

Zápis z jednání pracovní skupiny Kreativní Zlín

15. 5. 2015

Účastníci

Babinec Petr – AV centrum

Bednář Pavel – FAME UTB

Blažek Jan – Little Greta

Břusková Pavla – Prezidentka Národní klastrové asociace

Daňková Markéta – Little Greta

Dlabajová Martina – Evropský parlament

Dobrescu Diana – FMK, organizace Open Mic

Eidová Helena – Statutární město Zlín, tajemnice

Gogela Evžen – scénárista

Hašková Radka – KHK

Hegmon Radek - mmcité

Holešovský Vít – Rising Studio

Janíková Jana – FMK UTB

Kalinová Apolena – Regionální filmová kancelář

Kupčíková Miroslava – Zlínský zámek

Manišová Eva – Statutární město Zlín, odbor cestovního ruchu

Pešatová Kateřina – Statutární město Zlín, odbor kultury

Růžička Martin – Creative Hill

Ševela Jan – Co ve Zlíně

Škoda Ladislav – Tescoma

Šlapanský Marek – Zlínský zámek

Vančura Čestmír – Zlínský zámek

Vodička Richard – FMK UTB

Žouželková Iveta – Rising Studio

Místo konání

Sídlo společnosti mmcité (Bílovice 519, 687 12 Bílovice)

Zápis

Jednání zahájil J. Blažek shrnutím aktivit Kreativního Zlína v průběhu dubna a května.

1. Festival Maska

Dne 14.5 proběhl 2. ročník mezinárodního studentského videomappingového festivalu MASKA. Kreativní Zlín byl partnerem projektu, bylo prezentováno logo skupiny a zmínka o KZ proběhla médií.

2. Regionální filmová kancelář

A. Kalinová představila výsledky aktivit Regionální filmové kanceláře. Regionální filmová kancelář má za úkol podporovat filmové produkce a filmový turismus. Ve Zlíně je filmová kancelář pouze provizorní, proto nepokrývá veškeré aktivity, které by měla. Proběhlo již několik setkání. Nejdříve se zhodnotila stávající situace a aktivity, na druhém setkání se zástupci filmového průmyslu se zhodnotily požadavky všech subjektů. Je naplánované další setkání, na kterém se projedná materiál vytvořený pro zástupce politických stran a také se doplní požadavky. M. Růžička doplnil, že bude vytvořena SWOT analýza, ze které vyplyne, zda filmová kancelář má svůj smysl a je správným řešením.

3. Zlin Design Week

M. Daňková prezentovala výsledky prvního ročníku Zlin Design Weeku, který proběhl 20. – 24. 4. 2015. Zlin Design Week se skládal ze tří částí – Talent designu, Konference Design a marketing, Design v ulicích. M. Daňková uvedla, že reakce byly pozitivní a to jak od řečníků, vystavovatelů, tak od návštěvníků. Za úspěch považuje 140 mediálních výstupů, mezi kterými nechybí Český televize. E. Manišová zhodnotila Zlin Design Week jako velmi povedený, nicméně v příštích letech by ráda byla více informovaná. R. Hegmon navrhl spojení Konference Marketing a design s konferencí Design na hranici. J. Blažek ocenil, že bylo zřejmé, že akce není určená pouze obyvatelům Zlína a studentům FMK. V. Holešovský vznesl nápad, že by na konferenci pozval více zástupců firem, kteří nevyužívají ani design, ani marketing.

4. Značka "Zlin Design"

R. Hegmon dále otevřel téma značky Zlin Design. Uvedl, že je nutné zjistit, v jaké poloze se "Zlin Design" nachází a jakou má váhu. "Zlin Design" definoval jako sjednocující prvek výrobků, které mají vztah k designu a regionu. J. Janíková doplňuje, že bude provedeno mapování firem pohybujících se na poli designu ve Zlínském kraji.

5. Open Mic

D. Dobrescu prezentovala výsledky akce Open Mic. Uvedla, že 4 skupiny ze 6 preferovaly zaměřit se na zlínský region, ne pouze Zlín. J. Blažek preferuje, aby se skupina zaměřila pouze na Zlín, přesto ocenil zájem zástupců Kroměříže či Uherského Hradiště. R. Hegmon doplnil, že Zlín je příliš malý, Zlínsko je ekonomicky silnější. Bylo nicméně rozhodnuto, že skupina bude pokračovat v práci zezdola, z města Zlína, než se rozkročí do regionu.

6. Institucionalizace pracovní skupiny

J. Blažek otevřel téma institucionalizace skupiny Kreativní Zlín. Institucionalizace je důležitá v návaznosti na profesionalizaci výkonu a získání finančních prostředků. P. Břusková uvedla, že kreativní klastr se budoval již na FAME, tudíž se nejedná o nic nového a neobvyklého. Vybudoval se audiovizuální klastr, který v současné chvíli není aktivní. Díky vzniku AV centra při FMK lze říci, že audiovizuální klastr byl aktivní, nebyla naplněna však jeho podstata. P. Břusková doporučila nezaměřovat se na úzce zaměřené segmenty, nýbrž vytvořit kreativní klastr, který může zastřešovat všechny aktivity. Uvedla, že klastr je svázán s regionem, ve kterém působí, využívá se ke zvyšování konkurenceschopnosti. Je velmi důležité, aby klastr měl podporu Zlínského kraje, díky čemu bude moci vzniknout placená pozice manažera. P. Bednář doplnil, že vznik této pozice je nezbytný pro zajištění každodenního fungování klastru. M. Dlabajová preferuje fungování skupiny bez podpory z dotací, jelikož se poté projekty obtížně pasují na podmínky získání financí. Naopak J. Blažek upřednostňuje institucionalizaci tak, aby manažer klastru nebyl závislý na finanční podpoře od R. Hegmona. M. Dlabajová uvedla, že bude velmi obtížné přesvědčit politiky, aby podporovali kreativní klastr, a to jak ideově, tak finančně. Dále navrhla propojení Zlína s Valašským Meziříčím, které plánuje

zřídít kreativní komisi. R. Hegmon doplnil, že bude vhodné spolupracovat i se zástupci Kroměříže, Vsetína a Uherského Hradiště; v tomto bodě se skupina nicméně rozhodla držet se rozhodnutí o nerozkročení do regionu, viz bod 5 zápisu. M. Dlabajová pozitivně ohodnotila dosavadní aktivity, které mohou zlepšit vnímání Kreativního Zlína politiky.

7. Schůzka na Ministerstvu průmyslu a obchodu

J. Janíková otevřela téma schůzky na Ministerstvu průmyslu a obchodu, která proběhla ve věci získání dalších informací o operačním programu Podnikání a inovace. Ze schůzky vzešly tyto body:

- UTB jako vzdělávací instituce může získat až 75% prostředků z programu (25% spoluúčast)
- celkový objem peněz v programu je 7 mld.
- 1 žadatel může získat až 400 mil.

R. Hegmon vyzdvihнул důležitost zapojení jednotlivých firem. L. Škoda doplnil, že UTB již firmy kontaktovala a navrhovala spolupráci. J. Janíková uvedla, že propojování bude probíhat i napříč fakultami UTB. E. Manišová vznesla dotaz, zda ve chvíli, kdy UTB získá dotaci, by bylo možné investovat ji jako Kreativní Zlín. J. Janíková odpověděla, že v tato dotace se vztahuje pouze na provozní náklady, nicméně z jiné dotace by skupina čerpat mohla.

8. Kulturní prostor

J. Blažek otevřel téma vzniku kulturního prostoru ve Zlíně jako doplňkové instituce, která by svou činností a programem konvenovala lidem, na něž jsou aktivity skupiny Kreativní Zlín cíleny zejména – studenti a absolventi FMK, lidé pracující ve zlínských kulturních a kreativních průmyslech. Podle Blažka nyní ve Zlíně prostor v duchu košické Tabačky, žilinské železniční stanice nebo brněnské Industriy chybí. J. Janíková rozvinula diskuzi tím, že Kreativní centrum při FMK s takovým prostorem počítá a v budoucnu plánuje jeho otevření. D. Dobrescu z předchozích jednání pochopila, že Kreativní centrum nebude mít pro kulturní prostor z počátku dostatek místa. M. Dlabajová navrhl, aby se kulturní prostor z počátku realizoval na Zlínském zámku.

9. Schůzky podskupin

Před dalším jednáním proběhnou schůzky podskupin, jejichž diskuze vyústí v seznam úžeji profilovaných témat a aktivit, kterými by se Kreativní Zlín měl v budoucnu zabývat.

Skupiny budou cíleny na tato odvětví:

- Audiovize
- Architektura
- Design
- Kultura
- Reklama a marketing

Termín dalšího jednání

Další jednání skupiny proběhne 26. 6. 2015 od 13:00 v Klubu 204 (tř. T. Bati 204, Zlín)

Zapsala: Markéta Daňková

Revidoval: Jan Blažek