AKCEPTUJĘ
PREZYDENT MIASTA ŁODZI

Łódź, 26.11.2013 r. Hanna Zdanowska

Protokół z posiedzenia komisji konkursowej z dnia 26.11.2013 r. w sprawie opracowania koncepcji merytorycznej i organizacyjnej wydarzeń promujących Łódź, jako Centrum Przemysłów Kreatywnych w zakresie mody, wzornictwa, designu i projektowania w latach 2014-2016" w ramach realizacji „Strategii promocji i komunikacji marketingowej marki Łódź na lata 2010-2016".

Bogna Witkowska - Wiceprzewodnicząca Komisji Konkursowej, otworzyła posiedzenie Komisji informując, że w wyznaczonym terminie tj. do dnia 22 listopada 2013 r. do godz. 16.00, wpłynęły 3 oferty.

Konkurs przeprowadza się w dwóch kategoriach. Wydarzenie powinno być przyporządkowane do jednej z dwóch poniżej wymienionych kategorii.

1) Kategoria I:

   Wydarzenie o charakterze międzynarodowym, zrealizowane poprzez zorganizowanie profesjonalnych pokazów mody, prezentujących trendy na nadchodzące sezony autorstwa znanych projektantów, debiutantów, pokazy komercyjne wybranych marek odzieżowych a także szkolenia, seminaria, prezentacje. Wydarzenie powinno wygenerować ekwiwalent promocyjny w wysokości min. 3 milionów złotych za jedną edycję.

   2 oferty następujących podmiotów:

   Moda Forte Grupa Kreatywna,

   IGO-ART Agencja Impresaryjna

2) Kategoria II:

   Wydarzenie o charakterze międzynarodowym, prezentujące najnowsze trendy w polskim i zagranicznym wzornictwie użytkowym, zrealizowane poprzez zorganizowanie profesjonalnych wystaw, instalacji autorstwa znanych projektantów, debiutantów, wybranych marek a także szkolenia, wykłady, warsztaty, projekcje filmowe, prezentacje. Wydarzenie powinno wygenerować ekwiwalent promocyjny w wysokości min. 1 miliona złotych za jedną edycję.

   1 oferta następującego podmiotu:

   Łódź Art Center

Zgodnie z regulaminem Konkursu, wydarzenie powinno zostać zrealizowane w Łodzi, w przestrzeni miejskiej, łódzkich obiektach pofabrycznych lub innej ogólnodostępnej lokalizacji. Koncepcja musi zawierać: szczegółowy program wydarzenia, jego dokładny opis wraz z lokalizacją i czasem trwania, kosztorys uwzględniający wszelkie elementy promocji Miasta Łodzi w ramach wydarzenia. Wydarzenie powinno trwać co najmniej 4 dni i zapewnić publiczność w liczbie nie mniejszej niż pięć tysięcy osób. Dopuszcza się realizację dwóch edycji w skali roku.

Komisja oceniła oferty pod kątem formalnym i merytorycznym. Oferty spełniają warunki wymienione w Regulaminie Konkursu.

Komisja postanowiła zwrócić się do oferentów z pisemną prośbą o uzupełnienie informacji zawartych

w ofercie **Łódź Art Center** dot. projektu pod nazwą **Łódź Design Festival**

- brak formularza w wersji elektronicznej;

w ofercie **Moda Forte Grupa Kreatywna** dot. projektu pod nazwą **Fashionphilosophy Fashion Week Poland**

- brak jednych referencji potwierdzających wykonanie usług od jednostki samorządowej lub rządowej,
- brak formularza w wersji elektronicznej;

Termin nadsyłania uzupełnionych informacji został ustalony na 29.11.2013 na godz.10.00

Rekomendacje Komisji Konkursowej:

Kategoria 1

Fashionphilosophy Fashion Week Poland znajduje się na pierwszym miejscu pod względem wypracowanego ekwiwalentu promocyjnego wśród wydarzeń realizowanych w mieście. Festiwal spełnia swoją rolę i nie ma konkurencji w swoim obszarze. Dr Cieciura podkreślił konieczność działań strategicznych, polegających na kontynuacji znanych przedsięwzięć mających już swoją markę i wieloletnie doświadczenie. Prof. Nawrot uznał oba projekty za porównywalne pod względem zawartości merytorycznej oraz zastosowanych form. Podkreślił jednak, że Moda Forte ma już uznanie za granicą. Natomiast Igo Art nie wnosi w swoim projekcie rozwiązań nowatorskich w stosunku do oferty Moda Forte. Igo-Art nie miała dotychczas doświadczenia w działaniach łączących biznes z modą, natomiast Moda Forte działa wszechstronnie, łącząc pokazy mody z warsztatami, częścią sprzedażową, działa w szerokim obszarze, nie koncentrując się wyłącznie na modelingu. Przedstawiciele uczelni wnioskują za ścisłą współpracą ze studentami łódzkich uczelni zajmujących się dydaktyką w zakresie wzornictwa, połączeniem projektów z promocją środowiska łódzkich uczelni. Chodzi o to by dać szansę łodzianom, a projekt związany z modą ściśle powiązać z naszym miastem. Dr Cieciura zaproponował umożliwienie prezentacji wszystkich łódzkich uczelni, które mają kierunek wzornictwo i wynikające z tego specjalności, w ramach projektu np. poprzez nieodpłatne udostępnienie jednego ze stoisk uczelniom. Głosami Komisji w proporcji 3/5 (dwoje członków wstrzymało się od głosu) rekomendowany został projekt zgłoszony przez Moda Forte. Członkowie Komisji poparli podpisanie umowy trzyletniej.

Kategoria 2

Festiwal Designu znajduje się na drugim miejscu pod względem wypracowanego ekwiwalentu promocyjnego wśród wydarzeń realizowanych w mieście. Festiwal spełnia swoją rolę, i nie ma konkurencji w swoim obszarze. Zdecydowanie wydarzenie powinno być kontynuowane. Przedstawiciele Komisji rekomendują Festiwal, jako wydarzenie doskonale promujące miasto. Festiwal świetnie wpisuje się w strategię Łodzi, jako Centrum Przemysłów Kreatywnych. Jednomyślnie Komisja rekomenduje projekt do promocji miasta w latach 2014-2016. Dr Cieciura zaproponował umożliwienie prezentacji wszystkich łódzkich uczelni, które mają kierunek wzornictwo i wynikające z tego specjalności, w ramach projektu np. poprzez nieodpłatne udostępnienie jednego ze stoisk uczelniom. Głosami Komisji w proporcji 5/5 rekomendowany został projekt zgłoszony przez Łódź Art Center. Członkowie Komisji poparli podpisanie umowy trzyletniej.

Komisja Konkursowa w składzie:

Monika Karolczak - Zastępca Dyrektora Biura Promocji, Turystyki i Współpracy z Zagranicą w Departamencie Prezydenta Urzędu Miasta Łodzi

dr Piotr Cieciura - Prorektor Wyższej Szkoły Sztuki i Projektowania w Łodzi

prof. dr hab. Andrzej Nawrot - przedstawiciel Wydziału Technologii Materiałowych i Wzornictwa Tekstyliów Politechniki Łódzkiej

Agnieszka Chudzik - Kierownik Oddziału Rozwoju Przedsiębiorczości w Biurze Rozwoju Przedsiębiorczości i Miejsc Pracy w Departamencie Architektury i Rozwoju Urzędu Miasta Łodzi – *nieobecna z powodu urlopu wypoczynkowego*

Bogna Witkowska - p.o. Kierownika Oddziału Promocji Miasta w Biurze Promocji, Turystyki i Współpracy z Zagranicą w Departamencie Prezydenta Urzędu Miasta Łodzi

Małgorzata Zwierzyńska-Styczeń - inspektor w Oddziale Promocji Miasta w Biurze Promocji, Turystyki i Współpracy z Zagranicą w Departamencie Prezydenta Urzędu Miasta Łodzi

INSPEKTOR
mgr Małgorzata Zwierzyńska-Styczeń

Protokół sporządziła: Małgorzata Zwierzyńska-Styczeń