

## SEKTOR KREATYWNY CO TO TAKIEGO?

14.04.2015 10:57 Maciej Mazerant (Purpose)

kategoria: **Wywiady ze specjalistami**

**Zmieniająca się Łódź, to fakt. Są mieszkańcy, dla których te zmiany są od dawna wyczekiwane, są również i Ci, dla których nowości stanowią pewien dyskomfort. Zainicjowane blisko pięć lat temu działania, mające na celu zmianę wizerunku przestrzeni, jak i społeczności miasta, przynoszą efekty - Łódź przestaje być bowiem - obojętna.**



Zmieniająca się Łódź, to fakt. Są mieszkańcy, dla których te zmiany są od dawna wyczekiwane, są również i Ci, dla których nowości stanowią pewien dyskomfort. Zainicjowane blisko pięć lat temu działania, mające na celu zmianę wizerunku przestrzeni, jak i społeczności miasta, przynoszą efekty - Łódź przestaje być bowiem - obojętna.

Katalizatorem łódzkich zmian była niewątpliwie „Strategia promocji i komunikacji marketingowej Marki Łódź na lata 2010-2016”, która określiła strategiczne cele rozwoju Łodzi jako miasta kreatywnego. Przyjęta uchwałą Rady Miejskiej, od 2011 roku konsekwentnie

wdrażana przez Urząd Miasta Łodzi, z pełnym zaangażowaniem wydziałów UMŁ, pod przewodnictwem Biura Promocji, Turystyki i Współpracy z Zagranicą.

Co ważniejsze jednak, strategia była jednym z nielicznych w historii miasta dokumentów wokół którego konsensus osiągnęli przedstawiciele kultury i szeroko rozumianego sektora kreatywnego, społecznicy, naukowcy, przedsiębiorcy i urzędnicy. Uwierzyli oni, na nowo w możliwość kreowania otaczającej rzeczywistości, a co najważniejsze dostali narzędzie, dzięki któremu mogli te zmiany wprowadzać. Dokument strategii koncentruje się przede wszystkim na tworzeniu warunków dla rozwoju kreatywnych idei oraz rozwiązań wspierających budowanie marki miasta w oparciu o cztery filary, jakimi są kultura, gospodarka, edukacja oraz turystyka i sport. Efekty tych działań widzą nie tylko Łodzianie, ale również mieszkańcy innych miast Polski, którzy z uznaniem wypowiadają się o Łodzi jako miejscu, w którym ludzie nie boją się kreować, mieście, które staje się centrum polskiej kreatywności.

Łodzianie oraz turyści, których w Łodzi pojawia się coraz więcej, na nowo odkrywają piękno miasta. Odnowiona ulica Piotrkowska, przyciąga zarówno na popołudniowy spacer, jak i wieczorną zabawę. Młodzi ludzie, studiujący w łódzkich uczelniach wyższych, nie mają już problemu, aby właśnie w centrum miasta spędzać czas wolny od zajęć. Początkujący przedsiębiorcy dzięki programowi „Lokale dla Kreatywnych” jako miejsce prowadzenia działalności gospodarczej w sektorze kreatywnym wybierają właśnie główną ulicę miasta. Na Piotrkowskiej coraz częściej pojawiają się całe rodziny, aby wspólnie korzystać z rosnącej oferty butików, kawiarni, restauracji. Gros z nich powstało właśnie w ramach programu „Lokale dla Kreatywnych”, przedsięwzięcia zainicjowanego w ramach strategii promocji marki, które idealnie wpisuje się w potrzeby społeczne, i te związane z odnowieniem tkanki miejskiej, i zasobów komunalnych. Najemcy lokali miejskich wynajętych w konkursie, w większości przypadków angażując swój czas i pieniądze, dają nowe życie przestrzeniom do tej pory skazywanym na niszczenie i zapomnienie. Co więcej aktywizują swoją działalnością społeczność lokalną, integrując wokół organizowanych wydarzeń, akcji czy inicjatyw. Program „Lokale dla Kreatywnych” staje się więc nie tylko działaniem wspierającym przedsiębiorczość ale także narzędziem szeroko pojętej rewitalizacji, która jest kluczowym elementem rozwoju miasta. Rewitalizacja bowiem to nie tylko przebudowa lub adaptacja budynków, to w równym stopniu ważne, działania dotyczące rozwiązywania problemów społecznych, poprawy warunków mieszkaniowych, poprawy przestrzeni publicznych oraz zwiększenia atrakcyjności gospodarczej.

Równie ważny z perspektywy wizerunku miasta oraz rozwoju gospodarczego i społecznego jest program „Mia100 Kamienic”. Długotrwały proces odnawiania zabytkowych kamienic, zlokalizowanych w centrum miasta przynosi efekty, stymuluje do aktywności właścicieli prywatnych budynków, którzy podnoszą standard swoich nieruchomości. Efekt domina jest więc nieunikniony, a wszystko to z korzyścią dla mieszkańców, którzy będą mogli, bądź już

mogą mieszkać, żyć w przyjaznym i bezpiecznym otoczeniu. Program „Mia100 Kamienic” to jeden z ważniejszych elementów i modelowy przykład miejskiego procesu rewitalizacji, w ramach którego obok remontu budynków realizowany jest proces aktywizacji przestrzeni poprzez wprowadzenie najemców – najzdolniejszych studentów i absolwentów łódzkich uczelni wyższych. Daje to impuls pozytywnym zmianom społeczności lokalnej.

Studenci i absolwenci dzięki realizowanym przez miasto programom, takim jak „Lokale dla Kreatywnych” czy „Mia100 kamienic”, mają szansę związać się z nim na dłużej zarówno zawodowo, jaki i życiowo. Faktem staje się wizja miasta akademickiego, z którego młodzi ludzie nie chcą uciekać, zaraz gdy tylko skończą edukację. Nowe technologie, innowacje, kreatywność stają się magnesem przyciągającym do Łodzi tych, którzy poszukują wysoko specjalistycznych stanowisk pracy. „Łódź kreuje” to nie puste hasło promocyjne, to hasło, które na dobre zagościło w komunikacji mieszkańców zarówno tej wewnętrznej, jak i zewnętrznej, ponieważ jest prawdziwe. Przemysły kreatywne to „takie działania, które biorą się z kreatywności, innowacyjności i talentu oraz mają zarazem potencjał tworzenia bogactwa i miejsc pracy”. Miasto rozwija swój potencjał w oparciu o nowe technologie, innowacje oraz branże kreatywne takie jak: reklama, film i wideo, architektura, muzyka, rynek sztuki i antyków, sztuki performatywne, gry komputerowe i wideo, rynek wydawniczy, rzemiosło, oprogramowanie, wzornictwo, radio i telewizja, projektowanie mody. W Łodzi nie brakuje talentu, kreatywności oraz innowacyjności, a nad tworzeniem miejsc pracy i bogactwa systematycznie pracują sami mieszkańcy.

Niewątpliwie Łódź jest cały czas na początku swojej drogi do sukcesu. Jest to również droga pod górę, ciężka, mozolna, nudna. Należy więc cieszyć się z małych sukcesów, eliminować przeciwności, które występują zawsze, szczególnie tam, gdzie coś po prostu się dzieje. Jak mówi przysłowie „nie myli się ten, kto nic nie robi” – życzymy sobie więc, aby podczas przemiany naszego miasta tych pomyłek było jak najmniej.

Tekst: Maciej Mazerant

*Wydawca magazynu PURPOSE oraz Ładnie Naprawię. Łodzianin. Od 2000 roku zajmuje się tematyką związaną z sektorem kreatywnym i przedsiębiorczością w kulturze. Przygotowywał opracowania do wielu projektów inwestycyjnych w Łodzi.*