



Strategie rozvoje kultury a kreativních průmyslů města Olomouce na období 2022–2027: návrhová část



Strategie rozvoje kultury a kreativních průmyslů města Olomouce na období 2022–2027: návrhová část

Objednatel:
statutární město Olomouc
Horní náměstí 583
779 11 Olomouc

Zpracovatel:
ONplan lab, s. r. o.
Karmelitská 18/379
118 01 Praha 1 – Malá strana

1 Úvod

Strategie rozvoje kultury a kreativních průmyslů města Olomouce na léta 2022–2027 popisuje řešení rozvojových aktivit v oblasti umění, kultury a kulturních a kreativních průmyslů města Olomouce (strategie). Strategie je nástrojem koordinace rozvoje dané oblasti ve městě, není pouze strategií Magistrátu města Olomouc, ale představuje společnou platformu pro dohodu a spolupráci aktérů na úrovni města Olomouc, Olomouckého kraje, organizací zřizovaných Ministerstvem kultury, akademickým sektorem, organizací občanské společnosti, soukromého sektoru i aktivních jednotlivců.

Strategie je připravována v souladu se současnými národními i evropskými trendy, neomezuje se na úzké pojetí kultury jako umění. Zabývá se na jedné straně rozvojem podmínek pro aktéry kulturních a kreativních odvětví (KKO), kteří ve městě připravují kulturní program pro veřejnost a podnikají, na straně druhé rozvojem fyzického prostředí města, jeho značky, kvality života i aktivizace komunit „skrze“ kulturu a komunitní rozvoj.

Strategie sestává ze třech částí: analýzy, návrhu včetně implementace a akčního plánu. Rozsah analýzy zahrnuje nejen činnost magistrátu města a zřizovaných kulturních organizací, ale popisuje obraz kulturního prostředí a strategického uvažování o kultuře a kulturních a kreativních odvětvích ve městě jako celku. Analýza kulturního prostředí ve městě byla připravena v těchto tematických okruzích:

- strategické uvažování o kultuře v kontextu národních, krajských a městských koncepčních dokumentů;
- financování kultury ve městě z veřejných zdrojů v porovnání se srovnatelnými krajskými městy;
- závěry z mapování kulturních a kreativních odvětví v Olomouci Univerzitou Palackého,
- dynamika kulturního kalendáře města a klíčové akce a aktivity, které tvoří páteř kulturního programu ve městě;
- dostupnost kultury pro různé cílové skupiny a prostorová dostupnost infrastruktury ve vztahu k hustotě osídlení lokalit města;
- kulturní a komunitní infrastruktura v kontextu rozvoje území;
- kulturní identita a značka města v porovnání s krajskými metropolemi v ČR.

Analýza pracovala s kvantitativními i kvalitativními daty. Byla vyhodnocena dostupná data a zároveň byl proveden sběr dat nových. Tak byla vytvořena zejména datová základna pro sledování akcí opakovaného kulturního kalendáře, vyhodnocování rozvoje kulturně-komunitní infrastruktury, vnitřních zařízení i veřejných prostranství pro kulturu ve vztahu k rozvoji území a další. Díky dlouhodobé aktivní roli Univerzity Palackého při mapování a rozvoji kulturních a kreativních odvětví v Olomouci mohla analýza čerpat z popisu a potřeb jednotlivých odvětví a využít klíčové závěry.

Sběr dat jde naproti evropskému i národnímu trendu, který města a regiony podněcuje vytvářet datově podložené znalosti o aktérech kulturních a kreativních odvětví. Jde také ruku v ruce s přípravou metodické i finanční podpory na půdorysu Strategie kulturních a kreativních odvětví České republiky i Národního plánu obnovy pro rozvoj KKO jako součásti místní ekonomiky.

V rámci analytického procesu byla provedena celkem čtyři šetření mapování potřeb a hodnocení kulturního prostředí ve městě. Šetření potřeb klíčových hráčů a jejich hodnocení dostupnosti kultury, dále hodnocení dostupnosti kultury v lokalitách města komisemi městských

částí i aktéry kulturních a kreativních odvětví ve spolupráci s platformou Kreativní Olomouc, která poskytla adresáře aktérů kulturních a kreativních odvětví. Proběhlo také hodnocení kulturní nabídky ve městě očima studentů ve spolupráci Univerzitou Palackého.

Východiskem pro návrhovou část strategie je definice hlavních rozvojových hodnot a problémů města. Ty byly formulovány na následujícím tematickém půdorysu: strategické řízení a financování, dostupnost nabídky pro cílové skupiny, kulturní a komunitní infrastruktura a obraz města, kulturní značka, identita a propagace města. Byly identifikovány příčiny rozvojových problémů. Východiskem pro návrh byly identifikované trendy.

Na základě definovaných analytických východisek byla zpracována návrhová část strategie, a to včetně implementace a akčního plánu. Návrh předkládá vizi, formuluje pilíře rozvoje, cíle a dále jejich indikátory a opatření i podněty pro aktivity. Opatření představují soubor aktivit vztahujících se k určitému tématu, formulují způsoby naplňování vize ve střednědobém období. Měřitelné indikátory pomáhají lépe definovat jednotlivé cíle.

Na přípravu návrhové části navazuje zpracování akčního plánu, který podrobně specifikuje způsob naplňování programových cílů, opatření a rozvojových aktivit strategie na nejbližší období. Konkretizuje rozvojové aktivity do podoby dílčích kroků vedoucích k jejich realizaci. V akčním plánu je stanovena odpovědnost za každou aktivitu, aby bylo zřejmé, kdo za její realizaci odpovídá. Strategie má stanovena implementační pravidla, která byla projednána s experty Odboru strategie a řízení Magistrátu města Olomouc, aby byla v souladu s představami o způsobu řízení realizace strategických dokumentů města.

Analytická část vznikla ve spolupráci s pracovní skupinou, jejíž činnosti se účastnili zástupci politické reprezentace odpovědní za oblast kultury na úrovni rady města i kraje, členové kulturní komise Rady města Olomouce, experti Odboru cestovního ruchu, kultury a sportu, experti Útvaru hlavního architekta a Odboru stavebního a zástupci kulturní obce ze zřizovaných a i dalších organizací, akademického sektoru i občanské společnosti.

Analytická i návrhová část byla konzultována se zástupci politické reprezentace i vedoucími pracovníky odborů Magistrátu města Olomouc, jejichž spolupráce je pro naplňování strategie klíčová, individuálně pak s náměstkyní primátora města, vedoucí Odboru cestovního ruchu, kultury a sportu a manažerem strategie.

Pracovní skupina:

- **Markéta Záleská**, náměstkyně primátora
- **Robert Runták**, předseda kulturní komise Rady města Olomouc
- **Petr Bilík**, Univerzita Palackého v Olomouci, člen kulturní komise Rady města Olomouc
- **Magdaléna Petráková**, kulturní manažerka a koordinátorka platformy Kreativní Olomouc, členka kulturní komise Rady města Olomouc
- **Jan Žůrek**, člen Rady Olomouckého kraje pro oblast kultury, člen kulturní komise Rady města Olomouc
- **David Gerneš**, Moravské divadlo Olomouc
- **Jonáš Harman**, Moravská filharmonie Olomouc
- **David Sychra**, oddělení kultury, Krajský úřad Olomouckého kraje
- **Petra Šobánková**, Univerzita Palackého v Olomouci
- **Petra Němečková**, Divadlo Tramtárie
- **Jana Šubová**, Olomoucká vinná společnost
- **Miroslav Schubert**, Galerie Caesar
- **Filip T. Krejčí**, hudebník

Za realizační tým:

- **Karin Vykydalová**, Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu MMOI
- **Radim Schubert**, oddělení kultury, Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu MMOI
- **Iveta Krausová**, oddělení kultury, Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu MMOI
- **Lucie Bartovská**, oddělení cestovního ruchu, Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu MMOI

Jednání pracovní skupiny ve fázi analýzy bylo ovlivněno společenskou situací a omezenými možnostmi setkávání způsobenými pandemií covid-19. Setkávání probíhalo formou moderovaných online konzultací, na kterých byli členové pracovní skupiny informováni o jednotlivých krocích procesu tvorby strategie. Dále měli možnost podávat své návrhy a komentovat připravené materiály, které jim byly poskytnuty v písemné podobě, jejich zpětná vazba byla poté zapracována.

Hlavním nástrojem pro přímé zapojení kulturních aktérů byla otevřená konzultační skupina, její práce se účastnili také členové pracovní skupiny. Do přípravy analytické a návrhové části tak byli zapojeni aktéři ze zřízovaných organizací města, Olomouckého kraje i Ministerstva kultury, akademického sektoru, další kulturní scény i podnikatelského sektoru v kulturních a kreativních odvětvích v Olomouci a organizací působících ve vzdělávání.

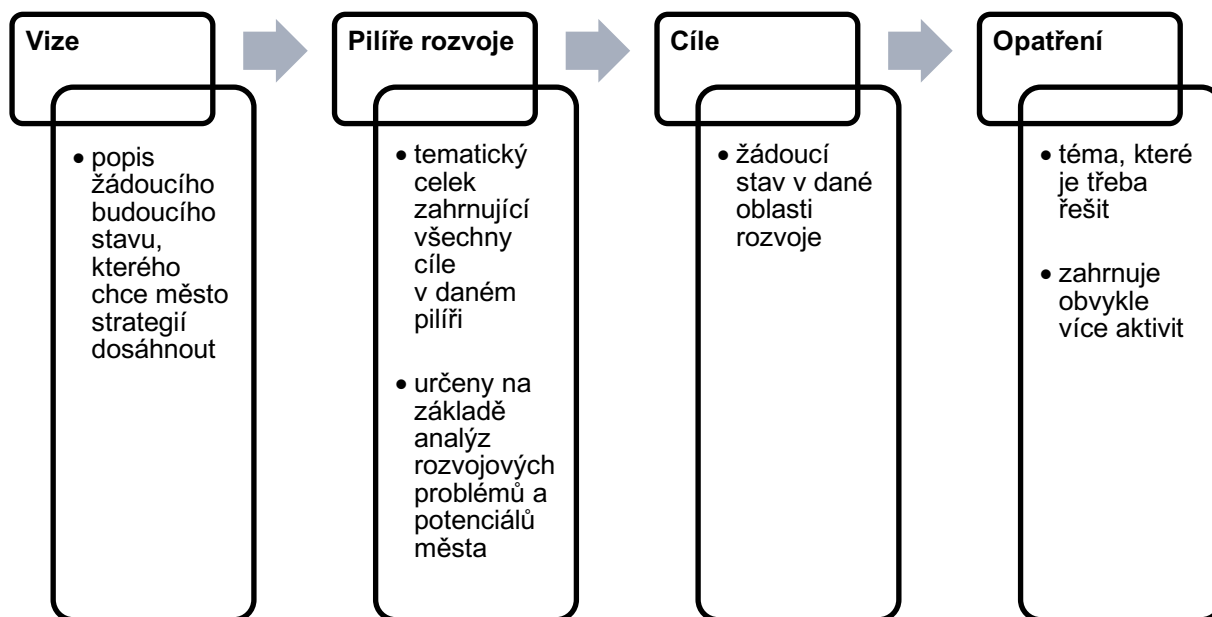
V rámci otevřené konzultační skupiny měla kulturní obec města možnost elektronicky komentovat analytickou část a celkem 4krát se setkat k formulování návrhové části na workshopech. Na závěr proběhlo veřejné projednání strategie dle standardů zapojování veřejnosti Magistrátu města Olomouce.

Kulturní aktéři města Olomouce byli zapojeni do přípravy analýzy i návrhu následujícími způsoby, limitovanými možnostmi fyzického setkávání v souvislosti s pandemií covid-19:

termín	aktivita	cílová skupina
jaro 2021	dotazníkové šetření – mapování potřeb klíčových hráčů	klíčoví hráči v oblasti kulturně-komunitního rozvoje
jaro 2021	dotazníkové šetření – hodnocení kulturně-komunitní vybavenosti lokalit	komise městských částí
jaro 2021	dotazníkové šetření – hodnocení kulturně-komunitní vybavenosti lokalit	aktéři umění, kultury a kulturních a kreativních odvětví
jaro 2021	dotazníkové šetření – hodnocení spokojenosti s kulturní nabídkou v Olomouci	studenti Univerzity Palackého v Olomouci
květen 2021	online zpětná vazba k analýze kulturního prostředí	konzultační skupina – široké spektrum aktérů kulturních a kreativních odvětví
červen 2021	analytický workshop – SWOT analýza	konzultační skupina – aktéři KKO
červen 2021	analytický workshop – Rozbor příčin problémů	konzultační skupina – široké spektrum aktérů kulturních a kreativních odvětví
červen 2021	workshop k návrhu vize, cílů a cílů	konzultační skupina – široké spektrum aktérů kulturních a kreativních odvětví
září 2021	workshop k návrhu opatření a aktivit	konzultační skupina – široké spektrum aktérů kulturních a kreativních odvětví
listopad 2021	veřejné projednání návrhu	veřejnost města Olomouce
listopad 2021	online konzultace návrhu	veřejnost města Olomouce

Struktura návrhové části

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



2 Vize rozvoje

2.1 Co je vize rozvoje

Strategická vize popisuje žádoucí budoucí stav města v oblasti kultury a kulturních a kreativních průmyslů ve městě a jeho další směřování. Vize byla připravena na základě diskuze s experty Magistrátu města Olomouce, experty ze zřizovaných kulturních i vzdělávacích organizací města Olomouce, Olomouckého kraje i Ministerstva kultury, zástupci Univerzity Palackého i organizacemi občanské společnosti. Tato vize je dále rozpracována do pilířů rozvoje, ke kterým se vztahují cíle a opatření.

2.2 Vize rozvoje kultury a kreativních průmyslů v Olomouci

Olomouc jde vstříct rozvoji trendů na vlně energie mladých podnikavců v kulturních a kreativních odvětvích, kteří mají pro svoji činnost potřebné zázemí služeb i fyzických prostorů.

V centru města se prezentují počiny současného umění, které chytře „provokují“ světové kulturní dědictví, odvážné i citlivé kombinace starého a nového v oblasti architektury a designu rezonují na mezinárodní scéně.

Dynamická nabídka kulturního programu, extravagantní gastroscéna a atmosféra první muzejní čtvrti v České republice poutá pozornost kulturních turistů mířících do střední Evropy.

Obyvatelé v lokalitách města se mají kde setkávat a jejich iniciativa a zájem o rozvoj komunitního života v nejbližším okolí je znát nejen v centru a bývalých obcích, ale i na sídlištích.

Kulturní organizace systematicky posilují nejen svou střeoevropskou prestiž, ale cíleně rozvíjejí dostupný program pro všechny cílové skupiny ve spolupráci s širokou škálou aktérů.

Ve městě se daří propojovat komunikaci aktérů kulturních a kreativních odvětví a byznysu, soukromý sektor spolupracuje na financování rozvoje kultury a kulturně-komunitního života.

3 Oblasti rozvoje – stručný přehled

3.1 Popis oblastí rozvoje

Následující popis jednotlivých pilířů rozvoje kultury a kreativních průmyslů v Olomouci shrnuje návrhovou část strategie a cíle, kterých chce město Olomouc strategií do roku 2027 dosáhnout. Oblasti rozvoje byly stanoveny na základě analýzy a popisu hlavních rozvojových problémů a potenciálů města v oblasti kultury a kreativních průmyslů. Každá oblast zahrnuje ta opatření, jejichž naplnění má přispět k dosažení vytyčené vize.

Pilíř rozvoje 1 EVROPSKÁ IMAGE	<p>Město bude sledovat evropské trendy v rozvoji městského marketingu pomocí kulturních a kreativních odvětví a trendy v oblasti rozvoje místně ukotvené kreativní ekonomiky. Olomouc bude stavět propagaci svojí značky na propojení starého a nového, významně posílí propagaci živého dění vedle přirozené a silné propagace kulturního dědictví spojené se světovým dědictvím UNESCO. Bude zároveň podporovat internacionalizaci kulturních počinů, které vznikají v Olomouci a podpoří rozvoj rezidenčních programů. Město bude ve spolupráci s Olomouckým krajem, respektive jeho inovačním centrem, aktivní při vybudování olomouckého kreativního klastru a dalších nástrojů rozvoje podnikání v oblasti kulturních a kreativních odvětví. Rozvoj kvalitní architektury a urbanismu ve městě bude chápat v souladu s evropskými trendy udržitelného rozvoje městského prostředí. Do rozvoje bude zapojovat aktéry kulturních a kreativních odvětví i obyvatele. Posílí kapacity expertů města v oblasti architektury a urbanismu.</p>
Pilíř rozvoje 2 KOMUNITNÍ PODHOUBÍ	<p>V Olomouci bude v návaznosti na rozmanitý program, který nabízí široká škála aktérů, i znalostní základnu Univerzity Palackého podporováno systematické mapování potřeb a dostupnosti kultury pro různé cílové skupiny s ohledem na sociální, ekonomické a kulturní vyloučení. Pozornost a podpora budou věnovány novým trendům rozvoje publika (tj. audience development) a novým formám kulturního marketingu.</p> <p>Město připraví nástroje rozvoje kulturních komunitních aktivit v lokalitách. Úsilí bude věnováno zlepšení dostupnosti veřejného prostoru pro konání kulturních a komunitních aktivit. Možnosti využití finančních (dotační programy) i nefinančních (zápůjčky vybavení) nástrojů, budou dobře komunikovány směrem k profesionálním kulturním aktérům i neformálním komunitním iniciativám. Do spolupráce budou zapojeny komise městských částí. Město se bude koncepčně zabývat také rozvojem vnitřní kulturně-komunitní infrastruktury v lokalitách, zejména tam, kde je hodnocena jako deficitní ve vztahu k počtu obyvatel.</p>
Pilíř rozvoje 3 DOSTUPNÉ ZDROJE	<p>Na Magistrátu města Olomouce budou posíleny kapacity pro rozvoj kulturního prostředí a podmínek pro kulturní a kreativní odvětví. Důraz bude kladen na strategický rozvoj, evaluaci i vytváření finančních nástrojů, které umožní dlouhodobé strategické plánování organizací zřizovaných veřejnou správou i nezřizovaných organizací.</p> <p>Město bude hrát aktivní roli koordinátora rozvoje kulturní infrastruktury ve spolupráci s krajskými i státními institucemi, Univerzitou Palackého i soukromým sektorem. Bude provedena pasportizace kulturní infrastruktury a připraven plán investic na dalších deset let. Olomouc se aktivně přihlásí k trendům dočasného využívání veřejného majetku aktéry kulturních a kreativních odvětví, budou připraveny adekvátní nástroje pro jeho oživení.</p> <p>Ve veřejném prostoru budou systematicky rozvíjeny technické podmínky pro konání kulturních akcí, připravena bude také vize a podmínky rozvoje umění ve veřejném prostoru trvalé fyzické povahy ve spolupráci se širokou škálou partnerů v městě.</p>

3.2 Stručný přehled cílů a opatření

PILÍŘ 1 EVROPSKÁ IMAGE	
Specifické cíle a hlavní indikátory	Opatření
<p>Cíl 1.1 Kulturní počiny vytvořené v Olomouci rezonují ve středoevropském prostoru Hlavní indikátory:</p> <ul style="list-style-type: none"> - nadregionální návštěvnost kulturních organizací, počínů a kulturních památek - ohlas v národním i evropském odborném tisku - účinkování organizací v zahraničí, nadregionální spolupráce 	<p>1.1.1 Systematická propagace kulturního programu a aktivit v Olomouci ve středoevropském regionu</p> <p>1.1.2 Zajištění finančních zdrojů pro podporu internacionalizace kulturních počínů vytvořených v Olomouci</p> <p>1.1.3 Realizace mezinárodních soutěží a setkání v Olomouci, účast a prezentace na evropských fórech</p>
<p>Cíl 1.2 Ve městě je funkčně a inovativně propojená nabídka kulturního dědictví a živé kultury, která je atraktivní pro místní i turisty a specificky pro mladou generaci Hlavní indikátory:</p> <ul style="list-style-type: none"> - počet návštěvníků památek, muzeí, specificky mladých lidí do 26 let - korelace počtu turistů a naplněnost ubytovacích kapacit a realizovaných významných akcí ve městě - počet a úspěšnost kampaní propojujících oblast kulturního dědictví a živé kultury podle počtu oslovených návštěvníků 	<p>1.2.1 Příprava a postupná realizace konceptu muzejní čtvrti po vzoru standardní evropské praxe</p> <p>1.2.2 Vytvoření podmínek pro umělecké aktivity, které propojí kulturní dědictví a živou scénu, s důrazem na mladou generaci tvůrců i publika</p> <p>1.2.3 Realizace marketingových a propagačních produktů, které propojí kulturní dědictví a živou scénu</p> <p>1.2.4 Vytvoření samostatného marketingu pro kulturu a gastronomii v Olomouci nad rámec webu Olomouctourism</p>
<p>Cíl 1.3 Ve městě existuje funkční ekosystém podpory rozvoje kulturních a kreativních odvětví, který příznivě podporuje 'brain gain', na kterém spolupracuje město, kraj, kulturní organizace, univerzita i firmy Hlavní indikátory:</p> <ul style="list-style-type: none"> - počet subjektů podnikajících v KKO, zaměstnanost, obrat a hrubý měsíční příjem - spokojenost firem podnikajících v oblasti KKO s podnikatelským prostředím v Olomouci 	<p>1.3.1 Vytvoření institucionálního zázemí pro rozvoj podnikání v KKO</p> <p>1.3.2 Prověření možností rozvoje nových kreativních oborů s potenciálem pomoci rozvoji pracovního trhu a přilákání firem do Olomouce na UPOI, zvážit smysluplnost rozvoje středních škol v kontextu uplatnitelnosti absolventů na trhu práce</p> <p>1.3.3 Zajištění komunikačních, informačních a prezentačních platforem s národní viditelností</p> <p>1.3.4 Systematické vytváření příležitostí pro zapojení aktérů KKO do rozvoje města</p>
<p>Cíl 1.4 Město má vizi kvalitního architektonického a urbanistického rozvoje Hlavní indikátory:</p> <ul style="list-style-type: none"> - počet architektonických soutěží pořádaných městem - benchmarking počtu soutěží pořádaných městem se srovnatelnými městy 	<p>1.4.1 Posílení činností a kompetencí Útvaru hlavního architekta a spolupráce města s odbornou veřejností v oblasti rozvoje architektury a urbanismu</p> <p>1.4.2 Systematický rozvoj komplexní agendy zapojování veřejnosti do architektonického a urbanistického rozvoje města</p> <p>1.4.3 Budování pozice Olomouce jako středoevropského lídra mezi městy podobné velikosti v oblasti propojování kulturního dědictví a současné architektury</p>

PILÍŘ 2 KOMUNITNÍ PODHOUBÍ	
<p>Cíl 2.1 Ve městě je kvalitní nabídka pro širokou škálu cílových skupin</p> <p>Hlavní indikátor:</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>hodnocení dostupnosti kulturní nabídky pro cílové skupiny</i> 	<p>2.1.1 Systematický výzkum dostupnosti kultury pro různé cílové skupiny a rozvoj publika</p> <p>2.1.2 Příprava a uvedení do praxe koncepce dostupnosti kultury pro všechny</p> <p>2.1.3 Systematická podpora rozvoje programu i podmínek pro vlastní seberealizaci mladé generace</p>
<p>Cíl 2.2 Město žije aktivním kulturně-komunitním životem i mimo centrum města</p> <p>Hlavní indikátor:</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>hodnocení dostupnosti vhodných kulturně-komunitních podmínek v lokalitách</i> 	<p>2.2.1 Příprava a komunikace finančních i nefinančních nástrojů podpory pořádání kulturních a komunitních akcí, které mohou využít kulturní aktéři i angažovaná veřejnost</p> <p>2.2.2 Příprava systematických intervencí do rozvoje kulturně-komunitní infrastruktury lokálních center v kontextu polycentrické vize územního rozvoje</p>
PILÍŘ 3 DOSTUPNÉ ZDROJE	
<p>Cíl 3.1 V Olomouci je příznivé prostředí pro rozvoj kooperativního a vícezdrojového financování kultury a rozvoje kulturních organizací</p> <p>Hlavní indikátory:</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>počet procent neinvestičních výdajů města na kulturu z rozpočtu</i> - <i>absolutní hodnota výše dotací na kulturu a procentní poměr z celkové výše dotací města</i> - <i>výše získaných prostředků na kulturu a KKO z jiných zdrojů (kraj, stát, EU) na úrovni MMOI, zřizovaných i nezřizovaných organizací</i> - <i>význam genia loci a kulturní nabídky pro podnikatele v Olomouci</i> 	<p>3.1.1 Vytvoření dostatečných kapacit MMOI pro podporu kultury a kulturních a kreativních odvětví ve městě a jejich využití při rozvoji města</p> <p>3.1.2 Zajištění smysluplné evaluace činnosti příspěvkových organizací v úzké spolupráci s jejich vedením, aby byla prospěšná pro rozvoj organizací a jejich služeb veřejnosti</p> <p>3.1.3 Realizace finančních i nefinančních nástrojů samosprávy, které podpoří stabilní financování zřizovaných i nezřizovaných organizací, aby mohly dobře plánovat svou činnost</p> <p>3.1.4 Inicivace finančních i nefinančních nástrojů, které umožní zapojení a aktivizaci podnikatelského sektoru i obyvatel</p>
<p>Cíl 3.2 Kulturní a komunitní infrastruktura ve městě podporuje rozvoj rozmanité škály akcí, aktivit i podnikání v KKO adekvátní potřebám aktérů i publika ve 21. století</p> <p>Hlavní indikátor:</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>investiční výdaje města do kultury</i> 	<p>3.2.1 Zajištění koordinovaného rozvoje kulturní infrastruktury v Olomouci zejména mezi veřejnými investory a na základě znalosti potřeb</p> <p>3.2.2 Vytvoření dobrých infrastrukturních podmínek pro konání dočasných kulturních akcí v Olomouci ve veřejném prostoru</p> <p>3.2.3 Příprava strategie, metodiky a podmínek pro umístění a prezentaci dočasných i trvalých děl ve veřejném prostoru jako součást kontextu veřejných i soukromých investic</p> <p>3.2.4 Vytvoření podmínek pro rozvoj nevyužívaných prostorů ve městě za účelem podpory rozvoje kulturních a kreativních odvětví</p>

4 Pilíře rozvoje – rozpracování

4.1 Pilíř rozvoje 1 EVROPSKÁ IMAGE

Související rozvojové problémy a potenciály

Problémy	<p>PR3 Rozvoj organizací města, kraje a státu i akademického sektoru není dostatečně koordinován ve prospěch rozvoje města.</p> <p>PR12 Vizuální kvalita veřejného prostoru není dostatečně rozvíjena.</p> <p>PR13 Plíživá degradace charakteru historicky hodnotných čtvrtí mimo památkovou zónu necitlivými stavebními zásahy.</p> <p>PR15 Nejsou známy a zmapovány potřeby kulturního vyžití teenagerů (13 až 18 let) a není zřejmé, zda ve městě nacházejí dostatek nabídky i příležitostí pro seberealizaci.</p> <p>PR19 Propagační nástroje města pro kulturní aktivity nejsou pro menší organizace ani instituce zcela vyhovující ani zcela efektivní pro veřejnost.</p> <p>PR20 Kulturní akce v Olomouci zejména v určitém období se často překrývají, kulturní akce tak mají nižší návštěvnost.</p> <p>PR21 Prezentace kulturní značky Olomouce je zaměřena zejména na konzervativní publikum, progresivní trendy nejsou součástí kulturní značky města (ačkoliv živá a progresivní kultura je součástí identity města).</p>
Potenciály	<ul style="list-style-type: none">• Vůle samosprávy s aktéry otevřeně komunikovat o jejich potřebách.• Silná základna dobrovolníků - studentů univerzity a její potenciální využití pro spolupráci s kulturními organizacemi.• Do rozvoje infrastruktury pro kulturní a kreativní odvětví investuje soukromý sektor.• Ve městě se začíná aktivně uplatňovat agenda, která povede ke zlepšování podoby parteru města (regulace vizuálního smogu).• Teenageři jsou zvyklí využívat nové technologie, jsou aktivní na sociálních sítích, popkultura je klíčovou součástí životního stylu, představují potenciál budoucího publika. Existují dotace pro práci s cílovou skupinou.• Studenti jsou otevření novým věcem, zvyšují nároky na kvalitu nabídky, kultura včetně té náročné je součástí jejich životního stylu, který sdílejí a prezentují v online prostředí. Kvalitní kulturní nabídka může napomoci rozhodování studentů o setrvání v Olomouci.• V Olomouci je vzdělané publikum, návštěva kultury patří k životnímu stylu jeho obyvatel, město má zároveň velkou spádovou oblast.• Ve městě je silné podhoubí kulturních aktivit, včetně silně vyprofilovaných akcí specifických žánrů (Street art festival) a akcí s mezinárodním přesahem.• Rozvoj středoevropského fóra umění jako zázemí pro vizuální umění i značky města navenek.• Unikátní open air scény pro kulturní dění v centru města v památkové rezervaci. Centrum města žije kulturními akcemi ve veřejném prostoru i přítomností kulturních scén a univerzity (pocit živého města).• Druhá největší památková rezervace v ČR, s prstencem parků, které jsou vhodné pro kulturně-komunitní dění, a která je díky aktivnímu zájmu a investicím samosprávy i soukromého sektoru v dobrém stavu. Silná značka Olomouce v oblasti kulturního dědictví. Rozsáhlé investice do revitalizace památkové zóny v centru města díky evropským dotacím.• Ve městě je rozvinutá gastronomická scéna, která spolupracuje na vytváření kulturní nabídky a kulturního podhoubí.• Město je aktivní v přípravě kampaní pro cestovní ruch, ve kterých prezentuje kulturní dědictví i živou kulturu, kulturní aktéři propagují i město, politická reprezentace vidí v kultuře potenciál pro budování značky města.

Popis specifických cílů

Cíl 1.1 Kulturní počiny vytvořené v Olomouci rezonují ve středoevropském prostoru

Město bude sledovat evropské trendy v rozvoji městského marketingu pomocí kulturních a kreativních odvětví. Na novém obsahu i stylu propagace značky bude spolupracovat s národní agenturou CzechTourism a významnými experty na marketing, zároveň vytvoří příležitosti pro uplatnění marketingových nápadů mladých místních kreativců. Dále bude podporovat internacionalizaci kulturních počinů, které vznikají v Olomouci, a podporovat kulturní výměnu koordinovaně s nástroji, které nabízí Ministerstvo kultury. Zváží podporu uměleckých rezidencí ve městě. Město bude ve spolupráci s jím zřizovanými organizacemi, Muzeem umění, Univerzitou Palackého v Olomouci a Inovačním centrem Olomouckého kraje aktivní ve vytipování konferencí a soutěží z oblasti kulturních a kreativních průmyslů, které mají potenciál, aby se konaly v Olomouci, bude je aktivně propagovat jako součást značky.

Cíl 1.2 Ve městě je funkčně a inovativně propojená nabídka kulturního dědictví a živé kultury, která je atraktivní pro místní i turisty a specificky pro mladou generaci

Olomouc bude pokračovat v systematické podpoře živého kulturního dění. Propagaci své značky bude stavět na propojení starého a nového, významně posílí propagaci živého dění vedle přirozeně silné propagace kulturního dědictví spojeného se světovým dědictvím UNESCO, aby se stala atraktivnější pro mladší generaci turistů. Ve spolupráci s Muzeem umění, organizacemi zřizovanými Olomouckým krajem a Univerzitou Palackého v Olomouci připraví a začne realizovat koncept tzv. muzejní čtvrti. Jde o koncept, který propojí rozvoj kulturní nabídky, marketingu a fyzického prostředí v území s koncentrací významných veřejných institucí mezi náměstím Republiky, Biskupským náměstím a Václavským náměstím (mezi Muzeem umění a Arcidiecézním muzeem). Využije postupy běžné v zahraničí.

Cíl 1.3 Ve městě existuje funkční ekosystém podpory rozvoje kulturních a kreativních odvětví, který příznivě podporuje 'brain gain', na kterém spolupracuje město, kraj, kulturní organizace, univerzita i firmy

Město bude ve spolupráci s Olomouckým krajem Inovačním centrem Olomouckého kraje ICOK aktivní při zajištění nástrojů rozvoje a podpory kreativní ekonomiky. Bude se podílet na vybudování a činnosti zamýšleného kreativního klastru. Pro tuto činnost si vytvoří dostatečné kapacity, využije k tomu existující dotační programy na rozvoj kapacit ve veřejné správě i připravovaný dotační program Národní plán obnovy cílený na skokový rozvoj know-how a lidských zdrojů v regionech v oblasti kulturních a kreativních odvětví. Experti města na rozvoj a dotace v koordinaci s experty Olomouckého kraje budou v úzkém kontaktu s Ministerstvem kultury, které je nositelem programu.

Cíl 1.4 Město má vizi kvalitního architektonického a urbanistického rozvoje

Rozvoj kvalitní architektury a urbanismu ve městě bude chápán v souladu s evropskými trendy spojenými s iniciativou New European Bauhaus, krásného a udržitelného městského prostředí, které je utvářeno společně. Budou posíleny kapacity a kompetence expertů města a bude rozvíjena spolupráce s experty na místní, regionální i národní úrovni. Experti města budou sdílet příklady dobré praxe rozvoje kvalitní a udržitelné architektury na národní i mezinárodní úrovni. Mimořádný důraz bude kladen na sdílení dobré praxe ve veřejném i soukromém sektoru v rozvoji současné architektury v kontextu unikátního kulturního dědictví.

Cíl 1.1 Kulturní počiny vytvořené v Olomouci rezonují ve středoevropském prostoru		Hlavní indikátory:
		<ul style="list-style-type: none"> * nadregionální návštěvnost kulturních organizací, počínů a kulturních památek * ohlas v národním i evropském odborném tisku * účinkování organizací v zahraničí, nadregionální spolupráce
Název opatření	Vazba	Zásobník aktivit a realizačních kroků
<p>Opatření 1.1.1 Systematická propagace kulturního programu a aktivit v Olomouci ve středoevropském regionu</p> <p>Cílová skupina: kulturní organizace, kreativci v oblasti marketingu</p> <p>Správce: náměstek primátora pro oblast kultury</p> <p>Administrátor opatření: Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu</p> <p>Předpokládání realizátoři: Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu, Odbor kancelář primátora – oddělení marketingu</p> <p>Partneři: kulturní instituce zřizované městem i krajem, nezřizované organizace působící v kultuře, Centrála cestovního ruchu Olomouckého kraje</p> <p>Výstupové indikátory:</p> <ul style="list-style-type: none"> * existuje progresivní komunikační platforma v oblasti kultury a je využívána 	<p>1.2.3</p> <p>2.1.1</p> <p>3.2.1</p>	<ul style="list-style-type: none"> • připravit komunikační platformu města v oblasti kultury ve spolupráci s experty v oblasti marketingu, na základě výstupů z platformy rozhodnout, jakou nabídku (akce, expozice, výstavy) ve středoevropském prostoru propagovat a do jaké míry • přípravu komunikační platformy pojmout jako spolupráci s mladými kreativci, experty na marketing • zavedení kulturního pasu, který by poskytoval akreditaci na představení pro návštěvníky, přesný způsob realizace a využití kulturního pasu úzce komunikovat s aktéry, aby měl smysl pro organizace i diváky <ul style="list-style-type: none"> - karta ve stylu ISIC, kterou zajišťuje OCKS, náklady na slevy pokrývají instituce, náklady na administrativu pokryje úřad - realizace slevových voucherů, náklady hradí pouze město, instituce fakturují městu • kalendář významných akcí připravovat s předstihem, již zkraje roku
<p>Opatření 1.1.2 Zajištění finančních zdrojů pro podporu internacionalizace kulturních počínů vytvořených v Olomouci</p> <p>Cílová skupina: kulturní organizace, individuální umělci</p> <p>Správce: věcně příslušný náměstek primátora pro oblast kultury</p> <p>Administrátor opatření: Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu</p> <p>Předpokládání realizátoři: Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu, Odbor dotačních projektů</p> <p>Partneři: Oddělení zahraničních vztahů, Odbor ekonomický, Olomoucký kraj</p>	<p>3.1.3</p>	<ul style="list-style-type: none"> • připravit program podpory výjezdů kulturních organizací do zahraničí • prověřit možnosti podpory uměleckých rezidencí ve městě • podporovat organizace i jednotlivce v čerpání národních i evropských dotací na výjezdy do zahraničí • podporovat organizace v čerpání evropských dotací a spoluprací, např. promyslet možnosti překlenovacího kofinancování

<p>Výstupové indikátory:</p> <p>* je připraven program, variantně je již v běhu (počet podpořených výjezdů)</p>		
<p>Opatření 1.1.3 Realizace mezinárodních soutěží a setkání v Olomouci, účast a prezentace na evropských fórech</p> <p>Cílová skupina: aktéři kulturních a kreativních odvětví ve městě, podnikatelé v oblasti cestovního ruchu</p> <p>Správce: náměstek primátora pro oblast kultury</p> <p>Administrátor opatření: Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu</p> <p>Předpokládání realizátoři: Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu, oddělení zahraničních vztahů</p> <p>Partneři: Odbor kancelář primátora, Odbor památkové péče, Univerzita Palackého v Olomouci, Muzeum umění Olomouc, Odbor strategie a řízení – Útvar hlavního architekta</p> <p>Výstupové indikátory:</p> <p>* připravená realizace významného kulturního kongresu v Olomouci, variantně realizovaný kongres</p>	1.3.3	<ul style="list-style-type: none"> • zapojení do konference ICOMOS http://icom-czech.mini.icom.museum/en/icom-prague-2022/about-general-conference-2022/ • ve spolupráci s univerzitou vytipovat, jaká témata a s nimi spojené konference nebo platformy ve městě již realizuje nebo plánuje realizovat UPOI a které z nich jsou vhodné pro profilaci města ve středoevropském prostoru a může na ně navázat městský marketing • ve spolupráci s Muzeem umění vytipovat, jaká témata a s nimi spojené konference nebo platformy ve městě již realizuje nebo plánuje realizovat Muzeum umění a které z nich jsou vhodné pro profilaci města ve středoevropském prostoru a může na ně navázat městský marketing • promyslet jakých evropských, mezinárodních platform se město Olomouc nebo jeho organizace účastní, mohl/mohly účastnit v kontextu kulturního dědictví včetně UNESCO a propojování živé kultury či progresivnímu přístupu k rozvoji kulturního dědictví.; stanovit priority pro podporu vybraných kulturních kongresů
<p>Cíl 1.2 Ve městě je funkčně a inovativně propojená nabídka kulturního dědictví a živé kultury, která je atraktivní pro místní i turisty a specificky pro mladou generaci</p> <p>Hlavní indikátory:</p> <ul style="list-style-type: none"> * počet návštěvníků památek, muzeí, specificky mladých lidí do 26 let * korelace počtu turistů a naplněnost ubytovacích kapacit a realizovaných významných akcí ve městě * počet a úspěšnost kampaní propojujících oblast kulturního dědictví a živé kultury podle počtu oslovených návštěvníků 		
<p>Název opatření</p>	<p>Vazba</p>	<p>Zásobník aktivit a realizačních kroků</p>
<p>Opatření 1.2.1 Příprava a postupná realizace konceptu muzejní čtvrti po vzoru standardní evropské praxe</p> <p>Cílová skupina: obyvatelé města, návštěvníci města, organizace sídlící v prostoru muzejní čtvrti, podnikatelé nabízející své služby v muzejní čtvrti v parteru města, podnikatelé v oblasti cestovního ruchu</p>	<p>1.4.3</p> <p>3.2.1</p> <p>3.2.2</p> <p>3.2.3</p>	<ul style="list-style-type: none"> • připravit koncept muzejní čtvrti v Olomouci v centru města mezi náměstím Republiky, Biskupským náměstím a Václavským náměstím (mezi Muzeem umění a Arcidiecézním muzeem) ve spolupráci s dalšími aktéry, hrát roli garanta a tahouna přípravy konceptu • promyslet možnosti čerpání z programu URBACT

<p>Správce: náměstek primátora pro oblast kultury</p> <p>Administrátor opatření: Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu</p> <p>Předpokládání realizátoři: Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu, Odbor kancelář primátora, Odbor strategie a řízení – Útvar hlavního architekta</p> <p>Partneři: Odbor památkové péče, Odbor dotačních projektů, Muzeum umění, Olomoucký kraj, Univerzita Palackého v Olomouci, Národní památkový ústav, Arcibiskupství olomoucké</p> <p>Výstupové indikátory:</p> <ul style="list-style-type: none"> * <i>existuje koncept muzejní čtvrti v Olomouci a jsou naplňovány pilotní aktivity</i> 		<ul style="list-style-type: none"> • zahrnout koncepty rozvoje retailu a marketingu center měst např. https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/d606c517-4445-11e8-a9f4-01aa75ed71a1/language-cs/format-PDF • připravit dočasné intervence v muzejní čtvrti jako součást zviditelnění čtvrti a marketingu města
<p>Opatření 1.2.2 Vytvoření podmínek pro umělecké aktivity, které propojí kulturní dědictví a živou scénu, s důrazem na mladou generaci tvůrců i publika</p> <p>Cílová skupina: individuální umělci, obyvatelé města, návštěvníci města</p> <p>Správce: náměstek primátora pro oblast kultury</p> <p>Administrátor opatření: Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu</p> <p>Předpokládání realizátoři: Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu</p> <p>Partneři: Odbor dotačních projektů, kulturní aktéři, Institut umění, organizace působící na národní úrovni v oblasti rezidenčních pobytů</p> <p>Výstupové indikátory:</p> <ul style="list-style-type: none"> * <i>existuje koncept uměleckých rezidencí, je prověřeno, zda dává smysl jej zaměřit úzce na podporu interakce současného umění a kulturního dědictví, potažmo je realizováno první kolo</i> * <i>je prověřen zájem aktérů o účast na větší mezinárodní spolupráci např. v kontextu dotačního programu Kreativní Evropa s tématem interakce současného umění a kulturního dědictví, je znám potenciální hlavní tahoun projektu a způsob účasti MMOI</i> * <i>akce ve veřejném prostoru se konají i mimo nejužší centrum města</i> 	2.1.3	<ul style="list-style-type: none"> • vypsát zkušebně dotační program na propojení kulturního dědictví a živého umění, najít pro iniciativu partnery v soukromém sektoru • promyslet možnosti podpory většího projektu propojení kulturního dědictví a současného umění z programu Kreativní Evropa, který zapojí více hráčů, na straně města hrát roli iniciátora myšlenky, zapojit kulturní organizace, pozvat aktéry • podpořit program uměleckých rezidencí k tématu genius loci města, interakce kulturního dědictví a současného umění, jako první krok zjistit ve spolupráci s institucemi působícími ve městě, Institutem umění, případně Novou sítí či dalšími hráči, zda by o iniciativu byl zájem • jako prostor pro intervence využívat celé širší centrum města, nejen střed

<p>Opatření 1.2.3 Realizace marketingových a propagačních produktů, které propojí kulturní dědictví a živou scénu</p> <p>Cílová skupina: kulturní organizace, obyvatelé města, návštěvníci města, podnikatelé v oblasti cestovního ruchu</p> <p>Správce: náměstek primátora pro oblast kultury</p> <p>Administrátor opatření: Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu</p> <p>Předpokládaní realizátoři: Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu, Odbor kancelář primátora – oddělení marketingu</p> <p>Partneři: Centrála cestovního ruchu Olomouckého kraje, CzechTourism, Kreativní Olomouc</p> <p>Výstupové indikátory:</p> <ul style="list-style-type: none"> * <i>zástupci města se zúčastnili konkrétních prezentačních akcí a prezentovali nová propojení kulturního dědictví a živé scény</i> * <i>v propagačních kanálech Centrály cestovního ruchu Olomouckého kraje i agentury CzechTourism je Olomouc propagována jak prostřednictvím kulturního dědictví, tak progresivních akcí</i> 	<p>1.1.1</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● zlepšení participace města na propagaci kulturních aktivit a jejich zacílení ● vytvoření multižánrové nabídky co vidět/navštívit v Olomouci, (brožura, aplikace) – informační bulletin ● dojednat ve spolupráci s krajskou centrálou cestovního ruchu a agenturou CzechTourism jak propagovat, co nabídnout v oblasti propojení živého umění a kulturního dědictví pro budování značky Olomouce zejména pro mladou generaci ● prezentace města na evropských, středoevropských mezinárodních fórech i aktivace novinářů k návštěvě Olomouce
<p>Opatření 1.2.4 Vytvoření samostatného marketingu pro kulturu a gastronomii v Olomouci nad rámec webu Olomouctourism</p> <p>Cílová skupina: obyvatelé města, návštěvníci města, olomoucká 'gastroscéna', kulturní organizace a organizátoři kulturních akcí</p> <p>Správce: náměstek primátora pro oblast kultury</p> <p>Administrátor opatření: Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu</p> <p>Předpokládaní realizátoři: Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu, Odbor kancelář primátora – oddělení marketingu</p> <p>Partneři: Centrála cestovního ruchu Olomouckého kraje, olomoucká 'gastroscéna', kulturní organizace a organizátoři kulturních akcí, Kreativní Olomouc</p> <p>Výstupové indikátory:</p> <ul style="list-style-type: none"> * <i>existuje samostatná značka „Eat & Culture in Olomouc“ a její komunikační kanály</i> 		<ul style="list-style-type: none"> ● příprava značky a s ní spojený další obsah a marketingových produktů např. „Eat & Culture in Olomouc“ ● do přípravy značky aktivně zapojit olomoucké kreativce ● promyslet možnosti vzájemné marketingové podpory kultury a 'gastro-scény', příprava konkrétních aktivit a eventů ● popularizace ve spolupráci s národními influencery

<p>* v propagačních kanálech Centrály cestovního ruchu Olomouckého kraje i agentury CzechTourism je Olomouc propagována jak prostřednictvím kulturního dědictví, tak progresivních akcí a 'gastroscény'</p>		
<p>Cíl 1.3 Ve městě existuje funkční ekosystém podpory rozvoje kulturních a kreativních odvětví, který příznivě podporuje 'brain gain', na kterém spolupracuje město, kraj, kulturní organizace, univerzita i firmy</p> <p>Hlavní indikátory:</p> <ul style="list-style-type: none"> * počet subjektů podnikajících v KKO, zaměstnanost, obrat a hrubý měsíční příjem * spokojenost firem podnikajících v oblasti KKO s podnikatelským prostředím v Olomouci 		
<p>Název opatření</p>	<p>Vazba</p>	<p>Zásobník aktivit a realizačních kroků</p>
<p>Opatření 1.3.1 Vytvoření institucionálního zázemí pro rozvoj podnikání v KKO</p> <p>Cílová skupina: aktéři kulturních a kreativních odvětví</p> <p>Správce: náměstek pro oblast strategického rozvoje města, náměstek pro oblast ekonomického rozvoje města</p> <p>Administrátor opatření: Odbor strategie a řízení</p> <p>Předpokládaní realizátoři: Odbor strategie a řízení, Odbor dotací a projektů</p> <p>Partneři: komise pro hospodářský rozvoj města, Inovační centrum Olomouckého kraje, Univerzita Palackého v Olomouci, Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu</p> <p>Výstupové indikátory:</p> <ul style="list-style-type: none"> * existuje pozice/agenda koordinátora KKO na MMOI, která aktivně komunikuje se všemi strategickými partnery * agenda KKO je pravidelnou součástí programu komise pro hospodářský rozvoj, v komisi jsou členy relevantní experti na KKO * uzavřené a naplňované memorandum mezi klíčovými aktéry 	<p>3.1.1</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● ve vazbě na opatření 3.1.1 provést organizační změnu MMOI a přenést na Odbor strategie a řízení kompetence v oblasti koordinace KKO pro rozvoj podnikání v této oblasti, a to včetně ustanovení agendy a pozice koordinátora rozvoje kulturních a kreativních odvětví na MMOI na HPP ● ve vztahu k Národnímu plánu obnovy a dalším dotačním programům na rozvoj kapacit veřejné správy prověřit možnost čerpat finance na pozici koordinátora rozvoje kulturních a kreativních odvětví na MMOI ● ustanovit agendu a pozici koordinátora rozvoje kulturních a kreativních odvětví na MMOI (ve vztahu k Národnímu plánu obnovy – prověřit možnost čerpat finance) ● dojednat memorandum o spolupráci klíčových aktérů, kteří mají agendu koordinovaně řešit – město, kraj, univerzita ● definovat potřebné činnosti na základě mapování potřeb aktérů v Olomouci a zkušeností z Brna a Zlína (kreativní klastr viz Zlín, Brno, kreativní agentury např. https://www.kreatives-sachsen.de/) a možnosti financování z Národního plánu obnovy, kreativní vouchery, měkké projekty vzdělávání v oblasti podnikání atd. ● identifikovat nejvhodnější platformu, která by mohla činnosti řešit, respektive zvážit, jak agendy distribuovat mezi již existující aktéry a jak je sdružit např. ve formě kreativního klastru – do úvahy vzít inovační agenturu Olomouckého kraje, Filmoffice, Kreativní Olomouc, univerzitu ● zajistit financování (Národní plán obnovy, měkké projekty, TAČR...)

	<ul style="list-style-type: none"> • do komise pro hospodářský rozvoj města začlenit jako agendu i rozvoj KKO, zajistit zástupce se znalostí KKO a potřeb a možností aktérů (firem, neziskového i akademického sektoru) • komunikace s firmami v inovačních odvětvích o jejich preferencích a potřebách v oblasti kulturní nabídky a prostředí města – firmy jako pracovní příležitosti pro kreativce • ve spolupráci s Olomouckým krajem a ICOK spolu moderovat diskuzi o vzniku kreativního centra a kreativního inkubátoru, vést v patrnosti snahy na různých stranách
<p>Opatření 1.3.2 Prověření možností rozvoje nových kreativních oborů s potenciálem pomoci rozvoji pracovního trhu a přilákání firem do Olomouce na UPOI, zvážit smysluplnost rozvoje středních škol v kontextu uplatnitelnosti absolventů na trhu práce</p> <p>Cílová skupina: mladí lidé se zájmem o studium kreativních oborů, aktéři kulturních a kreativních odvětví</p> <p>Správce: náměstek primátora pro oblast kultury</p> <p>Administrátor opatření: Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu</p> <p>Předpokládání realizátoři: Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu, Inovační centrum Olomouckého kraje</p> <p>Partneři: Odbor strategie a řízení, Odbor sportu, kultury a památkové péče Olomouckého kraje, Odbor školství, Odbor školství mládeže a tělovýchovy Olomouckého kraje, Univerzita Palackého v Olomouci, CzechInvest, Okresní hospodářská komora Olomouc</p> <p>Výstupové indikátory:</p> <p>* <i>existuje plán rozvoje vzdělávání v kreativních oborech prověřený relevancí uplatnitelnosti na trhu práce začleněný do MAP a KAP</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> • zajistit prodiskutování rozvoje vzdělávání v KKO na úrovni Místního akčního plánu vzdělávání a Krajského akčního plánu vzdělávání • prověřit relevanci oborů jako např. jevištní technik • k diskuzi přizvat i základní umělecké školy, jejich možnosti rozvoje oborů, jako je animace, design, architektura v nejvyšších stupních vzdělávání (již realizuje např. ZUŠ Miroslava Stibora) • rozvoj vzdělávání v kreativních oborech na úrovni středního i vysokého školství učinit součástí diskuze a témat zamýšleného olomouckého kreativního klastru • pověřit možnosti rozšíření role středních průmyslových nebo uměleckoprůmyslových škol pro vytváření fyzického zázemí i zázemí pro další vzdělávání aktérů KKO (fablabby apod.)

<p>Opatření 1.3.3 Zajištění komunikačních, informačních a prezentačních platform s národní viditelností</p> <p>Cílová skupina: aktéři kulturních a kreativních odvětví</p> <p>Správce: náměstek primátora pro oblast kultury</p> <p>Administrátor opatření: Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu</p> <p>Předpokládání realizátoři: Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu</p> <p>Partneři: Odbor kancelář primátora – oddělení marketingu, Odbor strategie a řízení – oddělení strategického rozvoje, koordinátor místní Agendy 21, Univerzita Palackého v Olomouci, Kreativní Olomouc, Inovační centrum Olomouckého kraje, CzechInvest, Krajská hospodářská komora Olomouckého kraje</p> <p>Výstupové indikátory:</p> <ul style="list-style-type: none"> * <i>Olomoucké kulturní a kreativní fórum se setkává minimálně jednou ročně k vyhodnocení strategie a diskuzi podnětů pro akční plán na další rok</i> * <i>zástupci MMOI, ICOK a UPOI se sešli, aby prodiskutovali, o realizaci jakých mezinárodních platform KKO v Olomouci chtějí usilovat, možnosti byly prověřeny a byly naplánovány realizační kroky</i> 	<p>1.1.3 3.1.4</p>	<ul style="list-style-type: none"> • pravidelně pořádat olomoucké kulturní a kreativní fórum organizované městem (s přizváním dalších aktérů rozvoje – univerzita, kraj, Kreativní Olomouc) jako nástroj naplňování strategie 1 až 2krát za rok (představení, které se podařilo realizovat v uplynulém roce, podněty návrhy pro akční plán na další rok) – optimálně ve městě využívat jenom jednu platformu, jejíž jedno nebo dvě setkání ročně bude zajišťovat MMOI jako nástroj realizace strategie <ul style="list-style-type: none"> - např. https://kulturniparlament.brno.cz/, Kulturní fórum Pardubice https://www.youtube.com/watch?v=9dNfaIY3mdk, Pražské kulturní fórum: https://www.youtube.com/watch?v=in1DW44QICs • připravit Informační newsletter olomouckého kulturního fóra – novinky ve městě – info pro profesionály <ul style="list-style-type: none"> - např. Liberec: https://mailchi.mp/magistrat.liberec.cz/newsletter-092021-gzrmqta5i?e=[UNIQID] • zapojení do organizací národních soutěží a „industry“ platform v oblasti KKO / Inovační centrum Olomouckého kraje <ul style="list-style-type: none"> - např. ve spolupráci s CzechInvest Creative Business Cup, napojit se na aktivity, které pořádá Brno, Ostrava, Praha Viz. např. Setkání ICOMOS, setkání Creative City Network v Praze • zmapovat „industry“ platformy, které souvisejí se silnými tématy v Olomouci a promyslet jejich rozvoj (v oblasti vážné hudby, designu / prodeji květin, street artu a současného umění • projednat se SEFO, zda a jaké platformy pro rozvoj podnikání v oblasti vizuálního umění a mezinárodní výměny bude podporovat
<p>Opatření 1.3.4 Systematické vytváření příležitostí pro zapojení aktérů KKO do rozvoje města</p> <p>Cílová skupina: aktéři kulturních a kreativních odvětví, Magistrát města Olomouce</p> <p>Správce: náměstek primátora pro oblast kultury</p> <p>Administrátor opatření: Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu</p> <p>Předpokládání realizátoři: Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu, Odbor kancelář primátora</p>	<p>3.2.4 1.4.2</p>	<ul style="list-style-type: none"> • vytvořit seznam příležitostí pro spolupráci s KKO v rámci agend úřadu • poptávku po spolupráci s kreativními profesionály v rámci možností výběrových řízení zformulovat a propagovat ji jako nástroj podpory KKO města • vytvořit seznam stávajících i předpokládaných potřeb města, které mohou být řešeny kreativními profesionály a podporovat realizaci platform a akcí pro spolupráci na jejich řešení (hackatony, urbanlab)

<p>Partneři: Odbor strategie a řízení – Útvar hlavního architekta, komise pro architekturu, územní plánování a pro program regenerace Rady města Olomouc, Kreativní Olomouc, Sdružení olomouckých architektů a stavitelů</p> <p>Výstupové indikátory:</p> <ul style="list-style-type: none"> * <i>existuje seznam příležitostí pro spolupráci s aktéry KKO v rámci agend úřadu a je využíván</i> 		
<p>Cíl 1.4 Město má vizi kvalitního architektonického a urbanistického rozvoje</p>		<p>Hlavní indikátory:</p> <ul style="list-style-type: none"> * <i>počet architektonických soutěží pořádaných městem</i> * <i>benchmarking počtu soutěží pořádaných městem se srovnatelnými městy</i>
<p>Název opatření</p>	<p>Vazba</p>	<p>Zásobník aktivit a realizačních kroků</p>
<p>Opatření 1.4.1 Posílení činností a kompetencí Útvaru hlavního architekta a spolupráce města s odbornou veřejností v oblasti rozvoje architektury a urbanismu</p> <p>Cílová skupina: Magistrát města Olomouce, odborná veřejnost v oblasti architektury, urbanismu a rozvoje města</p> <p>Správce: náměstek pro oblast strategického a územního rozvoje a rozvoj architektury a urbanismu</p> <p>Administrátor opatření: Odbor strategie a řízení – Útvar hlavního architekta</p> <p>Předpokládaní realizátoři: Odbor strategie a řízení – Útvar hlavního architekta</p> <p>Partneři: Odbor dopravy a územního rozvoje, Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu</p> <p>Výstupové indikátory:</p> <ul style="list-style-type: none"> * <i>připravené varianty rozvoje Útvaru hl. architekta, které povedou k posílení jeho kompetencí</i> 	<p>3.2.1</p>	<ul style="list-style-type: none"> • připravit varianty rozvoje Útvaru hlavního architekta na základě zmapování zkušeností z jiných měst viz např. Kancelář architektury města Liberec nebo Odbor hlavního architekta (Hradec Králové, Pardubice), který povede k posílení jeho kompetencí • podporovat pořádání architektonických soutěží dle pravidel ČKA s dostatečnými finančními zdroji, aby o ně byl zájem mezi renomovanými architektonickými studii • spolupracovat na posilování kvality regionálního kola soutěže Stavba roku a rozvoji účasti olomouckých veřejných i soukromých projektů na prestižních národních i středoevropských architektonických i urbanistických soutěžích a podporovat prezentaci úspěchů ve spolupráci s regionálními i národními médii
<p>Opatření 1.4.2 Systematický rozvoj komplexní agendy zapojování veřejnosti do architektonického a urbanistického rozvoje města</p>	<p>1.3.4</p>	<ul style="list-style-type: none"> • rozvíjet kapacity města a konkrétní nástroje zapojování (participace) veřejnosti do přípravy zadání architektonických a urbanistických soutěží v souladu se současnou evropskou praxí městského plánování

<p>Cílová skupina: obyvatelé města, odborná veřejnost v oblasti architektury, urbanismu a rozvoje města, Magistrát města Olomouce, soukromí investoři v území</p> <p>Správce: náměstek pro oblast strategického a územního rozvoje a rozvoj architektury a urbanismu</p> <p>Administrátor opatření: Odbor strategie a řízení – Útvar hlavního architekta</p> <p>Předpokládání realizátoři: Odbor strategie a řízení – Útvar hlavního architekta, Odbor strategie a řízení – oddělení strategického rozvoje, koordinátor místní Agendy 21</p> <p>Partneři: Odbor kancelář primátora, Odbor dopravy a územního rozvoje</p> <p>Výstupové indikátory:</p> <ul style="list-style-type: none"> * počet investičních projektů města, do jejichž přípravy byla zapojena veřejnost * počet územních studií, do jejichž přípravy byla zapojena veřejnost 		<ul style="list-style-type: none"> • zapojovat veřejnost do zadávání předprojektové a projektové přípravy investičních akcí města, a to i v případě, že projekt není připravován formou soutěže, a do územních studií zadávaných městem nad rámec, co předepisuje stavební zákon • systematicky komunikovat se soukromými investory o zapojování (participace) veřejnosti do přípravy soukromých investičních akcí v souladu se současnou evropskou praxí městského plánování
<p>Opatření 1.4.3 Budování pozice Olomouce jako střeoevropského lídra mezi městy podobné velikosti v oblasti propojování kulturního dědictví a současné architektury</p> <p>Cílová skupina: Magistrát města Olomouce, obyvatelé města, návštěvníci města, organizace sídlící v muzejní čtvrti, podnikatelé nabízející své služby v parteru v muzejní čtvrti, podnikatelé v oblasti cestovního ruchu</p> <p>Správce: náměstek pro oblast strategického a územního rozvoje a rozvoj architektury a urbanismu</p> <p>Administrátor opatření: Odbor strategie a řízení – Útvar hlavního architekta</p> <p>Předpokládání realizátoři: Odbor strategie a řízení – Útvar hlavního architekta</p> <p>Partneři: Odbor památkové péče, Odbor kancelář primátora, Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu</p> <p>Výstupové indikátory:</p> <ul style="list-style-type: none"> * účast na národní nebo mezinárodní konferenci s příspěvkem * míra realizace revitalizace veřejného prostoru v muzejní čtvrti 	1.2.1	<ul style="list-style-type: none"> • Účastnit se národní a mezinárodní diskuze o rozvoji města v kontextu kulturního dědictví a současných architektonických trendů • Připravovat projekty města ve špičkové a inovativní kvalitě se znalostí současných trendů, specifické nároky klást na přípravu a realizaci projektů v památkové rezervaci města • Rozvíjet veřejný prostor v centru města mezi náměstím Republiky, Biskupským náměstím a Václavským náměstím (mezi Muzeem umění a Arcidiecézním muzeem) na principech konceptu muzejní čtvrti • Zadat projektovou dokumentaci a posunout do realizace již rozpracované projekty v centru města (např. projekt revitalizace náměstí Republiky)

4.2 Pilíř rozvoje 2 KOMUNITNÍ PODHOUBÍ

Související rozvojové problémy a potenciály

Problémy	<p>PR5 Město má jedny z nejvyšších výdajů na kulturu v poměru k rozpočtu, přesto jsou kulturní organizace vzhledem ke své velikosti a objemu činnosti podfinancované, silně nezávislé organizace nemají dobré podmínky pro plánování dlouhodobých aktivit a svůj rozvoj, není dostatek financí ani pro nové začínající hráče.</p> <p>PR10 Nedostatečně dostupná kulturně-komunitní infrastruktura v některých hustě obydlených částech města.</p> <p>PR11 Ve veřejném prostoru města nejsou vytvořeny dostatečné podmínky pro realizaci umění ve veřejném prostoru.</p> <p>PR14 Nabídka pro děti ve městě nemá dostatečně kvalitní zázemí a koordinaci.</p> <p>PR15 Nejsou známy a zmapovány potřeby kulturního vyžití teenagerů (13 až 18 let) a není zřejmé, zda ve městě nacházejí dostatek nabídky i příležitosti pro seberealizaci.</p> <p>PR16 Studenti o víkendech a v létě nejsou ve městě, po ukončení studia opouštějí město.</p> <p>PR18 Senioři nenavštěvují akce, které nejsou cílené na ně, je obtížnější je oslovit.</p>
Potenciály	<ul style="list-style-type: none">• Silná základna dobrovolníků - studentů univerzity a její potenciální využití pro spolupráci s kulturními organizacemi.• Prvotní snaha města o sdílení služeb mezi městskými organizacemi (začíná fungovat na provozní bázi, další potenciál rozvoje je v synergickém marketingu, pronájmech a dalších službách).• Živé zázemí i prostory pro aktéry KKO vytváří Univerzita Palackého.• Na podpoře aktivit pro děti panuje politická shoda, aktéři mají o vytváření představení pro děti zájem, školy mají zájem o návštěvy kulturních zařízení, díky dětskému divákovi organizace mohou budovat vztah s rodiči, prarodiči, pečovateli. Existují dotace pro práci s cílovou skupinou.• Teenageři jsou zvyklí využívat nové technologie, jsou aktivní na sociálních sítích, popkultura je klíčovou součástí životního stylu. Představují potenciál budoucího publika. Existují dotace pro práci s cílovou skupinou.• Studenti jsou otevření novým věcem, zvyšují nároky na kvalitu nabídky, kultura včetně té náročné je součástí jejich životního stylu, který sdílejí a prezentují v online prostředí. Kvalitní kulturní nabídka může napomoci při rozhodování studentů o setrvání v Olomouci.• Střední generace představuje stabilní návštěvnickou skupinu přinášející stabilní příjmy, zájem střední generace o kulturu vytváří mezi aktéry zdravou konkurenci. Má potenciál pro rozvoj dalšího financování organizací.• Ve městě jsou aktivní senioři, kteří představují pro kulturní organizace stálou konzervativní klientelu, která je organizovaná a její návštěvy časté. Organizace aktivně vytváří nabídku programu, včetně možnosti aktivní účasti. Existují dotace pro práci s cílovou skupinou.• V Olomouci je vzdělané publikum, návštěva kultury patří k životnímu stylu jeho obyvatel, město má zároveň velkou spádovou oblast.

Popis specifických cílů

Cíl 2.1 Ve městě je kvalitní nabídka pro širokou škálu cílových skupin

Rozmanitý program ve městě, který nabízí široká škála aktérů i silné místní kapacity na Univerzitě Palackého, město využije k systematickému rozvoji know-how v oblasti rozvoje publika. Město bude podporovat vlastní organizace pro výzkum publika, zkoumání českých i zahraničních trendů a jejich zapojení do výzkumných projektů na regionální i národní úrovni i sdílení poznatků mezi organizacemi ve městě.

Město také využije silný potenciál zřizovaných městských, krajských i státních institucí ve městě ke zlepšení koordinace nabídky pro školy. Budou zmapovány potřeby škol, co se týče obsahu programu, formy, i optimální formy propagace směrem ke školám a na základě diskuze mezi řediteli škol a kulturními organizacemi bude připraven systém koordinace nabídky.

Ve spolupráci s kulturními organizacemi zřizovanými městem Olomouc, Olomouckým krajem i Ministerstvem kultury, odbory, které se věnují podpoře rodinné politiky, sociálním odborem a organizacemi, které pracují v sociálních službách, bude připravena agenda dostupnosti kultury pro všechny cílové skupiny. Dostupnost bude chápána v souladu s evropskými trendy jako sociální, kulturní a ekonomická. Připravovaná agenda a zkušenosti budou sdíleny s dalšími městy. Podkladem pro práci bude také zmapování zahraniční praxe.

Cíl 2.2 Město žije aktivním kulturně-komunitním životem i mimo centrum města

Město připraví nástroje rozvoje kulturních komunitních aktivit v lokalitách. Bude se zabývat zlepšením dostupnosti veřejného prostoru v podobě zjednodušení záboru veřejných prostranství na celém území města, dále podporou rozvoje finančních (dotační programy) i nefinančních (zápůjčky vybavení) nástrojů, které mohou aktivní místní aktéři využít pro realizaci místních aktivit. Nástroje budou rozvíjeny centrálně, současně budou vyhodnoceny možnosti rozvoje těchto nástrojů ve spolupráci s komisemi městských částí. Možnosti budou srozumitelně a atraktivně komunikovány jak profesionálním kulturním organizátorům, tak neformálním kulturním iniciativám.

Na základě výstupů mapování dostupnosti vybavenosti kulturně-komunitní infrastrukturou a zpětné vazby od komisí místních částí bude tato znalost vyhodnocena a prohloubena za účelem promyšlení, kde a s kým je vhodné budovat lokální kulturně-komunitní vybavenost. Hlavním nástrojem města bude rozvoj komunitních knihoven jako míst setkávání a zázemí pro vlastní organizované i neorganizované aktivity místních obyvatel. Půjde o novou fyzickou infrastrukturu nebo proměnu té stávající ve spojitosti s dalšími lokálními organizacemi a o fyzickou infrastrukturu zřizovanou zejména městem, např. školy nebo Olomouckým krajem, např. základní umělecké školy.

Cíl 2.1 Ve městě je kvalitní nabídka pro širokou škálu cílových skupin

Hlavní indikátory:

* *hodnocení dostupnosti kulturní nabídky pro cílové skupiny*

Název opatření	Vazba	Zásobník aktivit a realizačních kroků
<p>Opatření 2.1.1 Systematický výzkum dostupnosti kultury pro různé cílové skupiny a rozvoj publika (audience development)</p> <p>Cílová skupina: kulturní organizace, školy, obyvatelé města</p> <p>Správce: náměstek primátora pro oblast kultury</p> <p>Administrátor opatření: Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu</p> <p>Předpokládání realizátoři: Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu, kulturní organizace zřizované městem</p> <p>Partneři: Odbor školství, základní školy zřizované městem, střední školy zřizované Olomouckým krajem, Univerzita Palackého, kulturní organizace zřizované Olomouckým krajem, Kreativní Olomouc, další organizace v kultuře, Odbor školství, koordinátor a pracovní skupina místního akčního plánu vzdělávání</p> <p>Výstupové indikátory:</p> <ul style="list-style-type: none"> * <i>je zpracovaný výzkum dostupnosti kultury a organizace jej využívají pro svůj rozvoj</i> * <i>se školami a školami, které zřizuje město, jsou prodiskutovány jejich potřeby a bariéry, respektive jejich žáků, v návštěvě kultury a možnosti, jak zlepšit nabídku a její komunikaci vůči školám</i> * <i>existuje sdílená diskuze o strategii rozvoje publika mezi organizacemi vedle standardního konkurenčního přístupu</i> 	1.1.1	<ul style="list-style-type: none"> • podporovat výzkumy dostupnosti kultury pro obyvatele v Olomouci • podpořit projekty průzkumu nového publika, podpořit přípravu dotačních projektů, které podpoří kapacity institucí na realizaci • jako základ pro výzkum a na půdorysu české i zahraniční praxe rozvoje publika a dostupnosti kultury definovat cílové skupiny, které chceme sledovat a proč • sdílet poznatky o publiku pro účely koordinace mezi institucemi a městem a pro marketingové účely města • prezentovat ucelenou nabídku kulturního programu pro školy, školky, aby měly větší možnost výběru a byla zjednodušena orientace v nabídce, jako první kroky realizovat setkání ředitelů škol a kulturních aktérů ze zřizované i nezřizované scény • připravit přehled, na koho organizace cílí, a lépe zacílit program jednotlivých organizací/aktérů na jednotlivé skupiny, aby všichni necílili na všechny • spolupracovat na projektech rozvoje publika na národní úrovni, např. na připravovaném projektu zapsaným ústavem Kreativní Praha.
<p>Opatření 2.1.2 Příprava a uvedení do praxe koncepce dostupnosti kultury pro všechny</p> <p>Cílová skupina: skupiny ohrožené vyloučením z návštěvy kultury ze sociálních, kulturních, fyzických nebo ekonomických důvodů</p> <p>Správce: náměstek primátora pro oblast kultury</p>	2.2.2	<ul style="list-style-type: none"> • zmapovat potřeby a bariéry znevýhodněných nebo potenciálně znevýhodněných skupin (kulturně, ekonomicky, sociálně) ve spolupráci s pracovními skupinami, podílejícími se na tvorbě komunitního plánu sociálních služeb • zmapování potřeb a bariér účasti žáků ohrožených sociálním nebo kulturním vyloučením na návštěvě kulturních aktivit v rámci školní docházky

<p>Administrátor opatření: Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu</p> <p>Předpokládání realizátoři: Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu, Odbor sociálních věcí, kulturní organizace zřizované městem a Olomouckým krajem</p> <p>Partneři: Odbor školství, základní školy zřizované městem, střední školy zřizované Olomouckým krajem, Univerzita Palackého, kulturní organizace zřizované Olomouckým krajem, Kreativní Olomouc, nezřizované organizace působící v kultuře, Odbor školství, koordinátor a pracovní skupina místního akčního plánu vzdělávání, základní umělecké školy, Odbor sociálních věcí, organizace působící v sociálních a preventivních službách a spolupracují na tvorbě a naplňování komunitního plánu sociálních služeb případně na dalších souvisejících projektech města</p> <p>Výstupové indikátory:</p> <p>* <i>existuje koncepce dostupnosti kultury pro všechny a je naplňována</i></p>		<ul style="list-style-type: none"> • zmapovat možnosti a bariéry zřizovaných organizací města i kraje, potažmo zájem o spolupráci dalších organizací na realizaci opatření dostupnosti kultury pro všechny • zmapovat projekty v ČR i v zahraničí, které jsou pro tyto skupiny organizovány, a diskutovat jejich relevanci v podmínkách Olomouce (např. Akademie umění pro seniory) • připravit návrh koncepce a projednat se všemi zainteresovanými viz např.: https://www.kreativnicesko.cz/clanky/pardubice-nakrocily-ke-kulture-pro-vsechny
<p>Opatření 2.1.3 Systematická podpora rozvoje programu i podmínek pro vlastní seberealizaci mladé generace</p> <p>Cílová skupina: mladí lidé do 18 let, mladí lidé do 30 let, studenti univerzity</p> <p>Správce: náměstek primátora pro oblast kultury</p> <p>Administrátor opatření: Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu</p> <p>Předpokládání realizátoři: Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu</p> <p>Partneři: Odbor školství, Univerzita Palackého, kulturní organizace</p> <p>Výstupové indikátory:</p> <p>* <i>existuje definovaný přístup k vytváření příležitostí pro seberealizaci mladé generace, který byl prodiskutován ve spolupráci s Univerzitou Palackého a v kontextu úvah o spolupráci na vytvoření komunitního fondu společně se soukromým sektorem</i></p>	<p>1.2.2</p> <p>2.2.1</p>	<ul style="list-style-type: none"> • adresná podpora – např. zadání podmínek do dotací v oblasti kultury i dalších, aby aktéři mířili více na cílovou skupinu (teenageři) • iniciovat propojení koncepcí a dotačních programů v oblasti kultury a volného času, které jsou zaměřené na mladou generaci a vyvábíjí pro ni příležitosti • o vyvábění podmínek a podpoře iniciativy mladých lidí diskutovat a koordinovat se zástupci Univerzity Palackého, kteří mají podobné iniciativy na starosti

* počet podaných žádostí organizacemi, které se zaměřují na mladé lidi		
Cíl 2.2 Město žije aktivním kulturně-komunitním životem i mimo centrum města		
Hlavní indikátory: * hodnocení dostupnosti vhodných kulturně-komunitních podmínek v lokalitách		
Název opatření Opatření 2.2.1 Příprava a komunikace finančních i nefinančních nástrojů podpory pořádání kulturních a komunitních akcí, které mohou využít kulturní aktéři i angažovaná veřejnost Cílová skupina: organizátoři kulturních akcí, obyvatelé i návštěvníci města Správce: náměstek primátora pro oblast kultury Administrátor opatření: Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu Předpokládání realizátoři: Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu, komise městských částí Partneři: oddělení komisí městských částí a detašovaných pracovišť, Odbor dopravy a územního rozvoje, Odbor strategie a řízení – Útvar hlavního architekta, Odbor městské zeleně a odpadového hospodářství Výstupové indikátory: * počet projektů (i aktérů a organizací) v dotačním řízení realizovaných mimo centrum města (případně i počet iniciativ i mimo dotační projekty) * zájem o využití nefinančních městských nástrojů podpory, např. počet výpůjček mobiliáře (i počet aktérů a organizací)	Vazba 2.1.3 3.1.1	Zásobník aktivit a realizačních kroků <ul style="list-style-type: none"> • popsat nefinanční nástroje a podmínky jejich využití a atraktivně prezentovat a komunikovat na webu – co, s čím, za kým, kam se obracet – manuál využití • zjednodušit proces záborů pro kulturní nebo komunitní aktivity na celém území města např. https://plugandplay.brno.cz/ • vytvořit dotační program na úrovni města zohledňující podporu lokálních iniciativ • systematicky komunikovat s městskými částmi o tématech kulturně-komunitního dění a rozšířit „fond“ pro kulturní aktivity na městských částech, analyzovat strukturu programu a spokojenost aktivních aktérů • na základě znalosti rozmístění aktérů KKO ve městě promyslet možnosti jejich participace na rozvoji lokalit

<p>Opatření 2.2.2 Příprava systematických intervencí do rozvoje kulturně-komunitní infrastruktury lokálních center v kontextu polycentrické vize územního rozvoje</p> <p>Cílová skupina: obyvatelé města, skupiny ohrožené sociálním vyloučením</p> <p>Správce: náměstek pro oblast kultury</p> <p>Administrátor opatření: Odbor strategie a řízení – Útvar hlavního architekta</p> <p>Předpokládání realizátoři: Odbor strategie a řízení – Útvar hlavního architekta, Knihovna města Olomouce, Odbor investic, Odbor dotačních projektů</p> <p>Partneři: Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu</p> <p>Výstupové indikátory:</p> <p>* <i>míra připravenosti projektů a realizace rozvoje knihoven jako lokálních komunitních center</i></p>	<p>3.2.1</p> <p>3.2.3</p> <p>2.1.2</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● systematicky rozvíjet veřejný prostor v lokalitách s vhodnými podmínkami pro komunitní aktivity, připravit strategii rozvoje veřejného prostoru v lokalitách ● cílené rozvíjení poboček městské knihovny jako komunitních center lokality, jako první krok připravit analýzu, kde má smysl knihovny jako komunitní centra realizovat a kde ne <ul style="list-style-type: none"> - revidovat stav poboček městské knihovny v lokalitách ve vztahu k jejich využívanosti a naplňování funkcí komunitního centra v kontextu dalších komunitních služeb v daných místech - navrhnout optimální funkční rozmístění poboček tak, aby naplňovaly roli komunitních center tam, kde je to zapotřebí ● realizovat připravený projekt komunitní knihovny v Nových sadech
--	--	---

4.3 Pilíř rozvoje 3 DOSTUPNÉ ZDROJE

Související rozvojové problémy a potenciály

Problémy	<p>PR2 Provázanost mezi ideovým a provozním vedením kulturních organizací ze strany zřizovatele není dostatečná, je tendence uplatňovat provozní pravidla bez ohledu na obsahová specifika kulturních organizací.</p> <p>PR3 Rozvoj organizací města, kraje a státu i akademického sektorem není dostatečně koordinován ve prospěch rozvoje města.</p> <p>PR4 Oddělení kultury nemá dostatečné kapacity ve vztahu k objemu své agendy</p> <p>PR5 Město má jedny z nejvyšších výdajů na kulturu v poměru k rozpočtu, přesto jsou kulturní organizace vzhledem ke své velikosti a objemu činnosti podfinancované, silné nezávislé organizace nemají dobré podmínky pro plánování dlouhodobých aktivit a svého rozvoje a není dostatek financí pro nové začínající hráče.</p> <p>PR7 Kulturní infrastruktura vlastněná městem není v dobrém fyzickém a technickém stavu, neodpovídá současným nárokům kulturní produkce ani potřebám diváků.</p> <p>PR8 Prostory krajem zřizovaných institucí ve městě neodpovídají současným nárokům na poskytování služeb a plnění role kulturních institucí.</p> <p>PR9 V Olomouci je silná nabídka živého umění v oblasti divadla a hudby, pro kterou chybí technicky dobře vybavený sál pro 300 až 500 lidí, který by byl ekonomicky udržitelný.</p> <p>PR11 Ve veřejném prostoru města nejsou vytvořeny dostatečné podmínky pro realizaci umění.</p> <p>PR12 Vizuelní kvalita veřejného prostoru není dostatečně rozvíjena.</p>
Potenciály	<ul style="list-style-type: none">• Prvotní snaha města o sdílení služeb mezi městskými organizacemi (začíná fungovat na provozní bázi, další potenciál rozvoje je v synergickém rozvoji marketingu, pronájmech a dalších službách).• Grantový systém pro kulturu je transparentní, je spojen s poradenstvím pro aktéry, je dobře tematicky rozvrstven, komise má odborné know-how, její doporučení jsou respektována politickou reprezentací, online prostředí je uživatelsky vstřícné.• Ve městě jsou silní nezávislí aktéři, kteří jsou schopni čerpat finance z národních zdrojů.• Olomoucký kraj ve městě investuje do kulturní infrastruktury, Vlastivědné muzeum v Olomouci je zrekonstruované a těší se zájmu návštěvníků, v Červeném kostele vznikne nový sál.• Do rozvoje infrastruktury pro kulturní a kreativní odvětví investuje soukromý sektor.• Živé zázemí i prostory pro aktéry KKO vytváří Univerzita Palackého.• Potenciál historických objektů v centru města není využit pro kulturní a kreativní odvětví (Hanácká kasárna, Staroměstská kasárna, Stará olomoucká tržnice, bývalá budova rozhlasu)

Popis specifických cílů

Cíl 3.1: V Olomouci je příznivé prostředí pro rozvoj kooperativního a vícezdrojového financování kultury a rozvoje kulturních organizací

Na Magistrátu města Olomouc budou systematicky rozvíjeny kapacity nejen na zajištění nutné administrativní agendy spojené zejména s administrací dotací, ale budou posíleny kapacity na rozvoj podmínek pro aktéry kulturních a kreativních odvětví a kulturního prostředí města. Kapacity budou také posíleny za účelem budování společenských vazeb mezi kulturním a podnikatelským prostředím s cílem vtáhnout je do participace na rozvoji podmínek pro umění kulturu a komunitního prostředí ve městě. Posílen také bude důraz na strategický rozvoj a evaluaci zřizovaných organizací. Na straně města budou vytvořeny nástroje financování, které umožní větším hráčům plánování na více let dopředu.

Cíl 3.2: Kulturní a komunitní infrastruktura ve městě podporuje rozvoj rozmanité škály akcí, aktivit i podnikání v KKO adekvátní potřebám aktérů i publika ve 21. století

Město využije pestré zázemí veřejných i soukromých investorů, kteří mají zájem o rozvoj fyzické infrastruktury pro kulturu i kreativní odvětví, a bude hrát aktivní koordinační roli. Koordinovat bude zejména rozvoj infrastruktury městských, krajských a státních institucí. Bude dbát na precizní mapování potenciálu a potřeb aktérů ve vztahu k funkcionalitám zamýšlených prostorů i diváckého zázemí. Dále zmapuje investiční potřeby do fyzické infrastruktury i technického vybavení prostorů ve nejen svém majetku, připraví plán investic do kulturní infrastruktury a jeho priority a učiní kroky k zajištění pokrytí nákladů. Na základě existujících výstupů mapování potřeb aktérů kulturních a kreativních odvětví připraví ve spolupráci s Olomouckým krajem rámcový seznam a pasport nevyužívaného majetku a prověří možnosti jeho dočasného využití aktéry kulturních a kreativních odvětví.

Systematicky začne zapojovat úvahy o vybavení veřejných prostranství pro kulturní akce do revitalizace veřejných prostranství. Dále připraví komplexní vizi rozvoje i ochrany umění ve veřejném prostoru jak trvalé, tak dočasné povahy. K formulaci vize i jejího rozpracování využije expertizu v oblasti architektury na MMOI, Muzea umění a Univerzity Palackého v Olomouci, přizve i další aktivní zástupce občanské společnosti.

Cíl 3.1 V Olomouci je příznivé prostředí pro rozvoj kooperativního a vícezdrojového financování kultury a rozvoje kulturních organizací

Hlavní indikátory:

- * počet procent neinvestičních výdajů města na kulturu z rozpočtu
- * absolutní hodnota výše dotací na kulturu a procentní poměr z celkové výše dotací města
- * výše získaných prostředků na kulturu a KKO z jiných zdrojů (kraj, stát, EU) na úrovni MMOI, zřizovaných i nezřizovaných organizací
- * význam genia loci a kulturní nabídky pro podnikatele v Olomouci

Název opatření	Vazba	Zásobník aktivit a realizačních kroků
<p>Opatření 3.1.1 Vytvoření dostatečných kapacit MMOI pro podporu kultury a kulturních a kreativních odvětví ve městě a jejich využití při rozvoji města</p> <p>Cílová skupina: Magistrát města Olomouce, aktéři kulturních a kreativních odvětví</p> <p>Správce: náměstek pro oblast kultury</p> <p>Administrátor opatření: Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu</p> <p>Předpokládaní realizátoři: Odbor strategie a řízení, Odbor dotačních projektů</p> <p>Partneři: kulturní organizace zřizované městem</p> <p>Výstupové indikátory:</p> <ul style="list-style-type: none"> * míra realizace strategie dle definovaného akčního plánu po prvním roce fungování strategie * na všech odborech, které jsou logickou součástí rozvoje KKO, existuje definovaná agenda rozvoje KKO a kapacity, pracovníci spolu pravidelně komunikují, je definován koordinátor ve vztahu k Olomouckému kraji 	<p>1.3.1</p> <p>2.2.1</p>	<ul style="list-style-type: none"> • posílit kapacity oddělení kultury na rozvoj na základě úkolů vyplývajících ze strategie • vytvořit know-how v Odboru dotačních projektů na monitoring dotačních příležitostí na úrovni ČR i EU pro kulturní a kreativní průmysly, rozšířit okruh adresátů/příjemců informací o městem zřizované organizace v oblasti kultury, • ve vztahu k možnému čerpání dotací prodiskutovat kapacity organizací na jejich čerpání a následně promyslet možnosti posílení kapacit na straně organizací a na straně MMOI na spolupráci s odborníky, kteří žádosti o dotace pro MMOI připravují • ve spolupráci s koordinátorem KKO Olomouckého kraje promyslet roli města a roli kraje v informování aktérů KKO ve městě o možnostech čerpání dotačních zdrojů • vytvořit na Odboru strategie a řízení kapacity pro koordinaci KKO ve smyslu podnikání, např. koordinátor KKO i jako partner pro komunikaci s Olomouckým krajem, nutné bude přenesení kompetencí na Odbor strategie a řízení v oblasti koordinace KKO pro rozvoj podnikání v této oblasti, a to včetně stanovení agendy a pozice koordinátora rozvoje kulturních a kreativních odvětví na MMOI • ve vztahu k Národním plánu obnovy prověřit možnost čerpat finance na pozici koordinátora rozvoje kulturních a kreativních odvětví na MMOI • vyhodnotit potřeby zřizovaných organizací pro komunikaci s MMOI, výhody a nevýhody současné situace a procesů v úřadě a najít efektivní řešení pro komunikaci – systematizace agendy kultury v rámci Magistrátu

<p>Opatření 3.1.2 Zajištění smysluplné evaluace činnosti příspěvkových organizací v úzké spolupráci s jejich vedením, aby byla prospěšná pro rozvoj organizací a jejich služeb veřejnosti</p> <p>Cílová skupina: kulturní organizace zřizované městem</p> <p>Správce: náměstek pro oblast kultury</p> <p>Administrátor opatření: Odbor strategie a řízení</p> <p>Předpokládání realizátoři: Odbor strategie a řízení, zřizované instituce</p> <p>Partneři: Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu</p> <p>Výstupové indikátory:</p> <p>* <i>zřizované organizace mají strategii a probíhá pravidelná evaluace činnosti</i></p>	<p>1.1.1</p>	<ul style="list-style-type: none"> • ve spolupráci s organizacemi účelně promyslet přípravu strategií jednotlivých organizací • do výročních zpráv zřizovaných organizací vložit stručný oddíl pro popis, jak organizace naplňuje Strategii rozvoje kultury a kreativních průmyslů, strukturu a rozsah popisu dojednat s řediteli organizací • využít metodiky evaluace, které upřednostňují zejména principy ‘sebeevaluace’ • pokud existují, využít oborové metodiky pro jednotlivé instituce • zjistit aktuální progresivní národní praxi a vyhodnotit smysluplnost její aplikace v Olomouci (evaluaci příspěvkových organizací aktuálně realizuje např. Brno) https://kulturniparlament.brno.cz/sebeevaluace-prispevkovych-organizaci/
<p>Opatření 3.1.3 Realizace finančních i nefinančních nástrojů samosprávy, které podpoří stabilní financování zřizovaných i nezřizovaných organizací tak, aby mohly dobře plánovat svou činnost</p> <p>Cílová skupina: kulturní organizace zřizované městem, nezřizované organizace v kultuře nezřizované</p> <p>Správce: věcně příslušný náměstek pro oblast kultury</p> <p>Administrátor opatření: Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu</p> <p>Předpokládání realizátoři: Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu, kulturní organizace zřizované městem</p> <p>Partneři: Odbor strategie a řízení, Odbor dotačních projektů, kulturní organizace zřizované městem</p> <p>Výstupové indikátory:</p> <p>* <i>existuje systém víceletých dotací</i></p> <p>* <i>vyšší příjmy zřizovaných organizací z vedlejší činnosti</i></p>	<p>1.1.2</p>	<ul style="list-style-type: none"> • vytvořit transparentní systém víceletých dotací • do pravidel žádostí o dotace vložit podmínku popisu, jak projekt, o jehož podporu je žádáno, naplňuje strategii kultury a kreativních průmyslů, zvážit možnosti bonifikace při naplňování strategie města • být aktivní v diskuzi na národní úrovni v rámci státní kulturní politiky prostřednictvím asociace měst a obcí nebo ve spolupráci s městy, která řeší také neudržitelnost financování velkých divadelních domů (např. Brno), být iniciativní v prosazování zákona o „veřejnoprávní instituci v kultuře“ • vytvářet podmínky pro zřizované organizace tak, aby mohly vykonávat výdělečnou vedlejší činnost

<p>Opatření 3.1.4 Iniclace finančních i nefinančních nástrojů, které umožní zapojení a aktivizaci podnikatelského sektoru i obyvatel</p> <p>Cílová skupina: kulturní organizace, filantropicky orientovaný soukromý sektor</p> <p>Správce: náměstek pro oblast kultury</p> <p>Administrátor opatření: Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu</p> <p>Předpokládaní realizátoři: Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu, Odbor strategie a řízení, Odbor kancelář primátora</p> <p>Partneři: kulturní organizace zřizované městem, Odbor strategie a řízení, Inovační centrum Olomouckého kraje, komise pro hospodářský rozvoj města, Okresní hospodářská komora Olomouc</p> <p>Výstupové indikátory:</p> <p>* <i>existuje koncept komunitního fondu i ocenění a je zjištěn zájem podnikatelského sektoru přispívat, respektive účastnit se</i></p>	<p>1.3.3</p>	<ul style="list-style-type: none"> • promyslet možnosti vytvoření komunitní nadace, do které by mohly transparentně přispívat podniky na menší projekty, fond může vzniknout ve spolupráci města a soukromého sektoru, může být také pouze soukromou iniciativou • připravit nástroje společenského kontaktu kulturních organizací a firem (snídaně, společenská setkání) – otevírat dveře pro budování vztahů • připravit ocenění pro mecenáše ve městě (možná zařadit jako komplexnější aktivitu, nejen v kultuře)
--	--------------	---

Cíl 3.2 Kulturní a komunitní infrastruktura ve městě podporuje rozvoj rozmanité škály akcí, aktivit i podnikání v KKO adekvátní potřebám aktérů i publika ve 21. století

Hlavní indikátory:

* *investiční výdaje města do kultury*

Název opatření	Vazba	Zásobník aktivit a realizačních kroků
<p>Opatření 3.2.1 Zajištění koordinovaného rozvoje kulturní infrastruktury v Olomouci zejména mezi veřejnými investory a na základě znalosti potřeb</p> <p>Cílová skupina: kulturní organizace, veřejní investoři v území</p> <p>Správce: náměstek pro oblast kultury</p> <p>Administrátor opatření: Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu</p> <p>Předpokládaní realizátoři: Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu</p> <p>Partneři: Odbor dopravy a územního rozvoje, Odbor strategie a řízení – Útvar hlavního architekta, Odbor investic, Odbor majetkoprávní, Odbor sportu, kultury a památkové péče Olomouckého kraje</p> <p>Výstupové indikátory:</p> <ul style="list-style-type: none"> * <i>existuje pasport kulturní infrastruktury včetně investičních potřeb</i> * <i>existuje plán investic do kulturní infrastruktury na příštích deset let, který byl vytvořen ve spolupráci všech hráčů ve městě, kteří spravují veřejnou kulturní infrastrukturu</i> * <i>existuje studie proveditelnosti multifunkčního sálu</i> * <i>výše alokace do dotačního programu pro investice v poměru k identifikovaným potřebám</i> 	<p>2.2.2</p> <p>1.2.1</p> <p>1.4.1</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● připravit proces pro zajištění sdílení záměrů veřejných investorů v oblasti rozvoje kulturní infrastruktury jako např. monitoring záměrů, pravidelné setkávání ● zapojit se do diskuze o vybudování nové ústřední knihovni budovy ve městě jakožto jednoho z klíčových kulturních a komunitních center ● dopracovat pasportizaci kulturní infrastruktury na základě připravené databáze kulturních a komunitních zařízení, jako součást pasportizace zjistit prostorové potřeby organizací ● v návaznosti na mapování kulturní infrastruktury vyhodnotit potřebnost kulturní infrastruktury typu multifunkční sál pro cca 300 lidí, na základě rozhodnutí připravit studie proveditelnosti a udržitelnosti provozu sálu – nastavit ekonomický model provozu na nulovou variantu jako první krok stavebního programu – následně učinit další kroky ● zmapovat potřeby po inovaci technického vybavení a modernizace existujících sálů ● vyhodnotit vhodný projekt pro Národní plán obnovy s důrazem na rozvoj kreativní ekonomiky (např. divadelní dílny s učebnami) ● zmapovat investiční potřeby zřizovaných organizací, které realizují svoji činnost v objektech v majetku města ● zmapovat investiční potřeby organizací, které nepůsobí v majetku města ● připravit investiční dotace pro nezřizovaný sektor obdobně jako ve sportu ● připravit plán investic do kulturní infrastruktury na příštích deset let koordinovaně zejména s veřejnými investory ve městě

<p>Opatření 3.2.2 Vytvoření dobrých infrastrukturních podmínek pro konání dočasných kulturních akcí v Olomouci ve veřejném prostoru</p> <p>Cílová skupina: organizátoři kulturních akcí</p> <p>Správce: náměstek pro oblast kultury</p> <p>Administrátor opatření: Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu</p> <p>Předpokládání realizátoři: Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu, Odbor strategie a řízení – Útvar hlavního architekta, oddělení komisí městských částí a detašovaných pracovišť</p> <p>Partneři: Odbor dopravy a územního rozvoje, Odbor investic, Odbor majetkoprávní</p> <p>Výstupové indikátory:</p> <ul style="list-style-type: none"> * <i>zajištění vybavenosti pro kulturně-komunitní aktivity ve veřejném prostoru je standardní součástí přípravy a realizace revitalizace veřejných prostranství</i> * <i>klíčová veřejná prostranství, kde se dějí akce, jsou vybavena potřebnou infrastrukturou</i> 	<p>1.2.1</p>	<ul style="list-style-type: none"> • na základě pilotního mapování veřejných prostranství, kde se konají kulturní akce, provést revizi zázemí a připravit návrh doplnění infrastruktury • nastavit proces, který zajistí včasné přizvání odborníků (expertů z oddělení kultury, kulturních pořadatelů) k připravovaným projektům revitalizace kulturních prostranství tak, aby se mohli vyjádřit k potřebám vybavenosti pro pořádání akcí/aktivit • začlenit úvahu o vybavenosti podmínkami pro aktivity ve veřejném prostoru v nové Koncepci veřejných prostranství
<p>Opatření 3.2.3 Příprava strategie, metodiky a podmínek pro umístování a prezentaci dočasných i trvalých děl ve veřejném prostoru jako součást kontextu veřejných i soukromých investic</p> <p>Cílová skupina: Magistrát města Olomouce, odborná veřejnost, obyvatelé i návštěvníci města</p> <p>Správce: náměstek pro oblast kultury</p> <p>Administrátor opatření: Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu</p> <p>Předpokládání realizátoři: Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu, Odbor strategie a řízení – Útvar hlavního architekta</p> <p>Partneři: Odbor investic, Odbor dotačních projektů, Odbor majetkoprávní, Univerzita Palackého v Olomouci, Muzeum umění Olomouc</p>	<p>1.2.1 2.2.2</p>	<ul style="list-style-type: none"> • nastavit cíle a požadavky na umístování výtvarných děl ve veřejném prostoru, rozdělení na dočasné a trvalé instalace a z toho vyplývající požadavky na další postup k dosažení odpovídající kvality výtvarných děl • přijmout metodiku umístování uměleckých děl do veřejného prostoru na základě již existujících odborných materiálů, viz seznam zdrojů na https://kreativniolomouc.cz/re-vize-umeni-a-verejny-prostor/ • specificky diskutovat a nastavit pravidla pro umístování dočasných děl a intervencí v městské památkové rezervaci, než bude připravena komplexnější metodika, která se bude zabývat koncepčním přístupem k umění ve veřejném prostoru ve městě jako celku • vytvořit transparentní proces výběru děl dočasných intervencí ve spolupráci s odborníky, jak co se týče místa, tak díla, dbát na citlivou interakci, zvažovat, kdy je vhodné postupovat podle principu „město jako kulisa“ pro již hotové dílo nebo dílo vytvořené na míru danému místu

<p>Výstupové indikátory:</p> <p>* <i>existuje strategie rozvoje umění ve veřejném prostoru města Olomouce, která vznikla ve spolupráci se všemi zainteresovanými aktéry a je naplňována</i></p>		<ul style="list-style-type: none"> ● zvážit ustavení speciální komise pro umění ve veřejném prostoru jako odborného garanta agendy stran odborné veřejnosti ● spolupracovat se všemi zainteresovanými aktéry na mapování a prezentaci umění ve veřejném prostoru ve městě s i bez památkové ochrany ● nastavit postupy a systematicky vytvářet zdroje na opravy uměleckých děl ve veřejném prostoru ● začít vytvářet rezervy v rozpočtu investičních akcí města na pořízení uměleckého díla na míru projektu jako součást stavby (navazovat na principy 1 % z veřejných investic na umění ve veřejném prostoru) i financování dočasných intervencí
<p>Opatření 3.2.4 Vytvoření podmínek pro rozvoj nevyužívaných prostorů ve městě za účelem podpory rozvoje kulturních a kreativních odvětví</p> <p>Cílová skupina: aktéři kulturních a kreativních odvětví</p> <p>Správce: náměstek pro oblast kultury</p> <p>Administrátor opatření: Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu</p> <p>Předpokládání realizátoři: Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu, Odbor majetkoprávní</p> <p>Partneři: Odbor strategie a řízení – Útvar hlavního architekta, Odbor investic, Odbor dotačních projektů, spolky a další organizace, které se o využití nevyužitého majetku zajímají</p> <p>Výstupové indikátory:</p> <p>* <i>existuje seznam majetku a jsou definovány podmínky jeho využití aktéry KKO</i></p>	1.3.4	<ul style="list-style-type: none"> ● zmapovat nevyužitý majetek města a jeho stav, aby mohly být definovány možnosti a podmínky jeho dočasného využití ● připravit podmínky pro dočasné využití nevyužitého majetku ve vlastnictví města aktéry kulturních a kreativních odvětví ● jednat o využití nevyužitého majetku ve městě ve vlastnictví kraje i státu i soukromého sektoru s aktéry KKO tak, aby zapojení aktérů KKO směřovalo k oživení objektů i lokalit a jejich dalšímu rozvoji (např. Staré olomoucké tržnice a přilehlých pozemků, Staroměstská kasárna, Hanácká kasárna, bývalá budova rozhlasu apod.)

5 Seznam subjektů zapojených do implementace strategie a cílových skupin

Přehled obsahuje všechny odbory města, konkrétní organizace nebo typově pojmenované subjekty, které jsou uvedeny na pozici správce, administrátora, předpokládaných realizátorů nebo jsou možnými realizačními partnery.

Odpovědní náměstci primátora

náměstek pro oblast kultury

náměstek pro oblast strategického rozvoje města

náměstek pro oblast ekonomického rozvoje města

náměstek pro oblast územního rozvoje a rozvoj architektury a urbanismu

Seznam zapojených odborů, oddělení magistrátu města a komisí rady

Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu

Odbor dopravy a územního rozvoje

Odbor dotačních projektů

Odbor ekonomický

Odbor investic

Odbor majetkoprávní

Odbor kancelář primátora

Odd. marketingu

oddělení komisí městských částí a detašovaných pracovišť

Odbor městské zeleně a odpadového hospodářství

oddělení zahraničních vztahů

Odbor památkové péče

Odbor sociálních věcí

Odbor strategie a řízení

oddělení strategického rozvoje

Útvar hlavního architekta

Odbor školství

koordinátor místní Agendy 21

koordinátor a pracovní skupina místního akčního plánu vzdělávání

komise pro hospodářský rozvoj města

komise rady pro architekturu, územní plánování a pro program regenerace

komise městských částí

Komise kulturní je zapojena do diskuze v rámci své náplně, není proto vypisována u jednotlivých opatření.

Seznam dalších zapojených subjektů

Knihovna města Olomouce

kulturní organizace zřizované městem

základní školy zřizované městem

základní umělecké školy

organizace působící v sociálních a preventivních službách a spolupracující na tvorbě a naplňování

komunitního plánu sociálních služeb, případně na dalších souvisejících projektech města

Okresní hospodářská komora Olomouc

nezřizované organizace v kultuře

Kreativní Olomouc

Sdružení olomouckých architektů a stavitelů

Arcibiskupství olomoucké

střední školy zřizované Olomouckým krajem

Odbor sportu, kultury a památkové péče Olomouckého kraje

Odbor školství mládeže a tělovýchovy Olomouckého kraje

Centrála cestovního ruchu Olomouckého kraje

Inovační centrum Olomouckého kraje

kulturní organizace zřizované Olomouckým krajem

Krajská hospodářská komora Olomouckého kraje

Univerzita Palackého v Olomouci

Muzeum umění Olomouc

Národní památkový ústav

Institut umění

CzechInvest

CzechTourism

organizace působící na národní úrovni v oblasti rezidenčních pobytů

6 Účastníci přípravy Strategie rozvoje kultury a kreativních průmyslů města Olomouce na období 2022–2027

Jmenný seznam účastníků procesu přípravy Strategie.

PŘÍJMENÍ	JMÉNO	POZICE	ORGANIZACE
Petr	Bilík	člen komise	Univerzita Palackého v Olomouci, kulturní komise Rady města Olomouce
Vladimír	Foret	tajemník festivalu, hudební dramaturg	Divadelní Flora, Jazz Tibet Club
David	Gerneš	ředitel	Moravské divadlo Olomouc
Michal	Giacintov	zastupitel, předseda komise	Zastupitelstvo města Olomouce, komise pro architekturu, územní plánování a pro program regenerace památek MPR Rady města Olomouce
Filip	Hajdu	ředitel, člen komise	ZUŠ Iši Krejčího, kulturní komise Rady města Olomouce
Andrea	Hanáčková	členka komise	kulturní komise Rady města Olomouce
Petr	Hanák	ředitel	Kino Metropol
Jonáš	Harman	ředitel	Moravská filharmonie Olomouc
Alexandr	Jančík	ředitel	PAF
Romana	Junkerová	manažerka festivalu	Street Art Festival
Miloš	Korhoň	správa fondu a historické fondy	Vědecká knihovna Olomouc
Filip Tailor	Krejčí	hudebník, odborný asistent	Univerzita Palackého v Olomouci
Jana	Křenková	vedoucí	Útvar hlavního architekta, Odbor strategie a řízení MMOI
Lenka	Kruřová Strejščková	manažerka rozvoje	Odbor strategie a řízení, MMOI
Barbora	Kundračíková	vedoucí oddělení, kurátorka	Muzeum umění Olomouc

Alžběta	Kvapilová	ředitelka	Divadlo na cucky
Petra,	Němečková	ředitelka	Divadlo Tramtárie
Magdaléna	Petráková	kulturní manažerka a koordinátorka platformy, členka komise	Kreativní Olomouc, kulturní komise Rady města Olomouce
Markéta	Polášková	produkce	PAF
Nikola	Prášilová	house manager	Telegraph
Lenka	Prucková	ředitelka	Knihovna města Olomouce
Robert	Runták	předseda komise	kulturní komise Rady města Olomouce
Oldřich	Schnabl	předseda	Unie výtvarných umělců Olomoucka
Miroslav	Schubert	galerista	Galerie Caesar
Petra	Šobáňová	proděkanka	Pedagogická fakulta Univerzity Palackého v Olomouci
Dušan	Struna	vedoucí oddělení	Odbor strategie a řízení, MMOI
Jana	Šubová	jednatelka	Olomoucká vinná společnost
David	Sychra	vedoucí	oddělení kultury, Krajský úřad Olomouckého kraje
Iveta	Tichá	ředitelka	Vědecká knihovna Olomouc
Denisa	Wasiewiczová	programová vedoucí	kino Metropol
Markéta	Záleská	náměstkyně primátora	statutární město Olomouc
Jan	Žůrek	člen rady pro oblast kultury, člen komise	Olomoucký kraj, kulturní komise Rady města Olomouce

7 Pravidla implementace Strategie rozvoje kultury a kreativních průmyslů města Olomouce na období 2022–2027

7.1 Úvod

Implementační pravidla jsou nedílnou součástí Strategie rozvoje kultury a kreativních průmyslů v Olomouci 2022–2027 (dále Strategie). Implementace Strategie a proces strategického řízení klade nároky na Odbor cestovního ruchu, kultury a sportu, ale i na další odbory Magistrátu města Olomouce (MMOI), 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 MMOI je pro úspěšné naplnění Strategie klíčové.

Pro efektivní fungování strategického řízení je rozhodující, aby s principy a obsahem strategického řízení byli srozuměni jak zaměstnanci Odboru cestovního ruchu, kultury a sportu, tak i kolegové z odborů a městských organizací, jež budou při naplňování partnery, tak členové Rady a Zastupitelstva města Olomouce. 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.

7.2 Aktéři implementace Strategie

Koordinátor

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

Řídicí skupina

Řídicí skupina je garantem řízení Strategie, je hlavním aktérem její implementace. Má výlučnou pravomoc schvalovat na základě doporučení pracovní skupiny výslednou podobu akčního plánu. Dále má pravomoc vyhodnocovat Strategii a její implementaci, jakož i připravovat změny Strategie, které jsou poté schvalovány Radou města Olomouce.

Řídicí skupina sestává ze členů Rady města Olomouce, vedoucího Odboru cestovního ruchu, kultury a sportu MMOI, koordinátora/ky, předsedy kulturní komise a vybraných členů pracovní skupiny, zejména vedoucích odborů, jejichž součinnost je při naplňování Strategie potřebná. Jednání řídicí skupiny vede člen/ka Rady města Olomouce, který/á je pověřen/a gescí kultury, jeho zástupcem/kyní je vedoucí Odboru cestovního ruchu, kultury a sportu. Členy/ky řídicí skupiny jmenuje na doporučení radního, který je pověřen gescí kultury, Rada města Olomouce.

Pracovní skupina

Pracovní skupina slouží jako poradní orgán pro řídicí skupinu a podílí se na tvorbě akčního plánu Strategie a jeho vyhodnocení. 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.

Jednání pracovní skupiny vede vedoucí Odboru cestovního ruchu, kultury a sportu, případně jím pověřená osoba. Členy/ky pracovní skupiny jmenuje na doporučení řídicí skupiny Rada města Olomouce.

Olomoucké kulturní a kreativní fórum (OKKF)

Olomoucké kulturní a kreativní fórum slouží jako platforma pro zpětnou vazbu a slouží jako motivační faktor spolupráce při naplňování Strategie. Na platformě OKKF jsou každoročně představeny výstupy realizace akčního plánu a priority na další rok, případně roky. Účastníci jednání platformy mohou dávat podněty k akčnímu plánu. Setkání fóra 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.

7.3 Proces implementace Strategie

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 je nastavena odpovědnost a finanční alokace.

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 (např. OKKF). 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 – řídicí skupina projedná projekty doporučené k zařazení do akčního plánu. Zařazené vybrané aktivity a projekty jsou předloženy ke schválení Radě města Olomouce. Neschválené projekty a aktivity mohou být zařazeny do zásobníku aktivit/projektů k jednotlivým opatřením Strategie.

Rámcový harmonogram přípravy akčního plánu

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

Pro schválení prvního akčního plánu (období roku 2022 s výhledem 2023) tento harmonogram neplatí.

Struktura akčního plánu

Akční plán bude připraven ve struktuře, která odpovídá struktuře zpracování akčních plánů na MMOI.

Struktura popisu akčního plánu

Kód Opatření	Název projektu	Popis aktivity	Výstupy projektu	Předpokládané náklady (v tis. Kč)								Období realizace	Garant	Realizátor	Stupeň rozpracovanosti	Pozn. (vazba na aktivitu)
				Celkem	Náklady SMOI			Externí zdroje								
					Celkem	2022	2023	Další roky	Výše dotace	Jiné zdroje						

Vyhodnocení akčního plánu

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, případně v čem je problém, proč nebyly realizovány, nebo v jakém jsou stupni rozpracování.

7.4 Vyhodnocení Strategie

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 a schvaluje řídicí skupina.

V případě doporučení změn ve Strategii (především úprava indikátorů, cílů nebo opatření Strategie a implementačních pravidel) probíhá v řídicí skupině příslušný proces s cílem zakomponovat změny do aktualizované verze Strategie (viz kap. 5).

Vyhodnocení plnění Strategie – úroveň výstupů

Plnění Strategie je průběžně vyhodnocováno na základě plnění akčních plánů a sledování efektivity navázaných procesů. Vyhodnocení plnění je pak každé dva roky shrnuto ve zprávě z implementace strategického plánu.

Vyhodnocení indikátorů Strategie – úroveň dopadu

Plnění Strategie je měřeno soustavou indikátorů, které jsou přiděleny k jednotlivým specifickým cílům. Měření je pravidelně vyhodnocováno, zpravidla ve dvouletém intervalu. Pro některé indikátory existují již při schvalování strategie vstupní hodnoty, stejně jako je popsána metodika měření, v případě jiných budou zpracovány až jako součást akčního plánu. Ve druhém případě se při prvním sběru dat popíše metodika sběru indikátorů pro zachování kontinuity měření.

Za vyhodnocování indikátorů je zodpovědný/á koordinátor/ka implementace Strategie, který/á může sběrem dat pověřit členy pracovní skupiny nebo zodpovědné osoby za naplňování jednotlivých úkolů ve strategii. Vyhodnocení indikátorů je součástí stručné zprávy z implementace Strategie.

Metodika popisu indikátorů – úroveň dopadu

Struktura indikátorů v úrovni dopadu u jednotlivých cílů bude popsána v následujících kategoriích.

Struktura popisu monitorovacího indikátoru úroveň dopadu

Kód cíle	Monitorovací indikátor	Optimální směr	Hodnota				Cílový stav	Frekvence hodnocení
			Výchozí stav	2022	2023	...		

Správce indikátoru – stanovuje definici, metodiku výpočtu a hodnoty indikátoru, je odpovědný za získávání dat za jednotlivé indikátory, sledování a vyhodnocení plnění indikátorů v předchozím období.

Výchozí stav – výchozí hodnoty monitorovacích indikátorů jsou vztaženy k roku 2021. Pokud jejich konkrétní hodnoty nebyly v tomto roce známy, bude jejich hodnota nastavena na nulu.

Cílový stav – ideální stav cílových hodnot monitorovacích indikátorů. Těchto hodnot by mělo být dosaženo po úspěšné realizaci projektů a aktivit z akčního plánu a naplnění jednotlivých cílů a opatření Strategie, byť se to z různých objektivních důvodů nemusí podařit.

Optimální směr – optimální směr by měl odpovídat tendenci hodnoty indikátoru, ke které by mělo dojít splněním jednotlivých opatření a aktivit Strategie. Pro přehlednost byly stanoveny k jednotlivým směrům vývoje následující symboly.

Struktura popisu vyhodnocení indikátorů úroveň dopadu

Kód opatření	Monitorovací indikátor	Optimální směr	Hodnota				Cílový stav	Trend plnění	Poznámka
			Výchozí stav	2022	2023	...			
	Indikátor XX	↔	35	35	-	-	35	☺	
	Indikátor XY	↑	10	10	-	-	20	☹	

7.5 Změny Strategie

Návrh změn návrhové části Strategie (především úprava indikátorů, cílů nebo opatření) projedná řídicí skupina a následně je navrhne k projednání Radě města Olomouce, která také schvaluje změny strategie.



Umění
plánovat.
Společně.