

**Protokół nr 41/IX/2017**

**posiedzenia Komisji Promocji Miasta i Współpracy Zagranicznej  
Rady Miejskiej w Łodzi  
z dnia 25 września 2017 r.,**

**I. Obecność na posiedzeniu:**

członkowie Komisji Promocji Miasta i Współpracy Zagranicznej RM  
stan - 10  
obecnych – 9

- **radny p. Jarosław Tumiłowicz** – nieobecny nieusprawiedliwiony

Listy obecności radnych oraz gości stanowią **załączniki nr 1 i nr 2** do protokołu.

Zaproszenia dla radnych oraz gości stanowią **załączniki nr 3 i nr 4** do protokołu.

**II. Proponowany porządek obrad:**

1. Przyjęcie protokołu z 40. posiedzenia Komisji.
2. Informacja na temat przygotowań do organizacji Forum Kina Europejskiego „Cinergia”.
3. Informacja na temat przygotowań do organizacji Łódź Young Fashion 2017.
4. Sprawy różne i wniesione wnioski.

**III. Przebieg posiedzenia.**

Po stwierdzeniu kworum, na podstawie podpisów złożonych na liście obecności **przewodnicząca Komisji p. Małgorzata Bartosiak** otworzyła posiedzenie. Przewodnicząca przypomniała, że porządek posiedzenia został przekazany radnym w zaproszeniach na posiedzenie.

Zapytała, czy są jakieś uwagi do proponowanego porządku obrad Komisji.

Nikt się nie zgłosił.

W związku z brakiem uwag **przewodnicząca Komisji p. Małgorzata Bartosiak** przeszła do głosowania proponowanego porządku obrad.

**Komisja w głosowaniu: przy 5 głosach „za”, braku głosów „przeciw” i „wstrzymujących się” przyjęła proponowany porządek obrad.**

Wobec powyższego **przewodnicząca Komisji p. Małgorzata Bartosiak** przeszła do realizacji proponowanego porządku obrad.

#### **Ad. 1. Przyjęcie protokołu z 40. posiedzenia Komisji.**

**Przewodnicząca Komisji p. Małgorzata Bartosiak** zapytała, czy do protokołu z 40. posiedzenia Komisji są jakieś uwagi.

W związku z brakiem uwag, przewodnicząca Komisji przeszła do głosowania nad przyjęciem protokołu z 40. posiedzenia Komisji.

**W głosowaniu:** przy 5 głosach „za”, braku głosów „przeciw” i „wstrzymujących się” Komisja przyjęła protokół z 40. posiedzenia.

#### **Ad. 2. Informacja na temat przygotowań do organizacji Forum Kina Europejskiego „Cinergia”.**

Tytułem wstępu głos zabrała **dyrektor Łódzkiego Centrum Wydarzeń p. Izabela Zbonikowska**: dzisiaj na Komisji są z nami organizatorzy i przedstawiciele festiwalu filmowego Forum Kina Europejskiego „Cinergia”, będzie to XXII edycja tegoż festiwalu. Od tego roku ŁCW współpracuje z organizatorami festiwalu w ramach umowy wieloletniej, która została zawarta w tym roku i będzie to pierwsza edycja w tejże współpracy. Program merytoryczny i organizacyjny przedstawi dyrektor Festiwalu p. Sławomir Fijałkowski.

**Dyrektor Festiwalu p. Sławomir Fijałkowski** przedstawił prezentację obrazującą informacje na temat Forum Kina Europejskiego „Cinergia”.

Prezentacja stanowi **załącznik nr 5** do protokołu.

Informację na temat wydarzenia, które odbędzie się w Kościele Św. Mateusza w Łodzi opowiedział kurator części muzycznej p. Marcin Tercjak.

**Kurator części muzycznej p. Marcin Tercjak**: szukaliśmy miejsca do zrobienia tego widowiska, znaleźliśmy Kościół Św. Mateusza i wydaje się, że jest to miejsce bardzo interesujące do tego, żeby zrealizować tam taki projekt. Jest to widowisko multimedialne pt. „Trzy dźwięki Komedy” polegające na połączeniu projekcji 3D tzw. mappingu z muzyką wykonywaną na żywo przez znakomitych artystów. W tym wydaniu, które chcemy Państwu zaprezentować widowisko to w dużej części będzie nawiązywać do różnych łódzkich wątków związanych z drogą Krzysztofa Komedy, a więc także do początków sceny jazzowej w Polsce, zespołu Melomani, tego co działo się na przełomie lat 50 – tych i 60 – tych, także w kontekście Łódzkiej Szkoły Filmowej i muzyki, którą artysta zaczął pisać dla Romana Polańskiego. Chcemy też zaprosić łódzkich muzyków do tego, aby wzięli udział w tym wydarzeniu. Wiem, że pozytywnie na nasze zaproszenie odpowiedział znany pianista Witold Janiak a także Łukasz Lach z Zespołu L. Stadt. Pracujemy w tej chwili również nad tym, żeby dołączył do tego składu wybitny skrzypek rezydujący w Polsce.

#### **Przewodnicząca Komisji p. Małgorzata Bartosiak otworzyła fazę pytań i dyskusji.**

**Wiceprzewodnicząca Komisji p. Małgorzata Moskwa – Wodnicka**: bardzo się cieszę, że umowa wieloletnia z Miastem została wreszcie podpisana. Mam pytanie o znanych gości, czy mamy jakieś nazwiska?

Odpowiedzi udzieliła **dyrektor programowa Festiwalu p. Anna Serdiukow**: będę mówiła o osobach, które są potwierdzone i na razie o osobach z Polski. To jest na pewno Kazimierz Kuc, którego zaprosiliśmy we współpracy ze Szkołą Filmową. Kazimierz Kuc przyjedzie pokazać swój film z 1960 r. pt. „Nikt nie woła”. To będzie cyfrowa zrekonstruowana kopia filmu. Później reżyser spotka się ze studentami, z publicznością. Reżyser bardzo cieszy się na ten przyjazd, jest w trakcie pisania książki o swoich związkach z Łodzią, jak również o drugim roczniku, w którego skład wchodził. W tej książce będzie pisał o Łodzi, o Szkole Filmowej, o kinie, o swoim kinie, o kolegach. Fragmenty tej książki po raz pierwszy przeczyta na Festiwalu Cinergia. To będzie na początku Festiwalu, chcemy, żeby był to pierwszy piątek imprezy. Pod koniec planujemy hołd dla Janusza Głowackiego i tutaj chcielibyśmy zebrać przede wszystkim przyjaciół artysty i osoby, które są ważne dla polskiej kultury, także trochę wzbogacić dyskusję o Januszu Głowackim o wątki poza filmowe. Oprócz Ewy Wiśniewskiej przyjechałaby Ewa Umer, Kazimierz Kuc, którego związki z Głowackim są bardzo silne, Janusz Rudnicki. Zabiegamy bardzo o Urszulę Dudziak, która będzie mówiła o związkach Janusza Głowackiego, jakie budował, o relacjach i też o swoich przeżyciach w Stanach Zjednoczonych, bo jej emigracja zbiegła się z emigracją Janusza Głowackiego.

**Dyrektor Festiwalu p. Sławomir Fijałkowski**: jeśli chodzi o gości z Polski to na pewno potwierdzamy reżyserów, którzy będą obecni. Jesteśmy zaprzyjaźnieni z wieloma twórcami. Od Łukasza Palkowskiego dostaliśmy propozycję zorganizowania pierwszego pokazu w wersji reżyserskiej swojego filmu, który nie był jeszcze prezentowany szerokiej publiczności, a był prezentowany na Festiwalu w Gdyni. Zastanawiamy się.

**Radny p. Władysław Skwarka**: nie jestem specjalistą od kina, mnie się albo coś podoba, albo nie, tak jak każdemu odbiorcy. Czy Pana zdaniem nie warto promować młodych, nowych twarzy, a nie sprowadzać Urszulę Dudziak ze Stanów Zjednoczonych. Prawdę mówiąc wiem, co ona powie, bo mówiła o tym wielokrotnie, a ci młodzi jeszcze nic nie powiedzieli. Może mają coś ciekawego do powiedzenia.

**Dyrektor Festiwalu p. Sławomir Fijałkowski**: absolutnie tak. Jeżeli Pan radny to zauważył, to zauważyli to także inni. Od samego początku staramy się naszym festiwalem promować przede wszystkim młode twarze, debiutantów. Pamiętajmy, że przez kilka lat w ramach naszej imprezy odbywa się Konkurs im. Andrzeja Munka, który miał temu służyć.

**Radny p. Władysław Skwarka**: nareszcie zbieracie tego owoce.

**Dyrektor Festiwalu p. Sławomir Fijałkowski**: my ich promujemy i nie tylko zbieramy owoce po festiwalu w Gdyni, czy w Koszalinie, gdzie te osoby się pojawiają, ale pamiętajmy, że Łódź i nasz Festiwal ma szczególne miejsce, ponieważ jest tu środowisko. Tak naprawdę prezentacja młodych twórców na tym Festiwalu często skutkuje chociażby zaproszeniem ich do kolejnych projektów. Mamy tutaj znakomitego, ale nie jedyne go producenta filmowego. Oni absolutnie bardzo uważnie obserwują i jeżeli czegoś nie obejrzą gdzie indziej, przyjeżdżają do nas i są obecni z naszymi gośćmi. Zawsze mamy takie poczucie, że festiwal to nie jest tylko miejsce do oglądania filmów, ale także do robienia interesów. Myślę, że nasz Festiwal będzie w tą stronę ewaluował, żeby być może stać się elementem karier dla młodych twórców. Z jednej strony służą temu nagrody, które przyznajemy młodym twórcom, ale też przede wszystkim promocja tych młodych nazwisk. Pamiętajmy, że Pani Jagoda Szelc, która organizowała pokaz filmu „Wieża jasny dzień” była już naszym gościem wcześniej.

Więc jakby swoim debiutanckim filmem potwierdziła to, że wcześniej te nagrody, które zbierała na innych konkursach, min. w Łodzi są potwierdzeniem jej talentu.

**Radny p. Władysław Skwarka:** bardzo się cieszę, że stawiacie na młode twarze, bo stare nie mogą jakoś dojść do siebie po transformacji ustrojowej. Oni chcieli tylko zmiany pewnych warunków, czyli zdejmijcie nam cenzurę a my wam pokażemy polskie kino. Ja jakoś nie doczekałem się tego, żeby po zmianie ustroju pokazali polskie kino, ale myślę, że młodzi reżyserzy, którzy w tej chwili odnoszą sukcesy o to się postarają. Kasa jest potrzebna do tworzenia filmów i moim zdaniem związek biznesu z tymi, którzy mogą być producentami filmowymi z młodymi będzie miało kluczowe znaczenie dla tego Festiwalu. Jest to dobry kierunek.

**Dyrektor Festiwalu p. Sławomir Fijałkowski:** każde tego typu wydarzenia w pewnej skali mają swoją pokoleniowość. Myślę, że ta zmiana warty, o której piszą krytycy właśnie następuje. Dlatego my się cieszymy, że jesteśmy zawsze u źródeł tych zmian, które potem skutkują talentami i gwiazdami w kinie popularniejszym, niż chociażby filmy takich twórców jak Wojciech Smarzowski.

**Radna p. Joanna Budzińska:** chciałabym zapytać, jakie będą ceny biletów, w jaki sposób przeciętny mieszkaniec może się dostać na ten Festiwal?

**Dyrektor Festiwalu p. Sławomir Fijałkowski:** schemat organizacji Festiwalu jest co roku podobny. Nigdy nie staramy się windować cen biletów. Przykładem jest Kino Charlie, gdzie ceny biletów dla filmów premierowych są na najniższym dopuszczalnym poziomie oferowanym przez dystrybutora. W przypadku Festiwalu są dwa ważne elementy, z jednej strony nieduża cena biletu i karnetów, z drugiej strony zawsze stawiamy na współpracę ze środowiskami pozarządowymi związanymi ze wsparciem dla osób i rodzin, czasami jesteśmy udziałowcami Karty Dużej Rodziny. Staramy się wpływać na to, żeby te środowiska z naszej oferty korzystały, a tam gdzie nie można, absolutnie zawsze wyciągamy do nich dłoń i staramy się ich zapraszać za darmo na nasze festiwalowe projekcje w ramach różnych wejściówek. Co roku jest tego bardzo dużo. Festiwal Forum Kina Europejskiego jest czuły na sprawy społeczne. Takie jest kino europejskie, które wyczuwa puls tych zmian, jest empatyczne, emocjonalne, zawsze stara się nie stawiać przeszkód w dostępie do kultury.

**Przewodnicząca Komisji p. Małgorzata Bartosiak:** myślę, że wszystkie informacje zostały przekazane. Cieszymy się, że Łódź Filmowa płynie w dobrym kierunku. Trzymamy kciuki za kolejną edycję. Myślę, że będzie to jedna z lepszych wizytówek naszego Miasta.

### **Ad. 3. Informacja na temat przygotowań do organizacji Łódź Young Fashion 2017.**

Tytułem wstępu głos zabrała **dyrektor Łódzkiego Centrum Wydarzeń p. Izabela Zbonikowska:** na sali znajdują się organizatorzy wydarzenia z dziedziny mody – Festiwalu Łódź Young Fashion 2017, pierwszej odsłony, która będzie miała miejsce w dniach 18-21 października. Łódź Young Fashion 2017 to czterodniowe wydarzenie, pierwsze w takiej formule, które łączy w sobie kilka mniejszych wydarzeń rozłożonych w czasie. O szczegółach merytorycznych i o tym, co czeka łodzian i pozostałych gości zainteresowanych modą opowiedzą organizatorzy Festiwalu.

**Koordynator projektu Łódź Young Fashion 2017 p. Małgorzata Janus – Hibner:** przygotowujemy się dosyć intensywnie do całej formuły, która będzie obejmowała dni

18-21 października. Oprócz trzech konkursów i jednego pokazu będą również warsztaty, wystawy i projekcje filmów o modzie. Łódź Young Fashion będzie składało się z czterech głównych wydarzeń. Zaczynamy 18 października Złotą Nitką. Ideą przewodnią Złotej Nitki w tym roku jest hasło „Awangarda” i w ramach tego hasła projektanci mieli zgłaszać swoje kolekcje, nawiązywać do awangardy całym opisem kolekcji i ideą, która jest z tym związana. Nagrodą w tym konkursie jest 30 000 zł. Gala dyplomowa odbędzie się 19 października. Jest to od lat wewnętrzny konkurs Akademii Sztuk Pięknych – Katedry Ubioru. Wydarzenie to ma nabrać formułę konkursu, jak wszystkie wydarzenia w ramach Łódź Young Fashion. Gala BraDay odbędzie się 20 października i jest organizowana po raz trzeci w tym roku we współpracy ze Szpitalem im. Kopernika. Tutaj, tak jak ma to miejsce co roku o tej porze roku, pokazujemy profilaktykę raka piersi i cały problem z tym związany. Przede wszystkim jednak pokazujemy, że kobiety po mastektomii, czy rekonstrukcji piersi są takimi samymi kobietami, takimi modelkami, jak dziewczyny, które będą występowały na wybiegach. W tym roku na pokazach BraDay będziemy gościć min. Panią Wiołę Piekut jako projektantkę i to będzie pokaz mody sukienek wieczorowych, MMC Studio, markę MOVE Małgorzaty Czudak oraz firmę LUPOLINE z pokazem bielizny. 21 października odbędzie się finał całego wydarzenia, czyli konkurs międzynarodowy Łódź Young Fashion Award. Tutaj ideą przewodnią dla projektantów były emocje i zgodnie z tą ideą napływały kolekcje, a jury je oceniało również biorąc pod uwagę ten motyw. Nagrodą główną w tym konkursie będzie 30 000 euro i statuetka Manneken 2017. Wydarzenia towarzyszące to przede wszystkim warsztaty, wykłady, które będą prowadzone na terenie uczelni oraz w galerii na ulicy Piotrkowskiej. W jury Złotej Nitki zasiadają min. duet projektancki Marcin Paprocki i Mariusz Brzozowski, projektant Mariusz Przybylski, projektant Łukasz Jemioł, Marcin Świderek – szef działu mody w magazynie ELLE, Harel – blogerka modowa. W jury Young Fashion Award zasiadają min. japońska projektantka mody Junko Koshino, polska top modelka Monika Agaciak znana jako „JAC”, Tomasz Ossoliński, Kasia Sokołowska, projektant Dawid Tomaszewski. Należy wspomnieć, że całe wydarzenie realizujemy z uczelniami wyższymi w Łodzi tj. Akademia Muzyczna, Szkoła Filmowa, Politechnika Łódzka, Uniwersytet Łódzki, Uniwersytet Medyczny. Ponadto partnerami instytucjonalnymi tego przedsięwzięcia są Konsulat honorowy Francji w Łodzi, Szpital im. Kopernika, Fundacja „Pełną piersią”, Centralne Muzeum Włókiennictwa, Instytut Włókiennictwa oraz Muzeum Kinematografii.

Prezentacja obrazująca przebieg Łódź Young Fashion stanowi **załącznik nr 6** do protokołu.

### **Przewodnicząca Komisji p. Małgorzata Bartosiak otworzyła fazę pytań i dyskusji.**

**Radna p. Marta Wandzel:** mam pytanie dotyczące całej polityki wizualnej i logo tego wydarzenia.

**Koordynator projektu Łódź Young Fashion 2017 p. Małgorzata Janus – Hibner:** twórcą logo jest Pani Izabela Jurczyk, absolwentka Akademii Sztuk Pięknych, obecnie doktorantka Studiów Doktoranckich na Akademii Sztuk Pięknych w Łodzi.

**Radna p. Marta Wandzel:** chciałam zapytać, czy to nie jest duża niezręczność, że to logo bardzo nawiązuje do logo Firmy Fendi.

**Koordynator projektu Łódź Young Fashion 2017 p. Małgorzata Janus – Hibner:** ciężko mi się tu odnieść. To jest pytanie do projektantki, to jest jej kreacja, jej pomysł, który przez nas wszystkich został zaakceptowany.

**Radna p. Marta Wandzel:** print na ubraniach, torebkach Fendi jest bardzo znany i bardzo charakterystyczny. Pierwsza moja myśl, która przyszła mi do głowy jak zobaczyłam to logo była taka, że to logo wygląda jak kopia logo Fendi. Chciałabym jeszcze zapytać ile wynosi finansowanie z Miasta?

**Dyrektor Łódzkiego Centrum Wydarzeń p. Izabela Zbonikowska:** 821 tys. zł.

**Wiceprzewodnicząca Komisji p. Małgorzata Moskwa – Wodnicka:** czy w tej kwocie są też nagrody, czy to jest poza tą kwotą?

**Dyrektor Łódzkiego Centrum Wydarzeń p. Izabela Zbonikowska:** nie ma w tej kwocie nagrody głównej w konkursie międzynarodowym. Jest to nagroda ufundowana przez Miasto. Natomiast są już uwzględnione wszystkie inne nagrody plus partnerzy, których organizator pozyskuje, bo zakładam, że ich wkład jest liczony, jeśli chodzi o nagrody dla uczestników.

**Wiceprzewodnicząca Komisji p. Małgorzata Moskwa – Wodnicka:** rozumiem, że uczestnicy już zgłosili się do tego konkursu?

**Koordynator projektu Łódź Young Fashion 2017 p. Małgorzata Janus – Hibner:** jak najbardziej. Jesteśmy po zakończonej rekrutacji. Na konkurs międzynarodowy zgłosiło się 143 projektantów, na Złotą Nitkę zgłosiło 69 osób. Jesteśmy po obradach jury. Wyłoniona jest 15 międzynarodowa. Tutaj mieliśmy taką sytuację, że zamiast 15 w tej chwili mamy 16 finalistów, dlatego, że dwie osoby na 15 i 16 miejscu miały tyle samo punktów. Mecenasi, którzy opiekują się konkursem zdecydowali, iż ta 16 osoba również powinna wziąć udział w finale. Jeżeli chodzi o Złotą Nitkę wyłoniono 15 finalistów.

**Wiceprzewodnicząca Komisji p. Małgorzata Moskwa – Wodnicka:** kto będzie mógł uczestniczyć w tych wydarzeniach? Czy mieszkańcy będą mogli wejść i zobaczyć całe wydarzenie?

**Koordynator projektu Łódź Young Fashion 2017 p. Małgorzata Janus – Hibner:** wszystkie główne wydarzenia będą odbywały się w ASP. Wstęp jest wolny. Impreza nie jest biletowana. Wiemy, że jest bardzo duże zainteresowanie. Przez aulą, przed Centrum Promocji Mody, na parkingu będzie stał ocieplany namiot na 300 osób, z dużym ekranem, gdzie odbędą się projekcje na żywo tego, co będzie się działo na auli. Mam nadzieję, że wszystkich pomieścimy.

**Wiceprzewodnicząca Komisji p. Małgorzata Moskwa – Wodnicka:** czy ta impreza będzie reklamowana w Polsce, czy to wydarzenie ma bardziej zasięg łódzki czy poza łódzki?

**Koordynator projektu Łódź Young Fashion 2017 p. Małgorzata Janus – Hibner:** mamy partnera w postaci ELLE, który od samego początku wspiera nas na elle.pl. Oprócz tego współpracujemy z Chilli Zet oraz z RMF FM.

**Wiceprzewodnicząca Komisji p. Małgorzata Moskwa – Wodnicka:** czy Państwo w jakiś sposób będziecie promować Łódź. Jak widać w tym spocie reklamowym nie ma nic, co charakteryzuje nasze Miasto?

**Koordynator projektu Łódź Young Fashion 2017 p. Małgorzata Janus – Hibner:** wszystkie materiały promocyjne są ologowane zgodnie z przyjętym standardem, jaki mamy wypracowany z ŁCW. Oczywiście mówimy o Łodzi. Na Facebooku znajdują się informacje o Łodzi, reklamujemy również różne wydarzenia, które mają miejsce w Łodzi, nie tylko Łódź

Young Fashion, także inne wydarzenia kulturalne, czy artystyczne są promowane na naszym Facebooku.

**Wiceprzewodnicząca Komisji p. Małgorzata Moskwa – Wodnicka:** dlaczego ostatni dzień wypada w sobotę, a w niedzielę nic się nie dzieje?

**Koordynator projektu Łódź Young Fashion 2017 p. Małgorzata Janus – Hibner:** zaczynamy w środę, kończymy w sobotę. Są to cztery intensywne dni. Wśród nich są warsztaty, wykłady, wystawy. Taką podjęto decyzję.

**Wiceprzewodnicząca Komisji p. Małgorzata Moskwa – Wodnicka:** do czego zobowiązuje organizatora umowa?

**Dyrektor Łódzkiego Centrum Wydarzeń p. Izabela Zbonikowska:** umowa zobowiązuje do przedstawienia koncepcji merytorycznej, czyli prezentacji, jakiego rodzaju wydarzenia, pokazy, konkursy, czy różne inne formy będą przygotowane w ramach wydarzenia, jak i samej organizacji pokazów, konkursów, tego co zostało przedłożone jako koncepcja merytoryczna projektu.

**Wiceprzewodnicząca Komisji p. Małgorzata Moskwa – Wodnicka:** na ile lat została podpisana umowa?

**Dyrektor Łódzkiego Centrum Wydarzeń p. Izabela Zbonikowska:** na ten moment jest to umowa tylko na tę jedną edycję. Chcemy zobaczyć z jakim oddźwiękiem spotka się wydarzenie i na jakim będzie poziomie. Na pewno będziemy rozmawiali, co w latach kolejnych.

**Przewodnicząca Komisji p. Małgorzata Bartosiak:** jakie formy promocji tego wydarzenia pojawią się w najbliższym czasie?

**Przedstawiciel ASP p. Joanna Hrabec:** podstawowym źródłem wiedzy na temat wydarzenia jest strona internetowa [www.youngfashion.com](http://www.youngfashion.com). Jest to miejsce gdzie na bieżąco aktualizujemy informacje. Znajdują się tam szczegółowe opisy każdego z wydarzeń. Znajdują się tutaj liczne materiały promocyjne, wszystkie prezentacje, wszystko to co przedstawiliśmy na konferencjach prasowych, szczegółowy harmonogram wystaw, warsztatów i wykładów, obszerne galerie zdjęć. Jest to również źródło informacji o sponsorach, partnerach wydarzenia. Znajdują się tu także odsyłacze, linki do mediów społecznościowych.

**Przedstawiciel ASP p. Jarosław Skotnicki:** jeżeli chodzi o naszą stronę internetową, to jednym z elementów w ramach współpracy z łódzkim oddziałem TVP była możliwość korzystania z archiwalnych materiałów, które podkreślają tradycje modowe Łodzi. Pokazujemy, że Złota Nitka tak naprawdę wywodzi się z naszej uczelni, stąd obecnie na tej stronie istnieje możliwość dostępu do materiałów, które nie były tak ogólnie dostępne. Materiały te wzmacniają wizerunek Łodzi jako Miasta związanego z modą.

**Przedstawiciel ASP p. Joanna Hrabec:** pozyskaliśmy partnera strategicznego, medialnego w osobie ELLE. W czasopiśmie oraz w jego wersji elektronicznej mamy trzy publikacje, dwie przed i jedną po wydarzeniu oraz wsparcie w mediach społecznościowych i relacje z wydarzenia w mediach społecznościowych.

**Koordynator projektu Łódź Young Fashion 2017 p. Małgorzata Janus – Hibner:** jeżeli chodzi o stronę internetową [www.elle.pl](http://www.elle.pl) to będzie live streaming wszystkich wydarzeń, które będą się działy w ramach Łódź Young Fashion.

**Przedstawiciel ASP p. Joanna Hrabec:** kolejnym tytułem jest dodatek do Gazety Wyborczej, czyli materiały zapowiadające kulturalne wydarzenia weekendu i nadchodzącego tygodnia. Tutaj mamy świadczenia tj. publikacje zarówno w wersji elektronicznej jak i drukowanej, również zapowiedzi wydarzenia w kanałach społecznościowych „Co jest grane” i relacja w trakcie trwania wydarzenia w mediach społecznościowych. Wspiera nas stacja Chilli Zet, czyli polska stacja należąca do grupy Euro Zet. Wybraliśmy ją ze względu na profil muzyczno – kulturalny, czyli wpisujący się w to czym jest nasza impreza. Tutaj już ukazał się wywiad na antenie radia promujący wydarzenie. Zaplanowana jest emisja 20 spotów na dwa tygodnie przed wydarzeniem. Oprócz tego publikacje na stronie internetowej i w mediach społecznościowych. Dalej mamy Fashion Post czyli portal poświęcony tematyce modowej prowadzony przez specjalistów z branży, dziennikarzy i blogerów. Tutaj znane nazwiska min. Joanna Horodyńska, Karolina Korwin – Piotrkowska. Świadczenia nasze to trzy publikacje promujące wydarzenie, relacja z wydarzenia w kanałach społecznościowych i relacja z wydarzenia na stronie internetowej [www. fashionpost.pl](http://www.fashionpost.pl). Dalej anywhere.pl to portal i lotniskowa platforma medialna z bardzo dużym dotarciem, bo łączny nakład w wersji drukowanej to 30 000 egzemplarzy, ponad 300 000 użytkowników. Mamy tam reklamy prasowe w tytułach należących do tego koncernu, publikacje o wydarzeniu w magazynach anywhere w wersjach papierowych, elektronicznych oraz publikacje w kanałach społecznościowych. Fashionbusiness.pl to portal biznesu modowego. Mamy tutaj publikacje promujące wydarzenie na tym portalu, relacja z wydarzenia w kanałach społecznościowych i na stronie internetowej [www. fashionbusiness.pl](http://www. fashionbusiness.pl). Mamy również bieżącą opiekę medialną i staramy się działać na rynku łódzkim lokalnym, stąd współpraca z TVP 3. Bardzo duża kampania sponsoringowa na antenie RMF Classic. Stacja wybrana ze względu na profil muzyczno – literacki, kulturalny. Tutaj aż 64 wskazania promujące Łódź Young Fashion przy promocjach programów „Życie z klasą” oraz „Classic Design”. Znajdują się tutaj wywiady z ekspertami, wybranymi przez nas w czasie tych audycji. Zapowiedź wydarzenia w faktach kulturalnych RMF Classic, rozdawanie zaproszeń na pokazy dla słuchaczy na antenie RMF Classic, informacja o Łódź Young Fashion w newsletterze wysyłanych do 11 500 odbiorców, informacja w zakładce polecamy na stronie [www. rmf.fm](http://www. rmf.fm). Ze względu na to, że impreza skierowana jest do młodych ludzi, wspierają nas również promocyjnie blogerzy. Silne nazwisko Ewy Kowalewskiej – Kondrat, influencerki w internecie nazywanej Harel. Jest to autorka najstarszego i wielokrotnie nagradzanego polskiego bloga. Blogerka wspiera nas publikacjami na swoim blogu oraz w kanałach społecznościowych. Inne formy promocji to dotychczasowe konferencje prasowe. W czasie wydarzenia będzie pracowało biuro prasowe. Do czasu wydarzenia planowane są jeszcze dwie konferencje, jedna prezentująca harmonogram wydarzeń towarzyszących, druga otwierająca wydarzenie w pierwszym dniu. Zaplanowana i realizowana jest kampania outdoorowa, kampania bilbordowa na ulicach Łodzi, kampania na city lightach umieszczonych w różnych punktach Miasta. Ponadto rozpowszechnione będą materiały w formie plakatów w pojazdach łódzkiego MPK. Zaplanowana jest ekspozycja promująca Łódź Young Fashion w witrynie. Posiadamy profil facebookowy, który cieszy się dużą popularnością, ponad 700 polubień. Zasięg postów na poziomie 2-3 tysięcy, posty płatne to około 16-26 tysięcy. Wspieramy również wydarzenie poprzez posty na Facebooku Akademii Sztuk Pięknych, która ma dużo więcej polubień, około 5000, 5000 obserwujących. Oprócz tego funkcjonuje Instagram i You Tube. Partnerzy instytucjonalni wspierają nas poprzez swoje media społecznościowe i strony internetowe.



**Koordynator projektu Łódź Young Fashion 2017 p. Małgorzata Janus – Hibner:** zaczęliśmy współpracę z telewizją TVN. Jutro ma odbyć się spotkanie z Panią rektor, z Panem dyrektorem Edwardem Miszczakiem. Mamy wstępne zapewnienia, że TVN będzie razem z nami podczas gali Bra Day i gali Łódź Young Fashion Award.

**Przewodnicząca Komisji p. Małgorzata Bartosiak:** rozumiem, że przy tych wszystkich publikacjach, reportażach było i będzie powiedziane, iż partnerem czy też sponsorem jest Miasto Łódź.

**Przedstawiciel ASP p. Joanna Hrabec:** wszystko funkcjonuje w ten sposób, że rozsyłamy materiały prasowe i one każdorazowo zawierają te informacje.

**Przewodnicząca Komisji p. Małgorzata Bartosiak:** gdzie będzie publikowany spot reklamowy. Do kogo będzie docierał?

**Koordynator projektu Łódź Young Fashion 2017 p. Małgorzata Janus – Hibner:** będzie pokazywany na kanałach You Tube, na naszej stronie internetowej, na Facebooku, u naszych partnerów w mediach społecznościowych.

**Przewodnicząca Komisji p. Małgorzata Bartosiak:** chyba wszyscy byliśmy tutaj zaskoczeni, że w tym spocie reklamowym tak naprawdę nie ma nigdzie Łodzi. Odnosi się wrażenie, że jest to impreza tylko i wyłącznie jednej uczelni. Natomiast nie jest to impreza Miasta.

**Koordynator projektu Łódź Young Fashion 2017 p. Małgorzata Janus – Hibner:** w końcówce spotu pojawia się logo Łodzi. Spot dotyczy wydarzenia.

**Przewodnicząca Komisji p. Małgorzata Bartosiak:** przede wszystkim chodzi nam o reklamę Miasta.

**Koordynator projektu Łódź Young Fashion 2017 p. Małgorzata Janus – Hibner:** spoty związane z Miastem, które istnieją i reklamują Łódź jako Miasto będziemy emitować podczas samego wydarzenia. Spoty te będą emitowane na multimedialnych przed wszystkich galami i przed filmami na Festiwalu filmów o modzie. Jeżeli chodzi o typowe spoty związane z Miastem Łódź to jak najbardziej. Dzisiaj pokazany spot to spot wizerunkowy, który kierowany był głównie do projektantów w fazie rekrutacji.

**Przewodnicząca Komisji p. Małgorzata Bartosiak:** chyba brakowało nam takiej informacji, że to nie jest spot ogólnodostępny, tylko dedykowany pewnej grupie.

**Koordynator projektu Łódź Young Fashion 2017 p. Małgorzata Janus – Hibner:** jest to wizerunkowy spot dedykowany głównie projektantom i podczas rekrutacji do Złotej Nitki, do Łódź Young Fashion. Podstawą wydarzenia była rekrutacja projektantów, to są konkursy. W pierwszej kolejności musieliśmy zadbać o to, żeby ktoś na te konkursy się zgłosił. Spot ten był emitowany u naszych partnerów za granicą, został przetłumaczony na język angielski.

**Przewodnicząca Komisji p. Małgorzata Bartosiak:** czy Państwo w związku z tym, że impreza jest ogólnodostępna, niebiletowana nie boicie się chaosu organizacyjnego na samym początku i przed poszczególnymi pokazami? Wiemy jak to wyglądało w latach poprzednich i myślę, że kontynuacja tego nie byłaby dobrą promocją dla tej imprezy.

**Koordynator projektu Łódź Young Fashion 2017 p. Małgorzata Janus – Hibner:** impreza nie jest biletowana, ale jest na zaproszenie. Mamy bardzo dużo zgłoszeń od szkół, od liceów plastycznych, od różnych stowarzyszeń. Staramy się tak to wszystko zaplanować, żeby wszyscy byli zadowoleni, żeby duża część łodzian zobaczyła te pokazy mody.

**Przewodnicząca Komisji p. Małgorzata Bartosiak:** rozumiem, że parking przez ASP będzie wyłączony.

**Koordynator projektu Łódź Young Fashion 2017 p. Małgorzata Janus – Hibner:** tak.

**Dyrektor Łódzkiego Centrum Wydarzeń p. Izabela Zbonikowska:** chciałam jeszcze powrócić do kwestii samej promocji Miasta, bo mam wrażenie, że trochę jest to gdzieś temat pominięty. Natomiast chciałam zwrócić uwagę na to, że zapisy umowy, które nas wiążą zdecydowanie obligują organizatora do tego, żeby mówić o Łodzi, żeby promować Łódź szeroko. Oprócz tego sami zainteresowani, czy też osoby zgłaszające się do konkursu, do których informacja o konkursie miała dotrzeć otrzymały w pakiecie informacje na temat samego Miasta, jego tradycji modowych. Nie jest przemycany tylko i wyłącznie sam logotyp, ale także bogata informacja na temat Łodzi. Taką informację dostaną też wszyscy jurorzy, w tym zagraniczni w języku angielskim jak i wszyscy potencjalnie zainteresowani samym zgłoszeniem do konkursu.

**Radny p. Bartosz Domaszewicz:** chciałem zgłosić vetum separatum. Nie zgadzam się z opinią Pani przewodniczącej. Uważam, że w tym spocie niczego nie brakuje, w nazwie tego wydarzenia jest Łódź. To mi całkowicie wystarczy. Uważam, że ten spot nie stanowi najmniejszego problemu. Ja widzę wokół tego wydarzenia dużo szans i kilka ciekawych rzeczy. Widzę dużo zagrożeń, ale nie będę się nimi dzielić teraz, bo kibicuje temu przedsięwzięciu. Czekam, mam nadzieję, że dobrze wyjdzie. Wydarzenie dopiero startuje, jest to dopiero pierwsza edycja. Trudno oczekiwać, żeby ono dzisiaj na tym etapie stało się głównym wydarzeniem modowym w Polsce, bo ono musi zbudować swoją markę. To pewnie będzie trwało, to jest inwestycja i to na pewno nie jest coś, gdzie od pierwszej edycji możemy oczekiwać olbrzymich fajerwerków. Rozumiem, że też pewnie dla tych którzy się zgłaszali do tego konkursu, dla projektantów, dla tych którzy byli sondowani, pytani o udział jako jurorzy. To wszystko jest pewną niewiadomą. Dopiero po pierwszej edycji będzie jakiś sygnał, czy to jest wydarzenie, w które warto się angażować czy nie. Jest to trochę taki test. Dlatego myślę, że trzeba dać kredyt zaufania. Spotu się nie obawiam, nazwa jest wyraźna, ciężko byłoby się z tego nie dowiedzieć, gdzie to się odbywa. Czekam z niecierpliwością na samo wydarzenie i mu kibicuję.

**Radny p. Władysław Skwarka:** jako małą przestrozę powiem, nie róbcie promocji Łodzi znieważając łódzkie pomniki. Barbarzyństwo nie jest dobre, jeśli chodzi o promocję. Łódź wypromowała się również dziećmi w beczce. To nie znaczy, że każdą imprezę należy promować wkładając dzieci do beczki, czy np. zakładając rogi Janowi Pawłowi II. Sądzę, że ci którzy to zrobili w Łodzi kiedyś się ujawnią. Ci co wpadli na ten pomysł muszą mieć poprzestawiane w głowie. Dlatego też przestrzegam przed bardzo nieciekawym projektem zwrócenia na siebie uwagi poprzez takie działania, które moim zdaniem są barbarzyństwem. Proszę, żebyście nie robili takich tanich chwytów reklamowych bo to jest w bardzo złym guście.

**Przedstawiciel ASP p. Jarosław Skotnicki:** jeśli chodzi o promocję samego Miasta pozwolę sobie powiedzieć, iż wydaje mi się, że nigdy nie było w Łodzi takiej imprezy modowej, która

ma tak interdyscyplinarny charakter. Nigdy tak wiele instytucji nie było skupionych wokół imprezy modowej. Tym samym media społecznościowe i sam fakt zaangażowania poszczególnych instytucji wpływa na promocję naszego Miasta.

**Dyrektor Łódzkiego Centrum Wydarzeń p. Izabela Zbonikowska:** zakładam, że jeśli chodzi o aspekt promocyjny, tutaj bronić się będzie wyłącznie moda i młode talenty.

**Przewodnicząca Komisji p. Małgorzata Bartosiak:** myślę, że wszyscy wspieramy to wydarzenie. Od kilku lat przyglądamy się wszystkim działaniom na terenie naszego Miasta związanym z modą. Akurat wszyscy obecni tutaj wiedzą, że wspólnie poczyniliśmy dużo starań, żeby nowa impreza modowa pojawiła się w naszym Mieście. Stąd też nic dziwnego, że staramy się zobaczyć wszystko oczyma gospodarza i jeszcze przed imprezą zwrócić uwagę co można byłoby poprawić. Natomiast na pewno będziemy się dalej przyglądać, na pewno trzymamy kciuki i miejmy nadzieję, że to będzie nowe otwarcie Miasta na ciekawą imprezę modową.

#### **Ad. 4. Sprawy wniesione i wolne wnioski.**

**Radny p. Władysław Skwarka:** nawiązując do tego, co mówiłem przed chwilą chciałbym, żeby Pani przewodnicząca wystąpiła do Pani Prezydent z oficjalnym pismem odnośnie faktu zbeszczeszczenia pomnika Tadeusza Kościuszki. Wizerunkowo jest to dla nas bardzo nieładne. Żadna idea, żaden pomysł, nawet świetny nie jest wytłumaczeniem dla tego typu działań. Chciałbym uzyskać informację, kto wydał taką decyzję, kto za to odpowiada.

**Przewodnicząca Komisji p. Małgorzata Bartosiak:** rozumiem uwagi Pana radnego, ale po całym wydarzeniu odbyła się konferencja prasowa władz Miasta, na której padły wyjaśnienia w tej sprawie. Dla mnie te wyjaśnienia były wystarczające.

**Radny p. Władysław Skwarka:** chciałem zauważyć, że żadna idea, żaden nawet najlepszy pomysł nie jest wytłumaczeniem dla tego typu działań. Mimo przekazania tych wyjaśnień chciałbym wiedzieć, kto podjął taką decyzję.

**Przewodnicząca Komisji p. Małgorzata Bartosiak:** proszę o przekazanie projektu pisma do Pani Prezydent.

Innych spraw różnych i wolnych wniosków nie zgłoszono.

Z uwagi na wyczerpanie porządku obrad **przewodnicząca Komisji p. Małgorzata Bartosiak** zamknęła posiedzenie Komisji.

*Protokół sporządziła:*

*Sekretarz Komisji*

*Aneta Michalak*

*Przewodnicząca Komisji*

*Małgorzata Bartosiak*

