

AUTORSKA KONCEPCJA PROWADZENIA DZIAŁALNOŚCI MIEJSKIEGO CENTRUM KULTURY W CIECHOCINKU NA LATA 2023-2028



CIECHOCINEK ZAWSZE PO DRODZE

Życzę sobie aby krótki opis Ciechocinka, funkcjonujący tu i ówdzie był całkowicie zgodny z rzeczywistością i brzmiał jakoś tak:

Ciechocinek to klimatyczna miejscowość położona w centrum Polski słynąca z leczniczych źródeł, życzliwych mieszkańców oraz z bogatej oferty uzdrowiskowej i kulturalnej. Oprócz największych w Europie tętni na uwagę zasługują tutaj inne zabytki architektury drewnianej jak muszla koncertowa, teatr letni i wiele innych, skąd zawsze płyną dobre wibracje.

CELE STRATEGICZNE:

- rozwijanie prowadzonych dotąd działań, zajęć i projektów
- poprawienie komunikacji wew. - sieciowanie i budowania relacji między lokalnymi działaczami, twórcami, artystami w celu stworzenia wielopokoleniowej platformy aktywnych uczestników
- zwiększenie frekwencji - poprzez rozrywkowy charakter wydarzeń i ich interdyscyplinarność, sprytnie reklamowanie w soszjach
- urozmaicenie oferty - wyjście na łono natury, zachęcanie do aktywności - np. warsztaty poprawnego oddychania
- rozłożenie ciężaru działań na rzecz sezonu niskiego
- **wykrystalizowanie lokalnej tożsamości kulturalnej**, ktorej piewą będzie "idealny pracownik MCK" - uprzejmy, pomocny, kreatywny, empatyczny, uczciwy, „dobrze obsługujący klientów”
- uporządkowanie i promocja całego kalendarza wydarzeń miasta
- kilkukrotne zwiększenie budżetu instytucji - nawet 10 krotnie!

WSTĘPNY HARMONOGRAM:

- 2023

- ✓ doprecyzowanie strategii kulturalnej na najbliższe 5 lat
- ✓ wdrożenie projektowania metodą Design Thinking w oparciu o rezultaty uzyskane w czasie kadencji poprzedniczki
- ✓ przygotowanie merytoryczne do nowych projektów
- ✓ ogarnięcie zasobów własnych i ich wzmocnienie
- ✓ testowanie pierwszych inicjatyw na żywym organizmie
- ✓ wyciąganie wniosków z programów pilotażowych
- ✓ podpisywanie listów intencyjnych z partnerami
- ✓ dopracowanie wizerunku jak np. nowa strona www
- ✓ dopracowanie kwestii prawnych w instytucji
- ✓ uruchomienie koncertów w Teatrze Letnim
- ✓ uruchomienie akcji ratowania fortepianu
- ✓ wdrożenie ofert dla szkół z regionu w kontekście przyjazdów na seanse filmowe i zwiedzanie miasta
- ✓ poszukiwanie i aranżowanie nowych przestrzeni
- ✓ składanie wniosków w celu uzyskania dotacji

Kolejne lata to naturalna kolej rzeczy i dokładanie nowych projektów i pozyskiwanie na nie środków.

- 2024 - realizacja nowych projektów - min. 1 z 5 wniosków
- 2025 - realizacja nowych projektów - min. 2 z 5 wniosków
- 2026 - realizacja nowych projektów - min. 3 z 5 wniosków
- 2027 - realizacja nowych projektów - min. 4 z 5 wniosków
- 2028 - CIECHOCINEK: POTEŻNY KARNAWAŁ

Całoroczne ŚWIĘTO MUZYKI będzie wypadkową prawie 5 lat intensywnych działań na wielu frontach. Powstanie „samograj”.

IMPREZY:

- Koncerty biletowane - kontynuacja prywatnego projektu pod nową nazwą jak np. **KLIMACIK** - oferta muzyczna dla każdej grupy odbiorców: Maciej Maleńczuk, Stare Dobre Małżeństwo, Kortez, Kapela Ze Wsi Warszawa, Andrzej Piaseczny, Grażyna Łobaszewska, Raz Dwa Trzy, Alicja Majewska, Mikromusic, Sikora śpiewa Demarczyk, Tribute To Cohen, Zaucha Tribute, Fisz Emade Tworzywo, Ewa Bem, Ryszard Rynkowski, Leszek Możdżer
- preliminarz - przykładowa prognoza organizacji - załącznik
- **APPSIK** - zlot autorów i fanów piosenki turystycznej skupionej wokół przedstawicieli branży medycznej - np. wolne terminy w lipcu ma Kuba Sienkiewicz (Elektryczne Gitary) a w dalszej perspektywie stworzenie aplikacji o tej samej nazwie ;-)
- Stworzenie stałej sceny stand-up - np. pn. **POTEŻNA BEKA**
- Seanse w Kinie Zdrój - cykliczna emisja z serii **W STARYM KINIE** np. w kooperacji z Europejskim Centrum Filmowym Camerimage, produkcje związane z regionem, aktywnym trybem życia, pokazywanie miast partnerskich - patrz dalej: **MAGICZNY REGION**
- brief z gotowym projektem - załącznik
- Ogólnopolskie Spotkania Teatralne - nadanie nazwy np. **BROŻKA** dla wydarzenia żeby było bardziej rozpoznawalne oraz rozbudowanie imprezy o koncert gwiazdy piosenki aktorskiej, zadbanie o frekwencję i wyjście z tym szerzej do ogólnopolskiej widowni, np. Katarzyna Groniec, Michał Bajor.
- Spotkania z Folklorem Kujaw i Ziemi Dobrzyńskiej - nadanie przydomka jak np. **NOC ŚWIĘTOJAŃSKA - RÓWNONOC** dla wydarzenia oraz dokoptowanie gwiazdy muzycznej z kregów "world music", która przyciągnie publiczność z całego kraju czy zza granicy.
- Młodzieżowe przywitanie lata - **HIP-HOP FEST THE BEST** - biletowana impreza na stadionie lub na nowej przestrzeni rozbudowana o dodatkowe atrakcje pokazujące alternatywy życia
- Konkurs literacki - otwarta formuła pt. **DAJĘ SŁOWO** - lokalne legendy, historie i opowieści kreujące naszych influencerów.

Do przeanalizowania i doprecyzowania kolejne pomysły:

- **QUESTING** - forma gry terenowej o charakterze edukacyjno-turystycznym, polegającej na odkrywaniu i promocji dziedzictwa kulturowego, historycznego i przyrodniczego naszych miejscowości. Polega na tworzeniu nieoznakowanych szlaków, którymi podążają uczestnicy, kierując się informacjami zawartymi w wierszowanych wskazówkach.
- **GEOCACHING** - gra terenowa użytkowników odbiorników GPS, polegająca na poszukiwaniu tzw. skrytek (ang. geocache) uprzednio ukrytych przez innych uczestników zabawy. Ukrywane przeważnie w interesujących miejscach skrytki zawierają dziennik odwiedzin, do którego wpisują się kolejni znalazcy, a także drobne upominki na wymianę. Lokalizacja miejsca ukrycia skrytki przekazywana jest przez jej założyciela innym uczestnikom gry poprzez wprowadzenie współrzędnych geograficznych w jednej ze specjalnych internetowych baz danych, tzw. serwisów geocachingowych.

REKLAMA - ROZSIEWANIE KULTURALNYCH WIEŚCI:

- **videovlog** na Youtube - co 2 tygodnie zapowiedź tego co się wydarzy w MCK i u partnerów - działania z młodzieżą
- **biuletyn** informacyjny w formie newslettera **SIEJ KULTURE**
- grupa społeczności CAL na Facebooku - udostępnienie i połączenie z prywatnymi strumieniami z baza ok. 10 tys odb.
- stałe rubryki w tradycyjnych mediach - naciskanie na szerokie relacje w całym kraju poprzez przekazywanie gotowych treści
- osobiste reprezentowanie instytucji na wydarzeniach branżowych
- udział w programie Absolwent UMK i w tym podobnych akcjach
- akcja specjalna (szczegóły na rozmowie) - wykorzystanie efektu synergii z zainteresowanymi osobami publicznymi, instytucjami i jednostkami z miasta jak: ratusz, rada miejska, biuro promocji, biblioteka miejska, ośrodek sportu, szkoły, inni

MENTORING / INTEGRACJA / NETWORKING:

- komunikacja oparta o **DIALOG** - dyżury konsultacyjne z dyrektorem - pomoc w pisaniu wniosków o stypendia, dotacje dla każdego zainteresowanego, do tego udostępnianie literatury.
- warsztaty dla dzieci, młodzieży i dorosłych także w kontekście zdobywania kulturalnych kompetencji, nowych umiejętności w obszarze sektora kreatywnego pod hasłem **KRZEWICIEL TALENTÓW**
- inspirujące spotkania pod hasłem **SKWER EKSCENTRYKÓW** ze znanymi ludźmi jak: pisarze, aktorzy, muzycy, sportowcy, animatorzy - w celu pobudzania zainteresowań i dawanie dobrego przykładu na sposób życia (lub odradzanie podejmowania danego zawodu)
- **STWORZENIE KLASTRA KULTURALNEGO** - mieszanie form turystyki biznesowej z kulturową - współdziałanie z podmiotami branży konferencyjnej, kongresowej i strefy towarzyszącej, celem identyfikacji oczekiwań organizatorów i uczestników konferencji, kongresów i spotkań o randze międzynarodowej oraz zapewnienia wysokiego standardu obsługi, wspieranie osób i instytucji zaangażowanych w pozyskiwanie i organizowanie tego typu spotkań - **GWARANT DUŻYCH WPŁYWÓW DO KASY MIEJSKIEJ.**

ROZWÓJ INFRASTRUKTURY:

- zautomatyzowanie kasy biletowej i sprzedaży za pośrednictwem istniejącego systemu **BILETYNA** - używam tego narzędzia od 10 lat i co więcej, jestem zaprzyjaźniony z jego operatem, a co za tym idzie wnoszę swoje pomysły i rozwiązania tamże
- stworzenie (**MOBILNEGO**) **biura festiwalowego** - tymczasowej bazy do zarządzania projektami przez podmioty zewnętrzne, agencje realizujące tutaj projekty własne czy w kooperacji z nami
- zaraanżowanie pokoju nagrań **LIVE ROOM** - miejsca do nagrywania opowieści, rozmów na podcasty i nie tylko
- opracowanie kulturalnej mapy z oznakowaniem atrakcji w okolicy **MAPA AKTYWNOŚCI TERENOWYCH (MAT)** - humorystyczna ścieżka oznakowań prowadzących do miejsc kultury, atrakcji, zabytków.

SPOSOBY I ŹRÓDŁA DO POZYSKIWANIA DODATKOWYCH ŚRODKÓW:

- **CROWDFUNDING** - zrzutki i finansowanie społeczna gdzie się da - np. na renowację fortepianu w teatrze letnim i inne cele, które przykują uwagę zamożnych Polonusów pochodzących stąd
- **VOUCHER KULTURALNY** (program barterowy z lokalnymi firmami)
- **RENTAL** przestrzeni na wydarzenia i **SERWIS** imprez zleconych

• DOTACJE, DOTACJE I JESZCZE RAZ... DOTACJE:

Urząd Marszałkowski, Instytut Adama Mickiewicza, Polski Instytut Sztuki Filmowej, Narodowe Centrum Kultury, Narodowe Centrum Nauki, Polskie Wydawnictwo Muzyczne, Fundacja KGHM Polska Miedź, Fundacja LOTTO Milion Marzeń, Fundacja Orange, Fundacja Orlen, Fundacja PGNiG im. Ignacego Łukasiewicza, Fundacja PZU, Stowarzyszenie Autorów ZAiKS, Fundacja Santander, Fundusze Norweskie, Międzynarodowy Fundusz Wyszehradzki, Programy Instytutu Muzyki i Tańca, Erasmus +, Kreatywna Europa, Ambasady, Konsulaty, Urząd Marszałkowski, PFRON, NFZ, ambasady, konsultaty i środki z funduszy EU.

ZAŁĄCZNIKI (ZNAJDUJĄ SIĘ W SKOROSZYCIE GŁÓWNYM):

- **rekomendacja** z Europejskiego Centrum Filmowego **Camerimage** *oryg.*
- **referencje** - m.in. od szefa Agencji LIVE (**Męskie Granie**) *kopia*
- dyplom ukończenia studiów dziennych - UMK w Toruniu (magister)
- **wyciąg z CEiDG** - dotyczący prądzonej działalności gospodarczej pn. Agencja Artystyczna POWSINOGA z siedzibą w Ciechocinku
- **zaświadczenia dot. stażu:** freelancer, start-up, firma (jdg)
- zaświadczenia - najświeższe z odbycia szkolenia z pisania wniosków na działania kult. - Wojewódzki Ośrodek Animacji Kultury oraz kilka innych
- wybrane **wycinki prasowe**
- niezbędne **oświadczenia**