

**Zápis z úvodního setkání kreativní skupiny**

**„Labyrint člověka v Perle Ústí nad Orlicí“**

Termín konání: **22. září 2015 od 15 hod.**

Místo konání: **Městské muzeum** v Ústí nad Orlicí, **Hernychova vila**

Přítomni: Celkem **28 zástupců** z řad základních a středních škol, zájmových a kulturních organizací, významných osobností a podniků, včetně občanů města a široké veřejnosti z regionu *(viz prezenční listina)*, seznam účastníků na konci zápisu

**Průběh a podněty ze setkání:**

1. **Zahájení - cíl úvodního společného setkání**

Setkání zahájil starosta Petr Hájek. Přivítal přítomné a sdělil cíl setkání **„Vykročit správným směrem“.**

1. **Historie projektu**

P.Hájek zmínil, že město před 5 lety zakoupilo Perlu, hledalo řešení, proběhla architektonická soutěž na regulační plán zóny, který se nyní projednává. **Vize Perly** zahrnuje **veřejný projekt Labyrint člověka** i prostor pro **privátní sektor** (obchod, služby, drobná výroba, jídelna, bydlení). Veřejný projekt **Labyrint člověka** obsahuje: Dům dětí a mládeže, Střední školu umělecko průmyslovou, IQ centrum + Textilmánii (interaktivní muzeum textilu), multifunkční sál, galerii. Právě Labyrint člověka je předmětem kreativního přemýšlení této skupiny.

1. **Kdo jsem a proč tu jsem**

Přítomní se představili.

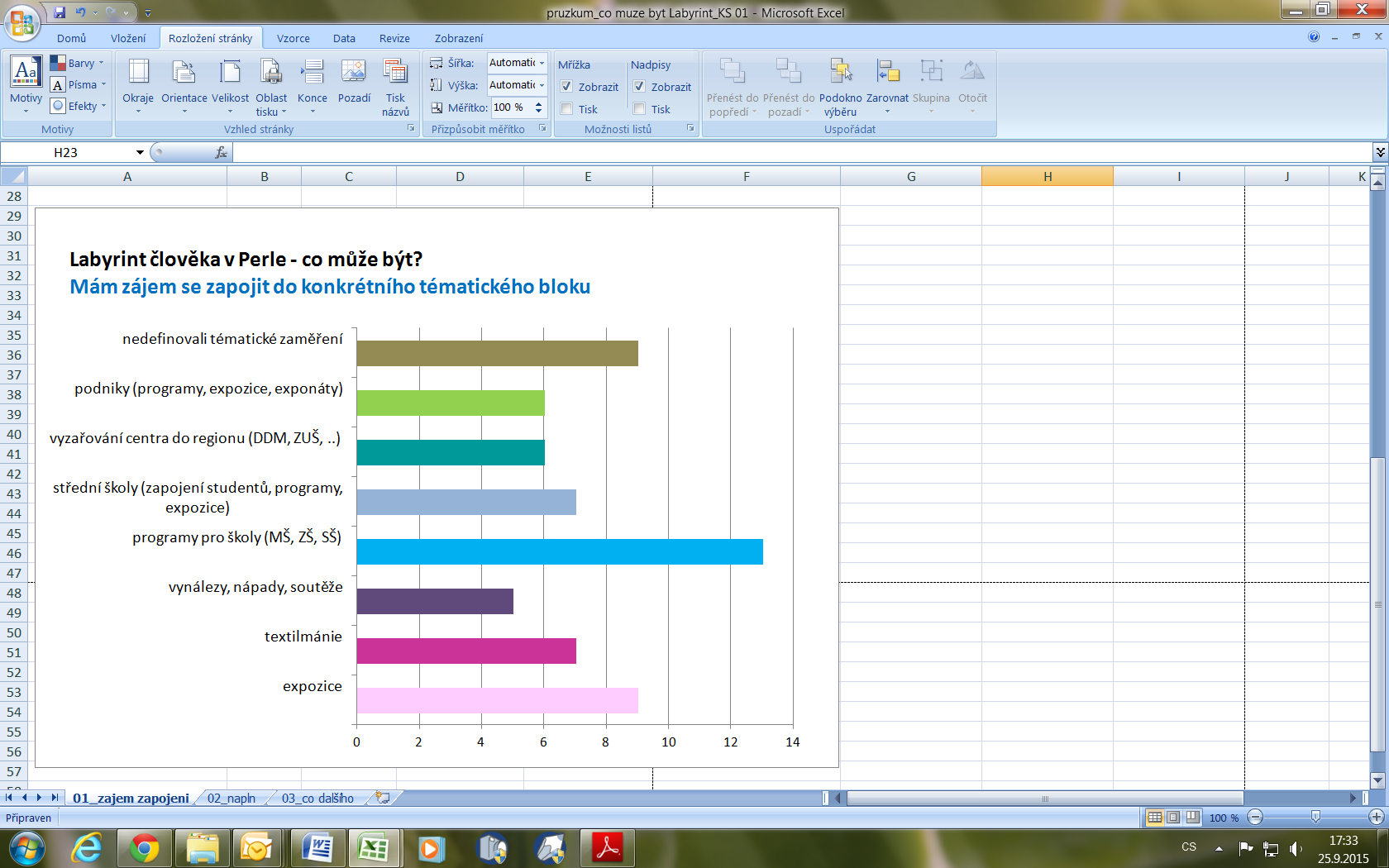
1. **Co vše může být Labyrint člověka a co dalšího?**

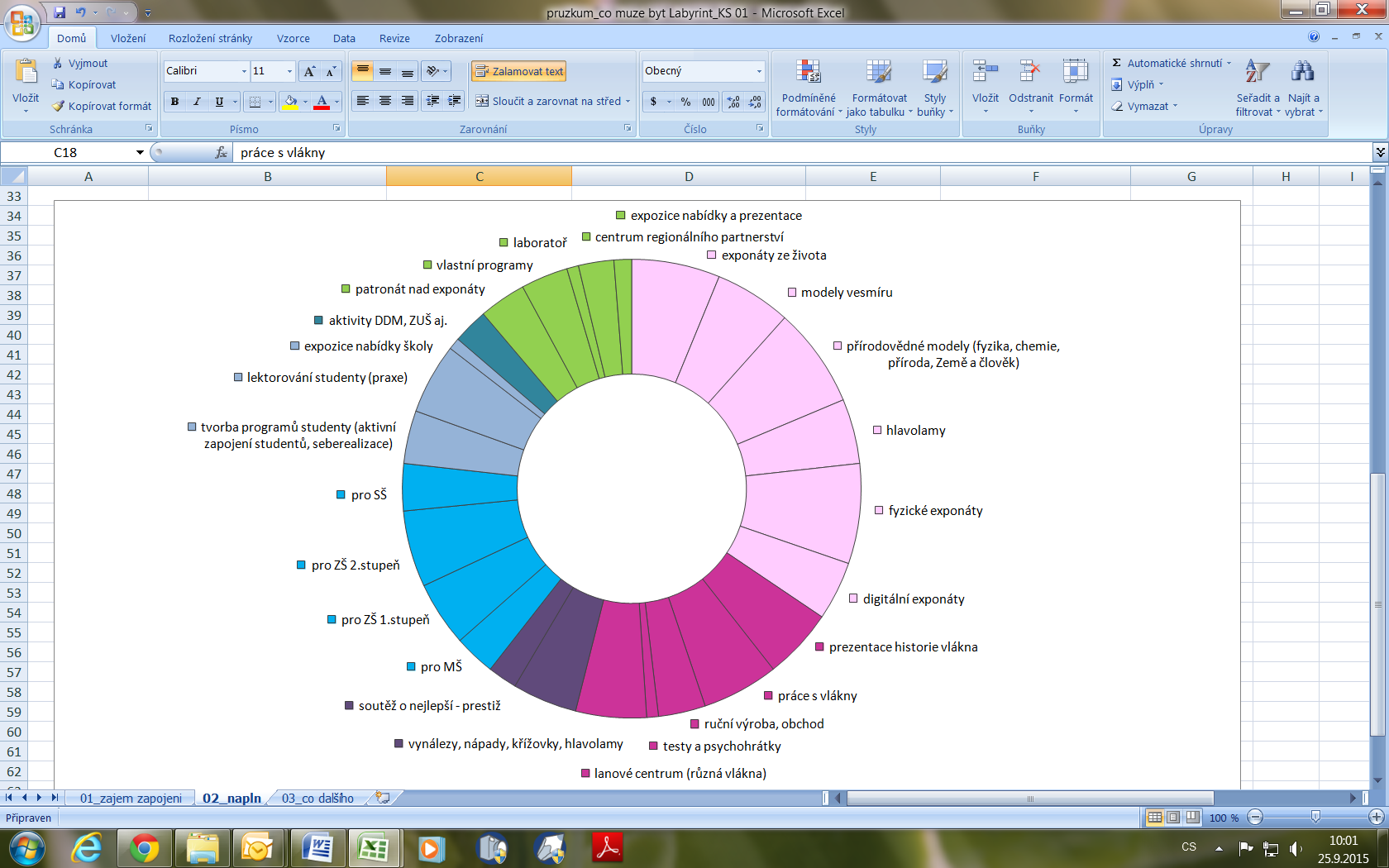
R.Šedová představila **náměty** náplně Labyrintu člověka(„Co vše může být Labyrint člověka a co dalšího?“). Následovala přestávka na občerstvení, kdy formou čárkování na flipchart účastníci naznačili zaujetí k uvedeným námětům.

**Vyhodnocení** je následující:

Přítomné dle tohoto průzkumu zaujala všechna témata:

**Mám zájem se zapojit (preference kreativní skupiny dle úvodních námětů na části Labyrintu člověka)**



**Co vše může být Labyrint člověka (preference ze strany kreativní skupiny)**

***A co dalšího? - náměty dopisované do flipchartu:***

*Ústí n.O. - "Manchester" (vývoz od Afriky, módní centrum -nejen bavlna, luxusní zboží z hedvábí a vlny)*

*Využití filmových sekvencí v rámci expozic.*

*Historie textilní výroby v Ústí n.O. (prezentace, expozice - viz např. Brno - Jak průmysl změnil tvář města)*

*Využití v turistickém ruchu*

*„Silicon Valley“ - prostředí pro vynálezce Start upy Mini ZOO Zdravá jídelna*

*Rodinný zábavní park (Tongo)*

*Jak se věci vyrábí? - jídlo neroste v supermarketu*

1. **Co chceme aby byl Labyrint člověka?**

Druhý blok programu probíhal formou **diskuze,** facilitované R.Šedovou. Inspirací bylo několik **témat k zamyšlení** *(„Co Vás nejvíce zaujalo? Jakou novou hodnotu může přinést Labyrint člověka? Co dalšího ještě navrhujete? Co můžete udělat Vy? Jak se můžete zapojit? Jaké budou Vaše první kroky?).*

**Do diskuse se zapojila naprostá většina přítomných členů. Následně je uveden souhrn názorů z diskuse.** Některé názory na jednání zazněly opakovaně a stojí za nimi více osob. Záznam je koncipován tak, že je uveden názor a v závorce jména osob, u kterých jsme zachytili, že názor sdílejí. Názory nejsou sepsány chronologicky, ale po tématech.

**VŠEOBECNĚ**

Ve fázi hledání hlavní náplně Labyrintu člověka **nezužovat a nedávat žádné limity**. **Opustit limitující a svazující název „IQ centrum“,** pro společný prostor s Textilmánií používat obecnější název „**Centrum rozvoje**“ *(zástupce ZŠ)*

**Podpora intelektuální podoby,** tj. žádný Dinnopark na bázi jednoduché a laciné zábavy, byť by tato byla komerčně snadněji uchopitelná. Jít cestou **tvůrčího prostředí, kumštu, úcty k řemeslům a manuální práci -** uplatnit a rozvíjet kreativitu, vyrábět, bádat, setkávat se, však bez povinnosti tvořit *(zástupce ZŠ a veřejnosti)*

Vytvořit **prostor, kde se budou zejména (ale nejen) děti cítit dobře, kde budou chtít tvořit.** Expozice však tímto prostorem nejsou, typově se musí jednat o jiný prostor, který však expozice mohou vhodně doplnit *(zástupce SŠ)*

Prostor, který budesloužit **zejména občanům města Ústí n.O. a nejbližšímu okolí**, ale nabídka bude **směřovat také do regionu** (cca 20-40km – krajský rozměr, Pardubický kraj žádnou atraktivitu typu ZOO nebo IQ park nemá). *Manažerka projektu*

Oslovit **co nejširší spektrum** **cílových skupin**, **prioritou jsou děti** (žáci), mládež a rodiny s dětmi (investice do dětí). z*ástupce* *podniku a veřejnosti*

Labyrint člověka chápán jako **skvělá, ale zároveň také nebezpečná myšlenka - obava „druhé Kociánky“**, především ve vztahu k **„venkovskému“ Ústí n.O. a jiné zábavě** (trávení volného času), doprovodnému zázemí i aktivitám ve srovnání s velkými městy, kde již obdobná centra fungují (pozn. spolupráce s univerzitami, nadstandardní nabídka ubytování, parkování, doplnění atraktivní nabídky cest. ruchu, …). Aby centrum nebylo poloprázdné, marketingový trapas. z*ástupce* *podniku a veřejnosti*

Diskuse nad **finančními rozvahami, studií udržitelnosti, diskuse nad provozem** (*zástupci podniků a veřejnosti*); rozvahy jsou, ale je třeba usadit náplň a pak dopracovat (*manažerka projektu*)

**TEXTILMANIE**

**Textilmánie** by městu mohla **slušet, ač téma textilu není aktuálně dostatečně „sexy“. Nesnažit se být nejlepší, ale jedinečný** (ve vztahu ke konkurenci). *zástupce podniku*

**Zájem přijít opakovaně** – obnova programů a exponátů a jejich zajímavost, PR komunikace (lidé i školy se vrací do IQ center, do ZOO,.), živé, interaktivní, hravé, záživné (*manažerka projektu, zástupce podniku*) **Textilmánie** jako **muzeum okresního a krajského rozměru** - inspirací je interaktivní Muzeum nové generace ve Žďáru n. Sázavou (již 10tis.návštěvníků). *zástupce interaktivního programu*

Městské muzeum v Ústí nad Orlicí disponuje částí **sbírky k tématu tradičního textilu** – možné využít (*zástupce muzea*).

**PROGRAMY**

O **interaktivní programy je obrovský zájem** jak ze strany turistů tak místních obyvatel, na které chodí i opakovaně, bez ohledu na doporučenou cílovou skupinu (např. na dětské programy dochází i dospělí - zkušenost z programů Školy na zámku - Zámecké návrší Litomyšl). Neřešit zda-li tyto programy zařadit či nikoliv, ale jakou formou. Spojení expozic a programů je ideální platformou (i komerční využití prostor expozic pro programy). Důraz na technické vzdělání. Programy koncipovat tak, aby byly stále atraktivní a byl zájem přijít i po druhé. *zástupce interaktivního programu*

**Náplň na půl roku dopředu**, kantoři jsou od firem odtržení, vynikající by byli **lektoři z firem**. **Směrovky do firmy**. Ideální prostor pro **osvětu technických oborů a manuální práce, technické a přírodovědné kroužky**, zajímavé programy na míru školám (školy toto téma polytechnického zaměření opustily – děti se techniky „bojí“, šance zvyšuje i pozitivní zkušenost z prázdninových táborů pod SŠUP (boření mýtů, radost z vlastního výrobku, podpora seberealizace a sebedůvěry). z*ástupce SŠ*

**Šance využití nové a kvalitní nabídky** potvrzují i zkušenosti místních škol, kdy i přes cenově výhodnější kroužky pod hlavičkou školy rodiče **upřednostňují** docházku svých dětí **do kvalitních byť dražších kroužků** pod záštitou DDM, ZUŠ - určitá prestiž, kvalitní vybavení, odbornost, lektoři (výchozí parametry). *zástupce školy a veřejnosti*

Očekává se **pravidelné vysílání na programy ze strany škol** v regionu (zpestření výuky, školní výlety). Na druhou stranu školy upozorňují na **omezené časové i finanční možnosti** jak na straně školy, tak dětí resp. rodičů (plnění výukového plánu, akceptace výuky a vazba na ŠVP, nedostatečné finanční zdroje). Konkurence - již nyní je celá řada zajímavých placených nabídek z různých oblastí a z celé ČR, které však není možné z těchto důvodů využít, potřeba souhlasu zákon.zástupce (nepovinné), omezený čas i na straně dětí – další zájmy, sport atd.). *zástupci ZŠ*

Potřeba zvážit **četnost a návštěvnost programů** (dotazníkové šetření – analýza potřeb a možností škol v regionu). **Zmapovat konkurenci**, co dělají na školách. *Zástupce veřejnosti, zástupce podniku (souhlas gestikulací dalších účastníků)*

Příklad dobré praxe - **dědečkova dílna v Žamberka**, o který je velký zájem. Z*ástupce podniku*

**PODNIKY**

Zapojení firem neřešit formou „náborového centra“. **Expozice nabídky firem nemají efekt** – okleštěný veletrh pracovních příležitostí, neaktuální. **Firmy dnes samy kontaktují a navštěvují školy a zvou je přímo do firem**, kde účastníci získají čerstvé aktuální informace (meetingy,..). Vidí potenciál **podniků ve vztahu k exponátům.** *zástupce podniku*

Firma sama komunikuje se školami. Případné **expozice o zaměření a nabídce** uplatnění pouze za účelem **základního povědomí a prezentace** firem v regionu (vazba k technickým oborům apod.) a **edukativní činnost** v technickém oboru považuje za vhodné. *zástupce podniku*

Doporučení firmám přistupovat ke své presentaci jako k **image věci**, nepřemýšlet krátkozrace. *zástupce veřejnosti*

Workshopy a presentace řemesla, **úcta k řemeslu, manuální práce má hodnotu** (tkadleny,..). Pro podniky je škola začátek, **vyvolat zájem** o něco jiného než sedět u počítače – úcta k manuální práci. Vyzývá ředitele škol, aby vedli žáky k manuální činnosti, chuť **zatraktivnit výuku a motivovat rodiče** a ovlivnit styl života jejich dětí a přemýšlet o budoucím zaměstnání. **Firmy mají potenciál školám pomoci** ve zatraktivnění toho, co školy učí. z*ástupce podniku*

1. **Závěr setkání a další postup**

Závěrem P. Hájek a R. Šedová všem přítomným poděkovali za zajímavé podněty a aktivní účast s tím, že postřehy ze setkání budou zaznamenány v **zápise**.

Vybídli účastníky k **zasílání jakýchkoliv podnětů a nápadů** k rukám P.Hájka a R.Šedové.

*Zapsaly: E.Vaníčková a R.Šedová*

***Účastníci 1.setkání kreativní pracovní skupiny 22.9.2015:***

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Jméno** | **Pozice** | **Organizace** |
| Petr Hájek | starosta | Město Ústí nad Orlicí |
| RNDr. Renata Šedová | jednatelka | OHGS s.r.o. |
| Mgr. Eva Vaníčková | manažerka | OHGS s.r.o. |
| Mgr. Pavel Svatoš | ředitel | ZŠ Třebovská Ústí n.Orl. |
| Radek Mačát | konzultant | KONZUM, obchodní družstvo |
| Mgr. Eva Medunová | veřejnost | veřejnost (pedagog SZŠ Ústí nad Orlicí) |
| Ing. Jiří Sloupenský, CSc. | ředitel poro výzkum a vývoj | Rieter CZ s.r.o. |
| Miroslava Petrová | koučka, terapeutka | Terapeutické centrum Koldín u Chocně |
| Ing. Zdeněk Rössler | ředitel | SŠUP Ústí n.O. |
| Ing. Petr Vojtěch | ředitel | SŠA Ústí n.O. |
| Petr Morávek | ředitel | RENOVA Morávek s.r.o. |
| Jáchym Kopecký | student architektury | veřejnost |
| Mgr. Petr Kulhavý | předseda občanského sdružení | Spousti (pozn. ředitel ZŠ Libchavy) |
| Ing. Viera Trumhová, MBA | OSVČ - koučka, konzultant | Poradenství pro management a podnikatele |
| Mgr. Kristýna Odvárková | manažer vzdělávacích programů | Contipro Group s.r.o. |
| Mgr. Marek Hoffmann | ředitel | Gymnázium Ústí n.Orl. |
| Mgr. Štěpánka Svobodová | ředitelka | DDM Duha Ústí n.o. |
| Mgr. Bc. Radek Škarka | ředitel | ZŠ Komenského Ústí n.O. |
| Bc. Zdeněk Skalický | zástupce ředitelky | Městské muzeum Ústí n.O. |
| Karel Pokorný | ředitel | Klubcentrum Ústí n.Orl. |
| Lucie Vejačková | obchodní ředitelka | Saint-Gobain Litomyšl |
| Mgr. Monika Kocandová | OSVČ | Poradenství, konzultace, dramaturgie |
| Petr Bodlák | obchodní a marketingový manažer | Isolit Bravo Jablonné n.O. |
| Mgr. Andrea Holečková | středoškolský pedagog | Gymnázium Žamberk |
| RNDr. Dagmar Nožková | středoškolský pedagog | Gymnázium Žamberk |
| Mgr. Petra Jiráňová | programová vedoucí | Škola na zámku Litomyšl, Zámecké návrší p.o. |
| Mgr. Stáňa Doležalová | ředitelka | Speciální ZŠ Ústí n.O. |
| Mgr. Lenka Podzimková | ředitelka | SŠZS Ústí n.O. |