

**OSLAVY VÝROČÍ MĚST JAKO VEŘEJNÝ RITUÁL PAMĚTI,
HRDOSTI A SOUČASNÉ IDENTITY**

TOMÁŠ

AVRAT

výročí = kulturní program



výročí = nástroj strategického rozvoje

přináší městu výrazně větší hodnotu

Posiluje sounáležitost a komunitu

Město rozvíjí své schopnosti spolupráce, řízení

Město naplňuje svoji identitu a vizi

Vznikají nové / staronové tradice a infrastruktura

Město si zlepšuje svoji image

MÍSTO S DOBROU REPUTACÍ...

Sdílí motivační vizi podporovanou jeho lídry

Zná a naplňuje svoji identitu ve svém chování, akcích, aktivitách, opatřeních

Mobilizuje občany, firmy, komunity,

Alokuje dlouhodobě odpovídající zdroje

Má efektivní, odolnou organizační strukturu a kulturu řízení

Realizuje smysluplná opatření, projekty a osobitou a inspirativní komunikaci

Monitoruje a vyhodnocuje výstupy, výsledky a dopady

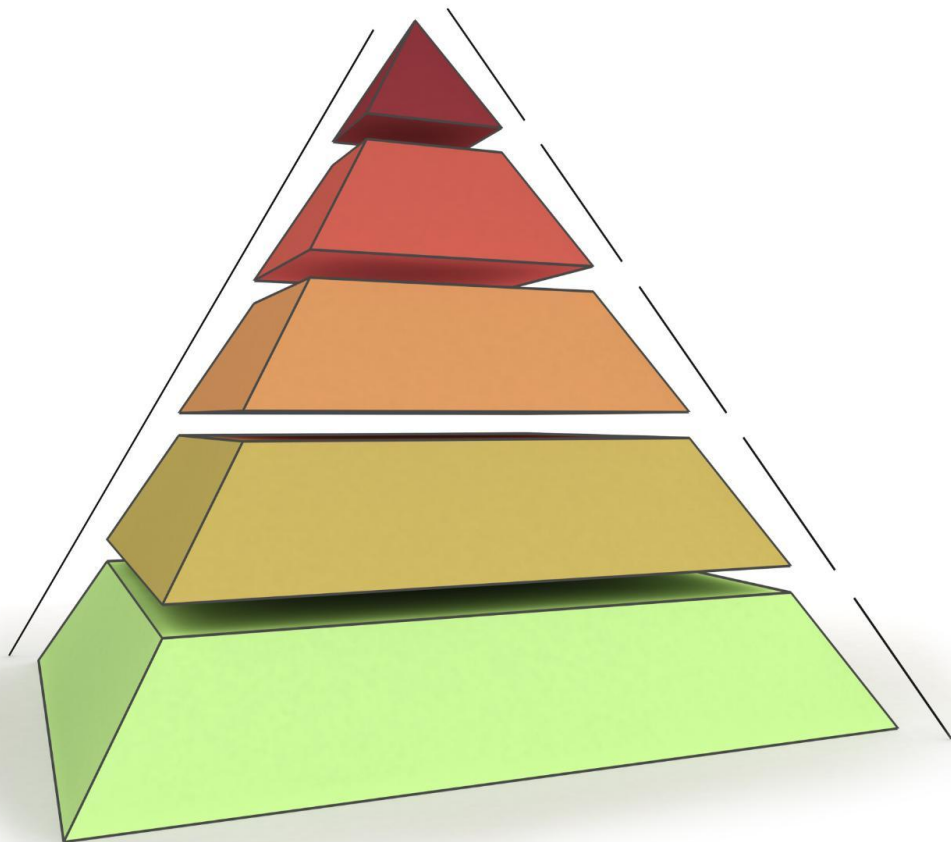
Identita místa = Kým jako místo skutečně jsme?

(charakter, hodnoty, zkušenosti, způsob fungování)



Vize místa = Kým se chceme stát a kam chceme město dovést?

OD REALITY K REPUTACI



Place Communication a pozornost

Komunikace zajišťuje informování o výhodách a nabídce města, generuje pozornost.

Place Marketing a rozhodování

Marketing transformuje nabídku místa do konkurenční hodnotové nabídky, která podporuje rozhodnutí cílových skupin.

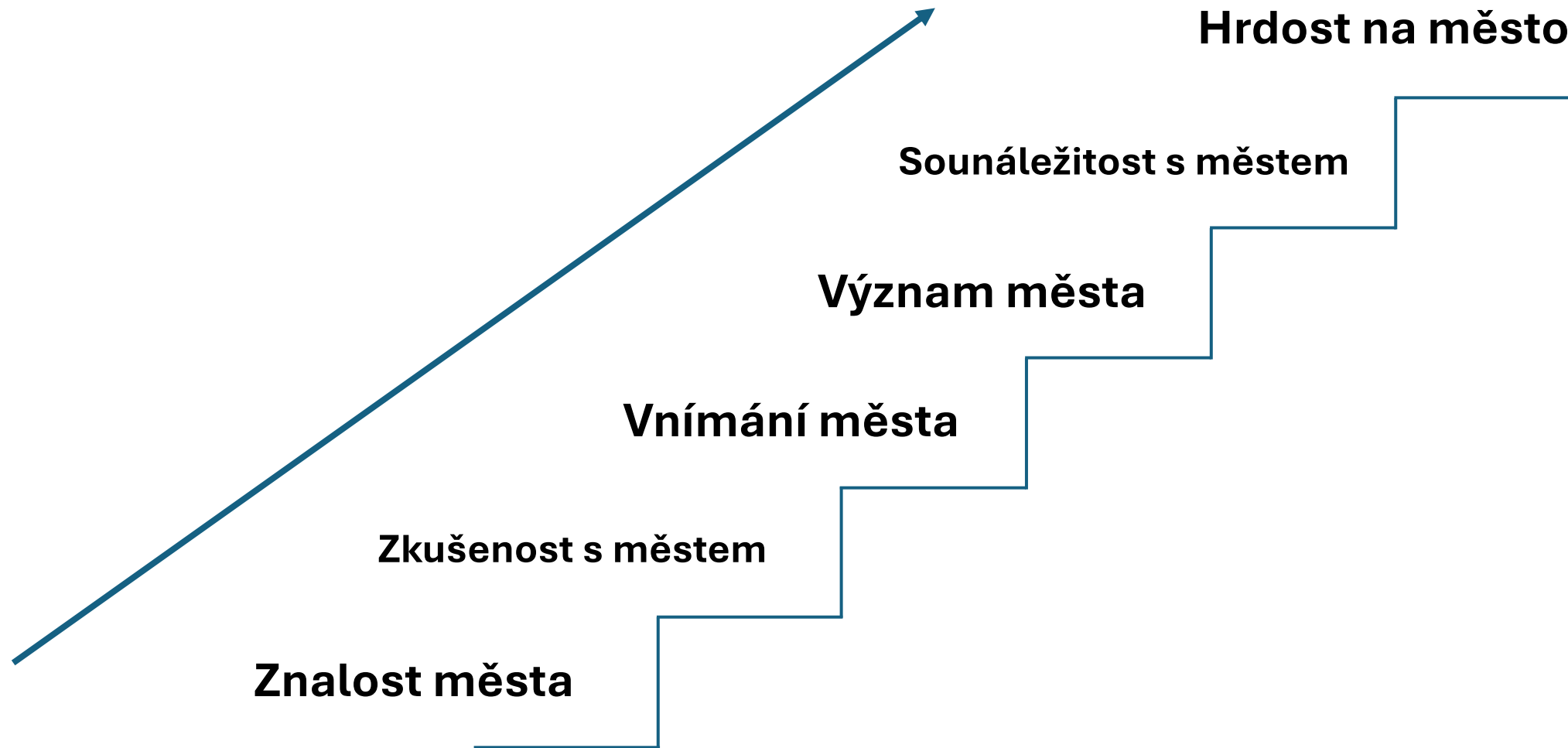
Place Branding a identita místa

Branding zajišťuje sladění identity místa s jeho chováním, aktivitami a příběhem, což vytváří důvěryhodnou reputaci.

Placemaking jako základ

Placemaking tvoří konkrétní podobu místa, veřejný prostor a služby, které lidé každý den zažívají a hodnotí.

OBÝVATEL A JEHO FÁZE VZTAHU K MĚSTU



OBYVATEL A JEHO FÁZE VZTAHU K MĚSTU

Hrdost na město

Člověk je hrdý na to, že je z daného města, cítí se jeho součástí a podílí se na jeho rozvoji
Město se stává součástí jeho identity, aktivně ho doporučuje, reprezentuje.
Strategie: oceňuj občany, podporuj ambasadory města, zosobňuj.

Sounáležitost s městem

Silná emocionální vazba – člověk se cítí být „doma“, má vztah k místu, pocit "tady patřím"
Zdroje: participace, komunitní akce, zájem o dění, ochota město bránit a podporovat
Strategie: vytvářej příležitosti pro zapojení, komunitní život, sdílení příběhů, dodávej obsah ke sdílení

Význam města

Město začíná mít osobní význam – je spojeno s vzpomínkami, hodnotami, identitou, město je součástí toho, kým člověk je
Zdroje: participace, komunitní akce
Strategie: podporuj komunitní projekty, paměť místa, participaci.

Vnímání města

Na základě zkušenosti si člověk vytváří názor např. na estetiku, atmosféru, bezpečnost, přístupnost, kulturní, sportovní a společenskou nabídku
Zdroje: veřejný prostor, urbanismus, architektura, kvalita a kvantita akcí a služeb (kultura, gastronomie, sport, ..)
Strategie: pracuj s image města, storytellingem (kvalita i kvantita), symboly (fyzické i mentální)

Zkušenost s městem

Dochází k prvnímu „doteku“ s městem – fyzickému i emocionálnímu
Zdroje: návštěva, bydlení, MHD, využití služeb, účast na akcích, turismus, sociální sítě, kroužky, kluby
Strategie: zlepšuj kvalitu veřejného prostoru, znalost a dostupnost akcí a atraktivit, přívětivost služeb.

Znalost města

Obyvatel ví, že město existuje, zná jeho jméno, polohu, základní charakteristiky, historii, atraktivitu, služby
Zdroje: školství, regionální média, šeptanda, komunikace o městě (městská, firmy a organizace), muzeum
Strategie: posiluj komunikaci o městě, efektivní vizuální identita, přehlednost služeb

MÍSTO A JEHO CÍLOVÉ SKUPINY



Adaptace Bloom Consulting®



Adaptace Bloom Consulting®

KLÍČOVÉ PRINCIPY PRO OSLAVY VÝROČÍ

Fungují jen jako celek

Výročí jako veřejný rituál města

Obyvatelé jako spolutvůrci a primární publikum

Rozprostření v čase místo jednorázového vrcholu

Nové prožití známých míst jako nástroj oživování města

Vytváření opakovatelných tradic a rituálů

Posilování sounáležitosti a spolupráce jako hlavní úspěch

Důvěra a koordinace nad perfektní dramaturgií

VÝROČÍ JAKO VEŘEJNÝ RITUÁL MĚSTA

Slavíme to, kým jsme byli, abychom ukázali, kým se stáváme

Dobré výročí nezačíná programem, ale identitou a vizí města

Výročí dává městu chvíli, kdy samo sebe veřejně pojmenuje

Veřejný rituál ukazuje, co má být ve městě společné

Město si při výročí netvoří jen program, ale společný význam

Výročí ukazuje, jaké hodnoty chce město posilovat

OBYVATELÉ JAKO SPOLUTVŮRCI A PRIMÁRNÍ PUBLIKUM

Oslavy jako tmel roztržité společnosti

Lidé nemají být publikum, ale spoluautoři

Silné výročí vzniká s obyvateli, ne pro obyvatele

Úspěch se měří sounáležitostí, ne návštěvností

Místní mají být hostitelé, ne jen diváci

Spolutvorba přináší víc než sebelepší produkce

ROZPROSTŘENÍ V ČASE MÍSTO JEDNORÁZOVÉHO VRCHOLU

Síla je v čase, ne v 1-2 víkendových vrcholech

Silné výročí se nestaví na jednom víkendu

Síla je v kontinuitě, ne ve vrcholu

Rozložený program zanechá hlubší stopu

Trvalý rytmus přináší větší dopad než jednorázový efekt

Celý rok funguje lépe než jeden velký výstřel

NOVÉ PROŽITÍ ZNÁMÝCH MÍST JAKO NÁSTROJ OŽIVOVÁNÍ MĚSTA

Výročí by mělo znovu oživit známá místa ve městě

Známá místa mají dostat nový význam

Silné výročí oživuje místa, ne jen program

Nový zážitek mění vztah k místu

Dočasná proměna může spustit trvalou změnu

Oživené místo dává identitě města konkrétní tvar

VYTVÁŘENÍ OPAKOVATELNÝCH TRADIC A RITUÁLŮ

Každé výročí má mít odkaz (co městu po oslavách reálně zůstane)

Dobré výročí nekončí posledním dnem

Odkaz je důležitější než program

Nová tradice je víc než jednorázový vrchol

Město má plánovat, co zůstane — ne jen co proběhne

Silné výročí zanechá rituál, ne jen vzpomínku

POSILOVÁNÍ SOUNÁLEŽITOSTI A SPOLUPRÁCE JAKO HLAVNÍ ÚSPĚCH

Oslavy jako sociální tmel, který přetrvává dlouho poté

Skutečný úspěch se měří vztahem, ne návštěvností

Silné výročí propojuje, ne jen přitahuje

Oslavy mají vytvářet partnerství, ne jen program

Sounáležitost je silnější výstup než ohňostroj

Dobré výročí zanechá spolupráci, ne jen vzpomínku

DŮVĚRA A KOORDINACE NAD PERFEKTNÍ DRAMATURGIÍ

Silné výročí nevzniká shora, ale spolu

Město nemá vše řídit, ale umožnit

Důvěra je víc než dokonalý program

Odvaha nechat to na obyvatelích

Město má být platforma, ne producent

Sdílené role přinášejí silnější dopad než centralizace

VÝROČÍ SE STÁVÁ INVESTICÍ DO BUDOUCNOSTI A SOUDRŽNOSTI MĚSTA

Klíčem je vnímat výročí jako veřejný rituál (**posílení identity** a **hrdosti** obyvatel), **zapojit komunitu** jako **spolutvůrce**, **plánovat dlouhodobě** s důrazem na **odkaz**, **kreativně** pracovat **s veřejným prostorem**, zajistit silnou **koordinaci** a **partnerství** a **měřit** reálné **dopady**.

MÍSTO JAKO ZNAČKA

602 45 46 44

avrat@mistojakoznacka.cz

TOMÁŠ

AVRAT



~~AVRAT~~