

Setkání Kreativní Česko
31. 10. 2017 / 12.30 – 16.00
Pražské kreativní centrum

Pořádal Institut umění.

ZÁPIS

Účastníci a kontakty/

Kujová	Zdeňka	Brno	manažerka KKP, koordinátorka připravovaného hubu v Brně	zdenka@jic.com
Lukešová	Pavla	Brno	Odbor kultury Magistrátu města Brna	lukesova.pavla@brno.cz
Piorecký	Viktor	Brno	Odbor kultury	piorecky.viktor@brno.cz
Vorlíčková	Kateřina	Brno	vedoucí Odboru kultury	vorlickova.katerina@brno.cz
Chrástová	Tereza	Brno	Oddělení strategického plánování	chrastova.tereza@brno.cz
Hykyšová	Zuzana	Czech Invest	koordinátorka projektů o KKO	Zuzana.Hykysova@czechinvest.org
Špoutilová	Šárka	Czech Invest	ředitelka Odboru regionálních kanceláří	Sarka.Spoutilova@czechinvest.org
Ševčíková	Lucie	Institut umění	koordinátorka Kreativního Česka	lucie.sevcikova@institutumeni.cz
Žáková	Eva	Institut umění	vedoucí	eva.zakova@institutumeni.cz
Deml	Jakub	Jihlava	koordinátor a konzultant strategie města Jihlava	tonamto@kvasi.cz
Jelínková	Ivana	Jihlava	Manažerka strategie kultury a cestovního ruchu Odbor školství, kultury a tělovýchovy	Ivana.Jelinkova@jihlava-city.cz
Palašćák	Radek	Olomouc	Kreativní Olomouc, autor mapování KKP	radek.palascak@upol.cz

			Olomoucka	
Struna	Dušan	Olomouc	Odbor koncepce a rozvoje, vedoucí oddělení hospodářského rozvoje	dusan.struna@olomouc.eu
Pilařová	Martina	Ostrava	Odbor strategického rozvoje, Oddělení strategií	mpilarova@ostrava.cz
Šmelková	Veronika	Ostrava	Odbor strategického rozvoje, Oddělení strategií	vsmelkova@ostrava.cz
Kašpárek	Ondřej	Plzeň	projektový manažer DEPO2015	kasperek@depo2015.cz
Švarc	František	Plzeň	DEPO2015, manažer centra kreativního podnikání	svarcf@depo2015.cz
Burešová	Kateřina	Praha	oddělení kultury, koncepční specialista v oblasti KKP	katerina.buresova@praha.eu
Mišunová	Klára	Praha	manažerka Pražského kreativního centra	misunova@ipr.praha.eu
Škochová	Olga	Praha	Kreativní Praha, Pražské kreativní centrum	skochova@ipr.praha.eu
Dubovský	Petr	Zlín	Klaster Kreativní Zlín, Univerzita T. B. ve Zlíně	dubovsky@utb.cz
Janíková	Jana	Zlín	Klaster Kreativní Zlín, Univerzita T. B. ve Zlíně	janikova@fmk.utb.cz

Praha/

- Ve **strategii města** je zaneseno 12 cílů dotýkajících se kultury.
Odkaz: http://www.iprpraha.cz/uploads/assets/1535_IPR_prezentace_Strategicky_plan.pdf
- Příklad využití veřejného prostoru:

Jedním z projektu, který KREP (Kreativní Praha) zastřešoval je **revitalizace Malostranského nám.** – na místě, kde bylo léta parkovitě, se podařila proměna na veřejný prostor otevřený k posezení, setkávání a doprovodným akcím. Schvalování akcí probíhalo na základě pravidel schválených Radou hlavního města Prahy. Preferovány byly akce krátkodobé, nekomerční, citlivé k okolí a aktivity rozvíjející lokalitu. Obecně o projektu: <http://kreativnipraha.eu/cs/malostranske-namesti> a Vyhodnocení zkušebního režimu Malostranského náměstí: http://www.iprpraha.cz/uploads/assets/dokumenty/kps/malostranskenamesti/vyhodnoceni_zkusebniho_rezimu_mn.pdf

- Pražský magistrát (MHMP) si uvědomuje potřebu podpořit autentické dění v turistickém centru spojené s místními obyvateli a kulturou. Například **proces žádosti na konání akce ve veřejném prostoru se podařilo zkrátit** na 3 základní kroky a vyřízení žádosti na délku 14 dní namísto 2-3 měsíců.
- Probíhá další analýza bariér, čekání na magistrát jestli dá projektu na **metodiku zacházení s veřejným prostorem** zelenou. I po dosavadním zjednodušení je potřeba zavést další podpůrné nástroje, aby na akci dosáhli i malé projekty/akce a ne pouze zavedené a velké či

komerční subjekty. Například Praha 1 je proti tomuto projektu. Nechce zatím navazovat na zkušenost z Malostranského nám.

- Komentář Ostravy: Ostrava řeší podobný problém, kdy **obvody města vs. tzv. velké město jsou často v opozici**. Statut města však nedovoluje obvodům zavádět opatření, které sami nechtějí přijmout.
- Komentář Olgy Škochové: Mělo se od začátku (v projektu Malostranské nám.) **lépe pracovat s marketingem** politiků Prahy a Prahy 1. Poučili jsme se, že má význam vyspecifikovat předem, kdo co z projektu „bude mít“, **jak se aktivity a postoje odrazí v komunikaci s médii a veřejností a jak se rozdělí mezi účastníky a partnery procesu a jaké budou mediální výstupy**.
- Aktuálně MHMP dobře reaguje na **termín „dočasnost“ - fungoval pro prosazení záměru** Pražského kreativního centra (PKC). PKC je mediálně atraktivní téma, což MHMP také oceňuje. Byl představen projekt Kreativního centra v Radničních domech. Více na <http://kreativnipraha.eu/cs/prazske-kreativni-centrum>, do budoucna www.prazskekreativnicentrum.cz
- „Centrum Prahy nikdy nebude moderní kulturní čtvrť kvůli památkové rezervaci Unesco – infrastruktura se nemůže rozvíjet, tak jako se to děje v jiných městech. PKC však chce být bránou/infopointem a poukazovat na síť firem, obchodů a galerií.
- Jedním z cílů Prahy je zavést značku **Art and Design District Prague**, založenou na síťování. Více na: <http://kreativnipraha.eu/cs/art-district-praha-7> (studie proveditelnost a brožura)
- Práce s daty: vznikla brožura Kultura a umění v Praze v ČJ a AJ – do budoucna se uvažuje o modifikaci s cílovou skupinou cizinců. Ke stažení na: http://kultura.praha.eu/public/ea/75/50/2402755_754390_K_UvP_komplet_web.pdf

Olomouc/

- **Slovo kultura / kulturní se vytrácí ze zájmu** a politické terminologie, škrtilo se z podkladových materiálů a strategií. KKP je však jedním z pilířů rozvoje města, s důrazem na ekonomický potenciál. Návrh nové strategie města byl už na radě projednáván.
- Odd. kultury se mapování nechtělo účastnit, jde o vývoj, je potřeba dál diskutovat a téma otevírat.
- Radek Palaščík (autor mapování) získal **pozici v pracovní skupině pro přípravu strategie 2018-2022. Úkolem je další lobbying za KKP**. Také je třeba vyhodnocovat a „hlídat“, aby nebyla upozadována „tradiční/nezisková“ kultura v diskuzích nad potencionálem města, resp. **nezapomínat na jádro KKP**.
- Cílem je nyní z neformální skupiny aktérů mapování založit **formalizovaný subjekt – klastr**. Propojit město, kraj, apod. – klastr po vzoru Kreativní Zlín, vytvořit platformu s právní subjektivitou.
- Vault42 je nový coworking a prostor pro síťování. Odkaz: <http://www.vault42.cz/>
- 22. 11. zasedá komise nad materiálem o podpoře kultury, sportu a volnočasových aktivit.
- Tématem může být i vznik **Kreativního centra**, po vzoru dalších měst.

Jihlava/

- Vznikla **nová pracovní pozice** na správu a implementaci **strategie pro kulturu**. Odkaz: <https://www.jihlava.cz/strategie-pro-kulturu-volny-cas-a-cestovni-ruch-ve-meste-jihlave-2017-2024/d-517032>. Cílem je i komunikovat potřeby KKO více do strategie města, která se nyní zpracovává.
- V plánu je **aktualizace grantového systému**.
- Snaha nastavit **stabilní víceleté financování** zavedených klíčových subjektů města.
- Busking festival je příkladovým projektem, kdy se město otevřelo spolupráci a dosáhlo se stavu „za málo peněz hodně muziky.“ Odkaz: <https://www.jihlava.cz/busking/a-2163/p1=105345>; <http://www.parlamentnilisty.cz/politika/obce-voicum/Jihlava-chysta-vyhlasuku-o-poulicnim-umeni-493339>
- Řeší se **areál továrny Modeta**, který město koupilo a ve strategii se zavázalo k jeho využití a rozvoji v rámci projektu rozvoje celé lokality Stříbrného údolí. Objekt sídlí vedle ZOO, kam ročně zavítá 350 tis návštěvníků. „Jihlava je na začátku svého rozvoje v oblasti cestovního ruchu.“ Pro objekt se nyní hledá vhodné využití v návaznosti na cestovní ruch, kulturu a vzdělávání.
- **Inkubátor „kultura pro vzdělání“** – vzniknou nové programy pro ZŠ a SŠ využívající kulturních aktivit organizací. Organizace sami prohlašují, že chtějí spolupráci se školami, školy mají však menší zájem. Programy budou ale tvořeny v podstatě na míru školám od roku 2018/2019.
- **Národní síť zdravých měst** přidala 100 tis. na podporu tvorby map, zohledňující kulturu v územním rozvoji.
- Zatím chybí městu manažer pro cestovní ruch. Zatím je tato agenda vedena jen pod primátorem.
- „KKP je stále jen popelka, která zatím není ve strategii města, ale je to naším cílem.“

Czech Invest /

- CI spravuje program **Kvalifikovaná pracovní síla**, který propojuje firmy se školami v jeho rámci zajišťována spolupráce s výchovnými poradci – kariéerními poradci.
- Mottem CI je: „Podporovat, spojovat“.
- CI chce **motivovat firmy** ke spolupráci na produktech, designu. CI informuje o možnostech získání dotace u CzechTrade.
- U spolupráce s designéry ale nejsou nástroje jak jim pomáhat konkrétně.
- Zavádí se **komunikační platforma ve spolupráci s Prahou**, téma: kreativní města.
- Probíhá **spolupráce se starosty**. CI koriguje témata strategií, referuje o příkladech dobré praxe. Používán je například argument o vysídlování měst, kdy města ztrácí atraktivitu a pracovní sílu, absolventy. S městy probíhají řízené rozhovory, dotazníky. **Vše se připravuje do tzv. pasportů** - tabulky, zpracování do map. **Zapojeno bylo 205 obcí s rozšířenou působností** (ORP) – řeší se dostupnost práce, infrastruktura apod. (V Písku se na radnici rozvíjí diskuze nad kreativním centrem. Na téma došlo právě na základě rozhovorů o strategii.)

- Sebrané argumenty, příklady a dopady kreativních projektů na město budou i na webu, který se připravuje pro CI. Zatím má CI cestu ke starostům hlavně přes téma: „Města pro byznys“. Do konce roku budou pasporyt ORP finální. E- verze bude publikována jako „**Region report**“.
- **Firmy často nestojí o dotaci, ale spíš setkání, rady, semináře.** S Úřadem průmyslového vlastnictví se řeší nastavba pro KKP a možnosti financování aktivit zaměřených na zvyšování povědomí.
- Na regionální úrovni (regionální pobočka CI) probíhá spolupráce v Olomouci po mapování KKP.
- CI bude ráda, pokud města začnou **více oslovovat regionální kanceláře, kde o KKP ví a budou ochotni spolupracovat.**
- CI podalo žádost o grant na **mezinárodní projekt na podporu KKP** – jedná se o konsorcium partnerů, **sdílení know-how**, naučit se od partnerů ze zahraničí postupy pro podporu KKP. Partnery jsou Bilbao, Creative England.
- Běží spolupráce s inovačními centry.
- Na webu Czechstartup.org je **přehled nových programů pro startupy**, nabídky poradenství, koučingu. Mapovat ekosystém pro startupy je obecně úkol CI.
- CI nabízí **využít spolupráci s API** (Strukturální fondy): Na základě parametrů firmy a projektu je možné získat **výjezd možností aktuálních dotačních výzev** (mapování dotačních matic, programů pro podnikání)
- Komentář Zdenky Kujové: **Programy SF nejsou dostupné pro firmy v KKP**, ty nedosáhnou na dotaci jen díky uvedení Nace kódu. Nejsou nastaveny kritéria pro KKP. Slovensko má pro KKO program, v kterém zajišťuje 95% dotaci, tedy jen 5% spoluúčast. Je zde však riziko a otázka, jak to ovlivní konkurenceschopnost i pro okolní státy! Jde o úkol pro každého z nás, abychom vysvětlovali svému politikovi problematiku, používání dat, doporučení z mapování atd.
- CI tým už neřeší SF a neovlivňuje nastavení programů. Nyní probíhá práce na lokální úrovni. Dotace jsou obecně vnímány jako břímě. **S dotazy na API – OPIK je možné se obrátit Lenku Kořínkovou**, která přešla z CI do API.
- Komentář Zdenky Kujové: Slovensko už připravuje další programovací období. V ČR zatím debata nezačala.
- Komentář Olgy Škochové: Doporučujeme z pražské zkušenosti **prezentovat strategii KKP v rámci debat o územním plánování**, kde se řeší konkrétní místa/budovy. Téma KKP se tam srozumitelněji propojí s praxí.

Brno/

- Aktuálně je záměr mít **nové znění strategie kultury a kreativních odvětví předloženo na zastupitelství v prosinci**. Vnímáme i fakt, že už probíhá předvolební nálada. **Odkaz:** <http://kulturniparlament.brno.cz/kulturni-parlament/>
- Filmová kancelář Brna zřizuje **Jihomoravský filmový nadační fond** (roční rozpočet bude 10 mil. Kč. – 50% kraj + 50% město) Jde o nadační fond po vzoru Státního fondu kinematografie, kde jde o subjekt a ne dotační program. **Odkaz:** <http://filmovakancelarbrno.cz/>
- Stále panuje strach při debatách o nové strategii z **degradace neziskové kultury a strach o dotace**. Tlak MMB na nenavyšování rozpočtů je daný i tím, že Brno dává na kulturu nejvíce prostředků v ČR 9% rozpočtu.

- **Jaké jsou zkušenosti na městech s mikrogranty, jaké jsou náklady na administraci?** Zkušenosti má Plzeň a Jihlava. **Prosíme o sdílení informací.**
- Spolupráce města a městských částí je v Brně velmi rozdílná. Město dává podporu městským částem. Ty si ale samy určují, na jaké akce peníze rozdělí. Zdroje většinou jdou na komunitní akce typu hody apod. Je zde otázka, jestli má město vůbec vstupovat do dotací této úrovně. Městské části to vyžadují. Město to odmítá. Pro odbornou veřejnost je ale nejasné, jak lze definovat celoměstský dopad akce a lokální, pokud akce konané v městské části jsou otevřeny všem obyvatelům.
- Jihomoravské inovační centrum (JIC) pořádal **výroční konferenci ke zhodnocení RIS JMK strategie**. Od účastníků přišla dobrá zpětná vazba, organizace se obecně více hlásí ke spolupráci. Zahraničním hostem byl předseda Creative England John Newbiggin. **Odkaz:** <http://www.risjmk.cz/cz/vyrocní-konference-ris-jmk/materialy-z-konference-2017/>
- **Mobilizuje se herní sektor.** Zakládá asociaci, staví i na zkušenostech a stále významnější akci Game Access v Brně. Nejdřív je záměr působit regionálně a pak se posunout na státní úroveň. Na konci října proběhla pracovní prezentace plánů v JICu. Problémem, který sektor řeší je, že firmy nemají lidské zdroje pro rozvoj firem, chybí edukace spojená se školami, sylaby jsou však nachystané. **Odkaz:** <http://gamedevarea.com/>
- JIC, MMB a JMK řeší intenzivně **vznik Kreativního hubu**. Pokud se spolupráce domluví, hub bude zprovozněn nejdřív v druhé půli roku 2018. Prostor by zajistila volná budova v Údolní ulici, která patří univerzitě VUT.

Zlín/

- Úspěšným pilotním projektem je **Živý Zlín**. Správa zlínského divadla alokovala jeden úvazek na provoz a **podporu malých aktivit ve veřejném prostoru**. Divadlo jako profesionální subjekt zajišťuje koordinaci, prostory apod. Údajně toto opatření funguje. Je možné brát jako příklad spolupráce příspěvkové organizace s neziskovými subjekty. **Odkaz:** <https://zivy-zlin.cz/zivy-zlin/>
- **Zlín Film Office** funguje jeden rok. Podpora: kraj 10 mil., město 1 mil.; 2,5 mil. je alokováno na podporu studentů.
- 21. 11. navštíví Lia Ghilardi (expertka mapování KKP) Zlín.
- **Klastr Kreativní Zlín se začíná institucionalizovat.** Pozice manažera získala ½ úvazek (manažer Petr Dubovský), cílem je však plný úvazek, pak bude možné i získat podporu na klastr, jako na subjekt.
- Náročné je zdůvodňovat členské poplatky. Je třeba poukazovat na výstupy, které vznikají hlavně díky propojování členů a tedy možnými zakázkami a projekty.
- Klast je součástí projektu V4 zaměřeného na sdílení know how. **Creative Cluster Network**. **Odkaz:** <http://creativ.tilda.ws/>
- Město v čele s primátorem je členem klastru, ale do projektů většinou nejde a zdržuje procesy, navíc z jejich strany probíhá spíše „antireklama“. **Výzvou proto je stále velká negace a slabá vůle podpořit KKP ze strany města.**
- Společnost **Creative ring** se sídlem v Belgii je střechou pro soukromé huby a klastry (síťování sítí). Snaží se získávat na svoji činnost finance například z programu Horizon 2020. Nabídlí Zlínu účast v síti, ale s členským poplatkem 5 000 Eur ročně. **Proto se nabízí vytvořit konsorcium v rámci ČR a ustanovit pracovní skupinu.** **Odkaz:** <http://www.creativering.eu/>

- **Kreativní Vouchery** byly založeny v rámci kraje, s rozpočtem 2 mil. Kč. Zaměřují se na podporu produktového design a marketingových produktů. Účast dotace je 70%.

Ostrava/

- Město má nový **Strategický plán**, ale nemá manažera/pracovní pozici pro implementaci. **Odkaz:** <http://fajnova.cz/>
- **Fajnova** je v podstatě projekt, kultura se ve strategii jen prolíná v jednotlivých cílech. Jde o brand města, který byl tvořen participativně.
- Pro radnici města je velké téma participace a veřejný prostor.
- **Projekt Refill** se zaměřuje na ožívování prázdných prostor. Byl popsán i na webu Kreativní Česko.cz: <https://www.kreativnicesko.cz/clanky/ostrava-vi-jak-na-opustena-mista>
- Refill by měl dále být prostředníkem, agenturou, fungovat jako stabilnější nástroj. Aktuálně je zpracovávána analýza, jak pokračovat. Příští rok provozu bude jako pilotní projekt. Nyní je v běhu uzavřené výběrové řízení pro tři subjekty.
- **Ověřuje se také reakce od veřejnosti**, a jaká je poptávka po **koordinátorovi veřejných komunitních potřeb**.
- MS inovační centrum nabízí **Techart vouchery**, které jsou určeny pro výrobně-technologické firmy a mají je přiblížit k myšlení a profesím z KKP. **Odkaz:** <https://www.ms-ic.cz/detail-akce/tech-art-workshop/>
- **Odbor strategického rozvoje má snahu se „vymanit“ ze struktury města po vzoru například IPRu.**
- Probíhá **rekonstrukce objektu bývalých jatek**, kde pak bude sídlit příspěvková organizace města galerie Plato, která se mění na tzv. Kancelář pro umění, v mezidobí je v dočasných prostorách.

Plzeň/

- Šárka Havlíčková a Roman Černík pracují na **aktualizaci kulturní koncepce**.
- Je otázkou jak zapojit výstupy z Mapování KKP. Stále se spolupracuje spíše s jednotlivci, celá řada profesionálů není ještě známá.
- Důležitou akcí je **Design thinking festival**. Probíhá ve spolupráci DEPO2015 a BIC Plzeň. Jde o důležitého partnera, protože jedině tak dochází k přímému kontaktu s firmami.
- **Plzeň Design Week** se naopak snaží komunikovat s laikem, jde o nový festival. Probíhá i spolupráce s česko-německým fondem budoucnosti.
- **Asociace otevřených dílen** pracuje dál, ale další kroky jsou otázkou kapacity. Příspěvky členů však nebyly odhlasovány. Nyní se řeší spolupráce s Boshem.
- **DEPO je součástí European Creative Hubs Network** – konference v Bruselu. Doporučuje se odebírat newsletter. **Odkaz:** <http://creativehubs.eu/>
- Plánuje se pražský **Makerfair** v dubnu 2018.

Institut umění/

- V Goethe institutu proběhla akce Matchmaking českých a německých/saských „kreativců“. Byl prezentován nově vzniklý subjekt Creative Sachsen, který byl založen ze zdola na popud kreativců a je otevřen spolupráci s ČR. IU bude kontaktovat vedení a sdílet koncept této kanceláře.
Odkaz: <http://www.kreatives-sachsen.de>
- Goethe Institut je partnerem velkého projektu nadnárodní spolupráce s Finskem, který spočívá ve vzdělávání úředníků v oblasti KKP. – Zajímavá inspirace pro možný projekt vzdělávání a zvyšování povědomí o KKP.
- Pokračujeme dál v projektu Kreativní Česko i roce 2018. Chceme rozšiřovat platformu o další města a zájemce o spolupráci.
- Rozesíláme newsletter s články (1x měsíčně) K jeho odběru je možné se přihlásit v patce webu.
- V roce 2018 chceme sdílet i základní info o platformě a podporovat povědomí o této iniciativě a snaze debatovat potřeby KKO.
- Web KČ je vám po domluvě k dispozici pro prezentaci vašich úspěchů či projektů formou článků, které mohou být inspirací dalším městům či státním úředníkům, kreativním manažerům.
- Po předvolební říjnové debatě na téma kultury rozeslal IU zástupcům politických stran materiály a odkazy na výsledky výzkumu Mapování KKO, a to všem deseti stranám. V diskuzi se ověřilo, že koncept KKP je všem stranám málo srozumitelný a chybí základní povědomí i o známých výstupech a projektech. Odkaz: <https://www.youtube.com/watch?v=sFrQBC8ra10>

Závěry a plány 2018/

- Pokračovat v setkávání měst a aktérů v KKO.
- Setkání budou mít upravený formát – formálnější charakter, jejich součástí budou tematické diskusní stoly/workshopy tak, aby mohlo dojít k cílenější a intenzivnější výměně zkušeností a know-how na určitá témata.
- Institut umění bude spolupracovat s Czech Investem (CI), bude sdílet výstupy. IU okomentuje nový web Kreativní město CI a probere možnou spolupráci v rámci Investment Academy určenou pro starosty (málo zájemců) a zda jí obohatit o téma KKO.
- Až bude jasnější situace na MK po volbách, bude platforma Kreativní Česko řešit komunikaci směrem k MK. Nabízí se zapojit například i europoslance a aktivovat jejich zájem zapojit se.
- Prosíme o doplnění zápisu setkání.
- Prosíme o sdílení zkušeností na téma mikrogranty, viz dotaz Brna.
- Nabízí se vytvořit konsorcium v rámci ČR a ustanovit pracovní skupinu pro kreativní klustry, viz podnět ze Zlína. Odkaz: <http://www.creativering.eu/>

