

**(Z)**

**ZLÍNSKÝ  
KREATIVNÍ  
KLASTR**

### **Zápis**

#### **ze zasedání pracovní skupiny Marketingové komunikace, design, architektura Zlínského kreativního klastru**

konaného dne 1. 3. 2016 od 19.00 v Kavárně Továrna, Vavrečkova 7074, Zlín

**Přítomni:** P. Dubovský (FMK)  
I. Žouželková, V. Holešovský (Rising)  
M. Pospíšil, P. Novák (madeo)  
T. Klein (Spoj.se)  
J. Blažek, T. Nedvěd (Little Greta)

**Omluvili se:** H. Maršíková, J. Ressová (Ellement)

#### **Program jednání:**

1. Zahájení, informace o klastru
2. CI klastru
3. Očekávání od klastru
4. Různé
5. Závěr

#### **Průběh jednání:**

1. J. Blažek zahájil jednání a představil všechny účastníky. Shrnul v krátkosti vývoj v klastru a očekávaný vývoj, oznámil výsledek volby prezidentky a viceprezidenta.
2. Klastř doposud používá pro prezentaci vizuální styl vycházející z provizorního loga Kreativního Zlína. Cílem je vytvořit novou podobu korporátní identity. J. Blažek připraví zadání soutěže pro studenty FMK UTB. I. Žouželková a V. Holešovský se nabídlí, že budou zadání připomínkovat. Následně se zástupci pracovní skupiny zúčastní prvotního výběru návrhů, které budou postoupeny s komentářem všem členům klastru. Cílem je prezentace nového vizuálu v rámci prezentace klastru na MFFDM 27. 5. 2016.

**Úkol:** J. Blažek co nejdříve rozešle k připomínkování návrh zadání soutěže.

3. J. Blažek představil některé z cílů klastru, jako jsou podpora zadávání zakázek do regionu, „půjčování“ volných kapacit a talentů z Centra kreativních průmyslů i — jako potenciální dlouhodobý cíl — směřování k zisku titulu UNESCO Creative Cities Network. Vyzval ostatní k formulování vlastních očekávání, požadavků či otázek.

**(Z)**



**ZLÍNSKÝ  
KREATIVNÍ  
KLASTR**

M. Pospíšil chtěl vědět, jakou má klastr vyjednávací pozici směrem k městu. V minulosti měl zkušenost, že na jeho podněty město vůbec nereagovalo. Stejně tak by chtěl znát možnosti komunikace s UTB. Nejde mu o FMK, ale především o FAI, ze které očekává absolventy profilované pro potřeby segmentu digitálního designu. Prozatím má spíše pocit, že jsou absolutně mimo reálné potřeby praxe. J. Blažek slíbil tuto potřebu tlumočit výkonné radě klastru, resp. jeho prezidentce, která na úrovni děkan – děkan může iniciovat potřebnou změnu.

V. Holešovský na tuto skutečnost také upozornil, zkušenosti má podobné. Vývoj softwaru by měl být jedním z oborů kreativních průmyslů, přinejmenším by byla dobrá lepší spolupráce s FAI.

M. Pospíšil by chtěl vědět, jak klastr spolupracuje s médii. Informování o dění by podle něj posílilo „vyjednávací pozici“ klastru. Zároveň by přispělo ke kultivaci a osvětě nejen veřejnosti ale hlavně ve firmách. Bylo by dobré dávat příklady těch úspěšných firem, které design a kreativitu nepodceňují. Praxe ukazuje, že tam, kde by práce s designem byla nejvíce potřebná, je často až na posledním místě.

P. Dubovský upozornil na obecně nízký zájem médií o takováto témata. Bylo by možné vytvořit vlastní periodikum (e-zin apod.), které by komentovalo a přinášelo odborný pohled na oblast kreativních průmyslů v regionu? J. Blažek vidí Facebook jako takové médium, na větší projekt nejsou prostředky ani kapacita.

4. Různé: I. Žouželková se zeptala na možnost vidění filmových dokumentů studentů, kteří navštívili evropská kreativní centra. Studenti by mohli skupině představit i sebrané zkušenosti o mediální prezentaci kreativních center.

**Úkol:** P. Dubovský prověří možnosti a případně poskytne odkaz na videa.

5. Na závěr J. Blažek poděkoval za účast a ochotu spolupracovat.

**Ve Zlíně 9. 3. 2016**

**Zapsal: P. Dubovský**

**Ověřil: J. Blažek**