



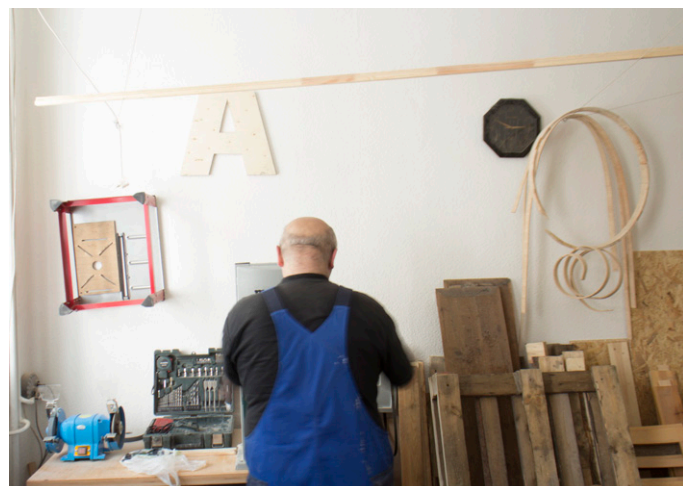
SPIS TREŚCI

4 SEKTOR KREATYWNY
Miasto jako moderator

6 LOKALE DLA KREATYWNYCH
Piotrkowska 17:
Autograf S.C.
Niebostan
Re:Meble
Daniel Świrko

14 Piotrkowska 113:
Fundacja Lux Pro Monumentis

www.kreatywna.lodz.pl



1. Pracownia Re:Meble
2. Klubokawiarnia Niebostan
3. Light.Move.Festival.Łódź, fot.Daniel Świrko

OD REDAKCJI

Wspieranie w kreatywności to inwestowanie w stabilną a jednocześnie nowoczesną oraz innowacyjną gospodarkę. Działania podejmowane na poziomie lokalnym przekładają się bezpośrednio na wzrost znaczenia gospodarczego i społecznego Łodzi na arenie międzynarodowej. Zadowolenie z życia i pracy właścicieli mikro i małych przedsiębiorstw ulokowanych w mieście to podstawa budowania dobrobytu wszystkich łodzian.

W Newsletterze Przemysłów Kreatywnych prezentujemy właśnie te firmy, które powstały dzięki pasji i zaangażowaniu mieszkańców i budują wizerunek Łodzi jako miasta kreatywnego. Ulokowane głównie przy ul. Piotrkowskiej w wyniku programu „Lokale dla kreatywnych” są naturalnym nośnikiem hasła „Łódź kreuje”. Dzięki przemyślanej strategii miasta „Lokale dla kreatywnych” tworzą stanowiska pracy dla twórczych łodzian, są miejscami chętnie odwiedzanymi przez mieszkańców miasta oraz stanowią atrakcję dla coraz liczniej przybywających do Łodzi turystów.

REDAKCJA

Redaktor naczelny: Maciej Mazerant

Współpraca: Maja Ruszkowska-Mazerant

Redakcja, korekta:

Justyna Muszyńska-Szkodzik

Wydawca: ECC-CF, PURPOSE

www.purpose.com.pl

Adres redakcji:

90-413 Łódź, ul. Piotrkowska 59 lok. 13U

www.kreatywnisamozatrudnieni.pl

e-mail: kontakt@kreatywnisamozatrudnieni.pl

Newsletter powstaje na zlecenie Urzędu Miasta Łodzi

Na okładce:

Pracownia Re:Meble, ul. Piotrkowska 17

Zdjęcie: PURPOSE content

www.kreatywna.lodz.pl

MIASTO JAKO MODERATOR

dr Dariusz Urban

Absolwent studiów podyplomowych: Ocena Potencjału Rynkowego Prac Badawczych. Obecnie pełni funkcję kierownika studiów podyplomowych dla sędziów z zakresu finansów i ekonomii. Jego zainteresowania badawcze koncentrują się wokół państwowych funduszy majątkowych, inwestowania społecznie odpowiedzialnego oraz finansów behawioralnych.

W dobie „wędrującego kapitalizmu” założenie, że pozyskanie jednego bądź kilku dużych inwestorów, którzy pozostaną na zawsze lub na bardzo długo w danym miejscu, jest obarczone wielkim ryzykiem. Dlatego wydaje się, że dla rozwoju społeczno-gospodarczego miasta równie ważne jest zwracanie uwagi na wspieranie i przyciąganie mikroprzedsiębiorstw, firm rodzinnych, zwłaszcza tych z określonych branż. To właśnie takie podmioty są w stanie na trwałe stać się tkanką społeczną i ekonomiczną lokalnych społeczności – dzielnic, miast, gmin, powiatów i regionów, ze wszystkimi tego pozytywnymi konsekwencjami dla rozwoju.

Rozmawiał: Maciej Mazerant

„Lokale dla kreatywnych” to program, w ramach którego firmy działające w sektorze kreatywnym mają szansę wynająć lokal w centrum miasta na preferencyjnych warunkach. Czy szczególne wsparcie miasta dla kluczowych branż gospodarki Łodzi lub regionu, tak jak to jest w przypadku branży kreatywnej, jest uzasadnione i potrzebne?

Tak, tego typu pomoc jest ze wszech miar potrzebna i uzasadniona. Specjalizacja – podobnie jak ma to miejsce w przypadku przedsiębiorstw – również w odniesieniu do miast i regionów stanowić może o przewadze konkurencyjnej na rynku, zarówno w kontekście przyciągania pracowników, jak i zachęt dla inwestorów. Miasta nie muszą pełnić tutaj roli biernych obserwatorów, lecz mogą i powinny być aktywnymi moderatorami, kształtując pożądaną z punktu widzenia społecznego i ekonomicznego wizję rozwoju.

Jakie wsparcie jest najbardziej korzystne i stymulujące, biorąc pod uwagę fakt, że firmy z sektora kreatywnego to głównie mikroprzedsiębiorstwa?

Po pierwsze, wydaje się, że szczególnie korzystna byłaby pomoc udzielana tego typu przedsiębiorstwom na początkowym etapie funkcjonowania, w okresie 2-3 pierwszych lat. Jest to bowiem krytyczny z punktu widzenia przetrwania i dalszego rozwoju czas dla większości biznesów. Po drugie, można sądzić, iż większy efekt dla mikroprzedsiębiorstw przyniosłoby wsparcie w formie niebezpośrednio pieniężnej, lecz to udzielane przez inkubatory, w których podmioty miałyby dostęp do przestrzeni lokalowej, doradców biznesowych, a nowi przedsiębiorcy z sektora kreatywnego mogliby czerpać korzyści z networkingu. Wartość dodana tak tworzonej infrastruktury dla przedsiębiorstw kreatywnych byłaby znacznie wyższa od

ewentualnej równoważnej kwoty przekazanej w postaci dofinansowania. I po trzecie, pomoc ze strony miasta mogłaby i powinna obejmować promocję – przekazywanie informacji do potencjalnych odbiorców produktów i usług z tej branży.

Miasto inwestuje w rewitalizację centrum. Jaki wpływ na ten proces w skali mikro i makro mają firmy, lokujące swoją działalność właśnie tam, w podwórkach, przy ul. Piotrkowskiej?

Wpływ ten jest jak najbardziej korzystny, prowadzi bowiem, że inicjatywy podejmowane przez miasto znajdują odpowiedź w posunięciach podmiotów rynkowych. Działania firm wybierających lokalizację swojej siedziby w centrum są zatem komplementarne w stosunku do celów stawianych przez władarzy miasta, a przede wszystkim są z tymi celami spójne. Ponadto branża kreatywna jest w stanie zmienić sposób postrzegania ul. Piotrkowskiej, dodając do dotychczasowego obrazu więcej „kolorów”, związanych z działalnością biznesową, lecz nie tą z witryn bankowych. Nowe firmy w centrum miasta przyczyniać się również mogą do aktywizowania lokalnych społeczności.

Czy opłacalne jest pod względem ekonomicznym wynajmowanie lokali miejskich na preferencyjnych warunkach? Czy może bardziej kalkuluje się, aby lokal był pustostanem, a miasto nie było zmuszone zwracać nakładów koniecznych najemcy, który robi remont? Jak to ocenić zupełnie obiektywnie?

Pustostany w centrum nie wydają się dobrą wizytówką dla żadnego z miast. Należałoby zadać sobie pytanie, jak postąpilibyśmy jako potencjalni inwestorzy lub też osoby decydujące się na zmianę dotychczasowego miejsca zamieszkania, mając do wyboru dwie lokalizacje o takich samych warunkach ekonomicznych i finansowych, z jedną tylko różnicą: w jednej z nich byłyby pustostany? I choć wrażenie wizualne trudno jest obiektywnie wycenić, to daleko idącym uproszczeniem byłoby przyjęcie, że nie ma ono znaczenia. Robiąc ewentualny rachunek ekonomiczny, należałoby przyjąć dwie perspektywy – krótkookresową i długookresową. W tej pierwszej bez wątpienia przeważą korzyści postawy biernej, w drugiej uwidocznili się mogą zalety postawy aktyw-

Branża kreatywna jest w stanie zmienić sposób postrzegania ul. Piotrkowskiej, dodając do dotychczasowego obrazu więcej „kolorów”, związanych z działalnością biznesową, lecz nie tą z witryn bankowych. Nowe firmy w centrum miasta przyczyniać się również mogą do aktywizowania lokalnych społeczności.

nej; lokale przestają popadać w dalszą ruinę, zaczynają generować strumień przychodów dla miasta, nie tylko w postaci opłat najmu, lecz również tych wynikających z podatków osób i firm je zajmujących. Ocena określonego wariantu działań mogłaby bazować na metodach dyskontowych, stosowanych do oceny projektów inwestycyjnych; porównania dzisiejszej wartości nakładów i dzisiejszej wartości spodziewanych korzyści finansowych.

Co jest bardziej opłacalne z punktu widzenia rozwoju społeczno-gospodarczego: inwestowanie we wsparcie ukierunkowane na dużą grupę małych firm, skupionych wokół danej branży czy w pomoc kilku, ale za to dużym inwestorom?

W dobie „wędrującego kapitalizmu” założenie, że pozyskanie jednego bądź kilku dużych inwestorów, którzy pozostaną na zawsze lub na bardzo długo w danym miejscu, jest obarczone wielkim ryzykiem. Dlatego wydaje się, że dla rozwoju społeczno-gospodarczego miasta równie ważne jest zwracanie uwagi na wspieranie i przyciąganie mikroprzedsiębiorstw, firm rodzinnych, zwłaszcza tych z określonych branż. To właśnie takie podmioty są w stanie na trwałe stać się tkanką społeczną i ekonomiczną lokalnych społeczności – dzielnic, miast, gmin, powiatów i regionów, ze wszystkimi tego pozytywnymi konsekwencjami dla rozwoju.

Piotrkowska 17



Ulica Piotrkowska dzięki konkursowi „Lokale dla kreatywnych” ma możliwość na nowo stać się centrum przedsiębiorczości oraz ciekawych inicjatyw. Łódzkie firmy, fundacje, które lokują tutaj swoje siedziby, to naturalny wabik nie tylko dla mieszkańców miasta, ale i turystów. Dzięki dużej aktywności przedsiębiorców Piotrkowska rozwija się nie tylko gospodarczo, ale podlega również procesom rewitalizacji społecznej.

Rozmawiały: Maja Ruszkowska-Mazerant, Marta Klimek



Rozmawiamy z przedstawicielami firm mieszczących się przy ulicy Piotrkowskiej 17: Dorotą Bielacką (Autograf S.C.), Andrzejem Stańczykiem (Re:Meble), Danielem Świrko (fotograf), Agatą Niewolą i Maciejem Stańczykiem (Niebostan).

Zdjęcia: PURPOSE content

Uczestniczyli Państwo w konkursie „Lokale dla kreatywnych”, wygrali lokal przy ulicy Piotrkowskiej, dlatego wybrali Państwo taki właśnie adres?

Dorota Bielacka, Autograf S.C.: Piotrkowska 17 – tutaj mieści się nasza siedziba od 2009 roku. Obecnie zajmujemy trzy pomieszczenia w budynku frontowym, ale cały czas rozwijamy się, idziemy do przodu.

Daniel Świrko, fotograf: Adres Piotrkowska 17 wybrałem z powodu dobrej lokalizacji, prestiżu dla prowadzonej firmy oraz odpowiedniej powierzchni biura.

Co powstaje w kreatywnym lokalu przy Piotrkowskiej 17?

Andrzej Stańczyk, Re:Meble: W wielkim skrócie: powstają nietuzinkowe, niebanalne meble i elementy wyposażenia wnętrz. Kilka przykładów: stoliki kawowe z bębnow od pralek, siedziska z palet, pufy ze starych wanienek, półka z futerału na skrzypce, stołki barowe z pralek typu Frania. Nasza praca to przede wszystkim uważne słuchanie klienta. Najważniejsze dla nas są jego oczekiwania, upodobania i późniejsze zadowolenie. Staramy się proponować jak najlepsze rozwiązania, ponieważ ludzie chcą mieć coraz bardziej spersonalizowane i oryginalne meble. Często zdarza się również tak, że klientom podobają się nasze gotowe wyroby. Coraz częściej wychodzimy poza przestrzeń lokali użytkowych. Nasze meble doskonale sprawdzają się w ogródkach, na tarasach, balkonach, w mieszkaniach prywatnych oraz strefach relaksu w firmach i szkołach.

Agata Niewola i Maciej Stańczyk, Niebostan: Mieliśmy spójny pomysł na wykorzystanie miejsca. Założyliśmy, że Niebostan ma ożywić tę część ul. Piotrkowskiej. Do tego ciekawy recyklingowy wystrój i antykwarariat – to wszystko przekonało komisję, żeby powierzyć nam lokal przy Piotrkowskiej 17.

Czy „niebostanowy” biznesplan był tworzony z myślą o tej rywalizacji?

Agata Niewola i Maciej Stańczyk: Pomysł na klubokawiarnię z antykwarem mieliśmy już wcześniej. Długo szukaliśmy odpowiedniego lokalu. Sam konkurs pojawił się

Na zdjęciu powyżej:
Pracownia Re:Meble

w idealnym momencie. Przygotowywanie aplikacji pozwoliło nam usystematyzować wizję tego, czym ma być Niebostan.

Konkurs „Lokale dla kreatywnych” to znakomity pomysł na zwiększenie atrakcyjności ulicy Piotrkowskiej oraz jej okolicy. Już teraz Piotrkowska jest miejscem, jakie sobie wyobrażałem – miejscem do spotkań z ludźmi, rozrywki i do prowadzenia własnej firmy.

Czy taki konkurs jak „Lokale dla kreatywnych” to dobry pomysł na zwiększenie ruchu przy ulicy Piotrkowskiej oraz podniesienie jej „wartości”? Powstają tutaj teraz takie lokale, jak: galerie, biura architektoniczne, klubokawiarnie, pracownie artystyczne z zajęciami dla dzieci i dorosłych, pracownie graficzne, wydawnictwa...

Dorota Bielacka: Z pewnością musimy „obudzić” Piotrkowską. Niewątpliwie Manufaktura, Galeria Łódzka i inne centra handlowe odciągnęły potencjalnych klientów, którzy mogliby właśnie na głównej ulicy Łodzi robić zakupy. Nowatorski pomysł „Lokale dla kreatywnych” to strzał w dziesiątkę, może jeszcze są niezbyt dostrzegalne, ale to dobry start i zapowiedź, że będzie ich coraz więcej. Chciałybyśmy, aby Łódź odżyła, żeby czymś wyróżniała się na tle innych rozwijających się miast, a nie była tylko rozpoznawana dzięki Manufakturze.

Daniel Świrko: Konkurs „Lokale dla kreatywnych” to znakomity pomysł na zwiększenie atrakcyjności ulicy Piotrkowskiej oraz jej okolicy. Już teraz Piotrkowska jest miejscem, jakie sobie wyobrażałem – miejscem do spotkań z ludźmi, rozrywki i do prowadzenia własnej firmy. Chciałbym jeszcze, aby deptak centralny stał się w całości prestiżowym obszarem kulturalnym i finansowym.

Jakie znaczenie – oprócz korzystnych warunków finansowych, związanych z niskimi opłatami za lokal – ma dla was prowadzenie działalności właśnie w „lokalu dla kreatywnych”?

Agata Niewola i Maciej Stańczyk: Bycie częścią sieci „lokali dla kreatywnych” bardzo pomaga w promocji. Ponieważ jesteśmy pierwszym miejscem, które tak zaczęło funkcjonować, interesowały się nami media lokalne i ogólnopolskie. A poza tym, to powód do dumy [uśmiech].

Program lokali dla przedsiębiorców, takich jak wy, to część strategii rozwoju Łodzi jako centrum przemysłów kreatywnych. Czy miasto rzeczywiście stwarza odpowiednie warunki dla tego rodzaju działalności?

Andrzej Stańczyk: Zdecydowanie program „Lokale dla kreatywnych” jest dużą szansą dla przedsiębiorców. To możliwość znalezienia miejsca dopasowanego do potrzeb i możliwości. Ogromnym plusem jest lokalizacja, która zapewnia łatwiejszą komunikację między usługodawcą a klientem. Nie każdy, kto chce odnowić czy kupić mebel, będzie szukał specjalistów w Internecie. Wielu ludzi nadal woli pogadać z nimi osobiście. W trosce o przemysły kreatywne miasto powinno też zadbać o promocję, którą będzie widać w Łodzi. Strona internetowa o kreatywnych oraz informacje na portalach społecznościowych to dużo, ale powtarzam – nie każdemu wystarcza Internet.

Skąd inspiracje do tak wyjątkowych projektów?

Andrzej Stańczyk: Inspiracje czerpiemy ze wszystkiego, przedmioty do nas mówią. Widać, że ze starego wieszaka można zrobić piękny stół, przy którym doskonale będzie smakowała kawa i ciacho. Stara targa do prania to doskonałe drzwiczki do szafki nocnej, a szpulki po przewodach serdecznie zapraszały, aby na nich wygodnie siedzieć. Materiały pochodzą w większości z miejsc, takich jak: strychy, piwnice, komórki, pchle targi. Szukamy tam, gdzie można znaleźć coś, co nas zachwyci, przyciągnie oko lub sprawi, że pomysł pojawia się od razu. Niewyczerpaną inspiracją są niedoceniane palety, materiał niezmiernie wdzięczny w obróbce i o urzekającym rytmie drewna.

Redesign to – w świecie masowej produkcji – działalność bardzo niszowa. Ta nisza ma więcej plusów czy minusów?

Andrzej Stańczyk: Zdecydowanie uważamy, że ta nisza ma więcej plusów. Przede wszystkim ma ogromny potencjał, jeśli chodzi o kreatywność. Przedmioty pozornie niepotrzebne u nas zyskują drugie życie. Nie pozwalamy sobie na marnotrawienie i bezmyślne wyrzucanie. Wolimy przerabiać, zmieniać, odświeżać i patrzeć, jak coś niepotrzebnego staje się znów funkcjonalne i potrzebne. Na przykład stara waliza staje się dla nas bazą do wykonania superwygodnego, tapicerowanego siedziska. Materiały z recyklingu pozwalają na rozwijanie wyobraźni. Po co zaśmieszać świat, skoro wielu rzeczom można podarować drugie życie?

Jesteście twórcami wyposażenia klubokawiarni Niebostan, która mieści się w sąsiadującym z waszą pracownią „lokalu dla kreatywnych”. Jak kształtują się stosunki kreatywnych przedsiębiorców Łodzi?

Andrzej Stańczyk: Bardzo pozytywnie. W tym akurat przypadku zdecydowanie na zasadzie symbiozy i wzajemnej pomocy. Niebostan zawsze w pierwszej kolejności testuje nowe meble, natomiast klienci klubokawiarni często stają się również odbiorcami i sympatykami Re:Meble. Wydaje nam się, że to środowisko mocno kiełkuje. Współpracujemy i przyjaźnimy się również z kreatywnymi z City Bum Bum i Fundacji Normalne Miasto Fenomen. Mamy nadzieję, że ta grupa będzie się rozrastać, a może i konsultować niektóre projekty z Urzędem Miasta. W każdym razie, na pewno budujemy wizerunek Łodzi jako miasta, które kreuje.

Czujecie się częścią „Łodzi kreatywnej”? Czym jest dla was to hasło?

Agata Niewola i Maciej Stańczyk: Dla nas hasło „Łódź kreatywna” to pomysł na rozwój miasta i jego identyfikację. Cieszymy się, że Niebostan może być przykładem na to, że nawet w gastronomii można prowadzić kreatywny biznes.

Na mapie miasta pojawia się coraz więcej „kreatywnych” punktów. Czy pomysłowi przedsiębiorcy współpracują ze sobą?

Agata Niewola i Maciej Stańczyk: Do tej pory współpracowaliśmy z firmą Re:Meble.

Niebostan to nie tylko klubokawiarnia, ale też miejsce licznych koncertów, spotkań autorskich i prelekcji z zakresu literatury i sztuki. Jaka filozofia przyświeca waszej działalności?

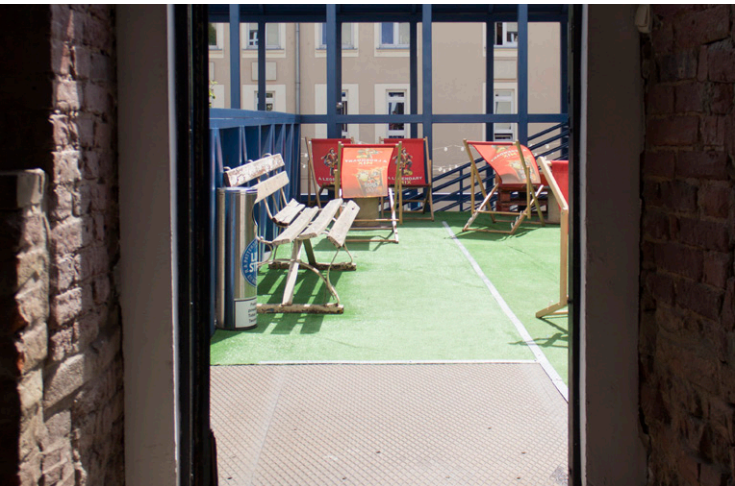
Agata Niewola i Maciej Stańczyk: Od początku zakładaliśmy, że będziemy łączyć działalność klubową i kulturalną. Ważne jest dla nas, żeby Niebostan nie był tylko miejscem, w którym można napić się piwa i miło spędzić czas, ale także ważnym punktem na mapie kulturalnej Łodzi. Stale współpracujemy z Uniwersytetem Łódzkim i organizacjami pozarządowymi, prezentujemy wystawy, wykłady, otwarte spotkania, projekcje.

Czy łodzianie są otwarci na kreatywne przedsięwzięcia? Kim są wasi klienci?

Andrzej Stańczyk: Łodzianie są zaciekawieni, z otwartością jest różnie. Jedni się zachwycają, inni mijają obojętnie, a niektórzy otwarcie krytykują. Zaczynają jednak przekonywać się do produktów, które odbiegają od stereotypów i sztampy. Coraz bardziej zwracają uwagę nie tylko na cenę, ale też na oryginalność, jakość i wykonanie. Niebagatelną rolę odgrywa również materiał, z jakiego robimy nasze meble. Dla osoby, która ceni ekologię, proponujemy meble z materiałów recyklingowych, ale dla kogoś, kto woli sprzęty tradycyjne, mamy ogromny wybór doskonałych płyt meblowych. Jesteśmy w stanie dobrać materiał do potrzeb klienta. Coraz więcej ludzi przekonuje się jednak do mebli, które są oryginalne i niestandardowe.

Re:Meble mogą konkurować z masową produkcją?

Andrzej Stańczyk: Zdecydowanie tak. Mamy nad nią przewagę, ponieważ nasze meble w stu procentach spełniają wymagania klienta. Od projektu poprzez dobór materiału, wykonanie, doskonałą jakość i trwałość, a na zbilansowanej cenie kończąc. A poza tymi wszystkimi atutami nasze meble mają jeszcze jeden, być może decydujący – w przeciwieństwie do mebli z masowej produkcji, one mają duszę.



Czy mogą Państwo opowiedzieć o swojej działalności?

Daniel Świrko: Moja działalność to fotografia okolicznościowa oraz fotografia produktowa. Moimi klientami są przede wszystkim osoby prywatne, które zamawiają fotografa na realizację sesji zdjęciowej i reportażowej.

Co się kryje pod wyrażeniem: home staging?

Dorota Bielacka: Zaczniemy może od początku. Autograf S.C. to prężnie rozwijająca się młoda firma. Od początku działamy na rynku nieruchomości w sektorze wynajmu, sprzedaży, głównie lokali mieszkalnych. Od 3 lat Autograf zarządza również nieruchomościami (19 budynków mieszkalnych i elitarnie osiedle domów przy ul. Wycieczkowej). Teraz chcemy iść krok dalej: home staging to nowa gałąź naszej firmy. To inaczej aranżacja, stylizacja nieruchomości, stosowanie różnorodnych technik wykończenia wnętrz, technik estetyki wizualnej i przestrzennej. Wszystko to, by w maksymalnie krótkim czasie przy minimalnym nakładzie środków finansowych wynająć bądź sprzedać nieruchomość. Chcemy dostosowywać wnętrza do wymagań i potrzeb jak największej liczby potencjalnych klientów. Efektem całego procesu jest mieszkanie czy dom przygotowane do zrobienia zdjęć do wystawienia na sprzedaż czy wynajem. Jeśli klient nie jest w stanie wykonać sam prac adaptacyjnych, przeróbek – mamy ekipę, która się tym zajmie profesjonalnie. Grono sprawdzonych wykonawców to klucz do powodzenia tej operacji. Na pierwszym spotkaniu wspólnie omawiamy najbardziej optymalny zakres usług.

Kim może być nasz odbiorca, potencjalny klient? Z dotychczasowego doświadczenia wynika, że po takie nowinki sięgają raczej ludzie z przedziału wiekowego 30-49 lat.

Nasze skromne badanie wykonane na próbie 200 osób (ankieta telefoniczna) pokazało, że 62,5% pytanych z chęcią umówiłoby się na spotkanie z home stagerem i przynajmniej zechciało wysłuchać rad dotyczących aranżacji wnętrza, które z pewnością przyspieszyłyby sprzedaż/wynajem nieruchomości, 22% pytanych nie miało zdania a 15,5% osób nie było zainteresowanych taką formą pomocy. Jesteśmy pewni, że taki „lifting nieruchomości” pozwoli zaoszczędzić

Z pewnością musimy „obudzić” Piotrkowską. Niewątpliwie Manufaktura, Galeria Łódzka i inne centra handlowe odciągnęły potencjalnych klientów, którzy mogliby właśnie na głównej ulicy Łodzi robić zakupy. Nowatorski pomysł „Lokale dla kreatywnych” to strzał w dziesiątkę.

czas oraz pieniądze naszych klientów. Nieruchomości nieprzygotowane do sprzedaży/wynajmu pozostają na rynku od pół roku do dwóch lat. Dzięki profesjonalnej usłudze home stagera nieruchomość po prawidłowo przeprowadzonym „liftingu” zostawi pozytywne wrażenie, a pamiętajmy o tym, że z badań wynika, iż potencjalny klient wyrabia sobie opinię o nieruchomości już po 10 sekundach!

Czy Piotrkowskiej przydałby się home staging?

Dorota Bielacka: Rzeczywiście jest wiele rzeczy, które można by na Piotrkowskiej zmienić w myśl zasady – ile ludzi tyle opinii. Nasza firma zarządza też nieruchomościami. Będąc zarządcą nieruchomości między innymi przy ul. Piotrkowskiej (choćby Piotrkowska 28 czy narożna kamienica na ul. Piotrkowskiej przy ul. Rewolucji 2 – w ciągu trzech lat dokonaliśmy gruntownych remontów tych miejsc, w tym stropów, zaniedbanych piwnic, elewacji), wiemy, jak ważne jest to, aby budynki stanowiły wizytówkę miasta, w końcu Piotrkowska zawsze była dumą Łodzi. Marzy się nam, aby każdy budynek stojący przy głównej ulicy odzyskał dawną świetność, blask. Jeśli udałoby się zrealizować plan, aby każda kamienica (gminna, prywatna, wspólnotowa) efektywnie i w możliwie najkrótszym czasie (3-6 lat) przeprowadziła szereg remontów, poczynając od instalacji wod-kan, elektrycznych, remontu piwnic, stropów, klatek, a na elewacjach i podwórkach zakończywszy – byłibyśmy dumne! I taką Piotrkowską chcielibyśmy widzieć

Na zdjęciu obok: Niebostan oraz Agata Niewola i Maciej Stańczyk

za parę lat. Czy to się uda? Z naszą pomocą na pewno [uśmiech].

Czy prowadzenie małej firmy jest trudne? Jakie są wady i zalety?

Daniel Świrko: Etapy w prowadzeniu własnej działalności gospodarczej są różne. Najważniejsze jest, aby robić w życiu to, co się chce, a nie to, co się musi. W mojej branży są same zalety, bo robię to, co lubię i nie dostrzegam żadnych jej wad. Dla mnie najważniejsza jest kreatywność. Bycie fotografem to tworzenie sztuki. Najlepiej, gdy ta sztuka jest dostrzegana i doceniana.

Zdecydowanie program „Lokale dla kreatywnych” jest dużą szansą dla przedsiębiorców. To możliwość znalezienia miejsca dopasowanego do potrzeb i możliwości. Ogromnym plusem jest lokalizacja, która zapewnia łatwiejszą komunikację między usługodawcą a klientem.

Dorota Bielacka: Obecnie zatrudniamy sześciu pracowników i działamy na zasadach współpracy z czterema osobami. Spółka cywilna, którą współtworzymy jest naszą pasją. Można jednoznacznie stwierdzić, że łatwiej jest prowadzić biznes wspólnikom niż jednej osobie – my jesteśmy tego najlepszym przykładem. Ze współpracą znamy się z czasów „ogólniaka” i zgodnie twierdzimy, że nie wyobrażamy sobie innych partnerów do prowadzenia naszej firmy. Znajomi dziwią się i śmieją, że ze sobą jeszcze wytrzymujemy [uśmiech]. Najważniejsze jest to, żeby drugiej osoby nie rozliczać z każdej minuty, z każdej czynności i nigdy nie porównywać do siebie. Każdy jest dobry w czymś innym. Ja zachęcę do współpracy obcokrajowców, a ty spotkasz się z wykonawcą i ustalisz szczegółowy zakres prac remontowych. Tak właśnie zdobyliśmy na wyłączność jednego z naszych klientów tj. armię amerykańską, która stacjonuje w Łasku a w Łodzi – mieszka. Nieprzerwanie od 3,5 roku umieszczamy

pilotów, mechaników i innych z armii USA w mieszkaniach, w Łodzi. Nie dostrzegamy wad prowadzenia takiej działalności. W trudnych chwilach, a takie przecież zawsze się zdarzają, możemy na siebie liczyć, a zaufane grono pracowników jest bez wątpienia ogromną podporą.

Czy Łódź to ciekawe miasto?

Daniel Świrko: Łódź jest „fotogenicznym miastem”, szczególnie ze względu na swoją fabrykancką architekturę, której nie znajdzie się w żadnym innym dużym mieście w Polsce. Każdy industrialny zakątek naszego miasta ma swoją głębię fotograficzną. Sama ulica Piotrkowska oraz odnawiane kamienice z programu „Mia100 kamienic” są, z mojego punktu widzenia, miejscami szczególnie ważnymi w Łodzi.

A najlepsze lokalizacje to...

Dorota Bielacka: W Łodzi się urodziłyśmy, tu mieszkamy. Znamy tu każdy zakątek, każdą ulicę. Dobrze nam się tu żyje, na ulicy spotykamy wielu znajomych. Jest zupełnie inaczej niż w Poznaniu, Krakowie czy Sopocie. A mamy porównanie, parę lat temu sporo podróżowałyśmy w celach biznesowych właśnie do tych miejsc. Coś nas jednak ciągnie do Łodzi, obydwie prowadzimy aktywny tryb życia, mamy też rodziny, dzieci. Z tego choćby względu nie możemy jak dawniej wyjechać na tydzień do Trójmiasta i zrealizować kolejny projekt. Rodzina jest dla nas bardzo ważna. Najciekawsze miejsca w Łodzi to Ruda i Stoki – wtajemniczeni będą wiedzieli, o co chodzi.

<http://www.autograf-nieruchomosci.pl>
<http://www.facebook.com/niebostan>
<http://www.remeble.pl>
<http://www.swirko.pl>

Piotrkowska 113

Uczestniczyli Państwo w konkursie „Lokale dla kreatywnych”, wygrali lokal przy ulicy Piotrkowskiej, dlatego wybrali Państwo taki właśnie adres?

Beata Konieczniak, Lux Pro Monumentis: Ulica Piotrkowska i jej wspaniała, eklektyczna architektura gra w naszych działaniach zawsze pierwszoplanową rolę. Od samego początku istnienia fundacji, czyli od 2011 roku, to ulica Piotrkowska jest sercem wydarzeń, które organizujemy. Zależy nam na promowaniu serca naszego miasta, aktywizowaniu działalności artystycznej w jego obrębie, wzbudzaniu tożsamości i poczucia dumy wśród mieszkańców. Tak jak obszar naszego festiwalu zwiększa się z roku na rok, tak poszerza się zakres działalności samej fundacji. Oprócz corocznego święta światła pragniemy organizować wystawy, warsztaty, debaty, konferencje oraz inne działania o charakterze artystyczno-dydaktycznym. Chcemy stać się centrum, którego działalność skupi się na promowaniu kulturalnego, świetlnego wizerunku miasta oraz szeroko rozumianego light designu. Piotrkowska, skupiająca na sobie całą energię Łodzi, jest miejscem do tego idealnym.

Czy taki konkurs jak „Lokale dla kreatywnych” to dobry pomysł na zwiększenie ruchu przy ulicy Piotrkowskiej oraz podniesienie jej „wartości”? Powstają tutaj teraz takie lokale, jak: galerie, biura architektoniczne, klubokawiarnie, pracownie artystyczne z zajęciami dla dzieci i dorosłych, pracownie graficzne, wydawnictwa...

Beata Konieczniak: Lokale kreatywne bez wątpienia są szansą na zwiększenie ruchu na ulicy Piotrkowskiej. Ale warunkiem jest, żeby czynnie działały, a ich działania nie kończyły się o godzinie 16. Młodzi, początkujący, ale przedsiębiorczy łodzianie mają szansę na realizację interesujących projektów, które czasem ze względu na brak odpowiednich przestrzeni mogłyby nigdy nie powstać. Ważne, żeby lokale te współgrały z charakterem miejsca, budując harmonij-

ny, komplementarny obraz Piotrkowskiej jako ulicy, na której tradycja reprezentowana przez piękną, eklektyczną architekturę współgra z nowoczesnymi lokalami użytkowymi. Dostęp do kultury, sztuki i rozrywki bez wątpienia zwiększa atrakcyjność centralnej ulicy naszego miasta.

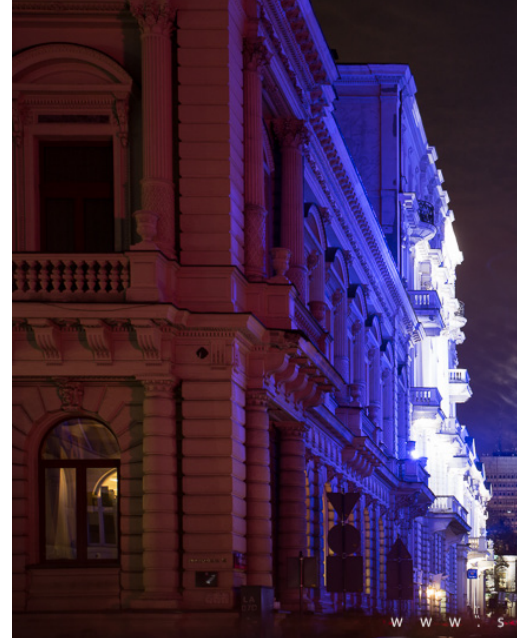
Czy może Pani opowiedzieć o działalności fundacji?

Beata Konieczniak: Rozpoczęliśmy działalność w 2011 roku. Głównym celem fundacji „Lux Pro Monumentis” jest promocja dziedzictwa kulturowego naszego miasta, upowszechnianie i wspieranie inicjatyw kulturalnych oraz działalność artystyczna realizowana w ścisłym centrum Łodzi. Głównym obszarem działań fundacji jest tworzenie i organizacja Festiwalu Kine-tycznej Sztuki Światła – Light.Move.Festival.Łódź. Realizujemy go od 2011 roku. Festiwal Światła to trzy wieczory w roku, kiedy nasze miasto zmienia swój nocny wizerunek. Dla nas ważne jest jednak, żeby Łódź była miastem, które będzie atrakcyjne, bezpieczne, spójnie ziluminowane i oświetlone w ciągu całego roku. Od dwóch lat organizujemy cykliczną konferencję na temat roli światła w świadomym kreowaniu wizerunku miasta „Światło i kolor w architekturze i przestrzeniach publicznych – o świadomym kreowaniu wizerunku miasta”. Wydajemy periodyk łódzkich historyków sztuki „Techne”. Organizujemy warsztaty dla młodych i aktywnych. Nowa przestrzeń, jaką pozyskaliśmy w ramach „Lokali dla kreatywnych”, pozwoli nam na rozszerzenie zakresu naszych działań w ciągu całego roku. Poprzez organizację warsztatów, wystaw i spotkań z ekspertami pragniemy umożliwić sympatykom sztuki światła poszerzenie wiedzy o jego zastosowaniu i znaczeniu w życiu miasta, a także w sztuce i designie.

Obecnie Państwa festiwal to jedno z ważniejszych wydarzeń odbywających się w Łodzi, przyciągających na ulicę Piotrkowską tłumy...

Rozmawiamy z Beatą Konieczniak z fundacji Lux Pro Monumentis mieszczącej się przy ulicy Piotrkowskiej.

Zdjęcia: Daniel Świrko



Beata Konieczniak: Festiwal Kinetycznej Sztuki Światła to wydarzenie artystyczno-kulturalne, oparte na sztukach wizualnych, dla którego światło, obraz, dźwięk i ruch stanowią główną siłę przekazu. Święto światła kreuje nowoczesne oraz zaskakujące oblicze miasta, ożywiając jego tkankę i wydobywając z architektury piękno i historyczną wartość. Festiwal organizowany jest cyklicznie od 2011 roku. Obszar jego działania to w większości ulica Piotrkowska. Od pierwszej edycji festiwal zyskał rzesze sympatyków, a liczba jego uczestników z każdą kolejną edycją wzrastała dwukrotnie! W 2014 roku ekspozycje festiwalowe obejrzało ponad 300 tys. gości. Festiwal ma bogatą ofertę: spektakularne projekcje wielkoformatowe w technologii mapping 2D/3D czy wideoprojekcje, dla których ekranem stają się elewacje historycznych budynków, iluminacje zieleni i architektury, koncerty w zaskakujących sceneriach, interaktywne instalacje świetlne, parady, teatry uliczne oraz warsztaty i wystawy. Ma też wyraźny wymiar społeczny, angażując rzesze odbiorców, bez względu na wiek, wykształcenie czy zainteresowania. Cieszy nas fakt, że różne podmioty, zarówno z sektora biznesu, jak i publiczne, instytucje nauki i kultury o zróżnicowanych profilach i celach potrafią współpracować w ramach organizacji wydarzenia kulturalno-artystycznego, jakim jest festiwal. Te trzy jesienne wieczory to także walor ekonomiczny dla przedsiębiorców, kupców, gastronomii i innych usług, dla miasta. Festiwal to także promocja nowoczesnego stylu życia miejskiego, propagowanie działań z zakresu zrównoważonego rozwoju. Ale festiwal to przede wszystkim uśmiech

i pozytywna energia jego uczestników, a to dla nas – organizatorów – najważniejsze. W niezwyklej scenerii zabytkowej i unikatowej Łodzi swoje dzieła prezentowali artyści z całego świata: Polski, Francji, Japonii, Węgier, Niemiec, Wielkiej Brytanii czy Stanów Zjednoczonych.

Jak wyobrażają sobie Państwo ulicę Piotrkowską za 3-5-10 lat? Jak chcieliby Państwo ją widzieć...?

Beata Konieczniak: Jako organizacja, która świadomie wybrała nazwę Lux Pro Monumentis, czyli „światło zabytkom” – ulicę Piotrkowską, a właściwie jej zabudowania, pierzeje, oficyny, podwórza, wyobrażamy sobie jako przestrzeń spójnie zrewitalizowaną, odrestaurowaną, wyremontowaną, mądrze i wysublimowanie ziluminowaną, gdzie światłem podkreślone zostaną najbardziej charakterystyczne i ważne dla układu urbanistycznego budynki i obszary przestrzeni publicznej czy inne miejsca i obiekty. Perełkę na mapie miasta, które przyciąga nie tylko mieszkańców i turystów, ale także świadomych jego atutów przedsiębiorców czy kreatywnych łódzian z ich kolejnymi pomysłami. Ulicę kultową, gwarą, bezpieczną, kochaną, której do tej pory skrywane wieczorem walory architektoniczne, zostaną wydobyte i wyeksponowane. Naszym marzeniem jest, żeby wykreować nocny, atrakcyjny wizerunek Piotrkowskiej, przyciągający do bezpiecznego centrum rzesze turystów i mieszkańców. Ulicę, którą ożywiać będą działania artystyczne i kulturalne, czynić z niej miejsce, którego zaźdrościć nam będą nie tylko w Polsce, ale i w świecie. Miasto artystycznie oświetlo-



ne łatwiej znajduje mieszkańców, klientów i mądrych inwestorów. Światło kojarzy nam się podświadomie z życiem, ale także z bezpieczeństwem, spokojem, przyciąga swoją magnetyczną siłą, pozwala stworzyć cudowny krajobraz.

Czy prowadzenie działalności kulturalnej i promocja sztuki to trudna praca?

Beata Konieczniak: Bez wątpienia prowadzenie działalności kulturalnej nie jest łatwym zadaniem, szczególnie dla organizacji pozarządowych działających w formule non-profit. Oferowane przez fundację Lux Pro Monumentis wydarzenia są bezpłatne, a ich realizacja wiąże się z wykorzystaniem najnowocześniejszych technologii, a co za tym idzie koniecznością poniesienia wysokich nakładów finansowych. W swojej działalności napotykamy największe trudności w pozyskiwaniu środków finansowych na realizację celów statutowych. Niełatwe też jest dotarcie do wiarygodnych informacji ważnych dla organizacji pozarządowych, w tym informacji o ogłoszonych konkursach, naborach projektów, grantach. Niezwykle zawile i skomplikowane są formalności związane z korzystaniem z funduszy Unii Europejskiej. Brakuje pomocy prawno-organizacyjnej, zwłaszcza dla mniejszych organizacji. To wszystko sprawia, że w swojej działalności napotykamy na trudności w utrzymaniu dobrego personelu, braku dodatkowych pieniędzy na podnoszenie kwalifikacji osób pracujących na rzecz fundacji czy też zatrudnienie dodatkowych pracowników na stałe. Brakuje również dodatkowych środków na promocję działań, co w konsekwen-

cji wpływa na zaniżanie liczby gości, ale i ogranicza promocję miasta i miejsca. Z drugiej strony, organizując takie wydarzenia jak LMF, często spotykamy się, oprócz pomocy finansowej, z pomocą niematerialną i życzliwością naszych sympatyków, co daje mobilizację do ciągłego poszerzania naszej działalności.

Czy Łódź to miasto przyjazne sztuce?

Beata Konieczniak: Organizując wydarzenie kulturalne, należy być przygotowanym na wiele przeszkód, niekiedy bardzo trudnych, wymagających zarówno stanowczości i charyzmy w działaniu, jak i cierpliwości, spokoju i pokory. Trzeba wykazać się ogromną determinacją, zdecydowaniem, a przede wszystkim niezachwianą wiarą w projekt. Umiejętnie łącząc powyższe cechy, można przezwyciężyć największy problem, z jakim spotyka się absolutna większość propagatorów kultury, czyli ograniczone środki finansowe. Łódź ma jednak ogromny potencjał, jakim są zdolni, kreatywni ludzie, gotowi obronić każdą inicjatywę i dokonać rzeczy niemożliwych, nawet przy niespinającym się budżecie. W rozwoju działalności pomagają nam granty, zrozumienie i aktywizacja sektora biznesu oraz takie przedsięwzięcia, jak konkurs na najem „Lokali dla kreatywnych”. Miejsca te pozwalają na rozwój działalności twórczej, a pomysły łódzian się nie kończą, na co wskazują wyniki kolejnej edycji konkursu.

<http://lightmovefestival.pl>

Na zdjęciach powyżej:
Light.Move.Festival.Łódź
w obiektywie Daniela Świrko

