

Je VAŠE
Mesto
PLACE 
KREATÍVNE?
Je NA OZAI?
3 - 4 O K T 2 O 1 3

PLACE

DÁTUM: 3.-4. OKTÓBER 2013

MIESTO: KASÁRNE/KULTURPARK, KUKUČINOVA 2, KOŠICE, 04001

ORGANIZÁTOR: INŠTITÚT KREATÍVNEJ EKONOMIKY N.O.

PODPORILI: KOŠICE 2013, N.O.; MINISTERSTVO KULTÚRY SR

PARTNERI: BRITISH COUNCIL, VISIT KOŠICE, ONECLICK,
KOŠICE IT VALLEY, KULTÚRNY KONTAKTNÝ BOD

ČO SA SKRÝVA ZA ÚSPECHOM
PLACEMAKINGU?

O KON FERE NCII!



V súčasnosti často skloňovaný pojem „kreativita“ a koncept „kreatívneho mesta“ sú mnoho ráz iba prázdnyimi slovami v PR brožúrach marketingových oddelení miest, ktoré ich používajú, aby vytvorili dojem najkreatívnejšieho mesta doposiaľ.

Nakoľko sú však ich tvrdenia pravdivé?

„Kreatívna trieda“ so svojím „kreatívnym priemyslom“ v „kreatívnom meste“ patria k obľúbeným a módnym slovným spojeniam na celom svete. Môžete povedať o mieste, kde žijete, že je kreatívne? Myslíte si, že by mohol kreatívny priemysel vyriešiť ekonomické či sociálne problémy vo vašom meste?

Čo je základom pre prosperujúce a vynaliezavé miesto?

Môže byť vaše mesto jedným z tých šťastných, kde rastie ekonomika, a kde je dostatok živnej pôdy pre talent? Môže byť vo vašom meste dosť priestoru pre kultúru kreativity, a o to menej miesta pre mestské a sociálne problémy?

PLACE! nastolí tieto otázky a bude o nich diskutovať. Bude hovoriť o skutočnej úlohe kreativity a kultúry v procese placemakingu a preskúma jeho prínos pre ekonomický a sociálny rast mesta.

PLACE! bude o tom, ako by mohli kultúra a kreatívny priemysel prispieť k úspechu mesta. Ako môžu pomôcť vytvárať image mesta a naopak, ako môže mesto pomáhať prekvitať kreatívnemu priemyslu.

PLACE! will discuss the real role of creativity and culture in the process of place-making, examining its contribution to the economical and social growth of the city.

PLACE! chce byť otvorenou platformou. Na rozličných stretnutiach a workshopoch prinesie príklady z praxe, prípadové štúdie, úspešné stratégie, kritické otázky i kľúčové východiská.

PLACE! pozýva medzinárodných expertov z oblastí vytvárania kreatívneho mesta, kreatívneho priemyslu, marketingu a brandingu, aby sa podelili o príbehy a stratégie a prezradili, na čom záleží pri rozvíjaní úspešných miest.

Môžu byť
byrokracia a vláda
kreatívne?

**Kreatívne
Mestá**
Branding Mesta /
Placemaking



TÉMY!

Košice 2020
Masterplán pre
Kreatívnu Ekonomiku

**Ako môžete
pomôcť?**

Kreatívna práca /
Podnikanie



CIELE!

ODPORÚČANIA PRE

**ĎALŠIE
KROKY PRE
BRANDING
MESTA** ₁

DISKUSIA NA TÉMU

**KREATÍVNA
TVORBA MESTA
BRANDING &** ₂

RIEŠENIE

**KONKRÉTNÝCH
PROBLÉMOV
KOŠÍC** ₃

KOMU JE KON FERENCIA URČENÁ!



Politici

Vlády

Organizácie
podporujúce
**kultúrny a kreatívny
priemysel**

Organizácie
podporujúce
**regionálnych
rozvoj**

**Každý,
kto má
záujem**

Ľudia pracujúci
v **kultúrnom
a kreatívnom
priemysle**

Tvorcovia
územných
a mestských
plánov

Ľudia pracujúci
v **brandingu**

P R E D N Á Š A J Ú C I



CHARLES LANDRY

Charles Landry je medzinárodne uznávanou autoritou v oblasti používania predstavivosti a kreativity pri premene mesta. Pomáha mestám identifikovať a čo najlepšie využiť svoje zdroje a dosiahnuť svoj potenciál aktiváciou ich obrazotvornosti, vynaliezavosti a zmenou myslenia

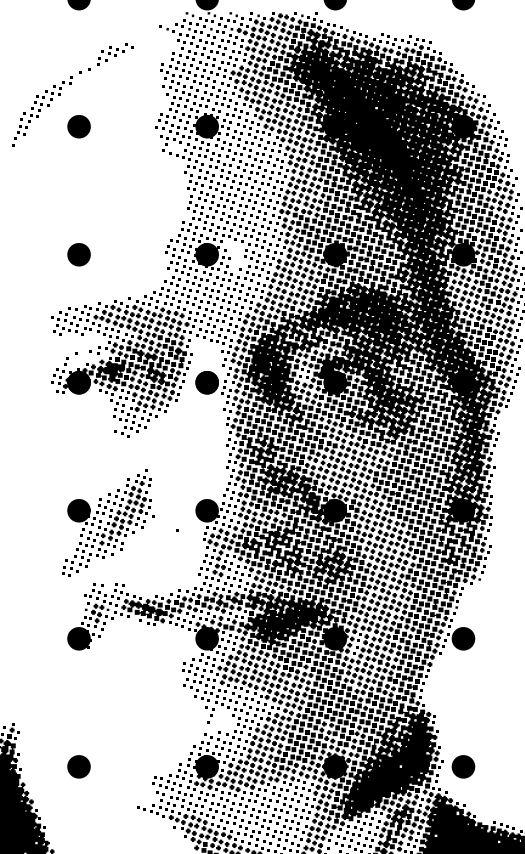
Zastávajúc úlohu kritického priateľa úzko spolupracuje s rozhodovacou právomocou a miestnymi lídrami. Stimuluje, uľahčuje a inšpiruje, aby sa mestá mohli zmeniť k lepšiemu a dostať sa na obrazovku globálneho radaru.

Charles pripravuje na mieru šitý prieskum a pomáha pri riešení komplexných mestských zmien. Rozvíja aj svoje vlastné projekty, najaktuálnejšie v spolupráci s Bilbaom "index kreatívneho mesta" – koncept "občianskej zdvorilosti" a prebiehajúci výskum o možnostiach premeny verejnej správy na obrazotvorný a nápaditý sektor. So svojím kolegom Jonathanom Hyamsom navrhol „index kreatívneho mesta“, ktorý predstavuje strategický nástroj na meranie, hodnotenie a posudzovanie inovatívneho pulzu mesta a jeho schopnosti prispôbiť sa radikálnym globálnym zmenám. Je doňho zapojených takmer 20 miest.

Charles sa narodil v roku 1948 a študoval vo Veľkej Británii, Nemecku a Taliansku. V roku 1978 založil rešpektované Európske poradenstvo „Comedia“ zameriavajúce sa na oblasť tvorivosti, kultúry a zmeny mesta. Viedol niekoľko stoviek projektov pre klientov vo verejnom a súkromnom sektore. Pôsobil ako jeden z kľúčových prednášajúcich vo viac než 50 krajinách sveta vrátane Veľkej Británie, Austrálie, Nemecka, Fínska, Španielska, Talianska, Holandska, Číny, Japonska, Kórey, Indie, Spojených arabských emirátov, Albánska, Chorvátska, Hong Kongu, Nového Zélandu, Poľska, Ruska, Juhoafrickej republiky, Tajvanu, Švédska, Ekvádoru, Kanady, USA, Jemenu atď.

Napísal niekoľko kníh, najnovšiu v roku 2012 – sériu krátkych ilustrovaných kníh, ktorá zahŕňa aj The Sensory Landscape of Cities; The Origins and Futures of the Creativity City and Culture & Commerce. Veľmi známym sa stal vďaka práci The Creative City: A toolkit for Urban Innovators (2000); The Art of Making City(2006) a The Intercultural Planning for Diversity Advantage s Philom Woodom.

CHARLES
LANDRY



PREDNÁŠAJÚCI . . .

● PETER LITTMANN

Počas svojej dlhej kariéry Peter Littmann zastával najrôznejšie vedúce pozície v kľúčových sférach podnikania: manažment, marketing, predaj a financie. Má rozsiahle skúsenosti v oblasti predaja luxusných produktov, módy, domácich potrieb a nábytku, automobilového a chemického priemyslu, pracoval na nemecky hovoriacich, ako aj na medzinárodných trhoch.

● PETER LITTMANN

Peter Littmann sa narodil v Prahe, vyštudoval strojné inžinierstvo v Bratislave a v roku 1968 opustil bývalé ČSSR. V Nemecku začínal ako asistent produkcie v kolínskej televíznej stanici WDR, následne študoval filozofiu a obchod. Svoje štúdium PhD. dokončil v roku 1976 s hodnotením „Magna cum laude“. Pracoval pre Girmes-Werke AG, Rosenthal AG a Vorwerk & Co. Začínal ako riaditeľ marketingu a vypracoval sa až na pozíciu generálneho riaditeľa. Od 1992 do 1997 bol Littmann generálnym riaditeľom Hugo Boss Ag., kde zmenil stratégiu, vytvoril tri nové značky a outsourcoval časť výroby do zahraničia. Táto zvyšujúca sa internacionalizácia firmy Hugo Boss je základom jej pokračujúceho úspechu.

Dnes je Littmann generálnym riaditeľom medzinárodnej poradenskej spoločnosti BRANDINSIDER GmbH.

Peter Littmann je členom predstavenstva v týchto spoločnostiach:

Charles Vögele AG, Pfäffikon, Švajčiarsko

Lens AG, Lipsko, Nemecko

Marc O' Polo AG, Stefanskirchen, Nemecko

Ruckstuhl AG, Langenthal, Švajčiarsko

Littmann predtým pôsobil ako člen predstavenstva v spoločnostiach:

Bata Shoe Corporation, Toronto, Kanada (1996 – 2005)

Ciba Specialty Chemicals AG, Bazilej, Švajčiarsko (1997 – 2009)

Keiper-Recaro KG, Remscheid, Nemecko (1993 – 2002)

Mercedes-Benz Automobil AG, Stuttgart, Germany (1993 – 1998),

Rodenstock, Mníchov, Nemecko (2005 – 2010)

Schleich AG, Schwäbisch Gmünd, Nemecko (2007 – 2010)

P R E D N Á Š A J Ú C I



TOM FLEMING

Dr. Tom Fleming je riaditeľom medzinárodnej poradenskej a výskumnej spoločnosti pre kreatívnu ekonomiku Tom Fleming Creative Consultancy. Tom je popredný medzinárodne uznávaný mysliteľ a stratég, komentuje oblasť kreatívnej ekonomiky, kultúrnych politík a inovácií. Jeho práca sa sústreďuje na poradenstvo vládám, obciam a inštitúciám v rozvíjaní efektívneho výskumu, politiky, stratégie a opatrení pre kreatívnu ekonomiku.

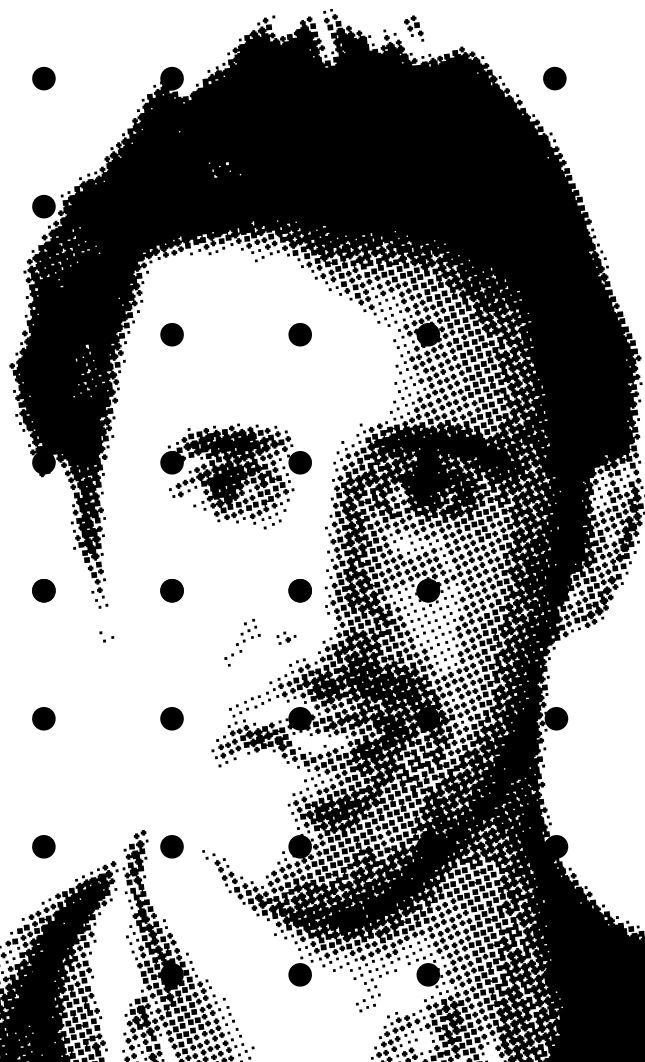
Jeho aktivity zasahujú do viac ako 40 krajín. Jeho hlavnou odbornou oblasťou sú vzťahy medzi kultúrou, kreativitou a ekonomickým rozvojom; ďalej nariadenia; investovanie; vzdelávanie; klastrovanie a kreatívne mestá; ako aj holistický prístup k tvorbe kreatívnej ekonomiky. Medzi jeho hlavných klientov patria: Svetová banka, UNESCO, Európska komisia, British Council, Arts Council England a NESTA. Viedol program Kreatívne mesto Guimarães, Európske hlavné mesto kultúry 2012 a podporil Košice v rozvoji Masterplánu pre kreatívnu ekonomiku.

Tom má osobitý záujem o novovznikajúce kreatívne ekonomiky a nové generácie kreatívnych miest. Napríklad, je vedúcim poradcom pre Národnú kreatívnu ekonomickú stratégiu vo Vietname a hlavným poradcom pre programy týkajúce sa kreatívnej ekonomiky v Nigérii, Rusku, Ukrajine, Číne a Brazílii. Nedávno napísal článok pre Svetovú banku na tému „Nariadenia a politika kreatívneho priemyslu v rozvíjajúcich sa ekonomikách“. Taktiež radí Európskej komisii v oblasti inovácie a výmeny poznatkov pre program Európske hlavné mesto kultúry a vedie „Kreatívne malé mestá“

– sieť a kampane pre kreatívnu tvorbu mesta v menších mestách.

www.tfconsultancy.co.uk

TOM
FLEMING



P R E D N Á Š A J Ú C I



PAUL BOGEN

Paul má tridsaťročnú skúsenosť v manažmente umenia a kultúry a od roku 2001 pracuje ako konzultant, projektový manažér, výskumník, fundraiser, spisovateľ a mentor. V roku 2008 založil agentúru Olivearte Culture Agency s kolegami v Írsku a teraz pracuje na rôznych kontraktach a projektoch po celej Európe.

PAUL
BOGEN

Špecializuje sa na predstavenie a riadenie zmeny, obchodné a strategické plánovanie, financovanie, fundraising, štúdie uskutočniteľnosti projektov, výskum, vývoj produktov, ocenenie trhového publika, programovanie, regionálnu stratégiu, vytváranie a riadenie projektov. Medzi jeho klientov patria Cambridge University, program Culture Európskej komisie, The Arts Council of England, nadácia Marcel Hicter, nadácia Asia Europe, Culture Action Europe, Melkweg, Amsterdam a Trans Europe Halles, Švédsko.

V súčasnej dobe je Paul projektovým manažérom pre Engine Room Europe, trojročný projekt s rozpočtom 2 milióny eur určený nezávislej kultúre v Európe. Ďalej vedie projekt The Business of Art v Petrohrade . Je tiež koordinátorom fundraisingovej a finančnej časti európskych kultúrnych nadácií – ECLabs.

Od 1989 do 2006 bol Paul umeleckým a výkonným riaditeľom v The Junction v Cambridge, prvom hudobnom, divadelnom a mediálnom priestore pre mládežnícku kultúru v Spojenom kráľovstve s medzinárodným programom a stratégiou, ktorá úspešne spájala komerčného ducha s kultúrnymi a vzdelávacími aktivitami. Na začiatku svojej kariéry Paul spravoval tri divadlá, Londýnske divadlo, kde bol komerčný divadelný producent, DJ, herec, riaditeľ a stand-up komik. Taktiež žil a pracoval v Izraeli a Poľsku.

Paul bol prezidentom Trans Europe Halles (Európska sieť nezávislých kultúrnych centier) v rokoch 1999 – 2007, je členom predstavenstva v britskom divadle Hoipolloi a členom Royal Society of Arts (Kráľovská spoločnosť umení).

P R E D N Á Š A J Ú C I



BRENDAN MOFFETT

Brendan Moffett riadi tím pre marketing a cestovný ruch pre Sheffield a je držiteľom titulu MBA z Sheffield Business School. Do Sheffieldu sa vrátil z Londýna v roku 2007 ako riaditeľ strategického marketingu v Creativesheffielde – novej spoločnosti pre ekonomický rozvoj mesta.

Pôvodne bol zodpovedný za stratégiu „Image mesta a identita“, ktoré boli súčasťou hospodárskeho masterplánu spusteného v januári 2008 na londýnskej burze.

Odvtedy Brendan prijal rolu riaditeľa v Marketing Sheffield, novovzniknutej organizácie pre destinačný manažment, ktorá má za úlohu podporiť mesto. V novembri 2010 bola zahájená nová identita mesta Sheffield so zameraním značky na tri kľúčové oblasti: obchod, talent a cestovný ruch.

Brendan predtým pracoval pre niektoré z popredných svetových marketingových agentúr (napr. WPP) a pre svetové značky (Guinness, General Motors ai.).

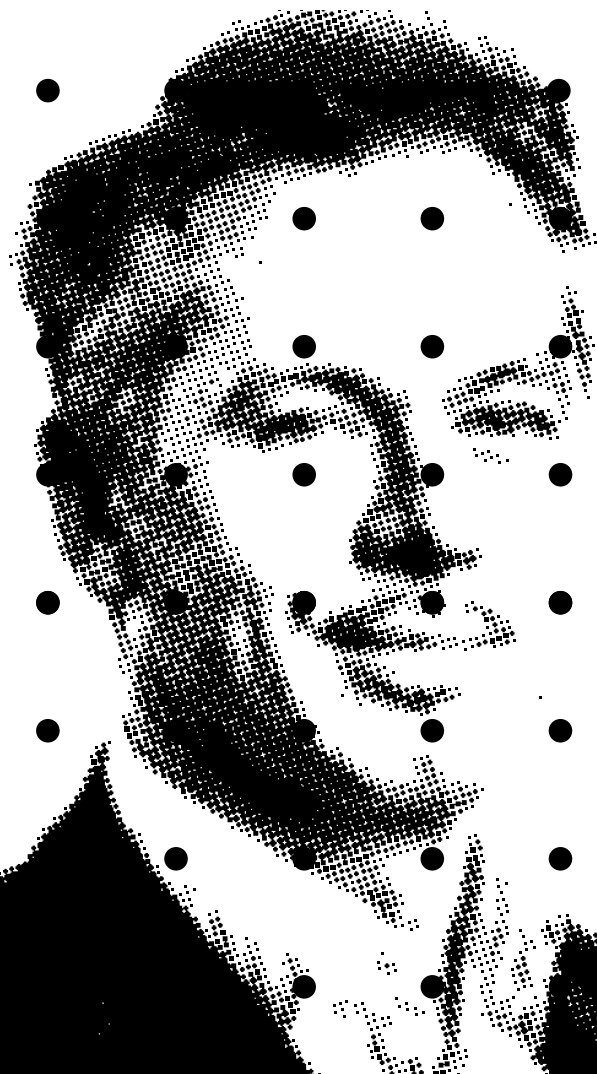
Mal dve úspešné obdobia s mediálnym obrom EMAP plc v rozličných úlohách: na dynamickom trhu vysielania, v publikovaní a B2B, vrátane skorého vývoja mnohých digitálnych značiek.

Medzi týmito obdobiami bol v zakladajúcej rade ZOO Digital Group plc, spoločnosti, ktorej cena narástla na 40 miliónov libier a bola uverejnená na burze.

Ako súčasť tímu vytvoril prielom v interaktívnom DVD, ktorý sa nakoniec stal dodávateľom pre Disney Corp.

Brendan je rovnako pravidelným prednášajúcim na University of Sheffield a Sheffield Hallam University na tému „Branding miesta“.

**BRENDAN
MOFFETT**



P R E D N Á Š A J Ú C I



JUAN CARLOS BELLOSO

Juan Carlos Belloso je medzinárodný odborník na stratégiu miesta, branding a medzinárodnú propagáciu. Sídli v Barcelone. Je poradcom projektov Barcelona Brand Project, ďalej Barcelona Strategic Metropolitan Plan a Catalonia Brand Committee. V neposlednom rade je zakladajúcim členom združenia Barcelona Global, súkromnej organizácie založenej podnikateľmi.

Jej cieľom je vytvoriť a rozvíjať projekty, ktoré zlepšia pozíciu a vplyv Barcelony vo svetovom systéme miest. Juan Carlos v súčasnej dobe pracuje ako poradca pre rôzne krajiny, regióny a mestá v Španielsku, Európe, Rusku i Latinskej Amerike v oblasti brandingu, image, manažmentu reputácie a konkurencieschopnosti.

Vyštudoval ekonómiu a obchodnú administráciu na univerzite v Barcelone so špecializáciou na medzinárodný marketing na univerzite v New Yorku, a bol strategickým riaditeľom brandingu pre Futurebrand v Madride, riaditeľom pre Strategické poradenské služby v Coopers & Lybrand a KPMG. Ako riaditeľ katalánskej medzinárodnej agentúry v New Yorku (Catalan International Promotion Agency) bol zodpovedný za medzinárodné marketingové projekty pre organizačný olympijský výbor Barcelona '92.

Často prednáša a píše články na tému stratégia značky a miesta pre rôzne časopisy a magazíny. Podieľal sa na novej knihe „City Branding: Theory & Cases“, publikovanej v januári 2011.

JUAN CARLOS
BELLOSO

S P E A K E R S . . .

DIETER HARDT-STREMAJR

Dieter Hardt-Stremayr je od roku 1995 generálnym riaditeľom Graz Tourist Office. Po mnohých rokoch v predstavenstve a rôznych funkciách pôsobil v posledných štyroch rokoch ako prezident European Cities Marketing (Marketingu európskych miest), združenia 110 vedúcich európskych miest. Zároveň je takmer 10 rokov zodpovedný za spoluprácu „Creative Austria“ (kreatívne Rakúsko).

Študoval obchodný manažment a podnikové vzdelávanie na univerzite v Grazi a svoju kariéru začal v cestovnom ruchu ako sprievodca Amerických turistov po Európe. Naskytla sa mu príležitosť pracovať s touto spoločnosťou v USA počas dvoch rokov predtým, ako nastúpil do regionálneho úradu pre cestovný ruch v spolkovej časti Styria/Steiermark. Po štyroch rokoch sa uchádzal o post generálneho riaditeľa v Graz Tourist Office.

Najväčšou výzvou bol preňho projekt „Graz – Európske hlavné mesto kultúry“ v roku 2003. Centrálna poloha Grazu a skutočnosť, že bol jediným hlavným mestom kultúry v roku 2003, bola obrovským úspechom. Úspešnosť tohto kultúrneho projektu viedla k iniciatíve „Creative Austria“, ktorá je konzorciom rakúskych destinácií na čele s Dietrom Hardt-Stremayrom ako hovorcom. Tieto destinácie sú v súčasnosti hlavnou rakúskou ponukou v oblasti kultúry a dizajnu.

DIETER
HARDT-STREMAJR

ĎALŠIE
INFORMÁCIE
ČOSKORO...

PLACE

MEDZINÁRODNÁ KONFERENCIA O VPLYVE
KREATIVITY A KREATÍVNEHO PRIEMYSLU
NA BUDOVANIE ZNAČKY MEST

3.-4. OKTÓBER 2013
KOŠICE

WWW.CREATIVEECONOMY.SK



PARTNERI

