

# Zhodnocení naplňování akčního plánu Programu rozvoje kultury města Brna



Statutární město Brno  
Dominkánské náměstí 1  
601 67 Brno

Autoři:  
Lucie Chlupatá, Viktor Piorecký

Brno, 2016

Dokument byl zpracován v rámci projektu Strategické dokumenty města Brna s důrazem na oblast kvality života (CZ.03.4.74/0.0/0.0/16\_033/0002913), který je spolufinancován z Evropského sociálního fondu a státního rozpočtu České republiky.



Evropská unie  
Evropský sociální fond  
Operační program Zaměstnanost

# Zhodnocení naplňování Akčního plánu Programu rozvoje kultury města Brna

Program rozvoje kultury města Brna vznikl z potřeby zmapovat oblast kultury města Brna a nastavit spolupráci mezi partnery s cílem navrhnout vize, cíle a konkrétní opatření určující směr budoucí kulturní politiky města.

Rada města Brna na své schůzi č. R6/090 konané dne 19. 12. 2012 vzala v rámci projednávání výstupů projektu „Rozvojové dokumenty Strategie pro Brno“ CZ.1.04/4.1.01/53.00084 na vědomí Program rozvoje kultury města Brna. Projekt byl financován z prostředků Evropského sociálního fondu prostřednictvím Operačního programu Lidské zdroje a zaměstnanost a z rozpočtu statutárního města Brna.

Za účelem rozvíjení a konkretizace programu byla navržena platforma spolupráce organizací působících v oblasti kultury a ustavena třináctičlenná skupina pro koordinaci naplňování programu složená ze zástupců zřizovaných a nezřizovaných organizací v kultuře, akademické sféry, města Brna a Turistického informačního centra města Brna. Od 14. 6. 2012 koordinační skupina pravidelně zasedala a výstupy z jejího jednání byly zveřejňovány na internetových stránkách města Brna<sup>1</sup>. Činnost skupiny byla ukončena v souvislosti s koncem volebního období, a to na jejím posledním zasedání dne 8. 10. 2014. Hlavním výstupem a přínosem skupiny byla reforma dotačního systému v kultuře v roce 2013.<sup>2</sup>

Jednotlivé aktivity Programu rozvoje kultury města Brna a jeho evaluace byly navázány na krátkodobé, střednědobé a dlouhodobé cíle. Za účelem zhodnocení naplňování těchto aktivit se v červnu 2016 sešli pracovníci OK MMB s bývalými členy koordinační skupiny, příp. současnými zástupci daných institucí. Výsledkem tohoto jednání je zhodnocení naplňování Akčního plánu Programu rozvoje kultury představené na následujících stránkách.

---

<sup>1</sup> viz

<http://www.brno.cz/sprava-mesta/magistrat-mesta-brna/usek-socialne-kulturni-a-dopravy/odbor-kultury/program-rozvoje-kultury-mesta-brna/>

<sup>2</sup> Podrobněji viz analytický podklad Strategie kultury a kreativních odvětví s názvem “Přehled financování kultury městem Brnem” (<http://kulturniparlament.brno.cz>)

### Akční plán Programu rozvoje kultury

#### PRIORITA A. INFRASTRUKTURA A FINANCOVÁNÍ

<b>Krátkodobé aktivity</b>	1	Podpora páteřních kulturních organizací statutárního města Brna. (K)	probíhá průběžně; ze strany ředitelů příspěvkových organizací je zde požadavek, aby bylo zavedeno víceleté financování (ne roční rozpočet) např. na jejich funkční období a zvětšily se částky pro zřizované instituce; měla by se zvážit možnost holdingu; problémový je audit a revize; měla by fungovat formulace městem, co od svých zřizovaných institucí požaduje (MKČR)
	2	Uchování systému kofinancování dotačních projektů. (K)	probíhá, mělo by zůstat zachováno, ale mělo by být vyvinuto větší úsilí na větší podíl MK ČR a JMK
	3	Možnost využití specifických nástrojů podpory formou kooperace příspěvkové a nepříspěvkové scény. (K)	není podchyceno systémově, ale funguje na principu individuální dobré vůle ke spolupráci; probíhají společné akce, FB např. dává spolupracující organizace do své databáze; měl by být vyvíjen větší tlak na poskytování prostor příspěvkové scény nepříspěvkové za zvýhodněných podmínek
	4	Školení pro žadatele a příjemce městských dotací. (K)	probíhá každoročně v době podávání žádostí o dotace (několik termínů po dobu cca 6 týdnů)
	5	Podpora kulturních služeb směřujících ke specifickým skupinám. (K)	probíhá; snaha zlepšovat služby - slevy pro studenty, seniory, rodiny; příměstské tábory; produkce ve veřejném prostoru zdarma (i pro sociálně slabé); bezbariérovost pro tělesně postižené; zapojení žen na mateřské do práce v institucích
<b>Krátkodobé a střednědobé aktivity</b>	1	Příprava na programovací období 2014-2020. (K, S)	probíhá - připravuje KSM
	2	Podpora a revitalizace stávající kulturní infrastruktury města a podpora rozvoje nové. (K, S)	probíhá průběžně např. příprava stavby JKC, sál Břetislava Bakaly, kino Art, Špilberk, Besední dům, MDB - dílny, NDB - Janáčkovovo divadlo atd.
	3	Podpora kreativních průmyslů. (K, S)	probíhá formou kreativních voucherů ve spolupráci s JIC; Kreativní centrum - stalo se strategickým projektem města, byla zpracovaná studie proveditelnosti, proběhla sanace budovy káznice na Cejlu a mapování kreativních průmyslů, v káznici probíhají kulturní akce i když v omezeném režimu; spolupráce KSM a kreativců; podpora formou dotace - OK MMB
	4	Udržení stability systému a precizace principů dotační politiky města Brna s vazbou na cíle kulturní politiky města. (K, S)	probíhá průběžně - roční evaluace - zpětná vazba od žadatelů, hodnotitelů, pracovní skupiny, pracovníků OK MMB, dodavatele el. dotačního systému; nové návrhy ze strany politiků; zvyšování finančního objemu na dotace
	5	Další rozvoj přípravy a čerpání prostředků z komunitárních programů a strukturálních fondů EU. (K,S)	probíhá průběžně např. oprava pobočky KJM v Bystrci, hrad Špilberk, festival Janáček Brno
	6	Zkvalitňování a rozvoj veřejných prostranství pro kulturní a umělecké aktivity. (K, S)	probíhá průběžně např. prostor před Janáčkovým divadlem, prostor před budovou Tivoli, Moravské náměstí, plánuje se před JKC
	7	Příprava a čerpání z dalších zdrojů než zdrojů EU. (K, S)	probíhá průběžně např. z MKČR, JMK, Norských fondů - snaha zvětšovat objem
<b>Střednědobé aktivity</b>	1	Zlepšení dopravní dostupnosti kulturních zařízení. (S)	nově byly postaveny parkovací domy pod Janáčkovým divadlem a na ul. Panenské; byla zavedena autobusová doprava na hrad Špilberk, turistický minibus; na některé celobrněnské akce bývá zajištěna mhd zdarma (Muzejní noc, Hrnem Brnem); u některých kulturních akcí funguje vstupenka i jako jízdenka na mhd
	2	Směřování k nastavení kooperativní formy financování. (S)	město se snaží zvyšovat tlak na JMK a MKČR, aby došlo k větší finanční spolupráci ze strany těchto institucí; přispět k této formě by mělo schválení zákona o veřejnoprávních institucích v kultuře
<b>Střednědobé a dlouhodobé aktivity</b>	1	Zmapování socio-ekonomického potenciálu kultury. (S, D)	toto mapování má k dispozici Česká asociace festivalů; MKČR provozuje on-line kulturní kalkulačku
<b>Dlouhodobé aktivity</b>		x	
<b>Aktivity, které jsou krátkodobé, střednědobé i dlouhodobé</b>		x	

**Akční plán Programu rozvoje kultury**

**PRIORITA B. PROPAGACE, MARKETING A SPOLUPRÁCE**

<b>Krátkodobé aktivity</b>	1	Pracovní skupina koordinující globální mediální a marketingové aktivity ve vztahu ke kulturnímu dění ve městě Brně. (K)	v září 2015 byla zřízena Rada pro marketing a cestovní ruch
	2	Zřízení jednotného městského informačního zdroje o probíhajících kulturních akcích. (K)	zřízen web <a href="http://www.GotoBRNO.cz">www.GotoBRNO.cz</a> , spravován TICmB, přehledný kalendář akcí - v současnosti se připravuje nový koncept webu
	3	Vytvoření a zajištění provozu webového portálu s možností jeho propojení na sociální sítě a jednotlivé kulturní organizace. (K)	zřízen web <a href="http://www.GotoBRNO.cz">www.GotoBRNO.cz</a> , spravován TICmB, přehledný kalendář akcí / jednotlivé kulturní instituce spravují své profily a doplňují pořádané akce
	4	Pravidelné tiskové konference referující o strategických aktivitách realizovaných v oblasti kultury. (K)	probíhají pravidelné TK jednotlivých městských organizací
	5	Vytvoření informačního zázemí pro nezřizovanou scénu (jak postupovat při pořádání kulturních akcí) formou internetového portálu. (K)	portál nebyl zřízen, ale byly zveřejněny souhrnné informace na webových stránkách OK MMB
<b>Krátkodobé a střednědobé aktivity</b>	1	Posilování role moderních technologií v propagaci kulturních institucí (např. geocaching). (K, S)	vznik prvních "šifrovacích" her/procházek městem (Bitva o Brno, Tajemství Staré radnice; tematická k festivalu Tmavomodrý svět) - zajišťuje cryptomania.cz; samostatně řeší jednotlivé instituce (např. MG), např. hrad Špilberk má vlastní šifrovací hru/aplikaci
<b>Střednědobé aktivity</b>	1	Zajištění základních cizojazyčných informací o probíhajících kulturních aktivitách. (S)	kalendář akcí na <a href="http://www.GOTOBRNO.cz">www.GOTOBRNO.cz</a> v jazykových mutacích
	2	Tvorba virální reklamy. (S)	zajišťují jednotlivé organizace města, využívá se Facebook
	3	Aktivnější využívání potenciálu městských, poloměstských i soukromých organizací. (S)	spolupráce probíhá např. s C.E.M.A. - portál Brno město hudby, Veletrhy Brno, a. s.; OK MMB spolupracuje s příjemci dotací např. při prezentaci brněnské kultury na akcích s partnerskými městy
	4	Re-design základních materiálů informujících o kulturním dění s důrazem na jejich efektivitu. (S)	probíhá - materiály vydávaných TICmB (např. Kalendář akcí, magazín KAM) i ostatních příspěvkových organizací města
<b>Střednědobé a dlouhodobé aktivity</b>	1	Vznik reprezentativní, komplexní a ucelené řady materiálů propagujících kulturní aktivity města. (S, D)	materiály nejsou ucelené a organizace o to ani neusilují; průběžně probíhá redesign a vznik nových materiálů jednotlivých organizací; KSM sestavuje TOP akce města
	2	Podpora digitalizace kulturního dědictví a jeho využívání při propagaci kultury a města. (S, D)	probíhá např. prostřednictvím Internetové encyklopedie dějin města Brna, Brněnského architektonického manuálu, <a href="http://www.unesco-czech.cz">www.unesco-czech.cz</a>
	3	Koordinace a plánování významných kulturních akcí v Brně a okolních městech středoevropského regionu (např. Vídeň, Praha, Bratislava). (S, D)	neprobíhá; jednotlivé organizace sledují dění ve své oblasti a dochází ke koordinaci umělecké
<b>Dlouhodobé aktivity</b>	1	Kontinuální zlepšování způsobu nabídky služeb, včetně zřehlednění a posilování její atraktivity a účinnosti. (D)	probíhá u jednotlivých organizací; prostor pro zlepšení je např. na hlavním vlakovém nádraží, kde chybí nabídka služeb
	2	Celebrity branding – zajišťování záštity i přímé účasti populárních a významných osobností na vybraných kulturních aktivitách. (D)	probíhá např. při stavbě JKC (prezentace na oplocení kolem stavby), přihláška do sítě kreativních měst UNESCO (patronka Magdalena Kožená)
	3	Pravidelné vytipování TOP akcí v intervalu čtvrtletí, jednoho roku, pěti roků. (D)	seznam TOP akcí včetně stanovení kritérií hodnocení je zpracováván KSM
	4	Kontinuální plánování významných kulturních akcí včetně marketingové podpory v ČR a zahraničí. (D)	provádí jednotlivé organizace samostatně, marketingová podpora v zahraničí minimálně, v ČR prostřednictvím KAM, který je rozepisován na infocentra do Prahy, Olomouce, Znojma (v zahraničí do Vídně)
	1	Organizace tiskových konferencí a workshopů v regionech České republiky, vytipovaných městech okolních států informujících o kulturní nabídce zdůrazňující město Brno jako turistickou destinaci. (K, S, D)	pravidelné TK v Bratislavě a Vídni s cílem představení Brna jako atraktivní turistické a kulturní destinace

<b>Aktivity, které jsou krátkodobé, střednědobé i dlouhodobé</b>	2	Kritický přístup k posuzování efektivnosti realizované reklamy. (K, S, D)	neprobíhá profesionálně	
	3	Spolupráce města a městských částí. (K, S, D)	probíhá - sněm starostů, metodické vedení MČ jednotlivými odbory	
	4	Podpora formálních i neformálních setkání představitelů kulturních organizací a organizací zajišťujících navazující marketingové aktivity. (K, S, D)	setkání probíhají velmi sporadicky - OK MMB zajistil několik málo setkání ředitelů příspěvkových organizací; TICmB uspořádal otevřenou akci KAMing soon 2016; setkání probíhají spontánně dle potřeby	
	5	Využití potenciálu památky UNESCO pro mezinárodní propagaci města Brna jako kulturní destinace. (K, S, D)	Vila Tugendhat je využívána v komunikaci/prezentaci města; Brno je členem dobrovolného svazku obcí a měst České dědictví UNESCO	

## Akční plán Programu rozvoje kultury

### PRIORITA C. KULTURA A CESTOVNÍ RUCH

<b>Krátkodobé aktivity</b>	1	Zvýšit tvorbu kompaktní turistické nabídky v oblasti kulturních akcí ve městě – coby nabídky kulturní destinace. (K)	probíhá - garant TICmB
	2	Možnost kooperativního využívání rezervačních systémů. (K)	TICmB i některé další instituce využívají systém Coloseum (TICmB zprostředkovává předprodej vstupenek těchto institucí) - TICmB + CCRJM zabezpečuje provoz rezervačního systému jizni-morava.info
	3	Prohlubovat a rozšiřovat aktivity spojené s identitou města. (K)	v gesci KSM, oblast destinačního marketingu zajišťuje TICmB, cílovým segmentem jsou konzumenti kulturní nabídky města (turisté i rezidenti)
	4	Prohlubovat a rozšiřovat aktivity spojené s identitou města. (K)	Zajišťování fam a press tripů je koordinovaně řešeno ve spolupráci MMB/KSM + OZV, TICmB, CCRJM a JMK.
	5	Vytvářet kontinuální síť kontaktních prezentací městě Brně, pořádat Fam a Press Tripy pro profesionály a média. (K)	Spolupráce s Asociací průvodců ČR, Asociací hotelů a restaurací, Svazem obchodu a cestovního ruchu + s dalšími profesními asociacemi prostřednictvím CCRJM
	6	Systematická spolupráce s profesními organizacemi, spolky a asociacemi, včetně kooperace a péče o průvodce, kteří Brnem provází. (K)	probíhá - otevření hlavního informačního centra v PD Panenská, otevření IC Špilberk, zpravidelnění provozu IC letiště Brno-Tuřany, sezónní IC Brněnská přehrada.
	7	Zkvalitňování služeb informačních center. (K)	probíhá realizace - garant TICmB a jednotlivé kulturní instituce, příp. jiné subjekty (např. Brno - město hudby)
	8	Zvýšit tvorbu kompaktní turistické nabídky v oblasti kulturních akcí ve městě – coby nabídky kulturní destinace. (K)	V roce 2015 s podporou města Brna a JMK zřízena nová letecká linka Brno-Mnichov
	9	Přímé nasměrování pobídek v cestovním ruchu v Brně na dopravní, zejména pak letecké společnosti. (K)	realizace aktivit v této oblasti zajišťuje CCRJM
	10	Akcent na kontinuální spolupráci se zahraničními cestovními kanceláři v oblasti destinační kulturní a zážitkové nabídky. (K)	probíhá - TICmB / KSM networking, spolupráce, inzerce, presstripy, famtripy
	11	Vyšší míra využívání zahraničních profesních a cestovatelských internetových portálů i tištěných materiálů a periodik zaměřených na cestovní ruch. (K)	probíhá - garant TICmB - probíhá rozšiřování a aktualizace městské navigace (směrníky a panely + mapy v CLV), IC, Tourist friendly points
	12	Zkvalitňování a rozšiřování městského navigačního systému. (K)	probíhá - garant TICmB - probíhá rozšiřování a aktualizace městské navigace (směrníky a panely + mapy v CLV), IC, Tourist friendly points
<b>Krátkodobé a střednědobé aktivity</b>	1	Širší provázání marketingu a propagace kulturních aktivit s aktivitami TICmB. (S, K)	probíhá - garant TICmB; www.GotoBRNO.cz (kalendář akcí) a měsíčník KAM v Brně
	2	Systematická práce s tuzemskými incomingovými agenturami v oblasti destinační kulturní a zážitkové nabídky. (K, S)	TICmB zajišťuje tvorbu nabídek pro různé cílové skupiny, nutno se zaměřit na partnery - CK pro prodej a marketing
	3	Vyšší míra využívání tuzemských profesních a cestovatelských internetových portálů i tištěných materiálů a periodik zaměřených na cestovní ruch. (K, S)	probíhá, placená inzercí i podpora vzniku redakčních článků (realizace presstripy - v gesci MMB/KSM, TICmB a CCRJM/JMK)
	4	Zvýšení spolupráce v oblasti kulturní turistiky s partnerskými a dalšími městy. (K, S)	probíhá zejména na bázi hostování umělců, navázána užší spolupráce s Lipskem, Stuttgartem a Debrecenem - rozvoj dalších aktivit v gesci TICmB (s garancí OZV MMB)
	5	Prohlubovat a rozšiřovat aktivity spojené s identitou města v zahraničí. (K, S)	nutno posílit korporátní marketingové aktivity - KSM

	6	Vytvářet kontinuální síť kontaktních prezentací městě Brně, pořádat Fam a Press Tripy pro profesionály a média. (K, S)	Zajišťování fam a press tripů je koordinovaně řešeno ve spolupráci MMB/KSM + OZV, TICmB, CCRJM a JMK.
<b>Střednědobé aktivity</b>	1	Věnovat zvýšenou pozornost získávání a rozvoji výrazných značek kvality v oblasti cestovního ruchu. (S)	certifikace kvality řešena na národní úrovni v gesci CzT a MMR
<b>Střednědobé a dlouhodobé aktivity</b>		X	
<b>Dlouhodobé aktivity</b>		X	
<b>Aktivity, které jsou krátkodobé, střednědobé i dlouhodobé</b>		X	