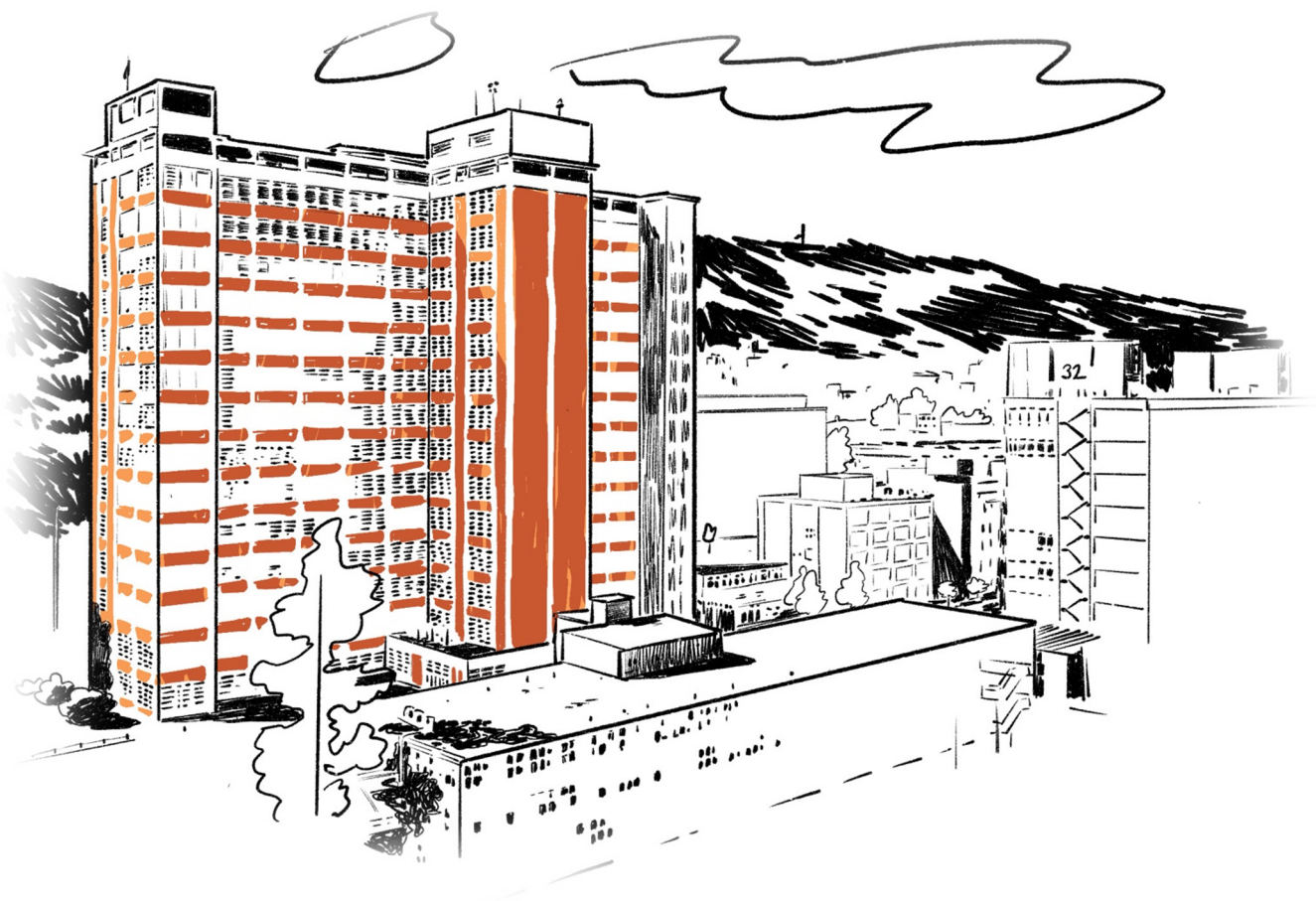


Strategie rozvoje kultury a kreativních odvětví města Zlína na období 2023–2028





Strategie rozvoje kultury a kreativních odvětví města Zlína na období 2023–2028

návrhová část

Objednatel:

statutární město Zlín

náměstí Míru 12, 760 01 Zlín

Zpracovatel:

ONplan lab, s. r. o.

Karmelitská 18/379

118 01 Praha 1 – Malá Strana

OBSAH

1	ÚVOD	4
1.1	PROČ MĚSTO POTŘEBUJE STRATEGII ROZVOJE KULTURY A KREATIVNÍCH ODVĚTVÍ?	4
1.2	NA JAKÉ TRENDY REAGUJEME A JAKÝM PŘÍLEŽITOSTEM VYCHÁZÍME VSTŘÍC?	4
1.3	JAK A KDY STRATEGIE VZNIKLA?	5
1.4	JAKÝ NÁRODNÍ A EVROPSKÝ KONTEXT KULTURY, UMĚNÍ A KKO BERE STRATEGIE V POTAZ?	5
1.5	JAK NA SEBE NAVAZUJÍ JEDNOTLIVÉ ČÁSTI STRATEGIE?	6
2	RÁMEC STRATEGIE ROZVOJE KULTURY A KREATIVNÍCH ODVĚTVÍ MĚSTA ZLÍNA NA OBDOBÍ 2023–2028	7
2.1	VIZE ROZVOJE	7
2.2	OBLASTI ROZVOJE	7
2.3	STRUČNÝ PŘEHLED CÍLŮ A OPATŘENÍ	8
3	POPIS OBLASTÍ ROZVOJE	10
3.1	OBLAST ROZVOJE 1 ROZMANITÁ NABÍDKA	11
3.2	OBLAST ROZVOJE 2 ROZVINUTÁ KULTURNÍ A KREATIVNÍ ODVĚTVÍ	20
3.3	OBLAST ROZVOJE 3 DIALOG S MODERNISTICKÝM MĚSTEM	26
4	PRAVIDLA IMPLEMENTACE STRATEGIE ROZVOJE KULTURY A KREATIVNÍCH ODVĚTVÍ MĚSTA ZLÍNA NA OBDOBÍ 2023–2028	32
4.1	ÚVOD	32
4.2	AKTÉŘI IMPLEMENTACE STRATEGIE	32
4.3	PROCES IMPLEMENTACE STRATEGIE	33
4.4	VYHODNOCENÍ NAPLŇOVÁNÍ STRATEGIE	34
4.5	ZMĚNY STRATEGIE	34
5	PŘÍLOHY	35
	Příloha č. 1 SWOT ANALÝZA KULTURNÍHO PROSTŘEDÍ VE ZLÍNĚ – VÝCHODISKA NÁVRHU	35
	Příloha č. 2 METODIKA PŘÍPRAVY STRATEGIE ROZVOJE KULTURY A KREATIVNÍCH ODVĚTVÍ MĚSTA ZLÍNA NA OBDOBÍ 2023–2028 ...	39
	Příloha č. 3 ÚČASTNÍCI PŘÍPRAVY STRATEGIE ROZVOJE KULTURY A KREATIVNÍCH ODVĚTVÍ MĚSTA ZLÍNA NA OBDOBÍ 2023–2028 ...	42
	Příloha č. 4 VAZBA NA STRATEGICKÉ DOKUMENTY MĚSTSKÉ, KRAJSKÉ A NÁRODNÍ ÚROVNĚ	49
	Příloha č. 5 SEZNAM POUŽITÝCH ZKRATEK	53

1 Úvod

1.1 Proč město potřebuje strategii rozvoje kultury a kreativních odvětví?

Kultura je jako vzduch, který dýcháme, je všude kolem nás, všichni se spontánně podílíme na jejím utváření.

Malé dítě vezme do ruky tužku a s chutí se zmocní bílého papíru, začne třískat pokličkami a ryčí při tom blahem. Od tohoto okamžiku do chvíle, kdy je obraz soustředěně vychutnán na galerijní stěně, diváci v sále žasnou nad filmovými efekty a bubeník sklídí potlesk ještě zpoceného publika, je na cestě spousta úsilí, nečekaných příležitostí a nápomocných rukou.

Kultura neexistuje bez systematické péče demokratických institucí, zápalu občanského sektoru, velkorysosti byznysu, soustředění a odvahy akademického prostředí. Bez kreativních vizionářů ve všech sektorech, kteří se nebojí konat věci, které se dnes zdají pošetilé, ale zítra mohou být ve středu dění.

Každý kout Evropy je jiný a ti, kteří zde žijí, mají jiné podmínky a příležitosti k rozvinutí a uplatnění talentu. Úkolem dobré správy věcí veřejných je zlepšovat podmínky a otevírat příležitosti pro všechny. K tomu jsou zapotřebí různé nástroje. Na některé z nich jsme zvyklí a umíme je používat, ale je potřeba je trochu proměnit tvář v tvář současným výzvám. Jiné nástroje jsou nové. Všichni společně potřebujeme získat důvěru v to, že inovace dávají smysl, a mít motivaci je zrealizovat.

Strategie pomoci formulované vize a cílů „háží kotvící lano do budoucnosti“ a je jedním z nástrojů řízení ve veřejné správě, který umožňuje koordinovaně dosahovat milníků na vytyčené trase.

Strategie představuje dohodu, o kterou je možné se opřít, půdorys, na kterém se můžeme pokusit spolupracovat a překročit vlastní zájmy, zlepšovat podmínky a vycházet vstříc příležitostem společně. Proto vzniká v diskusi se všemi, kteří mají zájem, a se všemi, kteří mají proměnu realizovat.

1.2 Na jaké trendy reagujeme a jakým příležitostem vycházíme vstříc?

Kulturní ekosystémy ve městech nastavené po roce 1989 byly součástí transformace veřejného života v České republice na demokratickou společnost západního střihu. Demokratické a inkluzivní kulturní instituce, revitalizace kulturní infrastruktury, znovuobjevená vysoká hodnota kulturního dědictví, soutěž o veřejné prostředky skrze grantové programy pro financování kulturních služeb veřejnosti, které nabízí neziskový sektor, rozvoj festivalové scény, snaha o koordinovanou informovanost veřejnosti. To vše jsou nástroje, které byly v českých městech inovovány nebo nově vznikly po roce 1989 s cílem vytvořit svobodnou a otevřenou společnost.

Po roce 2000 s růstem tzv. kreativní a digitální ekonomiky se evropská města zamýšlejí, jak přitáhnout a udržet tzv. kreativní třídu, od které si slibují růst ekonomiky s vysokou přidanou hodnotou i revitalizaci upadajících čtvrtí a tzv. transformačních území. Objevuje se koncept tzv. kreativního města. Ve druhé dekádě nového milénia se tyto trendy etablují i ve střední Evropě. Také v našem prostředí začínají být součástí rozvojových vizí regionálních a místních ekonomik i veřejných politik a stávají se součástí značky měst.

Druhou a začátek třetí dekády 21. století provází krize dostupnosti bydlení, problémy s obyvatelostí měst při vysokých teplotách, nárůst rizik spojených s globálním využíváním digitálních technologií, průběžná migrační krize a završuje ji společenská a ekonomická krize spojená s pandemií covid-19, která umocnila rostoucí společenskou izolovanost a nárůst populismu v Evropě. Návdavkem zažíváme hlubokou geopolitickou krizi ve východní Evropě.

Kulturní a kreativní ekosystém, který jsme vybudovali, pomáhá udržet ekonomickou odolnost a společenskou stabilitu. Tváří v tvář novým výzvám je zároveň třeba jej smysluplně proměňovat. V evropských městech roste důraz na sdílený a kvalitní veřejný prostor a podporu neformálních iniciativ zdola. Ukazuje se, že kvalitní kulturní nabídka veřejných institucí a soukromých subjektů i možnosti aktivního zapojení se do kulturního a komunitního života posilují soudržnost společnosti a jsou důležitým faktorem ovlivňujícím, zda se vzdělaní obyvatelé (včetně kreativní třídy) rozhodnou pro život v evropských regionálních metropolích, které jsou mimo dosah hlavních evropských center kreativní ekonomiky. Mezi takové patří i Zlín.

Zlín se na využití příležitostí, které přináší nové trendy, umí naladit. Kronika města z první poloviny 20. století ukazuje étos realizovaných vizí a proměněných příležitostí. Jaký étos se pojí se Zlímem dnes? Jaké stíny 20. století potřebujeme ve Zlíně překročit? Najdeme zde stále vedle pověstné pracovitosti a přísně vedených účetních knih také dostatek odvahy a velkorysosti?

Strategie rozvoje kultury a kreativních odvětví města Zlína na období 2023–2028 (dále jen Strategie) je platformou pro mírné zlepšování prostředí i pro odvážnou a velkorysou reakci na trendy.

1.3 Jak a kdy Strategie vznikla?

Strategie vznikla ve spolupráci se širokou škálou aktérů v oblasti kultury, umění a kulturních a kreativních odvětví. Aktéři měli možnost účastnit se práce v pracovní skupině, kterou jmenoval náměstek primátora pro kulturu města Zlína. Všichni zájemci mohli dorazit a své nápady uplatnit na konzultační skupině, která se konala na prknech Malé scény a Městského divadla Zlín. Diskuse v pracovní i konzultační skupině brala v úvahu, zda se aktéři vyjadřují z pozice těch, kteří se věnují umění, komunitám, nebo byznysu.

Zástupci škol a sociálních služeb ve městě mohli vyjádřit svůj názor na dostupnost kultury pro děti a znevýhodněné skupiny v rámci dotazníkových šetření. Do zpětné vazby ke kulturní nabídce ve Zlíně se díky spolupráci s Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně také zapojilo přes 350 studujících. Analytická a návrhová část by nevznikla bez úsilí a spolupráce expertů Magistrátu města Zlína v oblasti veřejných financí, územního a strategického rozvoje, komunikace a marketingu, školství, sociálních služeb, kultury a kulturního dědictví a koordinátorů místních částí Zlína.

Mapování kulturního prostředí probíhalo od dubna do září 2022. Návrh strategie a akční plán vznikl mezi říjnem 2022 a únorem 2023.

1.4 Jaký národní a evropský kontext kultury, umění a KKO bere Strategie v potaz?

Na evropské úrovni byla, i v kontextu pandemie covid–19 a reflexe jejích dopadů na národní ekonomiky, posílena finanční i nefinanční podpora KKO. Program Kreativní Evropa se dočkal podstatného navýšení financí. Programy, které financují projekty regionálního rozvoje, nově podporují iniciativy, které vycházejí z konceptu Nového evropského Bauhausu. Soustřeďují se na rozvoj esteticky kvalitního a udržitelného prostředí měst a zvyšování participace obyvatel. V rámci evropské inovační politiky bude také European Institut of Inovation & Technologies v oblasti kultury a kreativity (EIT Culture & Creativity) v následujícím období distribuovat více než 80 mil. EUR na inovativní spolupráce a projekty v sektoru kulturních a kreativních odvětví v kontextu zelené a digitální transformace.

V posledních třech letech bylo na národní úrovni dokončeno a přijato několik dokumentů, které podtrhují témata dostupnosti kultury a umění a hrají podstatnou roli v uvažování o rozvoji kulturních a kreativních odvětví v kontextu místní ekonomiky. Jde zejména o *Strategii rozvoje a podpory kulturních a kreativních odvětví 2021–2025 (MK)*, *Státní kulturní politiku 2021–2025+*, *Politiku architektury a stavební kultury ČR Aktualizace 2022*, *Strategii vzdělávací politiky do roku 2030+ (MŠMT)*.

Dokumenty se promítají také na regionální úroveň. Prostřednictvím financování nových spoluprací i konkrétních iniciativ je cíleno zejména na zvyšování know-how a kapacit regionů i regionální infrastruktury např. v podobě kreativních center. Úkoly obsažené v dokumentech jsou kryty financováním z Národního plánu obnovy i ze státního rozpočtu. Na realizaci úkolů spolupracují vybraná ministerstva (MK, MPO, MŠMT, MMR) i národní agentura CzechInvest, která témata propisuje do své činnosti v regionech.

Hlavní témata, na která se zlínská strategie zaměřuje, vycházejí jak ze získaných dat o městě a diskusí s místními aktéry, tak reaguje na již existující strategické dokumenty na různých úrovních (viz dále příloha č. 4).

Výše zmíněný národní a evropský kontext představuje příležitost pro všechny města i regiony, které budou mít jasný cíl s potenciálem KKO pracovat a budou umět koordinovat své kapacity k jejich využití. Navrhovaná Strategie se k tomuto cíli jasně hlásí a zároveň je jedním z nástrojů, které mohou efektivní koordinaci kapacit napomoci.

1.5 Jak na sebe navazují jednotlivé části Strategie?

Strategie kultury definuje vizi rozvoje města na základě podrobné analýzy jeho současného stavu v oblasti kultury a kreativních průmyslů, jeho potenciálů, problémů, jejich příčin a ve vztahu k identifikovaným příležitostem a výzvám. Strategické cíle tuto vizi rozvoje dále zpřesňují. Opatření a konkrétní aktivity jsou formulovány tak, aby vedly k naplnění těchto cílů.



2 Rámec Strategie rozvoje kultury a kreativních odvětví města Zlína na období 2023–2028

2.1 Vize rozvoje

Strategická vize popisuje žádoucí budoucí stav města v oblasti kultury a kulturních a kreativních průmyslů ve městě a jeho další směřování. Vize je dále rozpracována do oblastí rozvoje, ke kterým se vztahují cíle a opatření.

Zlín je živým městem, plným osobité kultury a umění, ve kterém se dobře cítí obyvatelé, návštěvníci, studenti i kreativci. Je významným českým střediskem KKO s mezinárodními přesahy. Naplno využívá svého unikátního architektonického dědictví v dialogu se současnými trendy.

2.2 Oblasti rozvoje

Oblasti rozvoje byly stanoveny na základě analýzy a popisu hlavních rozvojových problémů a potenciálů města v oblasti kultury umění a kulturních a kreativních průmyslů. Každá oblast zahrnuje ta opatření, jejichž naplnění má přispět k dosažení vytyčené vize.

Hodnoty a problémy byly do oblastí rozvoje seskupeny tak, aby reflektovaly silné téma, nebo skupinu příjemců, na které jsou opatření zacílena, anebo obojí.

OBLAST 1 ROZMANITÁ NABÍDKA

Globální cíl: Ve Zlíně je rozmanitá, dostupná a inovativní nabídka pro všechny cílové skupiny

Opatření se zaměřují na zlepšení podmínek pro realizaci kultury a umění na profesionální i neprofesionální úrovni. Profitovat z jejich realizace bude jak publikum, obyvatelé i návštěvníci Zlína, tak realizátoři kulturního programu.

V kontextu širší strategie města jde o zvyšování kvality života prostředky kultury a umění.

OBLAST 2 ROZVINUTÁ KULTURNÍ A KREATIVNÍ ODVĚTVÍ

Globální cíl: Kulturní a kreativní odvětví jsou etablovanou součástí místní ekonomiky a značky města

Opatření se zaměřují na zlepšení podmínek pro subjekty, které tvoří ekosystém nejen místní, ale i regionální kreativní ekonomiky, a přitažení i udržení kreativní třídy. Sekundárně se zaměřují i na obyvatele Zlína a posilování jejich identifikace se Zlínem jako kreativním městem.

V kontextu širší strategie města jde o rozvoj podnikání a pracovního trhu.

OBLAST 3 DIALOG S MODERNISTICKÝM MĚSTEM

Globální cíl: Významné kulturní dědictví a identita modernistického města jsou intenzivně rozvíjeny v dialogu se současnými trendy v oblasti kultury, umění a kulturních a kreativních odvětví a udržitelnosti měst

Opatření akcentují současné trendy v oblasti rozvoje kvality sdíleného městského prostředí a akcentují příležitosti, které představují podporovaná témata na evropské úrovni. Užitek z realizace opatření budou mít obyvatelé i návštěvníci města.

V kontextu širší strategie města jde o rozvoj obrazu města, cestovního ruchu i kvality života.

2.3 Stručný přehled cílů a opatření

Stručný přehled cílů a opatření umožňuje rychlou orientaci v základní stavbě Strategie.

OBLAST 1 ROZMANITÁ NABÍDKA

Globální cíl: Ve Zlíně je rozmanitá, dostupná a inovativní nabídka pro všechny cílové skupiny

Cíl 1.1 Ve městě jsou dostupné prostory pro pořádání kulturních a kulturně-komunitních akcí pro veřejnost	1.1.1 Vybudování nebo zpřístupnění menších kulturních prostorů (kapacita cca 200–300 osob) pro konání kulturních a komunitních akcí 1.1.2 Vybudování hudebního klubu v centru města, který je atraktivní pro mládež 1.1.3 Systematický rozvoj knihoven jako komunitních center lokalit
Cíl 1.2 Informace o kulturní nabídce ve městě jsou dobře dostupné pro všechny cílové skupiny	1.2.1 Zlepšení propagace kulturních akcí 1.2.2 Podpora rozvoje specifických komunikačních kanálů, které osloví mladé lidi
Cíl 1.3 Sektor kultury a vzdělávání je dobře propojený a přináší atraktivní nabídku	1.3.1 Zlepšení nabídky i komunikačních kanálů mezi školami a kulturními organizacemi 1.3.2 Podpora přípravy inovativních projektů na rozhraní kultury a formálního i neformálního vzdělávání
Cíl 1.4 Ve městě jsou dostupné nástroje podpory kulturních a uměleckých aktivit, které odpovídají potřebám aktérů a současným trendům	1.4.1 Zvýšení efektivity dotačního systému v podpoře kulturních a uměleckých počinů 1.4.2 Posilování síťování kulturních subjektů ve Zlíně, v ČR i zahraničí
Cíl 1.5 Ve městě je kulturní nabídka dostupná pro cílové skupiny se specifickými potřebami	1.5.1 Snižování fyzických a sociálních bariér v dostupnosti kultury 1.5.2 Snižování procesních bariér v dostupnosti kultury

OBLAST 2 ROZVINUTÁ KULTURNÍ A KREATIVNÍ ODVĚTVÍ

Globální cíl: Kulturní a kreativní odvětví jsou etablovanou součástí místní ekonomiky a značky města

Cíl 2.1 Zlín se prezentuje jako kreativní město	<p>2.1.1 Posilování vztahu obyvatel ke Zlínu jako kreativnímu městu</p> <p>2.1.2 Posilování mezinárodního postavení značky Zlína v oblasti KKO</p>
Cíl 2.2 Ve Zlíně jsou příznivé podmínky pro podnikání v kulturních a kreativních odvětvích	<p>2.2.1 Inicie, podpora a rozvíjení vazeb mezi akademickým, veřejným a soukromým sektorem</p> <p>2.2.2 Důsledná a intenzivní podpora aktivit vedoucích k propojení KKO a dalších odvětví regionu/města a rozvoji inovací</p> <p>2.2.3 Nastavení, rozvíjení a udržení nástrojů finanční podpory pro KKO – specificky pro začínající podnikatele včetně mikro- i malých a středních podniků ve spolupráci s relevantními partnery</p>
Cíl 2.3 Ve městě jsou dostupné prostory pro podnikání v kulturních a kreativních odvětvích	<p>2.3.1 Podpora vybudování kreativního centra ve spolupráci s relevantními partnery</p> <p>2.3.2 Inicie a podpora tzv. kulturou vedené urbánní regenerace a rozvoj kulturních a kreativních zón (Kudlov, areál bývalých Baťových závodů apod.)</p> <p>2.3.3 Motivace majitelů nemovitostí k pronájmu prostorů aktérům KKO za dostupné nájem</p>

OBLAST 3 DIALOG S MODERNISTICKÝM MĚSTEM

Globální cíl: Významné kulturní dědictví a identita modernistického města je intenzivně rozvíjena v dialogu se současnými trendy v oblasti kultury, umění a kulturních a kreativních odvětví a udržitelnosti měst

Cíl 3.1 Architektonické dědictví i počiny současné architektury jsou naplno využívány pro rozvoj značky města	<p>3.1.1 Vytvoření jednotné vize komunikace architektonického dědictví navenek a její koordinovaná realizace ve spolupráci se všemi aktéry</p> <p>3.1.2 Podpora pozitivního vnímání architektonických hodnot prostředí obyvateli Zlína</p> <p>3.1.3 Rozpracování rozvoje areálu bývalých Baťových závodů pro značku města s využitím principů tzv. kulturou taženého rozvoje</p> <p>3.1.4 Prověření možnosti vzniku centra architektury a umění, které bude plnit informační i prezentační roli, včetně role městské Kunsthalle</p>
Cíl 3.2 Veřejné prostory jsou dobře organizačně dostupné a technicky vybavené pro pořádání kulturních a komunitních akcí	<p>3.2.1 Doplnění technického vybavení (přívod vody, sítě) veřejných prostranství, kde se pořádají kulturní akce</p> <p>3.2.2 Zajištění mobiliáře k zápůjčce pro organizátory kulturních akcí</p> <p>3.2.3 Zjednodušení povolovacích procesů a zvyšování dostupnosti a atraktivity informací o zábořech veřejného prostoru</p> <p>3.2.4 Vytvoření stabilního venkovního prostoru pro pořádání kulturních akcí</p> <p>3.2.5 Při revitalizaci veřejných prostranství brát v potaz budoucí kulturní využití</p>
Cíl 3.3 Ve městě je systematicky budována vysoká estetická kvalita veřejného prostoru	<p>3.3.1 Zvyšování kvality uměleckých děl dočasně i trvale umístěovaných ve veřejném prostoru města</p> <p>3.3.2 Zmírňování vizuálního smogu ve městě</p>

3 Popis oblastí rozvoje

Kapitola obsahuje podrobnější popis analytických východisek jednotlivých oblastí a podrobnější popis cílů i rozpracování jednotlivých opatření do formy podnětů pro aktivity či realizační kroky, které povedou k naplnění opatření.

Podněty pro aktivity ilustrují obsah opatření. Aktivity jsou dále konkretizovány a závazně přijaty v rámci konkrétního akčního plánu na dva roky, který říká, *kdo a za jakých podmínek* bude aktivity realizovat.

3.1 Oblast rozvoje 1 ROZMANITÁ NABÍDKA

Analytická východiska

Stručný popis analytických východisek představuje současný stav a uvádí závěry k vybraným tématům, která vzešla z analýzy a z diskuse jako podstatná pro další rozvoj a zrcadlí se v cílech strategie v oblasti 1. Jde o v různém slova smyslu **dostupnou fyzickou infrastrukturu, atraktivní nabídku pro všechny cílové skupiny včetně znevýhodněných a informace o ní.**

Město je plně vybaveno veřejnou institucionální kulturní infrastrukturou ve všech žánrech. Krajské instituce jako knihovna, muzeum a galerie také disponují moderním zázemím 14|15 Baťova institutu. Budovy v bývalém továrním komplexu Baťových závodů, jehož část prošla revitalizací, byly rekonstruovány na míru jejich potřebám. Knihovna vytváří komunitní zázemí skrze pobočky v místních částech. V některých místních částech je také zázemí sálů v různém stavu provozuschopnosti. Ne všechna zařízení v lokalitách se nacházejí v jejich přirozených centrech. Nedostatečnou vybavenost mají hustě obydlené Jižní svahy. Kulturní nabídka v centru města je z místních částí relativně dobře dostupná.

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně disponuje vlastní výstavní síní pro prezentaci prací studentů. Areál bývalých filmových ateliérů vytváří zázemí pro kreativní podnikání v oblasti filmu a dalších přidružených odvětví i prostory pro vzdělávací a zábavní funkce. Ve městě fungují silné a značkovité klastry institucionální kulturní infrastruktury, 14|15 Baťův institut, který iniciuje novou značku „tovární čtvrti“, a ikonická budova Kongresového centra navazující na univerzitní kampus. Pomyslný prostorový klastr „zábavní infrastruktury“ bývalého Velkého kina, Kulturního domu i bývalého klubu Golem degradoval na významu.

Unikátní počin 14|15 Baťova institutu není dále doplněn širším konceptem, který by v „tovární čtvrti“, ve které primárně nejsou plánovány funkce bydlení, promýšlel možnosti rozvoje noční ekonomiky: kulturního programu, klubové scény, dále tzv. „třetích míst“ apod., která právě dotvářejí přitažlivost obdobných čtvrtí. Stejně tak slabou koncentrací „noční ekonomiky“ vykazuje historické centrum města i parky, které od centra oddělují tovární čtvrti. Souvislost lze hledat i s rozvolněnou urbanistickou koncepcí modernistického města, která vytváří jinou atmosféru a příležitosti pro vznik podniků než parter kompaktní městské zástavby. Současně jak kreativní sektor, tak studenti UTB mají zájem účastnit se kulturních akcí ve městě a vyhledávají nemainstreamovou kulturu. Univerzitní kampus je umístěn z podstatné části v centru nebo v širším centru města, včetně kolejí. Tato výchozí situace představuje výhodu oproti jiným městům, ve kterých se univerzitní budovy i koleje nacházejí mimo jejich centra a mnohdy je obtížné studenty za kulturním a uměleckým životem do „downtownu“ nalákat.

Hlavní investiční záměry města v oblasti kulturní infrastruktury představuje rekonstrukce Velkého kina. Navržený způsob jeho rekonstrukce má potenciál jít naproti zjištěným deficitům v oblasti nabídky: bude obohaceno o menší sál, využitelný pro menší akce živého umění nebo jako „artové kino“. Dále rekonstrukce zámku Zlín na kulturní volnočasový společenský prostor a kina ve Zlíně – Malenovicích na kulturní a komunitní centrum nebo rekonstrukci dětského oddělení pobočky knihovny Jižní svahy. Ve výhledu nenajdeme projekty, které by vycházely vstříc diskutovaným deficitům v podobě chybějící atraktivní klubové platformy pro mladou generaci. Investičním záměrům také chybí preciznější úvaha o programových modelech a jejich provozních nákladech.

Pro rozvoj kulturních institucí krajských i městských byla ve Zlíně realizována excelentní infrastruktura, prostorové podmínky pro rozvoj potenciálu působení iniciativ zdola je třeba intenzivně, s fantazií a v těsné spolupráci aktérů veřejné, akademické i soukromé sféry nově promýšlet. V lokalitách je třeba realizovat systematickou revitalizaci kulturně-komunitní vybavenosti, vzít do úvahy návaznosti na lokální centra i přílehlá veřejná prostranství i kontext rozvoje další komunitní a vzdělávací i sportovní vybavenosti a dosahovat tak maximálních synergií ve fázi nákladů na investice i provozu.

Město disponuje širokou škálou propagačních fyzických i elektronických nástrojů, které kromě jiných témat propagují také kulturu. K propagaci kulturních akcí přispívá také organizace Živý Zlín, která zároveň rozvíjí možnosti otevřené koordinace akcí pomocí sdíleného kalendáře, který mohou aktéři využívat k tomu, aby předešli možným překryvům termínů v konání akcí. Organizace využívají standardní propagační nástroje k oslovení široké škály cílových skupin.

Nástroje je třeba dále rozvíjet a dobře koordinovat, spolupracovat na propagaci akcí směrem k návštěvníkům města i využití potenciálu studentů jako aktivních konzumentů kultury ve městě.

Silné zázemí kulturních institucí zajišťuje poskytování edukačních programů různým cílovým skupinám včetně škol. Instituce jsou také v různé intenzitě aktivní ve spolupráci s místní a regionální občanskou

společností. Ve městě je standardní systém základních uměleckých škol, v nabídce pravidelných kroužků i tematických vzdělávacích aktivit působí i soukromé subjekty. Ve městě zároveň existuje podpora kreativního vzdělávání, která se prolíná do celého systému terciální soustavy. Subjekty jsou také aktivní v oblasti neformálního vzdělávání v KKO ve vybraných oblastech souvisejících se specifiky Zlína v oblasti filmu, např. projekt Filmový uzel.

Do budoucna se nabízí další posilování spolupráce, stejně jako bližší vazby s aktéry kulturních a kreativních odvětví nad konkrétními tématy a projekty. Je také možné využít důraz na kreativní vzdělávání ve státní kulturní politice i nové programy podporující spolupráci v oblasti umění, kreativity a vzdělávání. Zároveň je třeba dbát na důsledné zajištění možnosti účasti na kulturní nabídce pro všechny děti. Vhodné je uvažovat o posílení aktivit v oblasti edutainmentu se zaměřením na rodiny s dětmi, které ve Zlíně na rozdíl od jiných krajských měst chybí, např. v souvislosti s rozvojem zámku Zlín.

Ve městě je aktivní spolkové zázemí, v některých místních částech jsou aktivní komunity, které se setkávají a vytváří přirozené aktivní jádro lokalit, jde zejména o městské části s venkovskou strukturou osídlení. Město disponuje škálou dotačních nástrojů pro oblast kultury, které umožňují podpořit jak celoroční činnost organizací, tak jednotlivé projekty nebo revitalizaci kulturního dědictví. Dotační politika města v oblasti kultury umí podpořit všechny žánry, profesionální i komunitní akce. Ve srovnání s obdobnými regionálními městy má Zlín spíše vyšší finanční alokaci na dotační řízení v kultuře i na podporu významných kulturních akcí přímo z rozpočtu města, tedy nástrojů, ze kterého jsou podporovány veřejnou správou nezřízované kulturní organizace.

Rozvoj lepších podmínek pro financování představuje systematická diskuse o potřebách města na straně veřejného, akademického i soukromého sektoru a promýšlení nových modelů financování a spolupráce. Zároveň je podstatná úprava stávajících nástrojů na straně města tak, aby lépe reagovaly na potřeby malých i velkých aktérů a daly veřejné správě dostatečné možnosti k tomu, aby definovala potřeby k řešení, na které aktéři budou reagovat. Vhodné je promyslet realizaci systému víceletých grantů a mikrograntů obdobně jako v jiných městech.

Specifické cílové skupiny s různými typy společenského znevýhodnění se potýkají s podobnými problémy dostupnosti kulturní nabídky jako jinde v České republice. Jde především o bariéry prostorové, finanční, jazykové, nedostatek nabízeného vhodného programu apod.

Město může využít aktuálních trendů spolupráce kulturního a sociálního sektoru a průběžně se zejména vzájemnou komunikací a snahou pochopit potřeby snažit o zlepšení podmínek dostupnosti kultury pro znevýhodněné skupiny.

Související rozvojové problémy a potenciály

Problémy

- **PR2 Ve městě chybí menší kulturní prostor (kapacita cca 200–300 osob) pro konání kulturně-komunitních akcí**
- PR5 V centru města není dostupný prostornější hudební klub, který by byl atraktivní pro mládež
- PR6 Lokality mimo centrum města nejsou dostatečně vybaveny kulturně-komunitním zázemím pro aktivní komunitní život
- **PR7 Publikum, včetně studentů, které se zajímá o současné trendy a nemainstreamovou kulturu v různých oblastech umění, ve městě nenachází celoroční progresivní nabídku**
- PR8 Nedostatečná, byť potřebná nabídka programu pro některé cílové skupiny: a) cizinci b) skupina ve věku 15-30 let c) skupiny ohrožené sociálním vyloučením d) školy
- PR10 Cílové skupiny (místní publikum, návštěvníci města) ani organizátoři kulturních akcí nemají dostatek atraktivních informací o aktuální kulturní nabídce, akce se překrývají
- **PR12 Dotační systém neumí dostatečně efektivně podpořit malé projekty individuálních umělců ani velké projekty, které musí výdaje dlouhodobě plánovat**

- **PR13 Klíčoví hráči ve městě nedostatečně komunikují a koordinují své rozvojové záměry v oblasti kultury a KKO (včetně investičních) a rozvoj tak není dostatečně synergický**

Potenciály

- PO1 Knihovny fungují jako komunitní centra, jsou podporovány komunitní obvodní knihovny v odlehlejších místních částech
- PO4 Silné profesionální veřejné instituce ve všech žánrech kultury a umění, které jsou stabilně dotovány městem Zlín a Zlínským krajem
- PO5 Silné základní umělecké školy jak veřejné, tak soukromé, které vytvářejí volnočasový program pro mládež a vychovávají aktivní publikum a aktivní budoucí iniciátory kultury v místě
- PO7 Publikum hladové po současné nemainstreamové kultuře
- PO9 Ve Zlíně jsou aktivní jedinci i spolky v kultuře rozvíjející kulturně-komunitní život a silná občanská společnost v oblasti kultury
- PO16 Financování kultury z rozpočtu města jak kulturních organizací zřizovaných městem, tak nezřizované scény v oblasti kultury, umění a kulturního dědictví je stabilní
- PO21 Ve městě existuje propracovaný systém podpory kreativity v rámci celé terciární soustavy vzdělávání i návazné podpory pro VŠ, který zahrnuje i neformální vzdělávání

Dosavadní strategický přístup města a navrhovaná změna

Město Zlín se systematicky věnuje rozvoji rozmanité a dostupné kulturní nabídky pro obyvatele a umí reagovat na nové potřeby aktérů a trendy jak na úrovni magistrátu, tak zřizovaných organizací. Dokladem je například projekt Živý Zlín, který dynamicky reagoval na rostoucí trend zájmu o realizaci komunitních a kulturních aktivit ve veřejném prostoru takzvané „zdola“ současně se snahou magistrátu města maximálně zpřístupňovat informace o postupech zajištění záborů veřejných prostranství.

Strategie doporučuje pokračovat v nastavené kultuře reagování na potřeby obyvatel i trendy a integrovat další inovativní nástroje, které jsou v podobně velkých českých i evropských městech běžné a sdílet vlastní dobrou praxi na úrovni ČR i střední Evropy.

Popis cílů, opatření a aktivit

Cíl 1.1 Ve městě jsou dostupné prostory pro pořádání kulturních a kulturně-komunitních akcí pro veřejnost

Kulturní infrastrukturu, obdobně jakoukoli jinou veřejnou vybavenost, je třeba revitalizovat a přizpůsobovat novým potřebám průběžně. Jednou za čas je třeba s dobrým rozmyslem ve vztahu k udržitelným provozním výdajům veřejných rozpočtů vybudovat i něco nového. Smyslem cíle je na jedné straně dosáhnout vytvoření cenově dostupného prostorového zázemí zejména pro nemainstreamové žánry se silným důrazem na vyžití mládeže. Velmi důležitá je spolupráce se všemi partnery, kteří mají ve městě zájem na rozvoji programu pro mládež. Na druhé straně pak využít silného trendu rozvoje knihoven na komunitní centra pro všechny generace v rámci tzv. konceptu města krátkých vzdáleností. V této oblasti pak využít dostupných financí cílených na knihovny ze státních zdrojů ve spolupráci s Krajskou knihovnou Františka Bartoše ve Zlíně.

Cíl 1.2 Informace o kulturní nabídce ve městě jsou dobře dostupné pro všechny cílové skupiny

Smyslem cíle je průběžná koordinace a optimalizace propagačních nástrojů města a dalších partnerů směrem vycházení vstříc aktivním skupinám, organizacím i jednotlivcům, které ve městě kulturní nabídku připravují. Zároveň využít potenciálu partnerů, zejména UTB, kteří pracují s mladými lidmi a budoucími profesionály v oblasti komunikace a marketingu, dále také vytvářet příležitosti a využívat jejich potenciál a inovační drive pro komunikaci nabídky ve městě.

Cíl 1.3 Sektor kultury a vzdělávání je dobře propojený a přináší atraktivní nabídku

Smyslem cíle je podpořit komunikaci a spolupráci tak, aby byla maximálně propustná a organizace měly kapacity na inovace obsahu i formy spolupráce, která půjde vstříc současným potřebám. Nabídka kulturních organizací představuje velký potenciál pro neformální vzdělávání a posilování klíčových kompetencí dětí a mladých lidí pro 21. století, jako je empatie, intuice, flexibilita, kritické myšlení. Podporuje je i nová státní kulturní politika a dohody mezi MŠMT a MK, které se zavazují odstraňovat bariéry škol v přístupu ke kultuře. Stejně tak cíl klade důraz na edukační roli kulturních organizací pro širokou veřejnost.

Cíl 1.4 Ve městě jsou dostupné nástroje podpory kulturních a uměleckých aktivit, které odpovídají potřebám aktérů a současným trendům

Smyslem cíle je rozvíjet ve městě nástroje podpory kultury ve spolupráci s partnery, které umožní systematický rozvoj organizací a projektů, které potřebují svoji činnost plánovat s větším předstihem. Zároveň podporovat mezinárodní přesahy místního prostředí nástroji, které jsou dnes již běžné i v menších evropských regionálních metropolích.

Cíl 1.5 Ve městě je kulturní nabídka dostupná pro cílové skupiny se specifickými potřebami

Smyslem cíle je v koordinaci s organizacemi působícími v sociálních službách využít kulturu jako nástroj integrace specifických cílových skupin do společnosti a maximálně usnadnit jejich návštěvu kultury.

OBLAST 1: ROZMANITÁ NABÍDKA

Globální cíl: Ve Zlíně je rozmanitá, dostupná a inovativní nabídka pro všechny cílové skupiny

Cíle	Opatření	Podněty pro aktivity
Cíl 1.1 Ve městě jsou dostupné prostory pro pořádání kulturních a kulturně komunitních akcí pro veřejnost	1.1.1 Vybudování nebo zpřístupnění menších kulturních prostorů (kapacita cca 200–300 osob) pro konání kulturních a komunitních akcí	<ul style="list-style-type: none">• Provéřit možnosti prostorů v majetku města pro adaptaci na prostory k realizaci multižánrových projektů.• Připravit udržitelný provozní model jako součást revitalizace Velkého kina, který bude myslet na možnosti dostupných pronájmů pro organizátory zejména v prostoru plánovaného malého sálu.• Využít potenciálu plánované revitalizace objektů pro vybudování zázemí menšího sálu – např. kulturně-komunitní centrum Malenovice, revitalizace zámku a jeho okolí, budova bývalého soudu.• Dbát na zajištění participace odborníků z oblasti kultury během procesu jak při revitalizaci, tak při plánování provozu.• Dbát na prostorově rovnoměrnější rozložení investic do kultury v rámci celého Zlína.
	1.1.2 Vybudování hudebního klubu v centru města, který je atraktivní pro mládež	<ul style="list-style-type: none">• Provéřit možnosti spolupráce s UTB na využití stávajících nebo plánovaných prostorů v rámci budov univerzity k realizaci hudebního klubu.• Jednat o možnostech realizace hudebního klubu ve spolupráci se soukromými subjekty.
	1.1.3 Systematický rozvoj knihoven jako komunitních center lokalit	<ul style="list-style-type: none">• Ve spolupráci krajské knihovny a KAM Zlín připravit plán rozvoje poboček knihoven v lokální komunitní centra, včetně přílehlého veřejného prostoru, tam, kde to je vhodné.• Plán připravit v kontextu rozvoje škol nejen jako vzdělávacích, ale i komunitních

		<p>center lokalit.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Spolupracovat na zajištění financování komunitních knihoven z Národního plánu obnovy.
Cíl 1.2 Informace o kulturní nabídce ve městě jsou dobře dostupné pro všechny cílové skupiny	1.2.1 Zlepšení propagace kulturních akcí	<ul style="list-style-type: none"> • Zvýšit informovanost aktérů o nástrojích propagace, které má město aktuálně k dispozici. • Zajistit venkovní plochy k propagaci kulturních akcí za dostupné ceny pro kulturní aktéry. • Optimalizovat pracovní postupy a kapacity magistrátu věnovaných agendě propagace a marketingu kulturních akcí ve spolupráci s organizací Živý Zlín.
	1.2.2 Podpora rozvoje specifických komunikačních kanálů, které osloví mladé lidi	<ul style="list-style-type: none"> • Zvýšit využití kanálů, které používají mladí lidé pro propagaci kulturního programu ve městě. • Vytvořit příležitosti pro spolupráci budoucích profesionálů v oblasti komunikace a marketingu na UTB, města i jeho kulturních organizací (pracovní stáže, inovativní zadání pro semestrální práce a podobně).
Cíl 1.3 Sektor kultury a vzdělávání je dobře propojený a přináší atraktivní nabídku	1.3.1 Zlepšení nabídky i komunikačních kanálů mezi školami a kulturními organizacemi	<ul style="list-style-type: none"> • Zajistit na pravidelném setkávání ředitelů škol prostor pro diskusi o vzdělávacích potřebách škol ve vztahu ke kulturním organizacím a prezentaci jejich nabídky. • Na základě zjištěných potřeb promyslet možnosti přípravy nových projektů kreativního vzdělávání, využít existující dotační zdroje z Národního plánu obnovy. • Prodiskutovat s organizacemi i se školami, jak zlepšit propagaci nabídky pro školy. • V diskusi se školami podpořit realizaci nástrojů, které umožní návštěvu kultury v rámci školní výuky i dětem z ekonomicky znevýhodněných rodin.

1.3.2 Podpora přípravy inovativních projektů na rozhraní kultury a formálního i neformálního vzdělávání

- Ve spolupráci s partnery z veřejného i soukromého sektoru připravit koncept volnočasového centra zaměřeného na rodiče s dětmi v pěší vzdálenosti od centra města, které bude pracovat s tradicí i současností kulturních a kreativních průmyslů ve Zlíně formou edutainmentu, vnitřní herny, muzea pro děti; zaměřit se na místní i návštěvníky (uvažovat o rozvoji zámku Zlín v tomto směru).
- Ve spolupráci s organizacemi, které působí v sociálních službách na základě realizovaného pilotního mapování potřeb specifických skupin naplánovat rozvoj kreativních volnočasových kroužků (např. volnočasové aktivity pro děti se specifickými potřebami).
- Podporovat projekty zaměřené na výchovu estetiky, kreativity a tvůrčích dovedností dětí i mládeže od předškolního věku.
- Ve spolupráci s organizacemi města i soukromými organizacemi zmapovat stávající kapacity a poptávku po uměleckých a kreativních kroužcích pro děti a mládež a na základě zjištěné poptávky spolupracovat na jejím uspokojení.
- Ve spolupráci se ZUŠ zjistit poptávku po celoživotním vzdělávání a vzdělávání v rámci ZUŠ a na základě zjištěných potřeb podpořit uspokojení poptávky.

Cíl 1.4 Ve městě jsou dostupné nástroje podpory kulturních a uměleckých aktivit, které odpovídají potřebám aktérů a současným trendům

1.4.1 Zvýšení efektivity dotačního systému v podpoře kulturních a uměleckých počinů

- Usnadnit start začínajícím komunitním nebo spolkovým aktérům (koordinátor, pomoc s procesy).
- Pomoc zejména začínajícím kreativcům v získávání podpory (specialista na fundraising a vyplňování žádostí o dotace).
- Aktualizovat Program podpory kultury statutárního města Zlína dle potřeby na základě Strategie.
- Směřovat fondy tak, aby byly zastoupeny všechny generace tvůrců.
- Začlenit kulturní odborníky do rozhodovacích komisí.
- Systematická diskuse o potřebách města na straně veřejného, akademického i soukromého sektoru a promyšlení nových modelů financování a spolupráce.
- Vytvořit systém víceletých dotací v kultuře, které by umožnily organizátorům

		<p>velkých akcí a větších nezávislých organizací lépe plánovat a zároveň by umožnily městu po organizátorech požadovat v pravidelném cyklu popis vize a cílů jejich rozvoje a přínosů pro město.</p>
	<p>1.4.2 Posilování síťování kulturních subjektů ve Zlíně, v ČR i zahraničí</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Připravit koncept a prověřit možnosti realizace rezidenčních programů ve městě. • Zkvalitňovat komunikaci a síťování veřejné správy s kulturními aktéry a kulturními organizacemi prostřednictvím vytváření příležitostí k setkávání.
<p>Cíl 1.5 Ve městě je kulturní nabídka dostupná pro cílové skupiny se specifickými potřebami</p>	<p>1.5.1 Snižování fyzických bariér v dostupnosti kultury</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Zvyšovat bezbariérovost stávajících kulturních prostorů ve městě. • Podporovat projekce filmů s audiovizuálním popisem pro těžce zrakově postižené a zapůjčování sluchátek. • Vytvořit nabídku filmových projekcí pro seniorské kluby v kině. • Podporovat realizaci komunitních akcí v lokalitách pro ty, kteří jsou hůře mobilní (senioři, rodiče s dětmi). • Zrušit zpoplatnění užití veřejného WC. • Zajistit dostatečný počet toalet na euroklíč. • Zajistit odpovídající místo pro vozíčkáře v MDZ (místo se aktuálně nachází na šikmé ploše). • Zajistit místo v kině pro vozíčkáře v těsné blízkosti jeho doprovodu (nyní jsou oddělená).
	<p>1.5.2 Snižování procesních bariér v dostupnosti kultury</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Informace o kulturních a volnočasových aktivitách přizpůsobit typu postižení (zrakovému, sluchovému aj.). • Posílit informace o akcích pro seniory v Magazínu Zlín (prověřit možnosti zvětšení písma). • Informovat o kulturních a volnočasových akcích pro seniory prostřednictvím

předsedů zlínských klubů seniorů.

- Podporovat pořádání kulturních aktivit v cizích jazycích a aktivity blízké kultuře cizinců v regionu.
- Nabízet kulturní aktivity prostřednictvím služeb, které využívají rodiny se specifickými potřebami.
- Podpořit rozvoj kulturních projektů, které by se věnovaly sociálně vyloučeným osobám (např. „bezdomecké divadlo“ – aktéři bezdomovci, ping pong, fotbal, kluby pro tyto osoby – pro mladé dospělé, pro osoby závislé, pro osoby bez domova).
- Zajistit vstup zdarma do kulturních institucí a na akce pro dobrovolníky poskytující doprovod zdravotně hendikepovaným.
- Zachovat bezplatná divadelní představení pro zlínské kluby seniorů a neziskové organizace pracující se seniory.
- Podpořit nízké vstupné na generálky v divadle pro seniorské kluby.
- Informovat veřejnost a vysvětlovat možné rozdíly v reakcích osob se specifickými problémy.
- Zrušit zpoplatnění parkování pro držitele ZTP (cena parkování mnohdy překračuje cenu vstupného na vlastní kulturní akci).

3.2 Oblast rozvoje 2 ROZVINUTÁ KULTURNÍ A KREATIVNÍ ODVĚTVÍ

Analytická východiska

Stručný popis analytických východisek představuje současný stav a uvádí závěry k vybraným tématům, která vzešla z analýzy a z diskuse jako podstatná pro další rozvoj a zrcadlí se v cílech strategie v oblasti 2. Jde o **značku Zlína jako kreativního města, podporu rozvoje kreativního podnikání včetně dostupného prostorového zázemí.**

Zlín vyrostl na průmyslové činnosti v oblasti módy, která integrovala řadu návazných činností v oblasti marketingu a kulturních služeb s významnou pozicí na mezinárodním trhu, kterou bychom dnes nazvali provázaným ekosystémem kreativní ekonomiky. Hodnota tohoto Baťova odkazu je silná i dnes jak pro obyvatele, tak z pohledu zvenčí, pro potenciální návštěvníky města.

Kreativní identitu Zlína utvářejí kromě silných příběhů minulosti i ty, jejichž tradice přetrvala, a ty zcela nové. Součástí značky města je mezinárodně významný festival s dlouhou tradicí Zlín Film Festival (založen 1960), který má zároveň signifikantní návštěvnost a velký význam pro cestovní ruch v době konání festivalu. V oblasti kultury má dále nad deset tisíc návštěvníků Mezinárodní festival dechových orchestrů FEDO (založen 1980). Novější události s podstatně nižší návštěvností, ovšem důležité pro značku města v oblasti designu, které se zařadily na pravidelný kulturní program ve městě, představují iniciativy jako je Ideathon, Zlín design week (založeno 2015), nově Fashion Event Dotek, které rozvíjí především UTB ve spolupráci s partnery včetně města Zlína v návaznosti na studijní obory v oblasti KKO, které mají mezinárodní atraktivitu. Město Zlín postupně rozvíjí produkty cestovního ruchu spojené s designem a kreativitou, nejnověji v kontextu oslav 700 let města Zlína.

Ve městě a regionu působí řada firem z oblasti kulturních a kreativních odvětví, které působí na globálním trhu a jsou nositeli významných mezinárodních ocenění. Zlínský kraj tuto identitu podporuje značkami jako Created in Zlín a 100 let zlínského designu.

Pro další rozvoj tohoto potenciálu kreativní identity pro skutečnou značku města je klíčová spolupráce všech partnerů veřejného, akademického i soukromého sektoru a přihlášení se k identitě Zlína jako kreativního města v mezinárodním kontextu.

Podpora regionálního ekonomického rozvoje je dle systému podpory v České republice, respektive v Evropě, co se týče veřejné správy, bezpochyby v rukou regionů a jimi zřizovaných inovačních a rozvojových agentur. Klíčová je jejich spolupráce s univerzitami, firmami, ale i samosprávami, a to specificky těmi, které vedou regionální metropole, které jsou vždy hlavním magnetickým polem regionální kreativní ekonomiky.

Rozvoj kreativní ekonomiky je na úrovni Zlínského kraje ukotven v rozvojových strategiích, zejména v RIS III strategii, specifickou doménu představuje progresivní design produktů, technologií a procesů. Technologické inovační centrum (TIC) Zlínského kraje rozvíjí podpůrné nástroje a je aktivní v národním a mezinárodním networkingu v oblasti KKO. Sídlí v renovované městské budově. Město má současně ukotvenou podporu kreativní ekonomiky ve své celkové strategii rozvoje. Z oblasti KKO město podporuje zejména významné akce nadregionálního a mezinárodního významu zejména Zlín Film Festival (ZFF). Specifikum filmu pro Zlín je také uchopeno v podobě městského filmového fondu, kterým město podporuje tvorbu filmových scénářů. Na straně Zlínského kraje existuje taktéž filmový fond a regionální filmová kancelář Zlín Film Office, která slouží komunikaci profesionálů v oblasti audiovizí ve Zlíně i pro kontakt s producenty, které do Zlína přijíždějí. ZFF funguje jako celoroční platforma podpory tvorby pro děti a mládež skrze Film industry program.

Ve městě působí také Zlínský kreativní klastr, který sdružuje klíčové hráče ze soukromého sektoru, členem je i statutární město Zlín a Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně. Klastr funguje jako platforma pro sdílení informací, posilování kapacit a příležitostí pro své členy a jako platforma pro nadregionální networking. Rozvojovým plánem je rozvoj klastru jako platformy operující na národní úrovni, Národní kreativní klastr, jehož cílem bude zapojit i další regiony na půdorysu společných témat rozvoje pracovního trhu v KKO v regionech. Rozvíjí také regionální a přeshraniční networking včetně např. spolupráce s projektem Trenčín Evropské hlavní město kultury 2026, který se zasazuje za rozvoj KKO v širším regionu.

Pro další rozvoj místní kreativní ekonomiky a zaměstnanosti ve městě je podstatné pokračování spolupráce kraje, města a firemního sektoru v různých formách.

Základnu inkubačních a sdílených pracovních prostorů, které jsou důležité pro začínající podnikatele, utváří prostory i programy Technologického inovačního centra, UTB – UPPER Zlín, v průmyslovém areálu bývalých Baťových závodů, dále soukromé prostory jako SILO, HAX nebo audiovizuální HUB STODOLA. Část prostorů je umístěna v areálu Zlínských filmových ateliérů, které tak vytvářejí silné zázemí nejen pro oblast filmu, ale KKO celkově. Nově jsou také ve Zlíně prostory Impact HUBU. Vyjma TIC Zlín jsou ovšem prostory mimo centrum města.

Zázemí ale kapacitně nestačí a je třeba jej dále rozvíjet, např. v podobě kreativního centra, a to i s ohledem na polohu bližší centru města, aby projekt měl pozitivní dopady i na život v centru a potenciálně nabídl také řešení dalších problémů kulturní infrastruktury ve městě.

Související rozvojové problémy a potenciály

<p>Problémy</p>	<ul style="list-style-type: none"> • PR3 Nedostatek dostupných prostorů pro působení aktérů KKO za přijatelné nájem (chybí kreativní centrum) – absence prostorů pro samotnou tvorbu i následnou expozici děl (včetně Kunsthalle) • PR11 Zlín dostatečně nekomunikuje značku kreativního města navenek • PR13 Klíčoví hráči ve městě nedostatečně komunikují a koordinují své rozvojové záměry v oblasti kultury a KKO (včetně investičních) a rozvoj tak není dostatečně synergický • PR14 Zapojení města a finanční i nefinanční podpora rozvoje KKO je s výjimkou filmu nízká • PR15 Nedostatečné propojení výrobních a kreativních firem s podpůrnými programy v regionu i na národní úrovni
<p>Potenciály</p>	<ul style="list-style-type: none"> • PO3 Ve městě je základna inkubačních a sdílených pracovních prostorů pro aktéry kreativních odvětví na straně veřejného, akademického i soukromého sektoru • PO12 Existuje identita města, jejíž součástí je invenčnost a kreativita jako klíčová hodnota • PO13 Ve Zlíně se odehrávají akce nadregionálního i mezinárodního významu a podílejí se na profilaci značky Zlína • PO14 Fakulta multimediálních komunikací UTB rozvíjí platformy pro studenty, kde se mohou potkat s praxí a které zviditelňují KKO ve městě • PO18 Komplexní strategický rozvoj nástrojů podpory v oblasti audiovize na straně města, regionu i soukromého sektoru • PO19 Rozvoj KKO je aktivní součástí rozvojových strategií Zlínského kraje, který rozvíjí nástroje finanční i nefinanční podpory • PO20 Město Zlín, UTB a klíčoví hráči ze soukromého sektoru v oblasti KKO sdílejí platformu pro vzájemnou spolupráci Zlínský kreativní klastr

Dosavadní strategický přístup města a navrhovaná změna

Město Zlín se účastní platformy založených Zlínským krajem, které slouží ke koordinaci rozvoje kreativní ekonomiky ve městě (Technologické inovační centrum), a sdružujících hráče ze soukromého sektoru (Zlínský kreativní klastr). V rámci dotačních řízení město podporuje vybrané projekty Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně, které jsou určené nejen studentům, ale i veřejnosti.

Účast města je v současné době spíše reaktivní, naplňování strategie by mělo směřovat ke zvýšení aktivní role samosprávy při rozvoji vize Zlína také jako kreativního města.

Popis cílů, opatření a aktivit

Cíl 2.1 Zlín se prezentuje jako kreativní město

Smyslem cíle je zhodnotit dosavadní práci v oblasti rozvoje kreativní ekonomiky ve městě a ve spolupráci s partnery město Zlín prezentovat jako kreativní město jak vůči vlastním obyvatelům, tak navenek. Posilovat tak identitu obyvatel se Zlínem jako městem, které se de facto zrodilo z kreativního průmyslu, a dnes tato trajektorie podnikavosti a inovací pokračuje a může mít svoji přitažlivost ve středoevropském i mezinárodním kontextu.

Cíl 2.2 Ve Zlíně jsou příznivé podmínky pro podnikání v kulturních a kreativních odvětvích

Smyslem cíle je dosáhnout maximální spolupráce mezi všemi aktéry ve městě, kteří se věnují podnikání a rozvoji atraktivních podpůrných nástrojů tak, aby rostl počet podnikatelů v kreativní ekonomice s vysokou přidanou hodnotou a jejich pozitivní role na regionálním trhu práce. Bývá pravidlem, že vysoké procento kreativních podniků se nachází právě v regionálních centrech oproti venkovským oblastem. Aktivní zapojení regionální metropole do spolupráce je tak velmi důležité.

Cíl 2.3 Ve městě jsou dostupné prostory pro podnikání v kulturních a kreativních odvětvích

Smyslem cíle je dosáhnout koordinovaného přístupu k rozvoji fyzického zázemí pro kreativní firmy ve spolupráci veřejného, akademického i soukromého sektoru. Dostupné prostory jsou pro podnikatele v kulturních a kreativních odvětvích vždy velké téma. Veřejná správa napříč Evropou, která chce kreativní třídu přilákat a udržet, pracuje s osvědčenými nástroji. V jádru se v případě veřejné správy ve městě jedná vždy o využití nevyužívaných prostorů v majetku města nebo motivace a koordinace soukromých vlastníků k dočasnému poskytnutí prostorů pro kulturní a kreativní odvětví. Součástí této strategie je i budování dočasných či trvalých kreativních center veřejnou správou nebo soukromými subjekty, spojených s nárůstem trendu sdílených nákladů na pracovní prostory i technologické zdroje (definovaných anglickými názvy jako coworking, fablab, maker space apod.). Nevyužitý majetek se zabydlením kreativními subjekty zároveň zhodnotí.

OBLAST 2: ROZVINUTÁ KULTURNÍ A KREATIVNÍ ODVĚTVÍ

Globální cíl: Kulturní a kreativní odvětví jsou etablovanou součástí místní ekonomiky a značky města

Cíle	Opatření	Podněty pro aktivity
Cíl 2.1 Zlín se prezentuje jako kreativní město	2.1.1 Posilování vztahu obyvatel ke Zlínu jako kreativnímu městu	<ul style="list-style-type: none">• Připravit komunikační strategie Zlína jako města kreativity, které budou směřovat i na místní obyvatele a budou v souladu s hodnotami, které reprezentuje krajská strategie (kreativní duch, mláďí apod.).
	2.1.2 Posilování mezinárodního postavení značky Zlína v oblasti KKO	<ul style="list-style-type: none">• Zvýšit informovanost a motivaci lokálních firem ve vztahu ke značce Created In Zlín.• Aktivně se zapojit do mezinárodních projektů či platform (např. Kreativní Evropa, Visegrádská skupina, Interreg, New European Bauhaus).• Provéřit možnosti získání značky Kreativní město UNESCO a její přínosy pro rozvoj města.• Aktivně se zapojit do mezinárodních projektů, které mají za cíl podporovat rozvoj kultury a zároveň spolupráci stakeholderů (město, kraj, UTB (FMK, FaME) TIC apod.).• Zvýšit přeshraniční spolupráci se Slovenskem (Evropské město kultury Trenčín).• Posilovat společný marketing, regionální identitu (Created in Zlín, Creatin, Zlín Film Festival, Zlín Design Week).
Cíl 2.2 Ve Zlíně jsou příznivé podmínky pro podnikání v kulturních a kreativních odvětvích	2.2.1 Inicivace, podpora a rozvíjení vazby mezi akademickým, veřejným a soukromým sektorem	<ul style="list-style-type: none">• Udržení a aktivizace spolupráce v rámci kolaborativních platform KKO na území města a kraje – ZKK, TIC, zapojení UTB.• Zvýšit kapacity oddělení kultury pro koncepční práci, odborný rozvoj a organizační a produkční činnost.• Připravovat zadání SMZ pro realizaci kreativním klastrem v oblasti rozvoje

		<p>KKO ve městě.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Zaměřit pozornost na intenzivní spolupráci v oblasti designu FMK + FAME + SMZ.
	<p>2.2.2 Důsledná a intenzivní podpora aktivit vedoucích k propojení KKO a dalších odvětví regionu/města a k rozvoji inovací</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Prodiskutovat možnost využití prostředků z kulturního fondu k financování akcí zaměřených na podporu rozvoje kreativní ekonomiky v regionu. • Zlepšení propojení výrobních a kreativních firem s podpůrnými programy v regionu i na národní úrovni
	<p>2.2.3 Nastavení, rozvíjení a udržení nástrojů finanční podpory pro KKO – specificky pro začínající podnikatele včetně mikro- i malých a středních podniků ve spolupráci s relevantními partnery</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Provéřit relevanci spolupráci města s regionem na podpoře kreativních voucherů.
<p>Cíl 2.3 Ve městě jsou dostupné prostory pro podnikání v kulturních a kreativních odvětvích</p>	<p>2.3.1 Podpora vybudování kreativního centra ve spolupráci s partnery</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Být partnerem na regionální úrovni při dojednávání a realizaci kreativního centra ve Zlíně (zajištění prostorů, konceptu provozu apod.). • Zvážit možnosti poskytnutí nevyužitého majetku města v centru města pro tyto účely (např. budova bývalého soudu).
	<p>2.3.2 Iniclace a podpora tzv. kulturou vedené urbánní regenerace a rozvoj kulturních a kreativních zón (Kudlov, areál bývalých Baťových závodů apod.)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Ve spolupráci s oddělením prostorového plánování a KAM Zlín prověřit možnosti systematického rozvoje vytipovaných území pomocí kulturních a kreativních odvětví. • Koordinovat stávající i budoucí záměry revitalizací a zpřesňovat je pomocí územních studií či strategií rozvoje konkrétních lokalit, přípravy koncepcí designu parteru apod. (Kudlov, areál bývalých Baťových závodů apod.). • Motivovat majitele ke koordinovaným postupům.
	<p>2.3.3 Motivace majitelů nemovitostí k pronájmu prostorů aktérům KKO za</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Vytipovat vhodné prostory ve veřejném i soukromém vlastnictví pro začínající kreativní firmy.

dostupné nájmy

- Vytvoření databáze volných prostorů k využití pro kulturu (fyzický stav, vlastnictví, vhodnost pro využití aktéry KKO).
- Podporovat nabídku zvýhodněných nájmů ateliérů pro mladé, začínající umělce, popř. spolky.
- Komunikovat a navazovat spolupráci s poskytovateli sdílených pracovních prostorů ve vztahu k zajištění míst pro začínající podnikatele v KKO včetně jejich případného mentoringu a následného vzdělávání za spoluúčasti aktérů lokálních a regionálních kolaborativních platforem.

3.3 Oblast rozvoje 3 DIALOG S MODERNISTICKÝM MĚSTEM

Analytická východiska

Stručný popis analytických východisek představuje současný stav a uvádí závěry k vybraným tématům, která vzešla z analýzy a z diskuse jako podstatná pro další rozvoj a zrcadlí se v cílech strategie v oblasti 3. Jedná se o **obraz modernistického města** v kontextu uvažování o identitě i značce města, **podmínky pro konání akcí ve veřejném prostoru** a **estetickou kvalitu veřejného prostoru**.

Aktéři ve městě jsou si vědomi hodnoty unikátní architektury a urbanismu „baťovského Zlína“ a moderní poválečné éry pro identitu i značku města. Vedle ochrany nejceněnějšího dědictví, ochrany typického obrazu modernistického města a investic do jejich rozvoje na straně veřejného, akademického i soukromého sektoru existuje řada iniciativ, které se věnují propagaci a edukaci místní veřejnosti i návštěvníků. Propagují nejen architekturu samotnou, ale i příběhy a osobnosti spojené s budováním Zlína a historií 20. století. Jedná se o Památník Tomáše Bati, Prostor Zlín, expozice Muzea jihovýchodní Moravy ve Zlíně, Zlínský architektonický manuál, Infopoint baťovského bydlení, Nadační fond Zikmundova vila a další.

Z analýzy současného stavu vyplynulo, že je třeba do hledáčku zařadit i profilaci města skrze architekturu druhé poloviny 20. století i současné počiny, tyto aktivity lépe koordinovat na všech úrovních veřejné správy, jejích organizací i dalších aktérů, tak aby byl plně využitý potenciál města.

Ve městě se nachází celkem 49 míst, na kterých se v letech 2020–2022 konaly kulturní aktivity, některé z nich si vyžádaly udělení souhlasu se zvláštním užíváním komunikace tzv. zábor veřejného prostranství. Místa se nacházejí na celém území města, téměř ve všech místních částech. Veřejná prostranství s nevyšší koncentrací akcí se nacházejí přímo v centru města, mimo centrum je frekventovaný Centrální park Jižní Svahy. Nejfrekventovanější prostranství představuje hlavní městské náměstí Míru a dvojice přiléhajících parků, a to park Komenského a sad Svobody. Tato trojice tvoří koncentrovaný prostor kulturního dění ve veřejném prostoru v centru města. Další často využívané prostory jsou Univerzitní park, prostor mezi Kongresovým centrem Zlín a U13 a veřejný prostor mezi budovami krajské knihovny, galerie a muzea 14|15 Baťova institutu. Ve městě se úspěšně rozvíjí původně projekt, nyní městská organizace Živý Zlín, která organizačně, finančně i technickým zázemím podporuje realizaci komunitních aktivit ve veřejném prostoru iniciovaných zdola. Město prostřednictvím Kanceláře architekta města (KAM) v současnosti také připravuje Manuál tvorby veřejného prostranství města Zlína, jehož součástí bude také optimalizace technické infrastruktury města a technického vybavení veřejného prostoru, včetně podmínek pro konání kulturních akcí.

Z analýzy současného stavu a diskuse s aktéry vyplynulo, že je třeba zlepšit infrastrukturu pro pořádání akcí ve veřejném prostoru a systematicky zařadit podmínky pro pořádání kulturních akcí do zadání nových revitalizací nejen v centru města. Zároveň je třeba systematicky zjednodušovat procesy záborů veřejných prostranství i pro komunitní aktéry a rozvíjet v podpoře komunitních aktérů příspěvkovou organizaci Živý Zlín.

Po roce 1989 byla městská i krajská veřejná správa a další aktéři aktivní v rozvoji umění ve veřejném prostoru, veřejnost ve městě tak mohla být v kontaktu se současnými trendy rozvoje umění. Kvalitní realizaci z poslední doby, která respektuje charakter prostředí, představuje instalace Zlínská zrcadla v sadu Svobody. Ve městě existují místně unikátní iniciativy jako např. trienále Prostor Zlín, které pro roce 1989 v demokratickém uspořádání společnosti představuje veřejnosti umění ve veřejném prostoru. Umělecká díla ve veřejném prostoru spravuje OKaPP, který disponuje experty na správu uměleckých děl trvalé fyzické povahy „s“ i „bez“ památkové ochrany i evidencí děl. Taková odborná správa zejména v případě děl bez památkové ochrany nebývá v českém kontextu vždy standardem.

Co se týče esteticky parteru ulic a kvality vizuálních reklamních vstupů do města, často označované negativně jako „vizuální smog“, který podstatným způsobem utváří dojem z města, KAM Zlín připravuje *Manuál tvorby veřejného prostranství města Zlína*, jehož součástí bude formulování zásad pro vzhled a umístění reklamních zařízení na objektech a ve veřejném prostoru a příklady dobré praxe.

Zlepšit je třeba systematictější a odborný přístup k pořizování nových děl, která v současné době vznikají spíše ad hoc a bez širší diskuse s odbornou veřejností a promyslet systematické financování děl v souvislosti s veřejnými investicemi. Zároveň začít systematicky a komplexně přistupovat k odstraňování vizuálního smogu ve městě.

Související rozvojové problémy a potenciály

Problémy	<ul style="list-style-type: none">• PR1 Veřejný prostor není technicky ani organizačně dobře vybavený a dostupný pro pořádání kulturních akcí a aktivit• PR 4 Některé instalace trvalé fyzické povahy umístované městem do veřejného prostoru jsou “zastaralé již v době svého vzniku”• PR11 Zlín dostatečně nekomunikuje značku kreativního města navenek• PR13 Klíčoví hráči ve městě nedostatečně komunikují a koordinují své rozvojové záměry v oblasti kultury a KKO (včetně investičních) a rozvoj tak není dostatečně synergický
Potenciály	<ul style="list-style-type: none">• PO2 Ve městě je rozmanitá škála prostranství, na kterých jsou realizovány kulturně-komunitní akce z iniciativy veřejnosti i města• PO11 Unikátní architektura a urbanismus „baťovského Zlína“ i následného poválečného období je formou uměleckého aktu, který představuje jeden z hlavních zdrojů identity Zlína i jeho značku navenek s mezinárodním významem• PO17 Nová organizace města Živý Zlín rozvíjí svoji roli koordinátora kultury ve městě a podporuje aktéry v realizaci akcí

Dosavadní strategický přístup města a navrhovaná změna

Město se věnuje zachování unikátního architektonického dědictví baťovského Zlína, jeho zpřístupňování veřejnosti i osvětě a podporuje v této činnosti i další subjekty. Začíná rozvíjet propagaci tohoto dědictví současnými marketingovými prostředky. Je si vědomo hodnoty veřejného prostoru v modernistickém městě a systematicky se snaží rozvíjet kapacity na realizaci kvalitních revitalizací.

Naplnění strategie by mělo přispět k těsnější koordinaci aktérů při prezentaci dědictví, k zefektivnění úsilí o zvýšení viditelnosti Zlína jako unikátního architektonického experimentu na mapě Evropy a k zintenzivnění pohledu do současnosti v kontextu trendů udržitelného rozvoje měst.

Popis cílů, opatření a aktivit

Cíl 3.1 Architektonické dědictví i počiny současné architektury jsou naplno využívány pro rozvoj značky města

Smyslem cíle je rozšířit postupně budovanou propagaci města a jeho modernistického architektonického dědictví o počiny architektury druhé poloviny 20. a začátku 21. století. Dále dosáhnout velmi intenzivní koordinace všech, kteří se propagací Baťova odkazu i současné architektury věnují ve městě, na úrovni regionu i na celorepublikové úrovni. Dále také vytvořit zázemí a posílit kapacity pro reflexi a rozvoj modernistického města v kontextu příležitostí, které skýtá evropská vize Nového evropského Bauhausu a rozvíjet kvalitu marketingu navenek i místní osvětě.

Cíl 3.2 Veřejné prostory jsou dobře organizačně dostupné a technicky vybavené pro pořádání kulturních a komunitních akcí

Rozsáhlý veřejný prostor modernistického města v samém jeho centru i parky, které tvoří svorník mezi historickým centrem a komunitním a obchodním zázemím továrního areálu, vytvářejí unikátní tvář města i příležitosti pro užívání veřejného prostoru obyvateli pro spontánní i organizované aktivity. Smyslem cíle je rozvíjet systematicky jak hlavní veřejná prostranství v centru města, tak menší plácky po celém městě, o které aktéři a obyvatelé projevují zájem, tak aby zde byly pro aktivity dobré technické podmínky. Zároveň snižovat administrativní bariéry využití veřejného prostoru na minimum, aby bylo i pro začátečníka snadné realizovat kulturní či komunitní aktivitu.

Cíl 3.3 Ve městě je systematicky budována vysoká estetická kvalita veřejného prostoru

Smyslem cíle je systematicky vnášet téma kvality veřejného prostoru do veřejné diskuse a prostřednictvím kultury, umění a designu jej zlepšovat. Reagovat na rostoucí zájem laické i odborné veřejnosti o estetickou kvalitu společného a sdíleného veřejného prostoru města. Upozorňovat na to, že veřejný prostor ve městech je tím, co nás spojuje, a tím, čemu samosprávy po celé Evropě věnují maximální pozornost proto, aby atraktivněly města pro život svých obyvatel i pobyt návštěvníků.

OBLAST 3: DIALOG S MODERNISTICKÝM MĚSTEM

Globální cíl: Významné kulturní dědictví a identita modernistického města jsou intenzivně rozvíjeny v dialogu se současnými trendy v oblasti kultury, umění a kulturních a kreativních odvětví a udržitelnosti měst

Cíle	Opatření	Podněty pro aktivity
Cíl 3.1 Architektonické dědictví i počiny současné architektury jsou naplno využívány pro rozvoj značky města	3.1.1 Vytvoření jednotné vize komunikace architektonického dědictví navenek a její koordinovaná realizace ve spolupráci se všemi aktéry	<ul style="list-style-type: none">• Připravit specifické strategie komunikace architektonického dědictví města jak dovnitř, tak navenek.• Zajistit součinnost všech aktérů, kteří se zabývají architekturou, včetně paměťových organizací s jejich odborníky (muzeum, galerie, knihovna).• Vytvořit jako součást strategie vazby na moderní architekturu ve Zlíně.
	3.1.2 Podpora pozitivního vnímání architektonických hodnot prostředí obyvateli Zlína	<ul style="list-style-type: none">• V rámci komunikace strategie bude specificky komunikováno s místními obyvateli za účelem podpory budování jejich vztahu k modernistickému městu.• Posilovat kapacity na realizaci konkrétních akcí.• Zajistí finanční prostředky v rámci dotačních výzev v oblasti kultury a kulturního dědictví specificky na tyto účely.• Provéřit možnosti čerpání dotačních prostředků z programu Kreativní Evropa specificky na tyto účely.• Provéřit možnost opakovaného získání označení Evropské dědictví.
	3.1.3 Rozpracování rozvoje areálu bývalých Baťových závodů pro značku města s využitím principů tzv. kulturou taženého rozvoje	<ul style="list-style-type: none">• Provéřit zájem a možnosti spolupráce se Zlínským krajem a dalšími subjekty na vytvoření strategie rozvoje areálu bývalých Baťových závodů.• Cíleně podporovat kulturní a komunitní počiny přímo v areálu bývalých Baťových závodů v úzké spolupráci se Zlínským krajem.

	<p>3.1.4 Prověření možnosti vzniku centra architektury a umění, které bude plnit informační i prezentační roli, včetně role městské Kunsthalle</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Připravit koncept centra architektury a městské Kunsthalle zaměřené na architekturu a vizuální umění v kontextu rozvoje organizace Živý Zlín. • Provéřit možnosti získání finančních prostředků na program v rámci New European Bauhaus.
<p>Cíl 3.2 Veřejné prostory jsou dobře organizačně dostupné a technicky vybavené pro pořádání kulturních a komunitních akcí</p>	<p>3.2.1 Doplnění technického vybavení (přívod vody, sítě) do veřejných prostranství, kde se pořádají kulturní akce</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Vytipovat nejvhodnější lokality pro doplnění infrastruktury pro pořádání kulturních akcí a zvolit priority revitalizace • Začlenění tématu do připravovaného manuálu práce s veřejným prostorem KAM Zlín. • Zvýšit počet míst ve veřejném prostoru s free wifi pro mladé lidi.
	<p>3.2.2 Zajištění mobiliáře k zápůjčce pro organizátory kulturních akcí</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Zmapovat aktuální stav dostupného mobiliáře napříč místními částmi.
	<p>3.2.3 Zjednodušení povolovacích procesů a zvyšování dostupnosti a atraktivity informací o záborech veřejného prostoru</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Zajistit flexibilnější vyhlášky o rušení nočního klidu a její častější aktualizaci. • Připravit atraktivní prezentaci možností využití veřejného prostoru včetně prezentace míst a jejich zázemí a velikosti, vhodnosti pro různé typy akcí.
	<p>3.2.4 Vytvoření stabilního venkovního prostoru pro pořádání kulturních akcí</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Vytipovat vhodné lokality pro konání větších akcí a prověřit možnosti realizace záměru včetně udržitelnosti. • Sledovat vývoj projektu revitalizace náměstí Míru z hlediska kvalitního zázemí pro konání menších i větších kulturních akcí. • Revidovat již existující záměry a projekty (prostory okolo divadla, prostory okolo zámku Zlín).
	<p>3.2.5 Při revitalizacích veřejných</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Ve spolupráci s KAM Zlín nastavit procesy, které zajistí spolehlivé zařazení

	prostranství je bráno v potaz budoucí kulturní vyžití	potřeb kulturních akcí na veřejných prostranstvích do zadání revitalizačních záměrů.
Cíl 3.3 Ve městě je systematicky budována vysoká estetická kvalita veřejného prostoru	3.3.1 Zvyšování kvality uměleckých děl dočasně i trvale umísťovaných do veřejného prostoru města	<ul style="list-style-type: none"> • Vytvoření vize a nástrojů rozvoje umění ve veřejném prostoru trvalé i dočasné povahy v dobré koordinaci se zainteresovanými aktéry. • Koordinovat a navrhnout kvalitní architektonická a designová řešení podnětů na zlepšení veřejných prostranství vzešlých z participačního rozpočtu Tvoříme Zlín. • Zapojení odborné veřejnosti do rozhodovacích procesů o umění ve veřejném prostoru. • Koordinace umísťování děl s péčí o okolí díla, zkvalitňování prostorů, které trpí dysfunkcí.
	3.3.2 Zmírňování vizuálního smogu ve městě	<ul style="list-style-type: none"> • Připravit manuál umísťování reklamy a regulace vizuálního stylu parteru (inspirace již existujícími příklady např. z Brna). • Vytvořit motivační finanční i nefinanční nástroje podpory podniků (např. kreativní vouchery, soutěž o nejhezčí výlohu apod.). • Propojení spolupráce Zlínského kreativního klastru, FMK a soukromého sektoru.

4 Pravidla implementace Strategie rozvoje kultury a kreativních odvětví města Zlína na období 2023–2028

4.1 Úvod

Implementační pravidla jsou nedílnou součástí Strategie rozvoje kultury a kreativních odvětví města Zlína na období 2023–2028. Implementace Strategie a proces strategického řízení klade nároky na Odbor kultury a památkové péče, ale i na další odbory Magistrátu města Zlína (MMZ), které budou partnery pro naplňování některých cílů a opatření budou realizovat. Tento proces klade nároky i na politickou reprezentaci města a spolupráci napříč gescemi. Nicméně zavedení kvalitního strategického řízení je předpokladem efektivního nakládání s lidskými i finančními zdroji.

Správné nastavení implementačních pravidel Strategie a ukotvení procesu jejího řízení v kontextu strategického řízení na MMZ je klíčové pro její úspěšné naplnění.

Pro efektivní fungování strategického řízení je rozhodující, aby s principy a obsahem strategického řízení byli srozuměni jak zaměstnanci Odboru kultury a památkové péče, tak i kolegové z odborů a městských organizací, jež budou při naplňování partnery, tak členové Rady a Zastupitelstva města Zlína. Vzájemný respekt a konstruktivní spolupráce všech zúčastněných je základním předpokladem funkčního průběhu celého procesu a kvalitních výstupů.

Dokument vychází z doporučení navržených v rámci Metodiky přípravy veřejných strategií Ministerstva pro místní rozvoj.

Implementační pravidla vychází z aktuálně nastavených procesů práce se strategickými dokumenty statutárního města Zlína. Tato pravidla mohou být rozvíjena a upravována v závislosti na těchto procesech.

4.2 Aktéři implementace Strategie

4.2.1 Koordinátor

Implementaci Strategie řídí koordinátor/ka implementace Strategie zařazený/á do organizační struktury Odboru kultura a památkové péče. Koordinátor/ka průběžně koordinuje svou činnost s vedoucí/m odboru a s členem Rady města Zlína, který je pověřen gescí kultury. Koordinátor/ka dále stanovuje konkrétní termíny pro setkávání pracovní a řídicí skupiny a pro jednotlivé fáze procesu.

4.2.2 Řídící skupina / Rada města Zlína

Roli řídicí skupiny hraje Rada města Zlína. Má výlučnou pravomoc schvalovat na základě doporučení pracovní skupiny výslednou podobu akčního plánu, vyhodnocení jeho realizace a schvalovat změny Strategie.

4.2.3 Pracovní skupina

Pracovní skupina slouží jako koordinační orgán pro naplňování strategie dle akčního plánu. Podílí se na vyhodnocení akčního plánu předešlého a spolupracuje na přípravě akčního plánu budoucího. Dále má pravomoc vyhodnocovat Strategii a její implementaci, jakož i připravovat změny Strategie, které jsou poté schvalovány Radou města Zlína.

Pracovní skupina je složena především z relevantních zaměstnanců města a jeho organizací. K účasti v pracovní skupině je možné přizvat další osoby – odborníky nebo zástupce neziskových organizací, podnikatelských subjektů a univerzity, působících ve městě či regionu v oblasti kulturních a kreativních odvětví, členem pracovní skupiny také může být předseda Komise kulturní a památkové péče Rady města Zlína.

Jednání pracovní skupiny vede vedoucí Odboru kultury a památkové péče, případně jím pověřená osoba. Členy a členky pracovní skupiny jmenuje na doporučení řídicí skupiny Rada města Zlína.

4.2.4 Zlínská kulturní a kreativní platforma

Zlínská kulturní a kreativní platforma slouží jako prostor pro zpětnou vazbu a jako motivační faktor spolupráce při naplňování Strategie. Je otevřená pro všechny, kteří mají zájem, a navazuje na setkávání konzultační skupiny při procesu přípravy Strategie. Na platformě jsou každoročně představeny výstupy realizace akčního plánu a priority na další rok, případně roky. Účastníci jednání platformy mohou dávat podněty k akčnímu plánu. Setkání platformy slouží také k prezentaci příkladů dobré praxe, sdílení know-how na regionální i národní úrovni. Fórum se schází minimálně jednou ročně u příležitosti prezentace výstupů realizace stávajícího a přípravy nového akčního plánu. Setkávat se ale může častěji i při jiných příležitostech, dle potřeby.

4.3 Proces implementace Strategie

4.3.1 Akční plán

Akční plán je nástroj, jehož prostřednictvím je naplňována Strategie v jednotlivých letech s ohledem na dostupné finanční prostředky. Akční plán je strukturovaný dokument, který zahrnuje seznam aktivit a projektů, jež budou v daném roce realizovány, a provazuje je s jednotlivými oblastmi a cíli Strategie. U každého projektu, aktivity je v minimální variantě nastavena odpovědnost a finanční alokace. Podrobnější struktura popisu akčního plánu se řídí strukturou popisu akčního plánu celkové strategie rozvoje města a případně potřebami softwarových nástrojů využívaných pro projektové řízení na MMZ.

4.3.2 Tvorba akčního plánu

Strategie je naplňována především prostřednictvím akčního plánu. **Zakomponování procesu tvorby akčního plánu do přípravy rozpočtu města je jedním ze základních principů strategického řízení.** Výsledná podoba akčního plánu by měla korespondovat s rozpočtem města. Oba dokumenty by měly být diskutovány a schváleny zároveň.

Proces tvorby akčního plánu je dlouhodobým procesem s roční periodicitou. Akční plán se připravuje vždy na následující rok (r+1) s výhledem na další rok (r+2).

Při tvorbě akčního plánu se postupuje v těchto krocích:

1. Sběr a projednání podnětů – v procesu je využito participativních nástrojů, prostřednictvím kterých se získávají podněty jak od zaměstnanců magistrátu města a organizací města, tak od širší kulturní veřejnosti. V závislosti na těchto podnětech se postup naplňování jednotlivých opatření Strategie v akčním plánu může upravit.

2. Rozpracování a projednání aktivit a projektů – probíhá v pracovní skupině, jsou připraveny aktivity a projekty, které povedou k realizaci opatření Strategie.

3. Schválení akčního plánu – zařazené vybrané aktivity a projekty jsou předloženy ke schválení Radě města Zlína. Neschválené projekty a aktivity mohou být zařazené do zásobníku aktivit/projektů k jednotlivým opatřením Strategie.

4.3.3 Rámcový harmonogram přípravy akčního plánu

leden	Vyhodnocení plnění AP
únor	
březen	Tvorba AP 1. fáze: sběr (průběžně, celoročně) a projednání podnětů
duben	
květen	
červen	Tvorba AP 2. fáze: rozpracování a projednání aktivit a projektů jako součásti rozpočtu města
červenec	
srpen	
září	
říjen	Tvorba AP 3. fáze: projednání v orgánech města včetně komise kultury, schválení akčního plánu Radou nebo Zastupitelstvem města Zlína
listopad	
prosinec	

Pro schválení prvního akčního plánu (období roku 2023 s výhledem 2024) tento harmonogram neplatí.

4.4 Vyhodnocení naplňování Strategie

4.4.1 Zpráva z implementace Strategie

Koordinátor/ka implementace Strategie připravuje ve dvouletých intervalech stručnou zprávu z implementace Strategie. Hlavním závěrem zprávy jsou doporučení na změny ve Strategii a její implementaci. Zprávu projedná pracovní skupina a schválí Rada města Zlína.

V případě doporučení změn ve Strategii (především úprava cílů nebo opatření Strategie a implementačních pravidel) probíhá v pracovní skupině příslušný proces s cílem zakomponovat změny do aktualizované verze Strategie.

Zpráva z implementace Strategie také může obsahovat stručný odkaz na výstupy hodnocení monitorovacích indikátorů dopadu Strategie rozvoje statutárního města Zlína do roku 2030, které se tématu kultury a kreativity týkají v případě, že budou tyto informace k dispozici.

4.4.2 Vyhodnocování akčních plánů

Plnění Strategie je průběžně vyhodnocováno na základě plnění akčních plánů a sledování efektivity navázaných procesů. Efektivita akčního plánu pro naplňování Strategie je zajišťována jeho průběžným sledováním, především pak každoročním vyhodnocením za uplynulé období. Vyhodnocení spočívá ve stručném konstatování, jak se podařilo jednotlivé aktivity naplnit, proč nebyly realizovány nebo v jakém jsou stupni rozpracování. Vyhodnocení plnění je pak každé dva roky shrnuto ve zprávě z implementace Strategie.

4.5 Změny Strategie

Návrh změn návrhové části Strategie (především úprava cílů nebo opatření) projedná pracovní skupina a následně je navrhne k projednání radním a zastupitelům města Zlína, kteří také schvalují změny Strategie.

5 Přílohy

Příloha č. 1 SWOT analýza kulturního prostředí ve Zlíně – východiska návrhu

Hlavní potenciály	Hlavní problémy
<p>INFRASTRUKTURA, VEŘEJNÝ PROSTOR A OBRAZ MĚSTA</p> <ul style="list-style-type: none"> PO1 Knihovny fungují jako komunitní centra, jsou podporovány komunitní obvodní knihovny v odlehlějších místních částech PO2 Ve městě je rozmanitá škála prostranství, na kterých jsou realizovány kulturně-komunitní akce z iniciativy veřejnosti i města PO3 Ve městě je základna inkubačních a sdílených pracovních prostorů pro aktéry kreativních odvětví na straně veřejného, akademického i soukromého sektoru <p>AKTÉŘI, NABÍDKA A POPTÁVKA</p> <ul style="list-style-type: none"> PO4 Silné profesionální veřejné instituce ve všech žánrech kultury a umění, které jsou stabilně dotovány městem Zlín a Zlínským krajem PO5 Silné základní umělecké školy jak veřejné, tak soukromé, které vytvářejí volnočasový program pro mládež a vychovávají aktivní publikum a aktivní budoucí iniciátory kultury v místě PO6 Existuje stále relativně silná inspirace a vazby na folklórní tradice PO7 Hladové publikum po současné nemainstreamové kultuře PO8 Kulturní nabídka v centru města je dobře dostupná z mnoha místních částí PO9 Ve Zlíně jsou aktivní jedinci i spolky v kultuře rozvíjející kulturně-komunitní život a silná občanská společnost v oblasti kultury PO10 Četnost pořádaných kulturních akcí a kulturně-komunitních akcí i aktivit ve městě 	<p>INFRASTRUKTURA, VEŘEJNÝ PROSTOR A OBRAZ MĚSTA</p> <ul style="list-style-type: none"> PR1 Veřejný prostor není technicky ani organizačně dobře vybavený a dostupný pro pořádání kulturních akcí a aktivit PR2 Ve městě chybí menší kulturní prostor (kapacita cca 200–300 osob) pro konání kulturně-komunitních akcí PR3 Nedostatek dostupných prostorů pro působení aktérů KKO za přijatelné nájem (kreativní centrum) – prostory pro samotnou tvorbu i následnou expozici děl (včetně Kunsthalle) PR4 Instalace trvalé fyzické povahy umístované městem do veřejného prostoru jsou “zastaralé již v době svého vzniku” PR5 V centru města není dostupný prostornější hudební klub, který by byl atraktivní pro mládež PR6 Lokality mimo centrum města nejsou dostatečně vybaveny kulturně-komunitním zázemím pro aktivní komunitní život <p>AKTÉŘI, NABÍDKA A POPTÁVKA</p> <ul style="list-style-type: none"> PR7 Publikum, včetně studentů, které se zajímá o současné trendy a nemainstreamovou kulturu v různých oblastech umění ve městě, nenachází celoroční progresivní nabídku PR8 Nedostatečná, byť potřebná nabídka programu pro některé cílové skupiny: a) cizinci b) skupina ve věku 15-30 let, c) skupiny ohrožené sociálním vyloučením d) školy PR9 Nedostatek pracovních sil v KKO <p>ZNAČKA MĚSTA A PROPAGACE</p> <ul style="list-style-type: none"> PR10 Cílové skupiny (místní publikum, návštěvníci města) nemají dostatek atraktivních informací o kulturní nabídce, akce se překrývají PR11 Zlín dostatečně nekomunikuje značku kreativního města navenek

<p>ZNAČKA MĚSTA A PROPAGACE</p> <ul style="list-style-type: none"> • PO11 Unikátní architektura a urbanismus „baťovského Zlína“ je formou uměleckého aktu, který představuje jeden z hlavních zdrojů identity Zlína i jeho značku navenek s mezinárodním významem • PO12 Existuje identita města, jejíž součástí je invenčnost a kreativita jako klíčová hodnota • PO13 Ve Zlíně se odehrávají akce nadregionálního i mezinárodního významu a podílejí se na profilaci značky Zlína • PO14 Fakulta multimediální komunikace UTB rozvíjí platformy pro studenty, kde se mohou potkat s praxí a které zviditelňují KKO ve městě • PO15 Kreativní značku Zlína spoluutváří také Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně, respektive zejména fakulty, které lákají ke studiu umění, marketingu, managementu a kulturních a kreativních odvětví <p>STRATEGIE, FINANCOVÁNÍ A DALŠÍ NÁSTROJE PODPORY</p> <ul style="list-style-type: none"> • PO16 Financování kultury z rozpočtu města – jak kulturních organizací zřizovaných městem, tak nezřizované scény v oblasti kultury, umění a kulturního dědictví je stabilní • PO17 Nová organizace města Živý Zlín rozvíjí svoji roli koordinátora kultury ve městě a podporuje aktéry v realizaci akcí • PO18 Komplexní strategický rozvoj nástrojů podpory v oblasti audiovizí na straně města, regionu i soukromého sektoru • PO19 Rozvoj KKO je aktivní součástí rozvojových strategií Zlínského kraje, který rozvíjí nástroje finanční i nefinanční podpory • PO20 Město Zlín, UTB a klíčoví hráči ze soukromého sektoru v oblasti KKO sdílejí platformu pro vzájemnou spolupráci – Zlínský kreativní klastr • PO21 Ve městě existuje propracovaný systém podpory kreativity v rámci celé terciální soustavy vzdělávání i návazné podpory pro VŠ, který zahrnuje i neformální vzdělávání 	<p>STRATEGIE, FINANCOVÁNÍ A DALŠÍ NÁSTROJE PODPORY</p> <ul style="list-style-type: none"> • PR12 Dotační systém neumí dostatečně efektivně podpořit malé projekty individuálních umělců ani velké projekty, které musí dlouhodobě výdaje plánovat • PR13 Klíčoví hráči ve městě nedostatečně komunikují a koordinují své rozvojové záměry v oblasti kultury a KKO (včetně investičních) a rozvoj tak není dostatečně synergický • PR14 Zapojení města a finanční i nefinanční podpora rozvoje KKO je s výjimkou filmu nízká • PR15 Nedostatečné propojení výrobních a kreativních firem s podpůrnými programy v regionu i na národní úrovni
--	--

Příležitosti	Hrozby
<p>Sociální</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Psychologické dopady pandemie na společnost a pomoc s jejich řešením může představovat pro kulturní instituce příležitost, jak se zapojit do života společnosti (viz také reforma psychiatrické péče) ● Dotační programy pro specifické cílové skupiny, na které cílí vzdělávání nebo jsou považovány za v různém slova smyslu ohrožené sociálním, ekonomickým, kulturním vyloučením: děti, teenageři, senioři ● Migrace v souvislosti s geopolitickou situací na východě Evropy <p>Technologické</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Silná podpora digitalizace v oblasti kulturního dědictví a propojování s KKO v rámci evropských programů ● Možnosti nových mediálních forem prezentací, dostupnost technologií pro prezentaci ● Urychlení inovativní prezentace kultury v online prostředí v reakci na pandemii covid-19 <p>Ekonomické</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Rozvoj trendu práce na dálku a práce z domova díky technologickým inovacím jako příležitost pro regionální ekonomiku v KKO ● Trend sdílení prostor a technologií jako forma udržitelnosti firem v oblasti KKO ● Vícezdrojové financování progresivních žánrů kultury i ze strany soukromého sektoru, nové modely financování ● Posílení programů podpory pro KKO na úrovni Evropy (Kreativní Evropa), financování projektů v rámci vize Nového evropského Bauhausu, nově vznikající Inovační institut na podporu KKO a jím připravované programy na posilování kapacit, mezinárodního networkingu i finanční nástroje <p>Environmentální</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Silné téma udržitelnosti (včetně ekologické), se kterým se opět pojí financování EU (zelená Evropa), podporuje mezioborové myšlení, kultura se může stát partnerem pro rozvoj udržitelných měst ● Vzrůstající zájem odborné i laické veřejnosti o kvalitu veřejného prostoru, kvalitní architekturu a urbanismus ve svém okolí 	<p>Sociální</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Demografické změny ve společnosti – stárnutí populace ● Depopulace – odliv lidí ze Zlína, odchod mladé generace ● Dopady postcovidové sociální izolace na společnost ● Polarizace společnosti a rostoucí intenzita manipulace veřejného mínění ve veřejném prostoru (nedostatečná mediální gramotnost, fake news ...) <p>Technologické</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Rychlé zastarávání technologií <p>Ekonomické</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Energetická krize a zdražování výdajů za energie, které prodraží provoz kulturních institucí a pro nezávislé prostory bude problém se udržet v provozu (viz hudební klub) ● Dopady spojené s pandemií covid-19 a možnou ekonomickou krizí, změna chování publika, jiné priority cílových skupin, strach z návštěvy kultury s dopadem nižší návštěvnosti a nižších příjmů ● Změny chování publika z hlediska nakupování služeb v předprodejích, ze kterých vyplývá potřeba nových byznys modelů institucí živého umění <p>Environmentální</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Klimatická krize <p>Politické</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Politická nestabilita na úrovni státní i komunální politiky s dopady na priority ve financování kultury ● Nekomunikace politické reprezentace s klíčovými hráči na komunální úrovni ● Doba po implementaci Národního plánu obnovy, udržitelnost realizovaných změn z veřejných rozpočtů ● Nepochopení klíčové role KKO pro místní ekonomiku s vysokou přidanou hodnotou politickou reprezentací

- Rozvoj standardů udržitelnosti v rámci kulturních institucí, pořádání akcí i v rámci kreativního sektoru jako příležitost pro inovace, které přinesou KKO

Politické

- Zákon o veřejné instituci v kultuře, který umožní institucím generovat zisk a rozložení odpovědnosti za financování
- Nová státní strategie podpory kulturních a kreativních odvětví a financování plynoucí do krajů z Národního plánu obnovy i posilování financování KKO na státní úrovni
- Strategie vzdělávání ČR 2030, která podporuje roli specializovaných institucí jako součásti formálního vzdělávání, dotační programy propojující umění a vzdělávání

Příloha č. 2 Metodika přípravy Strategie rozvoje kultury a kreativních odvětví města Zlína na období 2023–2028

Hlavní realizační kroky a institucionální rámec přípravy Strategie

Hlavní realizační kroky i zapojení veřejnosti se řídily Metodikou přípravy veřejných strategií MMR.

Proces byl rozdělen na 4 hlavní fáze zpracování:

- Nastavení institucionálního rámce spolupráce
- Zpracování **analytické části strategie**: mapování prostředí, analýza dat, hodnocení pomocí SWOT analýzy (silné a slabé stránky, příležitosti a hrozby)
- Příprava **návrhové části strategie**: stanovení vize, cílů a opatření
- Příprava **akčního plánu**: výběr a podrobnější popis aktivit, konkrétních realizačních kroků a odpovědností na období dvou let

Pro přípravu Strategie byl ustanoven realizační tým, který sestával z expertů Odboru kultury a památkové péče a zpracovatele MMZ, řídil projekt, zpracovával data a zajišťoval zapojení veřejnosti i spolupráci s partnery na úřadě.

Realizační tým úzce spolupracoval s pracovní skupinou, která byla jmenována náměstkem pro kulturu a ve které byli zastoupeni aktéři z kultury, umění a kulturních a kreativních průmyslů ve Zlíně. Rolí pracovní skupiny bylo ve spolupráci s realizačním týmem formulovat hlavní hodnoty a problémy v oblasti kultury a umění, komunitního života a kulturních a kreativních odvětví ve městě, navrhnout vizi a podněty pro cíle a opatření. Pracovní skupina se sešla celkem čtyřikrát.

Konzultační skupina byla otevřenou platformou, které se mohl účastnit každý, kdo měl zájem. Rolí konzultační skupiny bylo dávat podněty k práci připravené pracovní skupinou ve spolupráci se zpracovatelem, konzultační skupina se sešla celkem třikrát, setkání konzultační skupiny se také účastnili členové pracovní skupiny.

Diskuse v pracovní i konzultační skupině byla pro účely facilitace rozdělena na debatu mezi těmi, kteří se věnují umění, komunitám nebo byznysu. Smyslem tohoto rozdělení bylo zajistit, aby spolu hovořili aktéři, kteří mají podobný zájem a potřeby.

Témata analýzy:

Analytická část se věnovala mapování a analýze především v následujících tematických okruzích:

- financování kultury ve městě
- strategický kontext kultury ve Zlíně
- aktéři kultury, umění a kulturních a kreativních odvětví a jejich potřeby
- institucionální aktéři kultury
- akce a aktivity v oblasti kultury
- dostupnost kultury ve městě pro různé cílové skupiny
- značka města spojení s kulturou
- agendy a nástroje podpory kultury a kulturních a kreativních odvětví ve Zlíně

Použité metody při přípravě analytické části:

Analytická část byla připravena formou expertního zpracování a hodnocení sebraných dat, expertní závěry byly následně korelovány s výstupy z diskuse pracovní skupiny a poskytnuty veřejnosti pro zpětnou vazbu.

Většina výše zmíněných témat byla zpracována na základě sběru a vyhodnocení dat ve spolupráci s experty MMZ a s organizacemi zřizovanými veřejnou správou či zastřešujícími organizacemi KKO. V kapitole strategický kontext kultury ve Zlíně byly hodnoceny existující dokumenty z pohledu strategického zastoupení kultury, kulturního dědictví a kulturních a kreativních odvětví. V kapitole dostupnost kultury ve městě byla pro zjištění prostorové dostupnosti pro obyvatele i specifické dostupnosti pro různé cílové skupiny realizována řada šetření s vybranými cílovými skupinami viz dále.

Sběr primárních dat

Dotazníková šetření byla distribuována přímo k cílovým skupinám prostřednictvím adresářů spolupracujících odborů MMZ a Zlínského kreativního klastru. Dotazníkové šetření pro studenty bylo distribuováno komunikačními kanály rektorátu a jednotlivých fakult UTB.

Termín	Aktivita	Cílová skupina
květen–červenec 2022	dotazníkové šetření – hodnocení kulturního prostředí ve Zlíně aktéry kultury a kulturních a kreativních odvětví	klíčoví hráči v oblasti kulturně-komunitního rozvoje, neziskové organizace, akademický sektor i podnikatelské subjekty v KKO
květen–červenec 2022	dotazníkové šetření – hodnocení kulturně-komunitní vybavenosti lokalit	komise místních částí
květen–červenec 2022	dotazníkové šetření – hodnocení kulturně-komunitní vybavenosti lokalit	klíčoví hráči v oblasti kulturně-komunitního rozvoje, neziskové organizace, akademický sektor i podnikatelské subjekty v KKO
květen–červenec 2022	dotazníkové šetření – hodnocení spokojenosti s kulturní nabídkou ve Zlíně	studenti Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně
květen–červenec 2022	dotazníkové šetření – dostupnost kultury pro děti a mládež	management ZŠ a MŠ zřizovaných městem Zlín
květen–červenec 2022	dotazníkové šetření – dostupnost kultury pro znevýhodněné skupiny	organizace působící v sociálních službách, které jsou v kontaktu se znevýhodněnými skupinami a znají jejich potřeby

Participace veřejnosti

Veřejnost měla možnost zúčastnit se tvorby následujícími způsoby. Setkání pracovní skupiny byla svolávána e-mailem. Setkání konzultační skupiny i možnost komentovat návrhovou i analytickou část byla dále komunikována na Facebooku města Zlín.

Termín	Aktivita	Cílová skupina
duben 2022	vstupní diskuse o hodnotách a problémech v oblasti kultury, komunit a kulturních a kreativních odvětví ve městě	pracovní skupina
červen 2022	Identifikace hlavních příležitostí, hrozeb a trendů, na které je třeba reagovat v oblasti kultury, komunit a kulturních a kreativních odvětví ve městě	pracovní skupina
září–říjen 2022	online konzultace analýzy	veřejnost města Zlína
září–prosinec	prohlídka všech kulturních organizací zřizovaných veřejnou správou i významnými soukromými kulturními zařízeními ve městě a rozhovory s jejich řediteli, manažery	vedoucí pracovníci kulturních zařízení ve městě.
září 2022	analytický workshop – SWOT analýza	konzultační skupina – aktéři KKO
září–říjen 2022	online zpětná vazba k analýze kulturního prostředí	konzultační skupina – aktéři kulturních a kreativních odvětví
říjen 2022	workshop k návrhu vize a podnětů pro cíle a opatření jako podkladu pro vstupní koncept strategie	pracovní skupina
listopad 2022	workshop ke konceptu strategie	konzultační skupina – aktéři kulturních a kreativních odvětví
únor 2023	online konzultace návrhu	veřejnost města Zlína
únor 2023	workshop k návrhu akčního plánu	pracovní skupina
březen 2023	workshop k akčnímu plánu	konzultační skupina – aktéři kulturních a kreativních odvětví

Příloha č. 3 Účastníci přípravy Strategie rozvoje kultury a kreativních odvětví města Zlína na období 2023–2028

Realizační tým přípravy Strategie na MMZ

Č.	Jméno	Příjmení	Pozice	Odbor, oddělení Magistrátu města Zlína
1	Jitka	Černínová	Alternativa - detašované pracoviště MMZ	Odbor kultury a památkové péče
2	Radana	Dundálková	vedoucí odboru	Odbor sociálních věcí
3	Martin	Dvořák	koordinátor projektů ITI	statutární město Zlín – oddělení koordinace projektů
4	Martin	Habuda	vedoucí oddělení	oddělení koordinace projektů
5	Ondřej	Hobza	informatik GIS	Odbor informatiky
6	Jana	Holcová	vedoucí odboru	Odbor ekonomický
7	Kamila	Kasanová	architekt	Kancelář architekta města Zlín, p. o.
8	Petra	Krajčová	referent kultury	Odbor kultury a památkové péče
9	Tomáš	Langer	územně analytické podklady	oddělení prostorového plánování
10	Dana	Macourková	vedoucí Památníku Tomáše Bati	Odbor kultury a památkové péče
11	Zdeněk	Málek	ekonom	Odbor kultury a památkové péče
13	Soňa	Moravcová	referent – komunitní plánování	Odbor sociálních věcí
14	Eva	Ryndová	vedoucí odboru	Odbor kultury a památkové péče
15	Josef	Rusek	specialista strategického plánování a analýz ITI	oddělení koordinace projektů
16	Milan	Smola	vedoucí odboru	Odbor školství a sportu
17	Jana	Sekaninová	metodik	Odbor ekonomický
18	Ivo	Tuček	vedoucí oddělení	oddělení prostorového plánování

Členové pracovní skupiny přípravy Strategie

Č.	Jméno	Příjmení	Pozice	Organizace
1	Pavel	Stojar	náměstek primátora – neuvolněný člen RMZ do 30.09.2022	statutární město Zlín
2	Martina	Hladíková		statutární město Zlín
3	Petr	Babinec	kreativní producent	Kouzelná animace, s.r.o.
4	Pavel	Bednář	ředitel Ústavu regionálního rozvoje	Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně, Fakulta managementu a ekonomiky
5	Mária	Fekar	vedoucí oddělení kultury	krajského úřadu Zlínského kraje
6	Martin	Gazda	jednatel	IS Produkce s.r.o.
7	Magdaléna	Hladká	ředitelka	Nadační fond Zikmundova vila
8	Petr	Horák	správce depozitáře	Krajská galerie výtvarného umění ve Zlíně, p. o.
9	Filip	Husák		Bamboo klub Zlín
10	Martin	Juřík		ArtZlín z.s.
11	Jan	Kaňka	ředitel	Krajská knihovna Františka Bartoše ve Zlíně, p. o.
13	Josef	Kocourek	děkan	Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně, Fakulta multimediálních komunikací
14	Jana	Kubáčová	ředitelka	Živý Zlín – kulturní a kreativní centrum
15	Libor	Mikl	jednatel	ZUŠ Morava, SDOM Zlín
16	Petr	Michálek / Pelková	ředitel do 30. 6. 2022	Městské divadlo Zlín
17	Josef	Morávek	ředitel MD Zlín od 1. 7. 2022 do 21. 12. 2022	Městské divadlo Zlín
18	Hana	Mrázková	ředitelka	Divadlo Scéna, o.p.s.
19	Jindřich	Nový	ředitel	Kancelář architekta města Zlín, p. o.

20	Dušan	Sviečka	viceprezident	Zlínský kreativní klastr, z. s.
21	Lucie	Šmardová	2. místopředseda	aArchitektura spolek
22	Jan	Tomšů	dramaturgie, hudba, technická produkce	spolek Zlínský zvěřinec
23	Lenka	Tutschová	jednatelka	Společnost KT, z. s.
24	Lukáš	Trčka	jednatel	Technologické inovační centrum s.r.o.
25	Lucie	Uhlíková	umělecká vedoucí	Valašský soubor Kašava
26	Čestmír	Vančura / Pášmová	zastupitel, společník	FILMFEST, s.r.o.
27	Markéta	Pášmová / zástupce za Vančuru	umělecká ředitelka	FILMFEST, s.r.o.
28	Michal	Žáček	jednatel	Agentura Velryba s.r.o.

Účastníci setkání konzultační platformy k přípravě Strategie

Č.	Jméno	Příjmení	Pozice	Organizace
1	Jitka	Andrysová		Post Bellum, z. ú.
2	Tereza	Bařinková		Společnost KT, z. s.
3	Jan	Beránek		Pěvecký sbor Cantica laetitia
4	Ivan	Bergmann		Krajská galerie výtvarného umění ve Zlíně
5	Zuzana	Bílá	referent propagace Památníku Tomáše Bati	Odbor kultury a památkové péče MMZ
6	Rút	Bízková		ISFOR
7	Michal	Brožík		NEZASTUPUJE ŽÁDNOU ORGANIZACI
8	Ivo	Chytil		NEZASTUPUJE ŽÁDNOU ORGANIZACI
9	Filip	Deák		NEZASTUPUJE ŽÁDNOU ORGANIZACI

10	Ivan	Dřínovský	ředitel	Základní umělecká škola Zlín – Malenovice
11	Irena	Drofová		člen kulturní komise Rady města Zlína
12	Anežka	Gavendová	komunikace a vnější vztahy	Živý Zlín
13	Dominik	Gerža	prezident spolku	Studentská unie UTB, z.s.
14	Evžen	Gogela	scénárista	NEZASTUPUJE ŽÁDNOU ORGANIZACI
15	Romana	Habartová	vedoucí odboru kultury a PP	Zlínský kraj
16	Dagmar	Hanačíková		Filharmonie Bohuslava Martinů, o.p.s.
17	Martina	Hniličková	ředitelka	Základní umělecká škola Zlín
18	Ondřej	Hobza		CM Paléska
19	Jitka	Honsová		UPPER, Centrum kreativních průmyslů a podnikání
20	Pavel	Hrubec	ředitel	Muzeum jihovýchodní Moravy ve Zlíně, p. o.
21	Barbora	Hubáčková		Živel
22	Radomír	Hudec	místopředseda spolku	Hudební sdružení Zlín, z.s.
23	Libor	Jandík		NEZASTUPUJE ŽÁDNOU ORGANIZACI
24	Jana	Janíková		Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně, Fakulta multimediálních komunikací
25	Roman	Januška		NEZASTUPUJE ŽÁDNOU ORGANIZACI
26	Petr	Jordán		statutární město Zlín – Kongresové centrum Zlín
27	Přemysl	Jurák		CM Paléska z.s.
28	Andrea	Kadlčíková	kancléř	Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
29	Antonín	Kafka	pořadatel akce TATA PRIDE	NEZASTUPUJE ŽÁDNOU ORGANIZACI
30	Kamila	Kasanová	architekt	Kancelář architekta města Zlín, p. o.

31	Daniel	Konczynna		BeePartner, a.s.
32	Zdeněk	Kovalčík		Církev československá husitská Zlín
33	Blanka	Kovandová		Malá scéna
34	Petra	Kubíková	ředitelka organizace	14 15 Baťův institut, p. o.
35	Leoš	Lang	organizátor výstav v Galerii Optika Zlín GOOZ	NEZASTUPUJE ŽÁDNOU ORGANIZACI
36	Silvie	Lečíková	obchodní oddělení, styk s veřejností	Muzeum jihovýchodní Moravy ve Zlíně, p. o.
37	Kvido	Lotrek		Volné divadlo
38	Jana	Lukášová		CANTICUM CAMERALE z.s.
39	Anna	Macháčková	předseda spolku	VONIČKA Zlín z. s.
40	Luděk	Machalíček		Velkokavárna Gulliver
41	Dana	Macourková	vedoucí Památníku Tomáše Bati	Odbor kultury a památkové péče MMZ
42	Jiří	Madzia		NEZASTUPUJE ŽÁDNOU ORGANIZACI
43	Anna	Maháčková		Vonička Zlín z. s.
44	Eva	Manišová	vedoucí oddělení	Odbor tiskový a cestovního ruchu
45	Dagmar	Marušáková	vedoucí Útvaru služeb veřejnosti	Krajská knihovna Františka Bartoše ve Zlíně, p. o.
46	Šárka	Michalíková		Krajská galerie výtvarného umění ve Zlíně
47	Veronika	Mikošková		NEZASTUPUJE ŽÁDNOU ORGANIZACI
48	Václav	Mílek	ředitel	Krajská galerie výtvarného umění ve Zlíně
49	Ladislav	Mlčák		Technologická agentura ČR
50	Ludmila	Mušinská		NEZASTUPUJE ŽÁDNOU ORGANIZACI
51	Josef	Němý	ředitel	Filharmonie Bohuslava Martinů, o.p.s.

52	Václav	Ondroušek		NEZASTUPUJE ŽÁDNOU ORGANIZACI
53	Vladimír	Pařízek		NEZASTUPUJE ŽÁDNOU ORGANIZACI
54	Markéta	Pášmová	umělecká ředitelka	FILMFEST, s.r.o.
55	Jana	Pastyříková	manažer destinace Zlínsko a Luhačovicko	Zlínsko a Luhačovicko
56	Irena	Pelková	ekonomická šéfka	Městské divadlo Zlín
57	Magda	Pospíšilová	výkonná asistentka ředitelky	Živý Zlín
58	Karel	Procházka		Elektrica Musica z. s.
59	Zdeněk	Řihák		Pohostinství Lhotka
60	Jakub	Rochovanský		NEZASTUPUJE ŽÁDNOU ORGANIZACI
61	Eva Miranda	Rubianes		Živel
62	Monika	Schmidtmeyerová		BeePartner, a.s.
63	Jakub	Severin		
64	Vojtěch	Skácel	organizátor výstav – GAG Galerie Garáž	MgA. Vojtěch Skácel
65	Stanislav	Škubal		VONIČKA Zlín, z. s., VONICA
66	Sofie	Šmídová		Městské divadlo Zlín
67	Ivan	Šoukal		Hudební sdružení Zlín, z.s.
68	Marcela	Sousedíková		Orel jednota Zlín
69	Jarmila	Štěpaníková	vedoucí ekonomického oddělení	Krajská knihovna Františka Bartoše ve Zlíně, p. o.
70	Vilma	Štěpánová		Divadelní spolek Studio T, z.s.
71	Eva	Šuránková		Fakulta multimediálních komunikací
72	Jana	Svoboda		Jackie Pro s.r.o.

73	Marie	Švrčková		NEZASTUPUJE ŽÁDNOU ORGANIZACI
74	Lenka	Sýkorová	předseda spolku	Divadelní spolek studio T, z.s.
75	Vendula	Tomšů		Spolek Zlínský zvěřinec
76	Marie	Vaněčková		Taneční centrum Orianadance, Zlín z. s.
77	Alena	Vaničková		Vonička Zlín, z.s.
78	Richard	Velísek		NEZASTUPUJE ŽÁDNOU ORGANIZACI
79	Ivana	Velísková		NEZASTUPUJE ŽÁDNOU ORGANIZACI
80	Petr	Vítek		organizátor akce Evropský svátek hudby
81	Petr	Vrba	architekt	Kancelář architekta města Zlín, p. o.
82	Michaela	Vrbová		Divadlo z truhlice
83	Michal	Vyoral	organizátor akce Neuronight Chlum	NEZASTUPUJE ŽÁDNOU ORGANIZACI
84	Jarmila	Záhorová	výkonná ředitelka	FILMFEST, s.r.o.

Příloha č. 4 Vazba na strategické dokumenty městské, krajské a národní úrovně

Přehled analyzovaných dokumentů

Státní úroveň	<ul style="list-style-type: none">• Strategický rámec Česká republika 2030• Státní kulturní politika 2021–2025+• Strategie regionálního rozvoje ČR 2021+• Strategie rozvoje a podpory kulturních a kreativních průmyslů (2020–2030) a Národní plán obnovy• Strategie rozvoje cestovního ruchu ČR 2021–2030• Strategie rozvoje vzdělávací politiky ČR do roku 2030+• Národní RIS3 strategie 2021–2027• Koncepce rozvoje knihoven v České republice na léta 2021–2027• Strategie reformy psychiatrické péče
Krajská úroveň	<ul style="list-style-type: none">• Strategie rozvoje Zlínského kraje 2030• Regionální inovační strategie Zlínského kraje (aktualizace 2020)• Koncepce rozvoje cestovního ruchu Zlínského kraje na období 2020–2030• Koncepce rozvoje místní kultury ve Zlínském kraji na léta 2014–2024• Koncepce rozvoje organizací Zlínského kraje v oblasti kultury pro období let 2015–2024• Koncepce účinnější podpory památkové péče ve Zlínském kraji• Koncepce účinnější péče o tradiční rukodělnou výrobu ve Zlínském kraji na léta 2018–2025• Chytrý kraj – Strategie rozvoje chytrého regionu Zlínského kraje 2030
Městská úroveň	<ul style="list-style-type: none">• Strategie rozvoje statutárního města Zlína do roku 2030 – ZLÍN 2030• Koncepce rozvoje školství statutárního města Zlína na období let 2021–2027• Informační strategie statutárního města Zlína na období let 2019–2024• Střednědobý plán sociálních služeb na Zlínsku na období let 2020–2024• Integrovaná územní strategie Zlínské aglomerace pro období 2021–2027• Plán udržitelné mobility města Zlín do roku 2035• Strategický plán pro regeneraci městské památkové zóny Zlín na období 2021–2025• Strategický rámec Místního akčního plánu rozvoje vzdělávání v ORP Zlín (verze 05. 2022)

Zdroj: vlastní zpracování

Úroveň	Hlavní problémy	Dílčí cíle	Opatření
Národní	<p>Nejasné vymezení oblasti KKO a absence její podpory na státní úrovni</p> <p>Fragmentace aktérů působících v těchto odvětvích či absence institucionálního zázemí podpory</p> <p>Nedostatečný sběr a analýza dat či podpora podnikání v oblasti KKO</p>	<ul style="list-style-type: none"> Vnímat kulturu jako mezisektorovou oblast Vyšší veřejné investice podporují klíčové funkce kultury a rovný přístup ke kultuře a kreativité Rozvíjet potenciál pozitivní role kultury v rozvoji aglomerací KKP jako příležitost pro rozvoj ekonomiky a akcelerace socioekonomického rozvoje ČR Cestovní ruch jako nástroj podpory regionálního rozvoje Knihovny jako klíčový hráč v rozvoji kulturně-komunitní infrastruktury měst 	<ul style="list-style-type: none"> Stát metodicky vede další aktéry státní správy a samosprávy Podpora vzniku kvalitních kulturních politik velkých měst Rozvoj strategického plánování na bázi funkčních regionů Restart cestovního ruchu po pandemii covid-19 a udržení a rozvoj inovativní a kvalitní nabídky CR respektující potřeby místních Podpora vzniku kreativních klastrů a uměleckých center Zvýšení objemu veřejných financí -> dlouhodobé finanční plánování kulturních organizací Kooperativní financování kultury (systémové propojení státu, krajů a měst v rámci financování kultury) Udržitelný rozvoj kulturní infrastruktury v regionech
Krajská	<p>Nedostatek vysoce kvalifikovaných osob pro VaVal a kreativní základnu regionu</p> <p>Stagnující návštěvnost kraje</p> <p>Nedostatečná úroveň spolupráce, komunikace a koordinace aktivit mezi jednotlivými aktéry cestovního ruchu</p> <p>Úbytek lidových tvůrců v regionu</p>	<ul style="list-style-type: none"> Zajistit ochranu a rozvoj kulturního dědictví v regionu. Přispívat k posilování role kulturních institucí v regionu. Vzdělaný, inteligentní a kreativní region (SMART). Podpora podnikání a rozvoje v odvětví cestovního ruchu. Zkvalitnění destinačního managementu a marketingu. Organizace zřizované krajem aktivně přispívají ke zvyšování atraktivity regionu pro obyvatele i návštěvníky. Podpora života v kulturních památkách. 	<ul style="list-style-type: none"> Péče o nemovité a movité kulturní památky a nehmotné kulturní dědictví. Aktivní propagace a ekonomické využití kulturního dědictví. Posílení spolupráce klíčových hráčů v kultuře a propojování kultury a vzdělávání. Zajištění propagace a mezinárodní spolupráce kulturních institucí. Podpora zpřístupňování turistických cílů a usnadňování mobility návštěvníků v kraji. Vytváření podmínek pro rozvoj systému destinačního managementu na území kraje. Zkvalitnění sběru a využívání dat a informací o cestovním ruchu. Zvýšení finanční soběstačnosti organizací.

	<ul style="list-style-type: none"> • Zachovat dovednosti, technologické znalosti a z nich vzniklé produkty tradiční rukodělné výroby. • Podpora infrastruktury pro rozvoj kultury využívající SMART nástroje sloužící místním i návštěvníkům. • Rozvoj komunitních center s využitím SMART řešení. 	<ul style="list-style-type: none"> • Podpořit spolupráci designérů a tvůrců v oblasti tradiční rukodělné výroby. • Zvýšit zájem mladé generace o technologie tradiční rukodělné výroby. • Zvýšit informovanost o tradiční lidové kultuře. • Podporovat SMART řešení v kulturních, paměťových a vzdělávacích institucích jako nezbytné podmínky atraktivity regionu a příležitosti pro všechny obyvatele. • Vytvořit systém podpory komunitních center a místních knihoven zabývajících se mezigenerační spoluprací a využíváním SMART řešení pro seniory.
<p>Městská Nedostatek pravidelných kulturních aktivit v letní sezóně</p> <p>Chybějící platné strategické dokumenty pro oblast rozvoje kultury, sportu a volnočasových aktivit na území města</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Koncepční rozvoj oblasti kultury a dalších volnočasových aktivit. • Rozvoj podnikání v oblasti KKO. • Zachování či rozvoj úrovně i množství atrakcí města. • Podpora spolupráce aktérů volnočasových aktivit a spolkové činnosti. • Podpora kulturní nabídky pro školy. • Rozvoj kulturního povědomí žáků. • Zajistit udržitelný rozvoj kultury a cestovního ruchu ve Zlínské aglomeraci. • Revitalizace veřejných prostranství vytváří prostor a příležitosti pro kulturní, společenské a sousedské aktivity. • Zvyšovat status památkové ochrany vybraných památek a zvyšovat kvalitu péče o baťovskou architekturu. • Zpřístupňovat významné památky baťovské architektury. 	<ul style="list-style-type: none"> • Realizace kulturní strategie města včetně provázanosti na dotační tituly. • Aktivní zapojení kreativních průmyslů do realizace kulturní strategie. • Zmapování kulturní infrastruktury. • Aktualizace pravidel financování prostřednictvím kulturního fondu. • Spolupráce s UTB na projektech ovlivňujících kulturní život ve městě. • Zpětná vazba od návštěvníků a realizátorů kulturních aktivit ve městě. • Podpora organizování volnočasových aktivit a zájmových činností. • Podpora společenské a propagační formy volnočasových aktivit obyvatel. • Podporovat a rozvíjet činnost a vzájemnou spolupráci zařízení pro zájmové vzdělávání a volnočasové aktivity, zachování nabídky ZUŠ a jejich spolupráce se ZŠ a MŠ. • Zkvalitnění prezentace kulturních aktivit na portálu města. • Podporovat rozvoj a spolupráci s organizacemi působícími v oblasti rozvoje kreativity a umění. • Aktualizace informací o bezbariérovosti veřejných budov včetně kulturních zařízení.

-
- Oprava a údržba kulturních/hmotných památek a navazující infrastruktury.
 - Vytváření kvalitního zázemí pro trávení volného času návštěvníků a občanů.
 - Program dočasného částečného nebo úplného uzavření prostoru vybraných ulic pro bezpečné společenské, kulturní a komunitní akce, které podporují místní aktivity a podnikání.
 - Památník Tomáše Bati a 21. budova prohlášeny národní kulturní památkou (NKP), rozvíjení „rozptýlené expozice“ baťovské architektury, urbanismu a kultury.
-

Zdroj: vlastní zpracování

Příloha č. 5 Seznam použitých zkratk

FAME UTB	Fakulta managementu a ekonomiky Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně
FMK UTB	Fakulta multimediálních studií Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně
KAM	Kancelář architekta města Zlína
KKO	Kulturně-kreativní odvětví
MDZ	Městské divadlo Zlín
MK	Ministerstvo kultury
MMR	Ministerstvo pro místní rozvoj
MMZ	Magistrát města Zlín
MŠMT	Ministerstvo školství, mládeže a tělovýchovy
SMZ	statutární město Zlín
TIC	Technologické inovační centrum Zlín
UTB	Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
VP	veřejný prostor
ZKK	Zlínský kreativní klastr
ZUŠ	základní umělecká škola
ŽZ	Živý Zlín



Umění
plánovat.
Společně.