04.06.2018

Informacja prasowa

**„Polski design należy umiejętnie prezentować, powinniśmy nauczyć się opowiadać o tym, co mamy”**

**Nie boimy się odważnych rozwiązań, jesteśmy kreatywni i otwarci na innowacje, mamy imponujące zaplecze rzemieślnicze, a nasze produkty odznaczają się jakością i są doceniane przez zagranicznych konsumentów. Przed jakimi wyzwaniami stoi więc polska branża projektowa? Zapytano o to marki, które zgłosiły się do tegorocznej edycji projektu BiznesUp! design made in Poland, a także międzynarodowych ekspertów, którzy wzięli udział w tegorocznej edycji forum. Wnioski? Polski design trzeba spójnie komunikować i budować jego rozpoznawalność na świecie. O czym jeszcze rozmawiano podczas wydarzenia?**

Za nami forum BiznesUp! design made in Poland. 40. reprezentantów polskiego designu,   
18. międzynarodowych ekspertów, przedstawicieli branży projektowej oraz kilkanaście wykładów, warsztatów i paneli dyskusyjnych na temat rodzimego designu z perspektywy zagranicznych rynków. Była to również okazja, by podjąć rozmowy na temat potrzeb branży projektowej, wyzwań związanych z funkcjonowaniem na arenie międzynarodowej, a także, by wymienić się praktycznymi wskazówkami.

**Rozpoznawalność i konkurencyjność**

Podczas tegorocznej edycji forum przeprowadzono ankietę, której głównym celem była analiza potrzeb i oczekiwań marek względem organizowanego forum BiznesUp! design made in Poland. W badaniu uczestniczyło blisko 90 polskich marek i to właśnie one odpowiadały na pytanie o bariery związane z obecnością rodzimych firm na zagranicznych rynkach. Dla 62 proc. respondentów największym wyzwaniem w funkcjonowaniu na arenie międzynarodowej jest **budowanie rozpoznawalności i konkurencyjności polskich marek.**

Tego samego zdania jest **Anna Pietrzyk-Simone,** **Creative Project Foundation**, która podczas tegorocznej edycji forum poprowadziła warsztaty dla 40 marek na temat sprzedaży polskich produktów na rynku brytyjskim. Anna Pietrzyk-Simone obecnie kieruje rozwojem MM-L Studio, biura architektoniczno-projektowego pod kierunkiem twórczym Miska Miller - Lovegrove. Jej szerokie doświadczenie obejmuje obsługę wiodących światowych marek projektowych, współpracę z organizacjami kulturalnymi i instytucjami rządowymi w zakresie inicjatyw projektowych.

*- Polski design należy umiejętnie prezentować, powinniśmy nauczyć się opowiadać o tym, co mamy i nie tylko starać się sprzedawać swoje produkty innym firmom na zamówienie, ale także konsekwentnie, spójnie budować i komunikować wizerunek firm. Cieszę się, że na wystawie PolishUp stawia się na marki oraz projektantów, którzy za nimi stoją*– **mówi Anna Pietrzyk-Simone, Creative Project Foundation.**

**Polskie firmy potrzebują praktycznych wskazówek**

Chęć poszerzania wiedzy i wymiany doświadczeń z zakresu funkcjonowania i sprzedaży produktów na zagranicznych rynkach, dla ponad 87 proc. badanych firm była najważniejszym powodem uczestniczenia w forum BiznesUp!. To pokazuje, jak ważne i potrzebne są wydarzenia, które przybliżają specyfikę działania poza granicami Polski, przekazują wiedzę na temat zwyczajów konsumenckich w krajach europejskich, a także poruszają kwestie promocji swoich produktów na tych rynkach.

- *Bardzo ciekawe, a zarazem potrzebne były dyskusje, podczas których prelegenci prezentowali swoje doświadczenia z rynków europejskich, ale możliwa była również dyskusja między firmami różnych branż. To było bardzo kształcące dla nas wszystkich. Im więcej jest dialogu oraz inicjatyw, gdzie potrafimy się łączyć i promować, tym lepiej. Wystawa prezentuje atrakcyjne projekty, o spójnej komunikacji wizualnej, dlatego moim zdaniem powinna gościć również na europejskich festiwalach -***mówi Anna Pietrzyk-Simone.**

**BiznesUp! dla polskiego designu**

Wydarzenie BiznesUp! design made in Poland stanowi część międzynarodowego projektu, dedykowanego designerom, producentom oraz dystrybutorom produktów i usług, którego celem jest promocja polskiego wzornictwa w kraju i za granicą, a także pomoc polskim markom, w zaistnieniu na rynkach zagranicznych. W ramach projektu realizowana będzie również międzynarodowa kampania promocyjna polskiego designu za pośrednictwem mediów oraz kampanii outdoorowej.

Projekt „Zwiększenie międzynarodowej rangi gospodarczej województwa łódzkiego poprzez organizację i promocję Łódź Design Festival 2018 i Łódź Design Forum” jest współfinansowany ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Łódzkiego 2014 -2020.

**Link do pełnego wywiadu:** https://www.youtube.com/watch?v=T1NThfPhvtA&feature=youtu.be&a

**Link do wirtualnego spaceru po wystawie:**

<http://wnetrza3d.pl/realizacje/wnetrza3d/lodz-design-festival-2018>