powstają one w wyniku połączenia tradycyjnej techniki wytwarzania neonów z nowoczesnym wzornictwem. Studio zaprasza także na warsztaty dla dzieci i dorosłych. Każdy z uczestników pozna techniki kształtowania szkła, dowie się, co można zrobić ze szkła w wysokiej temperaturze oraz stworzy, bezpośrednio w płomieniu palnika, swoje pierwsze szklane dzieła.

KULTURALNIE AKTYWOWAĆ

Come On Institute to przedsięwzięcie siedmiu młodych osób, sygnowane przez Olę Hucko. Firma pragnie czerpać z doświadczeń swoich współtwórców. – Chcemy aktywizować, integrować, kreować więzi, poczucie przynależności i potrzebę żywego uczestnictwa w kulturze – mówi Hucko. Firma ma działać w trzech sektorach: realizacji filmowej, edukacji i organizacji. Come On Institute rusza we wrześniu, ma już pierwszych klientów. Na początek zamierza zrealizować konkurs na CreatOrów LokaLnych, którzy będą współtworzyć cykl filmów społecznych o swoich miejscowościach oraz programy publicystyczne. Come On Institute poprowadzi też autorskie „szkolenia nietypowe”, np.: „Autonarracja przyczyną i skutkiem tożsamości kreatywnej”, „Postęp dzięki rytuałom, czyli jak wykorzystać dorobek kultury do osiągnięcia zamierzonych celów”.

Come On Institute chce organizować imprezy firmowe, których główną atrakcją będzie atmosfera i prawdziwa integracja, a także zamierza edukować dzieci i dorosłych ze wspólnot mieszkaniowych, promując czytelnictwo i matematykę. Firma współpracuje z organizacjami niepublicznymi i Uniwersytetami Trzeciego Wieku. – Wraz z naszymi klientami uczymy się świata na nowo, bez wirtualnej oprawy i cudnie błyszczących i wyostrzonych kadrów – wyjaśnia Olga Hucko. – Młodzi, silni, wykształceni, łączymy kulturę z biznesem, szerząc idee działania, kreowania, stwarzania i wykorzystując wszystkie nasze umiejętności do realizacji powierzonych nam zadań – dodaje. Założyciele firmy uważają, że z kultury da się wyżyć, chcą, aby ich oferta była odpowiedzią na bolączki świata codziennego, ale zamierzają też na tym zarobić. – Będziemy pracować jak inne agencje eventowe, ale ma nam przyświecać idea. Stawiamy na produkcje społeczne i współpracę z sektorem organizacji pozarządowych – dowiadujemy się od założycielki Come On Institute.

JAROSŁAW ZARADKIEWICZ

Globalna agencja

Tegoroczna wiosna była przełomowa dla polskiej branży marketingu w wyszukiwarkach. Po raz pierwszy w historii zwyciężyła polska agencja, mimo że kilka lat z rzędu nominacje otrzymywało już parę rodzimych firm. Tą firmą jest łódzki Bluerank. To najlepsza agencja SEM (search engine marketing) w Polsce i jedna z najlepszych w Europie oraz pierwszy polski zdobywca nagrody European Search Awards – w 2014 roku w kategorii Best Local Campaign za kampanię paid search dla marki Mitsubishi. W czerwcu ta sama kampania została wyróżniona w krajowym konkursie marketingu bezpośredniego Golden Arrow 2014.



Od lewej: Maciej Gatecki, Zbigniew Nowicki

Bluerank to zespół doświadczonych ekspertów optymalizacji i pozycjonowania serwisów internetowych (SEO), strategii płatnych działań reklamowych w wyszukiwarce (paid search) oraz analityki internetowej (web analytics) i rentowności projektów (ROI). Certyfikowany partner Google, który oferuje kompleksowe usługi doradztwa w zakresie strategii SEM, dobrane indywidualnie do potrzeb klienta i specyfiki rynku. Przekładając język specjalistyczny na prostszy, oznacza to, że firma pomaga swoim klientom, by wyszukiwarki internetowe wysoko pozycjonowały ich strony, jak również analizuje zachowania internautów. Chodzi także o to, aby odbiorcy internetu jak najszybciej trafili na konkretną stronę.

NA POCZĄTKU BIZNES PRAWIE GARAŻOWY

Maciej Gałecki zaczynał biznes w 2005 roku. – Gdybym miał garaż, to byłby prawdziwy garażowy biznes, ale nawet tego nie miałem – wspomina. Wówczas mało kto stawał na marketing w sieci. Zdarzały się firmy, które nawet nie miały własnej strony internetowej. Wtedy Gałecki podjął decyzję o pracy właśnie w sieciowym marketingu. Inwestycja nie wymagała większych pieniędzy: komputer, wizytówki, no i oczywiście strona www. Na starcie miał już jednego pewnego klienta: poprzedniego pracodawcę. Jako zewnętrzna firma wykonywał dla niego to, co do tej pory robił jako pracownik etatowy.

Pierwszym dużym klientem zdobytym przez Bluerank była firma turystyczna Rainbow Tours, która ma swoją siedzibę w Łodzi. Z czasem klientów przybywało i Maciej Gałecki przestał nadążać z pracą. Wówczas zatrudnił pierwszą osobę.

European Search Awards (ESA) to coroczny konkurs organizowany we współpracy z m.in. Search Engine Marketing Professional Organization (SEMPO), a w jury zasiadają światowi eksperci branży SEM. ESA ma na celu honorowanie najlepszych kampanii, agencji i praktyk w Europie. W tegorocznej edycji konkursu Bluerank okazał się najlepszy w kategorii Best Local Campaign i – jako pierwsza w historii polska agencja SEM – zdobył nagrodę European Search Awards. Bluerank trzeci raz z rzędu znalazł się wśród finalistów, tym razem w aż dwóch kategoriach (drugą była Best SEO Campaign).



MediaHUB

Copywriter Aneta Mitko pracuje z nim do dziś. Firma zaczęła się dynamicznie rozrastać.

PROBLEMY WZROSTU

Gdy firma zatrudniała trzy osoby, pojawił się problem z lokalem. Do tej pory wszyscy pracowali zdalnie, ale stawało się to coraz bardziej uciążliwe. Zapadła decyzja o wynajęciu biura. Kosztem wynajmu 100-metrowego mieszkania w centrum Łodzi podzielili się z zaprzyjaźnioną firmą. Tam mieściła się pierwsza siedziba Bluerank, do czasu aż zespół nie powiększył się do siedmiu osób. Potem było kolejne biuro i kolejna przeprowadzka.

Kamieniem milowym w rozwoju firmy było w 2006 roku nawiązanie współpracy z Quoka GmbH, drugim graczem w Niemczech na rynku ogłoszeń tradycyjnych. Dynamicznie rosnąca popularność internetu spowodowała, że część ogłoszeniodawców firmy wolała przenieść się właśnie do sieci, zrzucając tradycyjne ogłoszenia. Niemcy wynajęli Bluerank do powstrzymania niekorzystnych tendencji.

– To się udało i Quoka zaczęła chwalić się sukcesami, informując o nas przy okazji innych graczy tej branży. To była woda na młyn – wspomina Gałecki.

Teraz zagraniczni klienci zaczęli sami się zgłaszać. Zdarzało się, że firma prowadziła równoległe osiem

Spółecznie odpowiedzialne Blueranki

Pracownicy Bluerank od lat są bardzo aktywni w sferze pomocy potrzebującym, często samodzielnie inicjują i prowadzą akcje pomocy. W 2008 roku niewielki jeszcze wtedy zespół po raz pierwszy zebrał pieniądze, które przeznaczono na zakup karmy i konserw dla zwierzaków z łódzkiego schroniska. We wrześniu 2011 roku aż 15 specjalistów z różnych działów firmy zaangażowało się w przeprowadzenie kampanii reklamowej w wyszukiwarce i sieci reklamowej Google na rzecz organizacji pożytku publicznego (domy dziecka, fundacje, schroniska). W grudniu 2013 roku otrzymane od klientów słodczyce przekazano dzieciom z Fundacji „Dom w Łodzi”. W 2012 roku Bluerank udzielił wsparcia merytorycznego serwisowi Do>More, który łączy w jednym miejscu

darzyńców i beneficjentów. Za jego pośrednictwem, dyrektor zarządzający Bluerank Zbyszek Nowicki zbiera pieniądze dla chorej Hani Naze. W 2013 roku Zbyszek sam pobił w Maratonie DOZ, a w edycji 2014 towarzyszył mu już 25-osobowy Blueteam.

We wrześniu tego roku Blueranki pobiegą wspólnie w Łódź Business Run. Obecnie Bluerank rozpoczyna stałą, ustrukturyzowaną współpracę z łódzkimi fundacjami, ale nie przeszkadza to w realizowaniu mniejszych, spontanicznych akcji. Od niedawna ze wsparciem aplikacji Endomondo Blueranki spalają kalorie, które, przeliczone na złotówki, zasilają konta wspieranych fundacji. Firma uczestniczy również w akcji „Pomaganie w dobrym tonie”, wspierając akcję pomocy dla dzieci z wadami słuchu i zaburzeniami mowy.

zagranicznych projektów. Dla Bluerank oznaczało to zupełnie inne pieniądze. Można było wówczas pomyśleć o długofalowym rozwoju firmy. Do zespołu – jako współwłaściciel firmy – dołączył Zbigniew Nowicki, ekspert w zakresie projektów internetowych. Jego zadaniem stało się porządkowanie procesów operacyjnych firmy, transformacja usług w kierunku konsultingowym oraz rozwój struktury organizacyjnej.

PRZEPIS NA SUKCES

Skąd taki dobry wynik w ESA 2014? – W tym biznesie liczy się solidność, cierpliwość i uczciwość – tłumaczy Gałeczki.

Można oczywiście działać na skróty, ponieważ wyszukiwarkę da się oszukać. Jest to jednak ryzykowne, bo gdy wyszukiwarka wykryje, że strona internetowa próbuje ją oszukać, może jej w ogóle nie wyświetlać w wynikach wyszukiwania. Dla firmy prowadzącej biznes głównie w internecie to prawdziwy dramat. Dlatego właśnie tak ważna jest solidność i uczciwość.

– Są firmy, których jeśli nie ma w wyszukiwarce, to tak jakby w ogóle nie było. Tak stało się np. w przypadku jednej ze znanych porównywarek cen czy strony dużego banku. Dla nich zniknięcie z wyszukiwarki oznaczało finalnie milionowe straty – mówi Zbigniew Nowicki.

Agencja niedawno znów się przeprowadziła. Nowa, dwa razy większa siedziba ma 400 m² i znajduje się w nowoczesnym łódzkim biurowcu, MediaHUB przy Łąkowej 29. Nowicki liczy na to, że zespół będzie rósł, ale w granicach rozsądku. – Nie chcemy stać się korporacją, bo sami miewamy z takim modelem przykre doświadczenia – uśmiecha się.

Ważną sferą działalności Bluerank stała się analityka zachowań odbiorców internetu. Dostępnych jest wiele danych mówiących o tym, jak użytkownicy poruszają się po sieci. Gdzie zagląдают, a gdzie nie. Są to jednak suche dane, które nie wyjaśniają motywacji takich, a nie innych zachowań użytkowników. Analitycy Bluerank wyjaśniają te zachowania odbiorców sieci, a takie informacje są niezwykle cenne dla przedsiębiorców, którzy właśnie tam chcą prowadzić swój biznes.

GLOBALNY GRACZ

Na liście klientów Bluerank znajdują się wielkie międzynarodowe koncerny. Połowa zleceń wykonywanych jest dla firm zagranicznych. Agencja jest obecnie partnerem strategicznym podczas realizacji projektów marketingowych dla kilkudziesięciu stałych klientów w Polsce, Europie, Stanach Zjednoczonych i Australii. W pracy nad projektem stawia na długofalową relację – średni czas współpracy z klientami wynosi ponad dwa lata.

Pracownicy Bluerank są autoryzowanymi konsultantami Google AdWords i Google Analytics. Posiadają również wydane przez SEMPO indywidualne certyfikaty potwierdzające ich wiedzę i doświadczenie w dziedzinach SEO i paid search. Zdecydowana większość spośród blisko 50 pracowników firmy to specjaliści w zakresie marketingu w wyszukiwarkach, mający w sumie 19 branżowych certyfikatów. Eksperti Bluerank chętnie dzielą się wiedzą i doświadczeniem poprzez publikacje w mediach branżowych, prowadzenie specjalistycznych szkoleń, wykłady akademickie oraz wystąpienia na polskich i zagranicznych konferencjach.

EWA KLEPACKA-GRYZ, JACEK SOBOL

Co ważniejsze: głowa czy serce?

Czy sukces w biznesie może iść w parze z satysfakcją w życiu, poczuciem szczęścia i spełnienia? Tak. Recepta jest prosta: bądź w równowadze, zintegruj swoje serce i głowę. Rób to co kochasz, a sukces na pewno się pojawi.

Ile razy słyszeliśmy te rady: „W biznesie nie ma miejsca na sentymenty”, „Jeśli chcesz odnieść sukces, kontroluj swoje emocje”, „Bądź twardy, zarządzaj dyrektywnie, nie pozwól sobą manipulować”. Efekt: masz do podjęcia ważną decyzję, twoja głowa mówi „tak”, ale serce nieśmiało szepcze „nie” i... konflikt mamy gotowy. Głowa krzyczy „brawo”, a ciało jest napięte, kręgosłup dokucza, migrena nie pozwala jasno myśleć. – Tyle mam do zrobienia, a to głupie ciało mi szwankuje – myślisz i, jak woźnica, baciem poganasz swój organizm do pracy. – W życiu osobistym nie za bardzo mi się układa, ale za to w pracy super – pocieszasz się. – Nie można mieć w życiu wszystkiego.

Głowa swoje, serce swoje – ta podwójność to jeden z aspektów najbardziej pierwotnego dylematu. Stać po swojej stronie, realizować własne potrzeby czy pragnienia, a może spełniać wymogi partnera, szefa bądź społeczeństwa?

Serce chce kochać i być kochane, głowa przechowuje rodzinne skrypty, przekonania społeczne, wiedzę, decyzje, normy, zasady... Ciało odbiera wszystkie docierające do nas bodźce. Od poczęcia aż po kres życia. Nawet te, których świadomie nie rejestrujemy. Przeszłość zapisana w ciele: w pamięci komórkowej, w tkance łącznej, powięzi plus nasze bieżące konflikty często prowadzą do ogromnego cierpienia fizycznego bądź/i emocjonalnego. Kiedy cierpienie jest nie do wytrzymania, szukasz profesjonalnej pomocy i wierzysz, że dostaniesz cudowną pigułkę, receptę, radę jak odmienić świat: partnera, szefa, rodziców, dziecko.

A tymczasem to twoje ciało (kiedy jest zintegrowane z sercem i z duszą) zna odpowiedź na wszystkie dylematy. Ciało nigdy nie kłamie, przez lata cierpliwie znosi walkę głowy i serca, pozwala oszukać się tabletkami, znieczulić.

Ktoś mądry kiedyś powiedział, że dla tych, którzy nie czują szeptu, wymyślono krzyk. Ciało przez lata niesłuchane zaczyna krzyczeć, chorować i nie da się oszukać. Jeśli chcesz być w zgodzie ze sobą i ze światem, przede wszystkim musisz odszyfrować komunikaty – sygnały/symptomy swojego ciała, wysłuchać tego, co ma do powiedzenia głowa i odkryć pragnienia serca.



Głowa swoje, serce swoje – ta podwójność to jeden z aspektów najbardziej pierwotnego dylematu

Decyzja, czy posłuchać głowy, czy serca, a może wybrać jakieś trzecie wyjście – zawsze należy do ciebie, ale musisz ją podjąć w pełni świadomie.

Ćwiczenie:

Kiedy masz do podjęcia ważną decyzję, daj sobie czas, nie podejmuj jej pochopnie. Nawet jeśli głowa ma już gotowe rozwiązanie, sprawdź, co na to twoje ciało.

Znajdź spokojne miejsce, usiądź wygodnie, uspokój oddech, zamknij oczy. Rozwiązanie, które podsuwa ci głowa, wyobraź sobie w postaci obrazu albo zdania wyświetlonego na telebimie, np.: „Podpisuję ten kontrakt”. Skoncentruj się na doznaniach płynących z ciała (głównie w klatce piersiowej, splocie słonecznym, brzuchu). Czy są one przyjemne? Spróbuj zamienić je na uczucia; czy to jest radość, ciekawość, a może lęk, niechęć? Teraz wróć do obrazu czy zdania, wzmocnij je. Co na to twoje ciało? Jeśli czujesz, że ciało ma odmienne zdanie niż głowa, zmień obraz/zdanie, np.: „Nie podpiszę tego kontraktu”. Co teraz dzieje się w twoim ciele? Czy wiesz już, jaką podejmiesz decyzję? Pamiętaj: jeśli wiesz/czujesz, co robisz, wszystko co robisz jest dobre.

Piotrkowska pozdrawia całą Polskę



Ulica Piotrkowska

Odmieniona ulica Piotrkowska ponownie trafiła do użytku łodzian, gości i turystów. To historyczny moment, bo w ponad 190-letnich dziejach słynnej ulicy Łodzi nie było dotychczas tak kompleksowej modernizacji.

Główny odcinek ul. Piotrkowskiej od pl. Wolności do al. Mickiewicza przeszedł gruntowny lifting. Razem z nową Piotrkowską, na sąsiedniej ul. 6 Sierpnia otwarty został również pierwszy w Łodzi tzw. woonerf (podwórzec miejski) zainspirowany rozwiązaniami urbanistycznymi Holandii.

Uwagę przyciąga niedawno utworzona modna przestrzeń miejska – OFF Piotrkowska, gdzie w jednym miejscu znajdują się pracownie projektantów mody, designu, kluby muzyczne, restauracje, przestrzenie wystawiennicze, sale prób, showroomy, concept stores i klubokawiarnie.

Ulica Piotrkowska kusi turystów przepięknie odrestaurowanymi, pełnymi przepychu kamienicami i pałacami, w których zachwyca każdy precyzyjnie wykonany detal. Nie sposób przejść obojętnie obok kamienicy Scheiblera (nr 11), dawnego domu bankowego Goldfedera (nr 77), kamienicy Petersilgego (nr 86), pałacu

Heinzla (nr 104), pałacu Kindermanna (nr 137) czy kamienicy pod Gutenbergiem (nr 86) oraz wielu innych. Na ul. Piotrkowskiej znajdują się oryginalne pomniki poświęcone słynnym łodzianom. Należą do nich: pomnik Łódzkich Fabrykantów, Fortepian Rubinsteina, Kuferek Reymonta czy Ławeczka Tuwima, najsłynniejszego łódzkiego poety. Łodzianie twierdzą, iż potarcie jego nosa przynosi szczęście.

Na wzór słynnej hollywoodzkiej Alei Gwiazd powstała Łódzka Aleja Sławy, podkreślająca filmowe tradycje miasta. Pomysłodawcą projektu był polski aktor, Jan Machulski. Pierwszą gwiazdę – Andrzeja Seweryna – odsłonięto w 1997 roku. Kolejne upamiętniają wybitnych polskich aktorów, reżyserów, operatorów i twórców muzyki filmowej. Można tu znaleźć tak znakomite nazwiska, jak Polański, Holland, Wajda czy Kieślowski.

Jednakże, aby poznać prawdziwy smak tej ulicy, należy zajrzeć na podwórka kryjące się za okazałymi fasadami. Każde z nich ma swój niepowtarzalny urok. Można



Woonerf, ul. 6 Sierpnia



Woonerf, ul. 6 Sierpnia

odnaleźć takie, gdzie czas wydaje się stać w miejscu, wybrukowane kocimi łbami i kryjące zapomniane sklepiki ze starociami lub małe zakłady rzemieślnicze. Na innych odnowionych podwórkach znajdują się eleganckie kawiarnie serwujące niezliczone gatunki kaw i herbat oraz słynne łódzkie puby.

W weekendowe wieczory Pietryna wydaje się być bardziej zatłoczona niż za dnia, jak magnes przyciąga zwolenników clubbingu. Mieszkańcy Łodzi i przyjezdni odwiedzają najpopularniejsze miejsca spotkań, takie jak Łódź Kaliska, Spaleni Słońcem, Dom, Cabaret, Lordi's, Kooko, Czekolada czy Gossip. Mają one do zaoferowania niepowtarzalną atmosferę, niektóre z nich są tak ukryte, że trafi do nich tylko wtajemniczony klubowicz.

Wisienką na torcie są unikatowe imprezy, które przyczyniają się do ponownego rozkwitu głównej ulicy jako reprezentacyjnej wizytówki Łodzi. W bogatym kalendarzu spotkań, koncertów i festiwali każdy znajdzie coś dla siebie. W najbliższym czasie na głównej ulicy Łodzi odbędą się m.in.: Łódź Business Run i Festiwal Folkowe Inspiracje (wrzesień), Festiwal Światła i Jarmark Kreatywny (październik) oraz Jarmark Bożonarodzeniowy (grudzień).

Więcej na www.turystyczna.lodz.pl.

**Biuro Promocji, Turystyki i Współpracy z Zagranicą
Urzędu Miasta Łodzi**

Zdjęcia: Urząd Miasta Łodzi

GEYER MUSIC FACTORY

LIPIEC–SIERPIEŃ

CENTRALNE MUZEUM WŁÓKIENICTWA, UL. PIOTRKOWSKA 282
WWW.GEYER.ART.PL

7. LETNIA AKADEMIA JAZZU

LIPIEC–WRZESIEŃ

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

LDZ ALTERNATYWA 2014, KONCERT SHY ALBATROSS

14 SIERPNI, GODZ. 21.00

KONCERT RITY PAX

21 SIERPNI, GODZ. 21.00

FABRYKA SZTUKI, UL. TYMIENIECKIEGO 3
WWW.FABRYKASZTUKI.ORG
WWW.LDZALTERNATYWA.PL

III MIĘDZYNARODOWY FESTIWAL TEATRALNY RETROPERSPEKTYWY

21–25 SIERPNI

FABRYKA SZTUKI, UL. TYMIENIECKIEGO 3
WWW.CHOREA.COM.PL

18. FIVB MISTRZOSTWA ŚWIATA W PIŁCE SIATKOWEJ MĘŻCZYZN

30 SIERPNI–20 WRZEŚNIA

ATLAS ARENA W ŁODZI, AL. BANDURSKIEGO 7
WWW.ATLASARENA.PL
WWW.POLAND2014.FIVB.ORG/PL

MIXER REGIONALNY

6 WRZEŚNIA, GODZ. 12.00–24.00

PARK STAROMIEJSKI I TERENY W KWADRACIE ULIC:
DREWNOWSKA/GETTA WARSZAWSKIEGO–FRANCISZKAŃSKA–
PÓŁNOCNA–ZACHODNIA
STARY RYNEK
WWW.MIXER.LODZKIE.PL/MIXER-REGIONALNY/LODZ

XIV MIĘDZYNARODOWE TARGI ZOOLOGICZNE PET FAIR

6–7 WRZEŚNIA

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

WYKŁAD Z CYKLU „MUZYKA SFER”. CIĘŻAR I LEKKOŚĆ – MECHANIKA NIEBA I NEWTONA I MUZYKA J.S. BACHA

18 WRZEŚNIA, GODZ. 18.00

PLANETARIUM I OBSERWATORIUM ASTRONOMICZNE
IM. AREGO STERNFELDA, UL. POMORSKA 16
WWW.PLANETARIUM.ORG.PL

FILMTERACTIVE 2014

24–25 WRZEŚNIA

PAŃSTWOWA WYŻSZA SZKOŁA FILMOWA, TELEWIZYJNA
I TEATRALNA, UL. TARGOWA 61/63
WWW.FILMTERACTIVE.EU

WIELKA GALA SEZONU – OPERA POD GWIAZDAMI

27 WRZEŚNIA, GODZ. 19.00

TEATR WIELKI, PL. DĄBROWSKIEGO
WWW.OPERALODZ.COM

KONCERT IL DIVO

28 WRZEŚNIA

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

VII MIĘDZYNARODOWE TARGI ŻYWNOCİ EKOLOGICZNEJ I REGIONALNEJ NATURA FOOD

3–5 PAŹDZIERNIKA

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

25. MIĘDZYNARODOWY FESTIWAL KOMIKSU I GIER 3–5 PAŹDZIERNIKA

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

II TARGI TECHNICZNYCH WYROBÓW WŁÓKIENICZYCH

16–17 PAŹDZIERNIKA

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

POŻEGNALNY KONCERT BUDKI SUFLERA

25 PAŹDZIERNIKA

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

KONCERT KYLIE MINOGUE

30 PAŹDZIERNIKA

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