

Партньорства за творческа София - среща 1 от 22.05.2017

Група Б -Партньорства, дългосрочни сътрудничества :

1. Биляна Генова – директор Дирекция «Култура» Столична община
2. Дойчин Котларов, юрист, съосновател на Арт фондация ДОМА Арт Фест
3. Вили Прагер, съосновател на „Брейн Стор Проджект“ и „Антистатик“ - международен фестивал за съвременен танц и пърформанс
4. Митана Бонева , съсобственик на ресторант L'Etranger и участник в „КВАРТАЛ“
5. Радослав Мирчев, съосновател на „Бар Петък“ и клуб Mixtape 5
6. Ивайло Бонев, New Business Development, Athlon

Модератор: Катрин Хрусанова

Протоколиращ: Гергана Димитрова

Външен наблюдател на проект „Партньорства за творческа София“: Виктор Янков

1. Опит в партньорства между бизнес и творческа сцена

В разговора се очертаха следните казуси:

Бизнесът иска да има възвращаемост на инвестицията, а творческата сцена няма достатъчно ясна „територия“- като качество, видимост и публичност, които да предложи.

- **Има изключително затруднен достъп до големите бизнеси и хората, които взимат решения там (минава се през маркетинг или ПР отдел, не може да се стигне до вземащия решение или решенията се вземат, без да можеш да се срещнеш лично (на база проучване от отделите, които се занимават с партньорства). За да бъде избора информиран, те трябва да разполагат с информация, която могат да разчетат.**
- **Подкрепата от бизнеса идва главно на базата на лични контакти и често досега е била свързана с моментната добра воля на един човек и стечение на обстоятелства. Творческата сцена от опита си през годините знае, че бизнесът обикновено търси мащабни събития и рядко познава съвременните изкуства и новаторски инициативи.**
- **По-лесно се намират бизнес партньори за фестивалите, които се градят върху множество готови творчески продукти, от които селектират. Това илюстрира факта, че бизнес партньорите разчитат творческата сцена вече да е създала продукт и да може да предложи качество на подходящо ниво.**
- **Малките бизнеси са склонни да подкрепят творческата сцена (по-често в натура, отколкото финансово) заради каузата, която познават по-отблизо. Рядко се превръщат в устойчиви партньори. Една от причините за това е, че самите творчески инициативи са неустойчиви защото се случват на проектен принцип.**

В бизнеса поколенията са се сменили и новите бизнеси са склонни да подкрепят смислено представени творчески инициативи дори да са извън тяхната сфера на работа.

- Големите бизнеси често искат да знаят откъде ще дойде възвращаемостта на инвестицията, те самите не са склонни да проучват. Нужен е **подходящ формат на представяне на свободната творческа сцена - нейните продукти и участници - като стъпка за нейното разпознаване и видимост.**
- Творческият сектор трудно формулира какво дава, какво развива, какво може да предложи. От помощ би било създаване на „шаблон“ **който да формулира ползите, които предлага творческата сцена в разбираем и убедителен за бизнеса вид.** Бизнесът би бил от голяма полза за сцената в създаването на подобен „профил“. Много по-убедително звучи, когато бизнесът мотивира своята подкрепа за съвременните изкуства отколкото когато артистите изтъкват ползите за бизнеса от подкрепата на тяхното изкуство.
- Малките бизнеси биха били мотивирани да партнират дългосрочно, ако имат някакви **облекчения от общината** (парко място, местни такси).

Творческата сцена постепенно подобрява своя имидж и става привлекателна („куул“) в това число и за част от консуматорите на масова култура с посредствено качество.

- **Проблем за бизнеса понякога се оказва лоялността на творческите партньори.** Те са склонни да пренебрегнат дългосрочното партньорство (с ниско заплащане) заради еднократно по-високо заплащане или обещание за творчески пробив.
- **София се развива и става все по-европейска и социално ангажирана столица.** Градът има потенциал сериозно да увеличи аудиторията на творческа сцена, но липсва **видимост и достатъчно привлекателен имидж за сцената.** Трябва да се работи в тази посока и то устойчиво и с търпение.
- **Общността, която следи работата на свободната творческа сцена в София е малка** (сравнение с Виена, която също е 2 млн. жители).

Споменаха се примери за партньорства с Walltopia, Овергаз (БГ школо в Младост), КИА, частен съдебен изпълнител Милен Бъзински (организация за Северозападна България), Free Sofia Tours, Jameson и Северният културен фонд.

2. Пресечни точки на партньорства - бизнес и творческа сцена

Идеята да има обща информационна платформа за културни събития в града е привлекателна и смислена инициатива, в която бизнесът с готовност би се включил като партньор.

- Бизнесът има опит и голям потенциал в развитието на видимост в онлайн пространството. Липсата **на информация за културни събития се отчита като сериозен дефицит на града от туристите и туристическия бранш.** Туристи, гости и жители на града търсят не сайт с календар от подкрепените или организирани от общината културни събития а **актуална и пълна информация за различни събития.** „Програмата“ е твърде ограничена като съдържание, не включва всички изкуства и събития, лошо е структурирана и е остаряла като концепция. Често не се осъзнава високото качество на свободната сцена в сравнение например с творческите продукти, предлагани масово от бюджетни институции.



споделена
ВИЗИЯ



ПРОГРАМА
ЕВРОПА
СТОЛИЧНА ОБЩИНА



ACT
Асоциация за Свободен Туризъм



GOETHE
INSTITUT



Интеркултура Консулт®



- **Тази информационна платформа трябва да е съвременна, двуезична, мобилна и технологично добре премислена и разработена.** Тя трябва да включва както препоръчани качествени събития („с печата на общината” – подкрепени на конкурсен принцип от експертно жури или друг сертификат за качество), така и масови, комерсиални, образователни, експериментални събития в сферата на изкуствата и културата. Има примери за такива платформи и мобилни приложения в други градове.
- **В тази идея със сигурност би се включил и туристическия бранш.** Добре е с тях да се обсъди и идеята за такса туризъм (по примера на Берлин и други градове), която да се инвестира в културния живот на града.
- **IT бизнесът би инвестирал в технологично изкуство и би подкрепил със знания изкуството.** „От тези среди после ще вземем партньори, екип, инвестираме в дълбочина, а не в ширина.” (Кока кола вече не е на мода! – остарял тип бизнес, промотира се по остарял начин)
- Спортът също често се сблъсква с подобни проблеми, като тези на свободната сцена, не бива да се пренебрегва **потенциала и на партньорството между спорта и съвременното изкуство.**

Развитие и разширяване на публиките – чрез образователни и творчески инициативи с деца и ученици.

- **Бизнесът и творческата сцена биха инвестирали ресурси, но имат нужда от сериозното партньорство на общината.** (Фирмата Athlon е започнала инвестиции в тази посока и ще ги продължи.)
- **Общината би трябвало да стартира дългосрочна инициатива с партньори от бизнеса и творческата сцена, като поеме ролята на медиатор с общинските училища.** Възпитанието и развитието на детската и младежка публика е твърде сериозен приоритет, за да бъде поставян в конкурентна среда с „краткосрочни“ цели като *Председателството на Съвета на ЕС* и др.

Основните въпроси за решаване в сътрудничество::

1. Най-добрата стратегия би била **бизнесът да убеждава, че има смисъл от инвестиции в съвременната творческа сцена.** Общината следва да се включи като партньор, защото тя би могла да е гарант за качество.
2. Въвличане на **туристическия бранш и анализ на идеята за такса туризъм**
3. Развиване на потенциала на IT бизнеса – идея за **конференция – съвременни технологии – съвременно изкуство**, на която да се свържат лично повече представители на бизнеса и творческата сцена.
4. Юридически **анализ на стимулите за бизнеса за включване в културния живот на града** – на общинско и държавно ниво
5. Подобряване на **маркетинга и видимостта** на творческата сцена в града в партньорство с бизнеса – пр. с доброволен принос на бизнес експерти в тази област
6. **Начин да финансираме устойчиво продължения на работата в тази посока?**

Задачи за допълнителна информация със съдействие на участниците: контакт за свързване с образователния отдел в общината ОП Туризъм (Иво Маринов), покана към Светлана Ломева и Севдалина Войнова от „Асоциация за Развитие на София“ да разкажат за опита с „Фонда за иновации в културата“, Sofia Free Tours, Jameson

ОБОБЩЕНИЕ

Група Б -Партньорства, дългосрочни сътрудничества

Голяма част от новите бизнеси искат да инвестират в дълбочина, а не в ширина. Търси се иновативност не в представянето на подкрепата, а в методите за реализация на партньорството. Чрез свободната творческа сцена те могат да инвестират във високо интелектуално ниво, където качеството на комуникация с публиката е различно от това на масовите събития. Утре именно сред тази публика и артисти те могат да намерят своите партньори, с които заедно да инициират по-мощни каузи.

Подготовка на конкретни предложения за обсъждане в срещата на 5 юни 2017 г.

- Създаване на Платформа за образование в съвременни технологии и съвременни изкуства
- Създаване на информационна платформа *Творческа София*
- Провеждане на юридически анализ на общинските и държавни стимули за бизнеса да се включи активно в културния живот на града.
- Създаване на „шаблон“, който представя творческата сцена като партньор на бизнеса
- Форум за свързване на новите технологии и съвременното изкуство