

ZÁVĚRY STUDIE PROVEDITELNOSTI

PROJEKTU KREATIVNÍHO CENTRA
V BÝVALÉ KÁZNICI

An aerial photograph of a city street grid. A large, rectangular building complex in the center is highlighted with a bright red color. The surrounding area consists of various other buildings, streets, and green spaces. A large, bright pink chevron shape points downwards from the top text area towards the highlighted building.

[KREATIVNIBRNO.CZ](http://kreativnibrno.cz)

ČASOVÁ OSA PROJEKTU 2009–2012

2009

3. 3. 2009

Zastupitelstvo města Brna na svém zasedání č. Z5/023 schválilo Regionální inovační strategii 3 Jihomoravského kraje.

2010

KVĚTEN 2010

Setkání primátora a náměstků s představiteli společnosti Red Concepts z Amsterdamu, s expertem na tvorbu kreativních center a čtvrtí, diskuse se zástupci kreativních profesí, základní vize potenciálního projektu.

9. 12. 2010

Mezinárodní konference Kreativní Brno, Vliv kreativity na rozvoj měst (151 návštěvníků), účast zahraničních expertů a následný workshop s odborníky za účasti Red Concepts z Holandska.

27. 4. 2011

2011

Rada města Brna na své schůzi R6/020 pověřila primátora Statutárního města Brna projednat na Řídícím výboru Regionální inovační strategie 3 Jihomoravského kraje způsob řešení projektu Kreativní centrum Brno.

1. 7. 2011

Řídící výbor Regionální inovační strategie 3 Jihomoravského kraje doporučil Statutárnímu městu Brnu spolupráci s JIC, z. s. p. o.

8. 11. 2011

Zastupitelstvo města Brna na zasedání č. Z6/010 schválilo smlouvu mezi Statutárním městem Brnem a JIC, zájmovým sdružením právnických osob, o poskytnutí dotace ve výši 4 000 000 Kč na zpracování studie proveditelnosti.

27. 3. 2012

2012

Jednání MMB a JIC o přípravě iniciace projektu. (leden–červen 2012) Workshop s Lukem Bruinsem z Red Concepts.

LISTOPAD 2012

Jednání MMB, JIC a Řídící skupiny projektu nad plánem studie proveditelnosti.

ÚVOD

KREATIVNÍ EKONOMIKA

Vnitřním potenciálem regionů a celého státu je kromě jiného i kreativita lidí, která společně s kulturními zdroji tvoří součást tzv. **kreativní ekonomiky**. Kreativní ekonomika je rozvíjející se koncept na rozhraní mezi kreativitou, kulturou, ekonomikou, technologiemi a společnostmi. Etablování tohoto konceptu souvisí s dematerializací ekonomických činností anglosaských a evropských ekonomik a s nutností podpory konkurenceschopnosti v globalizovaném světě (zralé přístupy k tomuto konceptu lze sledovat v Austrálii, Velké Británii, Kanadě, ale i v Německu, Rakousku, Francii, Finsku, pobaltských zemích a jinde).

V posledních dvou desetiletích se duševní vlastnictví, znalosti a kreativita stávají hnací silou ekonomik, a tím roste i význam kulturních a kreativních průmyslů a odvětví (KKO). Význam KKO (jako je architektura, design, reklama, média, umění, ICT, software aj.) spočívá v jejich potenciálu přispívat k ekonomickému a společenskému růstu, zaměstnanosti, rozvoji inovací, informačních a komunikačních technologií čerpajících z atraktivity obsahu.

KREATIVNÍ PRŮMYSLY V ČR

Institut umění ČR se zabývá **mapováním kulturních a kreativních průmyslů v ČR** již od roku 2006. V České republice pracuje v kreativních průmyslech **85 tisíc pracovníků (tj. zhruba 1,7 % z počtu pracovníků v celé ekonomice).**

KKO mohou významně přispět k plnění cílů strategie **Evropa 2020**, a to především díky **netechnologickým inovacím**, jakými jsou design či obsahově orientovaná nová média a audiovizí. Tyto netechnologické inovace jsou založeny na kulturní kreativitě (tzv. culture-based creativity) a díky své vysoké přidané hodnotě a dalším pozitivním externalitám mají významný dopad na růst ostatních odvětví, jakými jsou např. elektrotechnický průmysl, cestovní ruch a oděvní průmysl. Výstupy KKO jsou velmi často vstupy pro inovace v jiných průmyslových odvětvích (tzv. spillover effects).

Z tohoto důvodu je pro regiony a města, stejně tak pro město Brno a Jihomoravský kraj, důležité rozvíjet a podporovat své lokální kreativní průmysly. V letech 2008–2009 se projektem Inkubátoru pro kreativní průmysly v Regionální inovační strategii 3 a v Koncepci ekonomického rozvoje města město Brno a Jihomoravský kraj přihlásily k podpoře kreativních odvětví. Město Brno si předsevzalo rozvíjet záměr dále a vytvořit podmínky pro vznik Kreativního centra Brno.

ZADÁNÍ STUDIE PROVEDITELNOSTI

Na základě výše zmíněného vzniklo **zadání vytvořit studii proveditelnosti záměru Kreativního centra Brno** a prověřit možnosti jeho realizace ve vytipovaném brownfieldu bývalé káznice. Studie proveditelnosti byla rozdělena do tří základních oblastí, kterými jsou:

- **analytická část**, která se zabývala mapováním kreativních průmyslů, mapováním kreativních center v zahraničí a jejich fungování a součástí byl i průzkum lokality v blízkosti káznice;
- **příprava káznice**, která představovala především posouzení stavu objektu (stavebně technický průzkum) a vypracování předprojektové přípravy projektu;
- **návrhová část**, která definovala ekonomické okolnosti a potřeby projektu, dále se zabývala otázkou organizačních modelů, personálního zajištění, prostorem a jeho možným využitím pro různé typy činností a dalších projektů.

Zpracování studie proveditelnosti bylo zadáno Statutárním městem Brnem smlouvou č. 0019110904973 Jihomoravskému inovačnímu centru, zájmovému sdružení. Postupy v práci byly pravidelně konzultovány se zástupci vedení města v rámci tzv. **Řídící skupiny** složené z těchto členů: **náměstek primátora Ing. Oliver Pospíšil, náměstkyně primátora Ing. Jana Bohuňovská, náměstek primátora Ing. Robert Kotzian, Ph.D., ředitel JIC, z. s. p. o., Ing. Jiří Hudeček, vedoucí ÚRM Ing. Olga Nováková, vedoucí KSM dr. Ing. Marie Zezůlková**, na řízení projektu se dále podílel řešitelský tým složený ze zaměstnanců JIC, Kanceláře strategie města a dalších externích spolupracovníků.

Jihomoravské inovační centrum předkládá výsledky studie proveditelnosti v těchto závěrech.

POSLÁNÍ

Posláním záměru je poskytnout prostor talentovaným lidem, snížit jejich odliv z Brna, zvýšit tím kvalitu života ve městě a podpořit růst kreativních odvětví jako potenciálu inovací.

Naplnění vize znamená, že bude opětovně využit a pro potřeby kreativních odvětví regenerován jedinečný brownfield, tím bude dán další impulz k revitalizaci deprivované čtvrti citlivým způsobem. Vedlejšími přínosy bude generování nových pracovních míst a zvýšení zájmu nových druhů investorů.

ZÁMĚR

KREATIVNÍHO CENTRA BRNO

Vytvořit centrum pro podporu kreativních profesí, vytvořit soukromý pracovní prostor a veřejně přístupné zóny,

uživatelům poskytnout pracovní prostory – studia, ateliéry, dílny, zkušebny, služby kreativního inkubátoru, regionální filmovou kancelář, cineport, střižny, zasedací a společenské místnosti, sklady, umělecké rezidence, veřejnosti poskytnout kulturně-komunitní a společenské služby – výstavní prostor, kavárnu, ubytování, informace o historii káznice, recepci, multifunkční sál, design shop, FabLab, otevřenou dílnu, infocentrum, obchody,

revitalizovat unikátní brownfield uprostřed města – proměnit bývalou káznici ve tvůrčí prostor s pozitivním přínosem pro kreativní profese, pro čtvrť, podnikatelské prostředí a město samotné.

OTÁZKA 1

Má město Brno potenciál v kreativních a kulturních průmyslech?

OTÁZKA 2

Jaký je stav káznice a jeho možný budoucí vývoj?

OTÁZKA 3

Je záměr kreativního centra v káznici proveditelný?

OTÁZKA 4

Co obnáší realizace kreativního centra v káznici?

MÁ MĚSTO BRNO POTENCIÁL V KREATIVNÍCH A KULTURNÍCH PRŮMYSLECH?

ZJIŠTĚNÍ

KREATIVNÍ ODVĚTVÍ

Schopnost zužitkovat kreativní potenciál je zásadním předpokladem pro inovační sílu a konkurenceschopnost národních i regionálních ekonomik. Brno reaguje na tuto výzvu a vzhledem k přínosům kreativních průmyslů bylo provedeno mapování kulturních a kreativních odvětví a zkoumán stav, potřeby a možnosti rozvoje těchto odvětví ve městě. V rámci analýzy trhu byla Jihomoravským inovačním centrem sledována následující odvětví: **hudba, scénické umění, kulturní dědictví, film a video, televize a rozhlas, architektura, reklama, videohry, knižní trh, výtvarné umění, řemesla.**

11 000
KREATIVNÍCH SUBJEKTŮ

20 000
ZAMĚSTNANÝCH

24 MILIARD
KORUN OBRAT ROČNĚ

10 %
Z EKONOMIKY MĚSTA

Z výsledků kvantitativního mapování vyplývá, že v Brně je možné mezi kulturní a kreativní odvětví zahrnout **11 254 ekonomicky aktivních subjektů**, tedy **více než 10 % ze všech ekonomických subjektů města**. Celkový **odhad zaměstnanosti je až 20 tisíc osob v kreativních odvětvích**, z toho **8 641 jsou OSVČ a 1 978 obchodní společnosti**. **Celkový roční obrat tohoto odvětví činí 24 miliard korun.**

Následovala kvalitativní část výzkumu, která zahrnovala rozhovory s vybranými odborníky z jednotlivých odvětví a on-line dotazování. Cílem bylo ve spolupráci s těmito odborníky identifikovat silné stránky a potřeby subjektů kreativních odvětví v Brně. Rozhovorů se zúčastnilo 122 osob ze všech jmenovaných kreativních odvětví, on-line dotazování pak 200 respondentů.

SILNÉ STRÁNKY

Silnými stránkami KKO v Brně je potenciál talentů, existence silných organizací a firem a tradičních institucí (ČT Brno, ČRo Brno, HOST, 2K Czech, Filharmonie Brno, galerie, divadla) a také vzdělávání v kreativních odvětvích, které poskytují brněnské vysoké školy (JAMU, VUT, MU, MZLU).

SLABÉ STRÁNKY

Naopak **slabými stránkami** jsou neschopnost udržet talenty (odliv do Prahy a do zahraničí) a nízké technické a prostorové zabezpečení. Při sebehodnocení kreativní podnikatelé často zmiňovali nedostatečné manažerské, marketingové, právní a finanční dovednosti a slabý kontakt se zahraničím. Brno je charakteristické méně kvalifikovanou a nižší kupní silou či menším množstvím práce – výjimkou zůstává pouze odvětví videoher, pro nějž nehraje roli jen český trh, a je tedy možné, aby se vývojáři prosazovali odkudkoliv.

PŘÍLEŽITOSTI

Brno má pro kreativní profese výbornou geografickou polohu – Vídeň, Praha, Bratislava, Budapešť, letecky Londýn –, tato výhoda však zůstává nevyužita. To, že subjekty kreativních odvětví nemají navázány stabilní kontakty v zahraničí, představuje vhodnou **příležitost** pro jejich další vývoj. Dalšími příležitostmi zmiňovanými aktéry odvětví byly networking mezi sebou navzájem, spolupráce se školami či nové formy financování, jako je např. crowdfunding. Z pohledu kreativních zástupců se také nabízí využití potenciálu kreativních odvětví jako nástroje pro budování identity města a kooperace s orgány města.

HROZBY

Hrozbou pro Brno je pokračující odliv talentů. Špatná finanční situace a zhoršený přístup k financím, nedostatečné podmínky, prostory a zájem zákazníků mohou v případě nepříjatých opatření vést ke zhoršení stavu kreativních průmyslů v Brně.

POTENCIÁL

3 320
ABSOLVENTŮ
↓
71,54 %
STUDENTI VYSOKÝCH ŠKOL

Z analýzy kvalitativního vzdělanostního zázemí oborů kreativních průmyslů (JIC, 2009) vyplynulo, že v Jihomoravském a také ve Zlínském kraji, pro který je Brno spádovou oblastí, je **velký potenciál kreativních oborů**, a to zejména oborů s důrazem na velký vklad kreativní práce s **vysokým procentem vysokoškolsky vzdělaných pracovníků**. Celkový počet studentů a absolventů ve zkoumaných oborech v Jihomoravském kraji je vysoký, jedná se o **9 983 studentů**, roční počet absolventů je pak **3 320**. **Největší podíl představují studenti vysokých škol (71,54 %)**, u nichž je zároveň největší předpoklad, že při dobrých podmínkách a příležitostech začnou podnikat.

KKO V EVROPĚ

Kreativní odvětví jsou v mnoha vyspělých ekonomikách nejdynamičtěji se rozvíjejícími **průmysly**. *Například ve Velké Británii rostly mezi lety 1997–2006 v průměru o 4 % ročně, kdežto zbytek britské ekonomiky stěží dosáhl na 3% růst.* Investice do KKO mají významný dopad na inteligentní, trvale udržitelný a celkový růst. V **Rakousku** se v uplynulých pěti letech počet podnikajících v kreativních průmyslech zvýšil o **10 procent**, obraty dokonce o **25 %** na 18,5 miliardy euro, výjimečná je také exportní kvóta 26 %. Okolo 36 100 podnikatelů a firem zaměstnává více než 127 tisíc lidí, tzn. že **každý desátý podnikatel patří v Rakousku do kreativních průmyslů**.

V EVROPĚ JSOU CENTRA REALIZOVÁNA

20 % SOUKROMÝ SEKTOR



80 % VEŘEJNÁ SPRÁVA

Na základě **analýzy kreativních center v Evropě** lze konstatovat, že **80 %** zkoumaných kreativních center a inkubátorů je **iniciováno a realizováno orgány městské nebo veřejné správy**.

Kreativní centrum Brno by mohlo být zařazeno mezi tzv. newcomers na úrovni měst **Vilnius, Riga, Varšava nebo Talin nebo také Lipsko, Linec či Košice**, tedy mezi skupinu kreativních center, která se orientují na kreativní průmysly a kulturu a hlavními aktéry jsou zde město a kraj. Toto zaměření podporuje kulturní a kreativní aktivity a iniciativy, ale také podnikatelské prostředí.



SETKÁNÍ SE 122 ZÁSTUPCI
DESETI KREATIVNÍCH
ODVĚTVÍ Z BRNA.



ZÁVĚR: MÁ MĚSTO BRNO POTENCIÁL V KREATIVNÍCH A KULTURNÍCH PRŮMYSLECH?

BRNO JE KREATIVNÍ
MĚSTO

Ano, na základě mapování KKO můžeme konstatovat, že tato oblast má v Brně silnou základnu firem, jednotlivců, vzdělávacích i jiných institucí v oboru a nabízí rozsáhlé možnosti pro rozvoj města i celého regionu. Má ekonomický dopad a je srovnatelné s jinými stejně velkými evropskými městy, kde bylo mapování kreativních odvětví provedeno.

Doporučení pro město Brno a Jihomoravský kraj je, aby byla do strategických dokumentů obou orgánů zahrnuta **opatření pro rozvoj kreativních průmyslů** a skrze vhodné implementátory docházelo k jejich naplňování. **Opatření se týkají zapojování KKO do světových sítí, zlepšování dovedností, posilování spolupráce, zlepšení přístupu k financím, institucionální zabezpečení rozvoje KKO či spolupráce se vzdělávacími institucemi.**

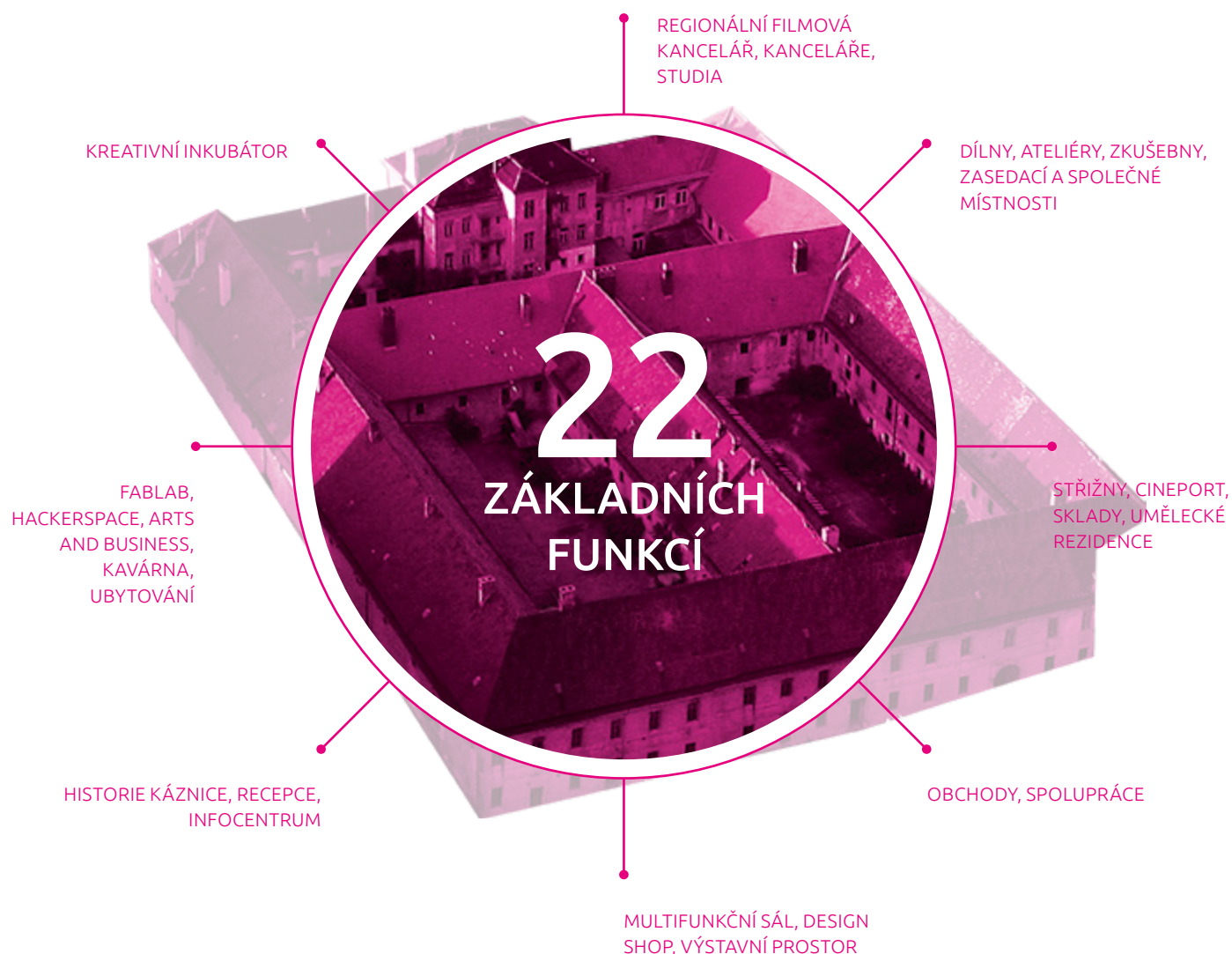
POPTÁVKA
PO PODPŮRNÝCH
NÁSTROJÍCH

Konkrétní návrhy podpory kreativních odvětví v Brně a Jihomoravském kraji, které vzešly z kvalitativního výzkumu se zástupci KKO a také byly srovnány v rámci analýzy kreativních center v Evropě, jsou následující:

- **realizace projektů** kreativního inkubátoru, kreativních voucherů, regionální filmové kanceláře a cineportu, produkčně informačního centra pro KKO (management, marketing, právo, finance, fundraising – v návaznosti na kreativní inkubátor),
- **podpora místních zakázek** (regionální filmová kancelář, propagace brněnských KKO, zadávání zakázek veřejné správy, kreativní vouchery),
- **podpora exportu**, tvorba zahraničních sítí, tvůrčí rezidence v Brně, spolupráce s partnerskými a dalšími městy (směr Vídeň, Bratislava, Budapešť),
- **prostorové zabezpečení** (využití kulturních domů a budov zřizované scény),
- **finanční zabezpečení a přístup k financím** (výše prostředků ve veřejných rozpočtech na kulturu, zapojení kraje),
- **obhajoba KKO** na MKČR, MPO, MMR, MŠMT a iniciování podpory ze stran státních agentur CzechTrade, CzechInvest aj.,
- **spolupráce** zřizované a nezřizované scény, iniciování profesních asociací v každém odvětví.

U těchto opatření a nástrojů podpory je důležitá aktuálnost jejich realizace a jejich včasná implementace. Většina z nich není závislá na realizaci projektu Kreativního centra Brno a může vzniknout i fungovat samostatně, jejich budoucí přenesení do Kreativního centra Brno by pak přineslo možnost větší spolupráce, synergie a propojení systému podpůrných nástrojů.

JAKÝ JE STAV KÁZNICE A JEHO MOŽNÝ BUDOUCÍ VÝVOJ?



ZJIŠTĚNÍ

objekt	bývalá káznice
základní kámen	1772
stáří objektu	235–100 let
plocha pozemku	7 983 m ²
celková zastavěná plocha	5 218 m ²
užitná podlahová plocha	8 298 m ²
plocha dvorů	2 765 m ²
počet všech místností	322

STAVEBNĚ TECHNICKÝ PRŮZKUM

Pro potřeby zpracování studie proveditelnosti byly prozkoumány všechny dostupné materiály a dokumentace, které byly poskytnuty majitelem objektu – Magistrátem města Brna, především Kanceláří strategie města Brna a Odborem správy majetku. Dodaná dokumentace k objektu neodpovídala aktuálnímu stavu a také nedostačovala jakémukoliv plánování změn a znovuvyužívání objektu. Z těchto důvodů byl firmě HESS-projekty a realizace staveb, spol. s r. o., (vítězi výběrového řízení) zadán **stavebně technický průzkum, který byl dokončen v roce 2013**. Jeho součástí byla studie faktorů vnějšího prostředí, byl zaměřen stávající stav, proveden ekologický audit a uzavřeno celkové posouzení stavu objektu. Na základě získaných výsledků byl stanoven odhad nákladů na sanaci objektu.

KÁZNICE V ZACHOVALÉM STAVU STATIKA BEZ PORUCH BEZ EKOLOGICKÉ ZÁTĚŽE

Závěry stavebně technického průzkumu shrnují, že **objekt se nachází v zachovalém stavu a bez vážných statických poruch**. Poškozeny jsou vnější líce budov vlivem zatékání a ostříku dešťových vod, nenávratně je poškozena konstrukce krovu. V současné chvíli se zde nachází nevyhovující zabezpečení sítí (vytápění, elektrické vedení, chybějící sociální zařízení aj.).

2–3 NOVÁ PODLAŽÍ

Stabilita nosných konstrukcí objektu poskytuje **možnost nástavby 2 až 3 nových nadzemních podlaží**, díky které by došlo ke značnému navýšení prostorových kapacit pro další využití. Tato nástavba by byla možná i vzhledem k okolní zástavbě, která je v současnosti vyšší než káznice.

10 MILIONŮ SANACE KORUN

Odhad na demolici objektu byl vyčíslen na téměř **30 milionů korun**. **Sanace** objektu, která zajistí stabilitu objektu a zabrání jeho dalšímu chátrání, byla vyčíslena na necelých **10 milionů korun**.

30 MILIONŮ DEMOLICE KORUN

Vzhledem k dobré kondici objektu lze považovat **kombinaci rekonstrukce podstatné části historických budov, částečné asanace a nových dostaveb a nástaveb za optimální způsob využití objektu**.

PŘEDPROJEKTOVÁ DOKUMENTACE

Na zjištěné stavební a technické závěry bylo navázáno zpracováním předprojektové dokumentace, jež má dvě hlavní části – **prostorovou studii a ekonomickou část** (zpracovatel SAURA, s. r. o., vítěz výběrového řízení).

PROSTOROVÁ ČÁST – OBJEMOVÁ STUDIE

Prostorová část – objemová studie prověřuje možnost umístění kreativního centra v objektu káznice, zároveň zkoumá i ekonomické možnosti a limity. Studie navrhuje hlavní typy prostor a jejich funkcí a také prostory pro doplňkové funkce (prostory pro maloobchod, služby, ubytování, kanceláře, bytové prostory a ostatní).

HLAVNÍ TYPY A FUNKCE PROSTOR DLE PRODUKČNÍHO ŘETĚZCE V KREATIVNÍCH ODVĚTVÁCH

TYPOVÉ PROSTORY

TVORBA	PRODUKCE	DISTRIBUCE	KONZUMACE
studia, ateliéry, dílny aj.	kanceláře, zasedací místnosti, sklady aj.	obchody, showroom, výstavní sál aj.	sál, kavárna, muzeum aj.

PROSTOROVÁ STUDIE NAVRHUJE TŘI MOŽNÁ VYUŽITÍ STÁVAJÍCÍHO OBJEKTU PRO ZÁMĚR KREATIVNÍHO CENTRA BRNO

VARIANTY VYUŽITÍ OBJEKTU	MINIMÁLNÍ VARIANTA	OPTIMÁLNÍ VARIANTA	MAXIMÁLNÍ VARIANTA	MAXIMÁLNÍ VARIANTA S BYTY (A)
NÁVRH VYUŽITÍ	38,7 % 3 290 m² stávajícího objektu káznice (minimum, aby KC mohlo fungovat, shodné s dočasným provozem)	71,7 % 6 110 m² stávajícího objektu káznice (uspokojuje potřeby KC mini- málně na 5 let)	100 % 7 215 m² stávajícího objektu (bez doplňkových funkcí)	návrh dostavby např. bytů o rozloze 8 235 m² celková plocha objektu by vzrostla na 15 450 m²
ODHADOVANÉ INVESTIČNÍ NÁKLADY V JEDNOTLIVÝCH VARIANTÁCH:	120 420 000 Kč	196 137 000 Kč	259 718 000 Kč	370 393 000 Kč
PŘÍKLAD HOSPODÁŘSKÉHO VÝSLEDKU PO 10 LETECH PROVOZU (PROVOZNÍ PŘÍJMY MINUS PROVOZNÍ VÝDAJE)	9 513 000 – 11 458 000 = –1 944 000 Kč	17 720 000 – 17 023 000 = 697 000 Kč	20 705 000 – 19 256 000 = 1 449 000 Kč	19 261 000 – 13 571 000 = 5 690 000 Kč

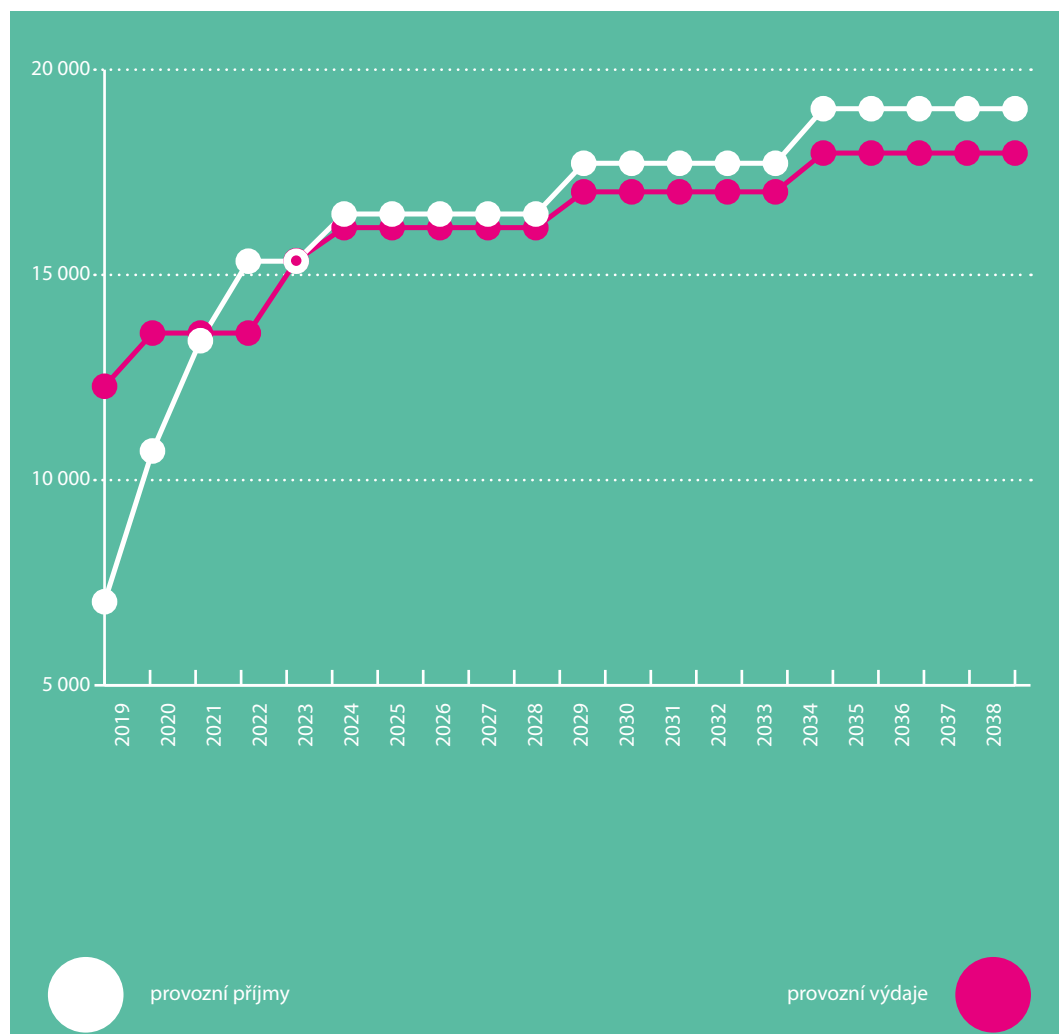
U výpočtu **provozních nákladů, včetně personálních nákladů** (u minimální až maximální varianty), u minimální varianty převyšují provozní výdaje po celou dobu předpokládané životnosti projektu provozní příjmy. U optimální varianty převyší provozní příjmy provozní výdaje od šestého roku provozu kreativního centra a u maximální varianty již od třetího roku provozu. Součet cash flow během předpokládané životnosti projektu vyjádřený v nominálních cenách **dosahuje kladné hodnoty u optimální i maximální varianty.**

Bylo počítáno s vyšší **ročního nájmu na m² v rozmezí od 1 730 Kč do 4 150 Kč** (měsíčně 144 Kč až 345 Kč), a to dle jednotlivých definovaných funkcí – od prostor pro začínající podnikatele až po plochy ke komerčnímu využití. Ceny vycházejí z cen obvyklých (tržní cena).



KÁZNICE – MĚSTSKÝ
BROWNFIELD Z 18. STOLETÍ,
DESET MINUT PĚŠKY
OD CENTRA MĚSTA.

PŘÍKLAD OPTIMÁLNÍ VARIANTY – SROVNÁNÍ PROVOZNÍCH PŘÍJMŮ A PROVOZNÍCH VÝDAJŮ KCB V LETECH 2019–2038



Index ziskovosti, ukazatel vypovídající o tom, jaký zisk/ztrátu generuje 1 Kč investice, vychází v minimální variantě na –80,4 %, v optimální variantě na –79,3 %, maximální variantě –80 %. Maximální varianta s byty ve dvou nových podlažích a prodejem dokáže snížit zápornou hodnotu indexu ziskovosti až na –22 až –12 %.

Dva ukazatele nebylo možné vyčíslit: pro **výpočet vnitřního výnosového procenta** neexistuje řešení, rovněž **dobu návratnosti** nelze vypočítat, protože se jedná o projekt, u něhož kumulované diskontované hotovostní toky za celou dobu životnosti projektu nedosáhnou úrovně počáteční investice.

Pro maximální variantu s byty A s následným prodejem bytů do osobního vlastnictví vnitřní výnosové procento dosáhlo hodnoty cca 2,65 %. Dobu návratnosti nelze vypočítat – kumulované diskontované peněžní toky nedosáhnou úrovně počáteční investice ani po 30 letech, a to ani v případě, kdy po celých 30 let je předpokládána pouze běžná údržba objektu bez větších oprav.

EKONOMICKÉ DOPADY

Vyhodnocení užitek z Kreativního centra Brno pro všechny beneficienty se věnuje **ekonomická analýza**. Jedná se o tyto **ekonomické dopady**:

- příjmy z pronájmu ploch a související příjmy,
- úspora za neuskutečnění demolice objektu,
- růst daňových příjmů města z podnikatelské aktivity,
- úspora nákladů státu na nezaměstnané.

NEKVANTIFIKOVATELNÉ VÝNOSY

Značný význam mají také **nekvantifikovatelné výnosy**. Podstatné jsou především přínosy projektu v provozní fázi, které lze rozdělit do čtyř základních skupin:

- rozvoj podnikání ve městě a jeho vliv na ekonomiku celého regionu,
- rozvoj kreativních průmyslů,
- revitalizace lokality a zvýšení celkové atraktivity města,
- sociální a kulturní dopad kreativního centra.

BROWNFIELD B–C

Na základě dostupných informací ze stavebně technického průzkumu, předprojektové dokumentace a na základě rozlohy objektu a vysokých vstupních investic je zřejmé, že objekt je v takovém technickém stavu, že je možné **doporučit revitalizaci objektu**, namísto demolice či ponechání objektu v současném chátrajícím stavu bez jakékoliv intervence. Zároveň předprojektová dokumentace a finanční analýzy prokázaly, že se **nejedná o investici soukromého trhu** (typ A), jelikož návratnost investice je příliš dlouhá a v takových případech je nezbytný vstup veřejných zdrojů. V případě spolupráce se soukromým subjektem by se mělo jednat o **investora, který neočekává obvyklou dobu návratnosti v jednotkách let**.

DOČASNÉ VYUŽITÍ KÁZNICE

Před samotnou rekonstrukcí je při náročných regeneracích brownfieldů doporučováno **přechodné využití**. Dočasný provoz v brownfieldech prospívá k **oživení lokality rychlou a levnou cestou, k přirozené propagaci brownfieldu (médiu, investoři), k zamezení chátrání i ke snižování kriminality a vandalismu v okolí**. Zároveň takovýto provoz může přinést **zvýšení hodnoty pozemků či nemovitostí**, a to skrze nově vytvořenou atmosféru a image (Klaus, 2008). Dočasný provoz také nabízí možnost otestovat, jaké funkce mohou mít v daném prostoru budoucí potenciál, a **prověřit na malém vzorku** plánované funkce a služby kreativního centra. Kromě toho se otevírají eventuality, které by zřejmě nikdy v rámci klasického plánování nevznikly.

Během práce na studii proveditelnosti byly osloveny subjekty, které dříve vyjádřily zájem o spolupráci na projektu. Z několika formálních i neformálních sdružení (nově spolků) mělo **Tripitaka, o. s.**, trvalý zájem o zastřešení aktivit dočasného provozu, a dokonce vstoupilo do jednání s Magistrátem města Brna. Spolek Tripitaka dlouhodobě realizuje kulturní a kulturně-sociální projekty a některé z nich jsou směřovány i do lokality kolem káznice (např. festival Ghettofest).



Objekt bývalé káznice ve městě Brně je na základě výsledků stavebně technického průzkumu v dostatečně zachovalém stavu a je vhodný pro rekonstrukci se zachováním většiny stávajících prostorů.

Tento průzkum společně s předprojektovou dokumentací a finanční analýzou prokázaly, že se nejedná o investici soukromého trhu, ale o **nutnost vstupu veřejných zdrojů do řešení regenerace brownfieldu káznice**, jelikož návratnost investice je příliš dlouhá.

Po vstupní investici a počátečních letech rozjezdu je **provoz samofinancovatelný a příjmy mírně převyšují výdaje v optimální a maximální variantě**. Projekt je ale vhodný pro ty investory, kteří neočekávají obvyklou dobu návratnosti v jednotkách let, hledají spíše stabilitu vložených prostředků a zároveň vidí příležitost ve vytvoření vlajkového projektu, který může představovat jedno z nejatraktivnějších míst města. Uskutečňování politiky společensky odpovědné firmy, která se snaží o rozvoj nejen svůj vlastní, ale také města, ve kterém sídlí, může značku firmy spojit s unikátním projektem a povýšit její image i v nadregionálním významu.

Rozhodnutí o výběru jedné z variant k realizaci bude záviset na disponibilních prostředcích a očekávání investora. Z ekonomického hlediska lze za **nejlepší variantu označit maximální variantu projektu rozšířenou o dostavbu dvou podlaží s byty (maximální varianta s byty) a následný prodej bytů do osobního vlastnictví**.

Přestože je projekt regenerace bývalé káznice na kreativní centrum finančně nevýnosný kvůli vysoké investici na rekonstrukci, lze ho **díky jeho celkovým přínosům doporučit k realizaci**.

VEŘEJNĚ PROSPĚŠNÝ PROJEKT

Vzhledem k předpokládanému využití káznice jako kreativního centra doporučily závěry ekonomické analýzy rozvíjet **projekt jako veřejně prospěšný**, přičemž není nutně nezbytné, aby byl řízen veřejnou správou (město, kraj, stát). Je logické, že realizace projektu veřejným sektorem generuje více socioekonomických příjmů, jelikož projekt není primárně zaměřen pouze na co nejefektivnější zhodnocení investice a generování zisku, nýbrž rovněž na podporu veřejně prospěšné činnosti.

POSTUP

1. SANACE
2. DOČASNÉ VYUŽITÍ
3. REKONSTRUKCE

Doporučení k řešení káznice jako chátrajícího brownfieldu se dá shrnout do tří základních kroků: **provést sanaci** objektu a zakonzervovat stávající stav, zamezit další degradaci, v části či částech objektu **umožnit dočasné využití** prostorů pro kulturně-kreativní a komunitní služby ve spolupráci s koordinátorem dočasného provozu (Tripitaka, o. s.) až do doby rekonstrukce a **zajistit rekonstrukci**, ať již skrze veřejné prostředky dosažené ze strukturálních fondů nebo dohodou o vstupu soukromého subjektu a komerčních finančních prostředků s premisou zajištění služeb kreativního centra či kombinací zmíněných finančních zdrojů.

JE ZÁMĚR KREATIVNÍHO CENTRA V KÁZNICI PROVEDITELNÝ?

ZJIŠTĚNÍ

51 %

KKO UVAŽUJE
O UMÍSTĚNÍ SVÝCH
AKTIVIT DO KCB

Kvalitativní analýza založená na osobním dotazování, skupinových rozhovorech a on-line průzkumu u osob aktivních v kreativních průmyslech ukázala silnou potřebu subjektů mít **možnost pronajmout si finančně dostupné samostatné či sdílené kanceláře, studia, ateliéry nebo dílny. Až 51 % všech dotázaných subjektů by uvažovalo o umístění svých aktivit do Kreativního centra Brno.**

SDÍLENÍ
A SPOLUPRÁCE
NA 1. MÍSTĚ

Nejdůležitějším očekávaným přínosem pro zástupce odvětví je možnost **sdílet prostor s ostatními lidmi ze stejného oboru a současně napříč kreativními obory.** Ceněna je vzájemná inspirace, možnost inovací a nečekaná spojení. Tento aspekt je pro zástupce odvětví důležitější než samotný fyzický prostor k pronájmu. Je tedy možno předpokládat, že i ti, kteří by v KCB v káznici neměli svůj pracovní prostor, docházeli by sem na akce či setkávání.

Zájem o pronájem prostor, ať již o **dlouhodobý, nebo o jednorázový za účelem pořádání různých akcí v multifunkčním sálu atd., dle výsledků kvalitativního výzkumu existuje.**

TYP PROSTORŮ PRO KKO

Předprojektová dokumentace ukázala, že **typy navrhovaných prostorů** potřebných pro **provozy kreativních průmyslů jsou do prostředí káznice umístitelné.** Tyto typy prostorů nejsou náročné co do podmínek velikosti ani hygienických či bezpečnostních požadavků, na rozdíl od prostorů potřebných pro jiné obory klasických průmyslů (halová strojová výroba, chemický průmysl, laboratorní výzkum apod.). Architektura káznice je typická svými chodbovými koridory a množstvím větších či menších bývalých cel. Tyto místnosti umožňují vhodné využití pro pracovní prostory většího počtu osob v jednom objektu.

LOKALITA KOLEM KÁZNICE

Ve studii proveditelnosti jsme zkoumali, jaké vlivy může mít realizace kreativního centra na lokalitu kolem káznice a zda je lokalita pro budoucí uživatele vhodná a zajímavá.

GENTRIFIKAČNÍ
A INTEGRAČNÍ ROLE

Lokalita, která je nyní označována za sociálně vyloučenou, deprivovanou zónu, je pro dotazované přijatelná. Lidé kreativních profesí jsou více otevření vůči minoritám a kreativní centrum může hrát důležitou integrační roli v procesu gentrifikace celé čtvrti.

Lze očekávat, že Kreativní centrum Brno přiláká další gentrifikátory, kterým se přizpůsobí i nabídka podnikatelů v lokalitě, – tento efekt bude navíc silnější, pokud bude centrum plnit i rezidenční funkci. Kreativní centrum zde může sehrát **integrační roli**, pokud se podaří nastavit jeho fungování způsobem, který bude posilovat budování sousedství např. poskytováním služeb orientovaných na místní obyvatele, komunity nebo zajištěním prostorů pro neziskové organizace, komunitní akce (trhy, dílny, přednášky, festivaly).

Funkční napojení regenerovaného objektu na lokalitu je důležité pro zajištění celkové atraktivnosti centra. Pouze plánování revitalizace nejenom úzce vnímaného prostoru, ale i v návaznosti na svoje okolí **může přispět k dynamickému rozvoji celé lokality** a zároveň může probíhat citlivou formou vůči původnímu obyvatelstvu.



KREATIVNÍ CENTRUM V KÁZNICI –
GENTRIFIKAČNÍ EFEKT PRO LOKALITU
I INTEGRAČNÍ ROLE PRO KOMUNITU.



ZÁVĚR

JE ZÁMĚR KREATIVNÍHO CENTRA V KÁZNICI PROVEDITELNÝ?

Ano, předprojektová dokumentace ukázala, že typy prostorů potřebné pro kreativní profese je možno umístit do prostorů káznice.

Umístění Kreativního centra Brno do bývalé káznice vnímají zástupci odvětví kladně a jako možnost naplnění svých potřeb. I přes komunikační vymoženosti dnešní doby je fyzická blízkost kreativců stále důležitou podmínkou pro vytvoření pracovních vazeb a komunikace v rámci, ale i napříč jednotlivými odvětvími. Zkušenosti z jiných měst ukazují, že městské čtvrti s tradiční městskou zástavbou vysoké hustoty se mohou stát podhoubím kreativity spíše než rozsáhlé areály na městské periferii.

Typy prostorů pro kreativní odvětví nejsou náročné co do podmínek velikosti ani hygienických či bezpečnostních požadavků, na rozdíl od prostorů potřebných pro jiné obory klasických průmyslů. Brownfield tohoto vězeňského typu nabízí vhodné využití pro rekonstrukci na kanceláře, ateliéry, dílny či jednoduché byty apod.

Z pohledu zájmu kreativních zástupců je umístění kreativního centra do bývalé káznice vhodné. Navrhované typy prostorů mohou navázat na architektonický charakter současného objektu káznice, s možností rozvoje nových podlaží ve stylu současného stavění. Vedlejší přínos realizace kreativního centra v káznici vidí také rezidenti i neziskové, vzdělávací a městské organizace působící v lokalitě káznice, a to v již probíhající gentrifikaci čtvrti.

CO OBNÁŠÍ REALIZACE KREATIVNÍHO CENTRA V KÁZNICI?

ZJIŠTĚNÍ

ORGANIZAČNÍ MODELY

Obecně lze mluvit o čtyřech přístupech ve výběru postupu realizace záměru z pohledu vlastníka objektu – brownfieldu, kdy se kombinuje rozvaha nad vkladem vlastního či cizího kapitálu a vlastního či cizího výkonu (především v procesu investice).

Pro Statutární město Brno a jeho vedení bude důležité rozhodovat se na základě individuální situace místního prostředí, nabídek a zároveň na základě přístupu k financím. V této chvíli lze rozvíjet **varianty realizace projektu spolupráce se soukromými subjekty, či veřejnou správou** – samotným Statutárním městem Brnem, nebo Jihomoravským krajem. Pozitivem je, že během tvorby studie proveditelnosti záměru Kreativního centra Brno nebylo nutné vyloučit ani jednu z variant.

SOUKROMÝ SEKTOR

V případě realizace kreativního centra formou **spolupráce se soukromým subjektem** by byly vymezeny činnosti a pravomoce jednotlivých aktérů v jimi uzavřené smlouvě. **Vybrané formy řešení vstupu soukromého subjektu do realizace** popisuje studie proveditelnosti v pěti vybraných variantách. Nejedná se o konečný výčet možností, dalšími formami mohou být např. založení konsorcia, joint venture (se zahraničním subjektem) aj.

1. Prodej nemovitosti

Jedná se o prodej objektu ve stavu, v jakém se nachází, soukromému vlastníkovi. Podmínkou pro převod vlastnického práva by měla být nutnost vybudování KC a jeho další provoz ke sjednanému účelu.

2. Nájem nebo pacht nemovitosti

Soukromý subjekt si pronajímá objekt od města za účelem rekonstrukce objektu a následně jeho provozu ve formě kreativního centra.

3. Založení obchodní společnosti

Město může založit obchodní společnost (s. r. o. nebo a. s.), a to buď nepeněžitým vkladem objektu, nebo po založení objekt město převede na tuto společnost. Posledním krokem je vstup soukromého investora do společnosti za účelem realizace investice a následného provozu KC.

4. Public private partnership

Město a soukromý subjekt můžou založit spolupráci na základě koncesní smlouvy (dle koncesního zákona). PPP model může být zvolen podle míry zapojení soukromého sektoru do provozu centra.

5. Nezisková organizace jako partner města

Město může uzavřít vztah dle varianty 1.–4. s neziskovou organizací, která bude realizovat investici a zajišťovat provoz.

Z možností spoluprací se soukromým subjektem lze doporučit jako **nejvhodnější z pohledu Statutárního města Brna variantu 3. založení obchodní společnosti (s. r. o.) dohromady se soukromým subjektem a variantu 4. public private partnership, tj. koncesní řízení na rekonstrukci a provoz centra**. S ohledem na málo využívanou variantu koncesního řízení se jako nejvhodnější jeví **varianta společné obchodní společnosti**. V tomto případě však zůstává na Statutárním městě Brně kontrola investiční i provozní fáze, nestačí pouze

převést majetek na novou společnost. **Nelze doporučit prostý prodej majetku**, protože Statutární město Brno tím ztrácí kontrolu a možnost ovlivnit výsledky realizace, tato varianta **neposkytne dostatečnou garanci toho, že káznice bude využívána k předpokládanému účelu**. Stejně tak **pronájem centra soukromému subjektu**, který je výhradně orientován na generování zisku, je rizikovější z hlediska zajištění efektivní kontroly nad zaměřením činnosti centra.

VEŘEJNÝ SEKTOR

Realizace kreativního centra **veřejnou správou** je také jednou z možností realizace – zde by Statutární město Brno, potažmo Jihomoravský kraj, organizovalo celý proces od přestavby po provoz centra ve spolupráci s rozvojovými agenturami, včetně možnosti založení nového právního subjektu. V případě varianty řešení **veřejným sektorem** předpokládáme, že před začátkem provozní fáze by byla založena nová organizace nebo bude provedeno výběrové řízení na provozovatele (formou veřejné zakázky nebo uzavřením koncesní smlouvy) nebo bude centrum poskytnuto do nájmu za účelem jeho provozu ke sjednanému účelu nebo město (potažmo jiný subjekt veřejné správy) pověří řízením kreativního centra jednu ze svých organizací či společností.

V případě řešení investiční fáze veřejným sektorem je nezbytné počítat s personálním a organizačním zajištěním koordinace projektu až do doby zahájení provozu centra (tedy cca 5 let na investiční fázi) a krytí všech nákladů s tím spojených (architektonická soutěž, režijní náklady).

PERSONÁLNÍ ZAJIŠTĚNÍ

Provozní fáze je odhadována na postupný nárůst **managementu od 3 až po zhruba 10 úvazků**, který by zajišťoval chod kreativního centra, včetně správy doplňkových funkcí čili pronájmů v celém objektu.

FINANCE

SOUKROMÝ KAPITÁL

Deklarovaným východiskem je, že Statutární město Brno nemá ve svém rozpočtu dostatek vlastních finančních zdrojů na vybudování kreativního centra a revitalizaci objektu bývalé káznice (brownfieldu). Jednou z možností, jak získat prostředky na rekonstrukci objektu a realizaci služeb kreativního centra, tedy je spolupráce se **soukromým subjektem – investorem**. Jak bylo řečeno výše, klasifikace brownfieldů na základě technických a finančních analýz neoznačila bývalou káznici jako zajímavou pro komerční sektor. Nemůžeme však vyloučit zájem investorů z důvodů jiných než finančních.

EU FONDY

Pokud by však město chtělo realizovat kreativní centrum bez **účasti soukromého subjektu na investici**, jednou z možností, jak zajistit zdroje, je získání **financování z evropských programů podpory**. Tyto finanční zdroje si pro vstupní investici může zajistit i soukromý subjekt, aby si tak snížil vlastní vstupní kapitál vkládaný do investice.

K tomuto účelu byl zpracován přehled možností finančních zdrojů, jenž ukazuje, že prostředky na zamýšlený záměr a obsah kreativního centra **existují**, a to jak na investiční, tak na neinvestiční náklady. Jasně vytipování komplikuje fakt, že fondy nového programovacího období nejsou ještě uzavřeny. Je tedy potřeba počítat s aktualizací grant scanu po schválení všech programů (odhadem zima 2014).

Doporučujeme se zaměřit na tyto programy a fondy:

- Operační program Podnikání a inovace pro konkurenceschopnost (OP PIK)
- ITI – integrované územní investice (ITI) pro města, rozvojová území a hospodářsky slabé regiony
- IROP – Integrovaný regionální operační program
- Fond JESSICA

Dále vzhledem k vybavení centra je vhodné sledovat tyto programy a fondy:

- Operační program přeshraniční spolupráce mezi Rakouskou republikou a Českou republikou (OP AT-CZ)
- Operační program přeshraniční spolupráce mezi Slovenskou republikou a Českou republikou (OP SK-CZ)
- Operační program nadnárodní spolupráce Central Europe 2020
- Operační program nadnárodní spolupráce Danube
- Creative Europe – Program Kultura – mezinárodní projekty spolupráce

Fáze, ve které se projekt kreativního centra právě nachází, tj. před rozhodnutím o realizaci, či nerealizaci, neumožňuje jednat s potenciálními partnery, kteří by do realizace jednotlivých částí mohli být zapojeni, a tím by bylo možno dosáhnout na další zdroje.

Zabývali jsme se také **eventualitou využití stávajících strukturálních fondů z období 2007–2013**, např. na sanaci objektu káznice nebo dočasný provoz před rekonstrukcí – vzhledem k tomu, že by prostředky musely být vyčerpány do konce roku 2015 a při žádosti je potřeba předložit např. stavební povolení, změnu územního plánu apod., **není možno těchto nabídek využít z časových důvodů**.

Pro jednotlivé služby a funkce kreativního centra bylo možno vytipovat několik konkrétních programů, jejichž použití bude záležet jednak na přesném definování záměrů, tak na implementátorovi a na již zmiňovaném definitivním schválení programů. Především se jedná o operační programy přeshraniční spolupráce, komunitární programy Creative Europe nebo ErasmusPlus nebo Norské fondy a další.

Ze záměru a studie proveditelnosti vyplývá, že projekt bude nezbytné zajistit formou **vícezdrojového financování**, a to jak ve fázi investiční, tak ve fázi provozní. Nad možnostmi financování je tedy nezbytné přemýšlet jako o souhrnu více zdrojů a vytvořit doplňující se systém pro investiční i neinvestiční náklady. Například stavbu projektu, realizaci inkubátoru či nákup vybavení a provoz jedné z funkcí př. FabLabu je možné pokrýt z různých fondů, operačních programů i soukromých investic.

Komunikační strategie tvoří významnou součást propagace projektu Kreativního centra Brno. V současné době úspěšně funguje několik komunikačních prostředků (webové stránky, Facebook, Twitter aj.), které by bylo vhodné nadále udržovat a rozvíjet. Je nezbytné, aby komunikační kroky byly prováděny po celou dobu projektu, a to ve **všech jeho fázích, včetně té přípravné a investiční**. Komunikace by měla probíhat na regionální, celostátní a částečně i na nadnárodní úrovni. Pro podpoření projektu a rozšíření povědomí o jeho vývoji je vhodné vytvořit ucelenou **corporate identity** v české i anglické formě.

ZÁVĚR CO OBNÁŠÍ REALIZACE KREATIVNÍHO CENTRA V KÁZNICI?

Nejbližší nutná rozhodnutí se týkají jak realizace záměru kreativního centra v Brně, tak řešení pro chátrající brownfield. Doporučenými aktivitami v postupu projektu i regenerace káznice je **sanace a dočasné využití objektu**.

V případě rozhodnutí o realizaci záměru a rekonstrukci objektu se předpokládá, že by následovaly tyto kroky (uvedeno včetně varianty, kdy by se zároveň využilo možnosti pokusit se získat finance ze strukturálních či komunitárních programů):

O nejvhodnější variantě realizace, financování a organizačním modelu bude moci být rozhodnuto po schválení všech programů strukturálních fondů a také po zmapování zájmu a nabídek soukromých subjektů.

Na příkladech zahraničních kreativních center se potvrdilo, že každá z variant, ať již řízená veřejnou správou, či soukromým subjektem, vedla k úspěšné realizaci. Každá z variant a všechny kombinace variant jsou realizovatelné a pro projekt kreativního centra možné. V této chvíli se nedá poukázat na jednu jedinou správnou variantu, což je ovšem výhodou pro budoucí vyjednávání a zajišťování finančních prostředků na realizaci.

Nástroje podpory kreativních odvětví je důležité uskutečňovat již před realizací kreativního centra (kreativní inkubátor, implementace kreativních voucherů, realizace regionální filmové kanceláře, tvůrčích rezidencí aj.).

Závěrem konstatujeme, že projekt můžeme doporučit k realizaci.

OBSAH STUDIE PROVEDITELNOSTI

ANALYTICKÁ ČÁST

- 1. Mapování kulturních a kreativních průmyslů – úvod**
 - 1.1. Metodika a cíle mapování – kvantitativní část
 - 1.2. Metodika a cíle mapování – kvalitativní část
 - 1.2.1. Design
 - 1.2.2. Architektura
 - 1.2.3. Reklama
 - 1.2.4. Videohry a hry
 - 1.2.5. Film, video a televize, rozhlas
 - 1.2.6. Literatura a knižní trh
 - 1.2.7. Výtvarné umění a trh s uměním
 - 1.2.8. Řemesla
 - 1.2.9. Hudební průmysl
 - 1.2.10. Scénická umění
 - 1.2.11. Kulturní dědictví
 - 1.2.12. Kulturní a kreativní podhoubí
 - 1.2.13. Vzdělávání v KKO v Brně
 - 1.2.14. Kreativní odvětví v ekonomice města
 - 1.3. Kulturní a kreativní odvětví v Brně – shrnutí a závěry
 - 1.4. Statistika KKO v Jihomoravském kraji
 - 1.5. Závěry a doporučení
- 2. Analýza kreativních center v Evropě**
- 3. DNA lokality**

PŘÍPRAVA KÁZNICE – STAVEBNĚ TECHNICKÝ PRŮZKUM

- 1. Posouzení faktorů vnějšího prostředí**
 - 1.1. Umístění objektu a jeho urbanistické začlenění
 - 1.2. Územně plánovací dokumenty
 - 1.3. Majetkoprávní situace objektu
 - 1.4. Dopravní situace
 - 1.5. Napojení na inženýrské sítě
 - 1.6. Stav životního prostředí v lokalitě
- 2. Zaměření stávajícího stavu**
 - 2.1. Rozdělení místností podle křídel (a–h)
 - 2.2. Rozdělení místností podle účelu
 - 2.3. Výkresová dokumentace 1 : 100 / 1 : 200
- 3. Celkové posouzení stavu objektu**
 - 3.1. Stav konstrukce objektu, způsob jejího provedení – součástí zprávy sešit místností
 - 3.2. Hydrogeologické podmínky
 - 3.3. Určení vlhkostního režimu stavby
 - 3.4. Stav dřevěných konstrukcí a částí stavby

- 3.5. Ekologický audit
- 4. Odhad nákladů na sanaci objektu**
 - 4.1. Zajištění nosných konstrukcí objektu
 - 4.2. Bourací práce
 - 4.3. Zabezpečení konstrukce krovu a oprava střešních konstrukcí
 - 4.4. Omezení zavlhání objektu a odvod dešťových vod z areálu
- 5. Znalecké ocenění nemovitosti**
 - 5.1. Odhad investičních nákladů na sanaci
 - 5.2. Náklady na nezbytně nutné sanace a opravy
 - 5.3. Odhad nákladů na demolici
- 6. Závěry a doporučení**
 - 6.1. Popis a zhodnocení současného stavu
 - 6.2. SWOT analýza
 - 6.3. Návrh dalšího postupu prací

NÁVRHOVÁ ČÁST – PŘEDPROJEKTOVÁ DOKUMENTACE

- 1. Prostorová část**
 - 1.1. Objemová studie
 - 1.2. Studie využitelnosti ve variantním řešení
 - 1.3. Technické řešení
- 2. Ekonomická část**
 - 2.1. Analýza
 - 2.2. Ekonomické řešení
 - 2.3. Financování
 - 2.4. Grant scan
- 3. Organizačně-personální zajištění**
 - 3.1. Organizační modely
 - 3.2. Personální zajištění
 - 3.3. Komunikační koncepce

ZÁVĚRY STUDIE PROVEDITELNOSTI

- 1. Úvod
- 2. Záměr kreativního centra
- 3. Poslání kreativního centra
- 4. Otázka I.: Má město Brno potenciál v kreativních a kulturních průmyslech?
- 5. Otázka II.: Jaký je stav káznice a jeho možný budoucí vývoj?
- 6. Otázka III.: Je záměr kreativního centra v káznici proveditelný?
- 7. Otázka IV.: Co obnáší realizace kreativního centra v káznici?
- 8. Executive Summary



ZÁVĚRY STUDIE PROVEDITELNOSTI

EXECUTIVE SUMMARY

V Brně je silný potenciál kreativních odvětví

- 11 tisíc subjektů, 20 tisíc zaměstnaných (10 % celého Brna), 24 miliard korun obratu ročně, 2 tisíce firem, 8,5 tisíce OSVČ, přes 3 tisíce absolventů v KKO v celém kraji ročně.

Projekt je potřebný, žádaný a přínosný

- pro rozvoj kreativních průmyslů, pro rozvoj lokality, pro rozvoj města, pro firmy využívající kreativní odvětví pro vyšší růst.

Projekt je realizovatelný v bývalé káznici

- stav objektu je zachovalý, velikost je dostačující, lze sem umístit typ potřebných prostorů, dle vnímání aktérů je káznice vhodný objekt. Odhadované investiční náklady jsou 300–400 milionů korun.

Projekt lze realizovat, financovat i provozovat soukromým sektorem

- jde o stabilní investici, která je zajímavá pro určitý typ investorů, kteří neočekávají standardní dobu návratnosti v jednotkách let; podklady pro jednání jsou nyní k dispozici.

Projekt lze realizovat, financovat i provozovat veřejným sektorem

- možnost využití nových strukturálních fondů, které nově zohledňují význam kreativních průmyslů (MPO, MŠMT, MMR).

Provoz je po počáteční fázi samofinancovatelný

- jde o zajímavou investici i pro veřejný sektor. Příjmy mohou převyšovat výdaje, včetně těch na management centra, již od čtvrtého roku provozu. Na příjmové straně je počítáno s dostupnými cenami nájmu pro kreativní sféru od 144 Kč/m² až po komerční funkce 345 Kč/m² měsíčně.

Je příhodná doba na jeho realizaci

- oslovení investorů před schválením evropských programů, které podporu kreativních průmyslů zahrnují.

Je možná spolupráce se zahraničím

- centrální Evropa, Pobaltí, severské země.

Je zájem o dočasný provoz

- zájem spolku Tripitaka, o. s., jako koordinátora kulturních a komunitních akcí.

Podpora růstu kreativních odvětví

- nástroje podpory by měly být uskutečňovány co nejdříve, mohou být rozvíjeny nezávisle na kreativním centru (kreativní inkubátor, vouchery, regionální filmová kancelář, tvůrčí rezidence aj., viz závěry mapování).

KREATIVNÍ AMBASADOŘI Z BRNA



Kateřina Šedá

- / intermediální umělkyně
- / zaměření na sociálně laděné happeningy
- / obdržela Cenu Jindřicha Chalupického a vystavovala v londýnské Tate Modern

Nerada se označuje za umělkyni. Její happeningy neohromují pouze uměleckou veřejnost, ale hlavně samotné účastníky. Třeba když polovinu obyvatel moravských Bedřichovic převzla do slavné londýnské galerie Tate Modern.

Dělá z obvyčejného neobvyčejné. A účastníky svých happeningů vždy přiměje zamyslet se nad tím, jestli žijí opravdu tak obvyčejné životy, jak si myslí.



Jakub Dvorský

- / grafik, herní designér
- / zakladatel nezávislého herního studia Amanita Design
- / zakázkový vývoj her pro BBC a Nike

Počítačové hry vnímá jako umělecký prostředek. Hráči proti tomu nic nenamítají; hry jako Samorost či Machinarium se rychle staly hitem.

Studio Amanita Design žije hlavně adventury, přestože Jakub sám je nehraje moc rád. Možná proto nezdržují hráče dialogy a vyžívají se v nádherné grafice a hravosti. Jeho studio sídlí v Brně, úspěchy ale slaví mezinárodně.

Spolupracoval také na filmu režiséra Jana Svěráka Kuky se vrací, za což byl nominován na Českého lva.



Kateřina Tučková

/ spisovatelka
/ nejúspěšnější česká autorka
(2× Magnesia Litera, překlady do 7 jazyků)
/ kurátorka mezinárodních výstav

Narodila se v Brně, kde vystudovala češtinu a dějiny umění. Oba obory ji úspěšně živí.

Když krátce po nastěhování se do nového bytu zjistila, že z této ulice byli krátce po konci druhé světové války kontroverzním způsobem vyhnáni brněnští Němci, napsala knihu *Vyhnání Gerty Schnirch*, která se stala bestsellerem a získala cenu Magnesia Litera. Další její oceněný bestseller *Žitkovské bohyně* se zaměřil na folklór moravského venkova.

Působí jako kurátorka, věnuje se především větším projektům se zahraničním přesahem. Realizovala výstavy například v Mnichově, Drážďanech či New Yorku.



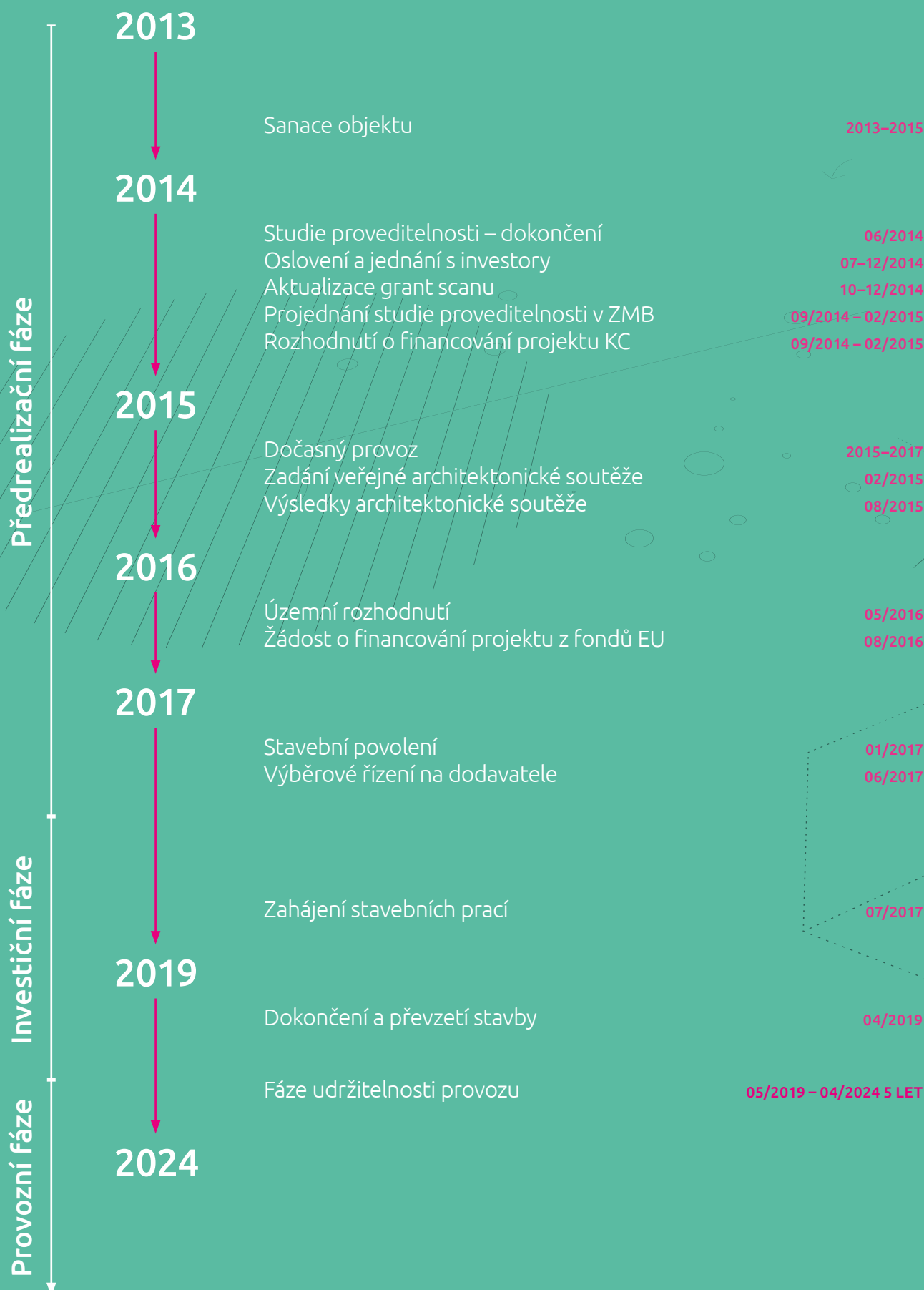
Petr Skala / Skakala

/ designér
/ grafický design, motion grafika, web design, animace
/ první Čech, který vyhrál
Red Dot – Best of the Best 2010

Po studiu na FaVU v Brně si odskočil pracovně do nizozemského studia Fabrique. Nyní je zpět v ČR, střídá zaměstnání s volnou nohou. S kolegy založil netradiční poradnu Nomad Design.

Petr Skala se zabývá především grafickým designem a animací a dostal několik cen v zahraničí. Za ruční animaci spotu pro nizozemskou společnost Van Beem & Van Haagen získal v roce 2010 jedno z nejprestižnějších ocenění v designu Red Dot – Best of the Best.

NÁVRH HARMONOGRAMU 2014–2024



KREATIVNIBRNO.CZ

KREATIVNÍ CENTRUM BRNO

+420 542 172 309

investors@brno.cz

www.kreativnibrno.cz

f kreativnibrno

CreativeBrno

ZPRACOVATEL STUDIE PROVEDITELNOSTI

Jihomoravské inovační centrum

jic@jic.cz

www.jic.cz

f jic.brno

JIC_Brno

GRAFICKÉ ZPRACOVÁNÍ

www.kreatura.cz

Foto: Jan Hubáček, Petr Čáp, Michal Jenčo,
Tereza Chrástová, Zdeňka Kujová, Jan Machát

2014