

Integrovaná komunikační strategie Chytré Brno

srpen 2016

Obsah

1.	Úvod	3
2.	Koncept Smart City Brno - stručný popis.....	5
3.	Příklady projektů zastřešených Integrovanou komunikační kampaní Chytré Brno.....	14
4.	Stávající image města Brna.....	17
5.	Integrovaná komunikační strategie Chytré Brno.....	18
5.1	Strategické cíle	18
5.2	Marketingové cíle.....	18
5.3	Komunikační cíle	18
5.4	Klíčové sdělení Chytré Brno	18
5.5	Cílové skupiny.....	18

1 Úvod

Smyslem integrované komunikační strategie Chytré Brno je aktivovat ve městě veřejnost, zapojit soukromý a akademický sektor, tím že zvýšíme povědomí o aktivitách města v oblasti Smart City a nabídneme účast na konkrétních projektech Smart City Brno. Kampaň tím umožní realizovat marketingové cíle projektů Smart City Brno a dalších projektů města, které budou její nedílnou součástí.

Potřeba postupně integrovat marketingovou komunikaci města často věcně odlišných projektů vyplynula z dopadů dosavadní praxe na Magistrátu města Brna, která v případě potřeby marketingové

komunikace vygenerovala ke každému projektu samostatnou veřejnou zakázku na vytvoření komunikační strategie k danému projektu.

Takové řešení sebou neslo několik rizik, např. nekoordinovanost komunikace města směrem k často stejným cílovým skupinám, nízká kvalita komunikačních materiálů. Důsledkem pak bylo často roztříštění žádoucí pozornosti cílových skupin.

Na podzim roku 2016 respektive v lednu 2017 bude zahájena realizace prvních projektů definovaných v rámci konceptu Smart City Brno.



Jedná se například o projekty:

- Participativní rozpočet města Brna
- Strategické dokumenty města Brna s důrazem na oblast kvality života nebo
- projekt s pracovním názvem Brněnská karta.
- ...

S ohledem na výše uvedené je pro město žádoucí, aby marketingová komunikace projektů, nejen těch výše vyjmenovaných, ale i těch, které budou průběžně iniciovány a připravovány, byla plánovaná koordinovaně a to v kontextu jakéhosi zastřešení konceptem Smart City Brno.



Město Brno si v souladu s Regionální inovační strategií JMK a ve spolupráci s dalšími institucemi veřejné samosprávy, vysokých škol, technologických firem, hospodářské komory a podpůrných

agentur a organizací inovačního ekosystému buduje image středoevropského centra znalostní ekonomiky.

Komplementárně by mělo Brno ve spolupráci s výše zmíněnými členy ekosystému cílevědomě budovat **image chytrého města** řízeného a rozvíjejícího se **v souladu s konceptem Smart City Brno** (popsán níže).

Každý z projektů Smart City Brno má své specifické marketingové a komunikační cíle, cílové skupiny (často totožné). Všechny by pak však měla propojovat linka chytrého řešení, které zlepšuje kvalitu života obyvatel Brna.

2. Koncept Smart City Brno – stručný popis

Hlavní motto:

„ZMĚNA PŘÍSTUPU MĚSTA“

VIZE

Město, které chytře, smysluplně a šetrně využívá moderní technologie a přístupy, vedoucí ke zkvalitnění života v něm, k jeho efektivnějšímu řízení, k zachování přírodních zdrojů a energetické udržitelnosti.

Město, ve kterém se dobře žije; se širokou nabídkou pracovních míst. Ambicí města je aspirovat na nejvyšší příčky žebříčků měst podle kvality života, zároveň navázat na historickou tradici a posilovat svou pozici centra vzdělanosti, výzkumu a vývoje. Brno bude vždy mezinárodní a otevřené. Brno je výstavní město s udržitelným rozvojem a kvalitní architekturou v návaznosti na historické tradice. Město, které dokáže těžit ze své blízké polohy k ekonomicky silným regionům (Vídeň či Bratislavský kraj).

SEDM PRINCIPŮ SMART CITY BRNO

Základními principy, které mají motivovat město a jeho partnery k dlouhodobé spolupráci jsou zejména:

Otevřenost - město by mělo být otevřené nápadům, podnětům a řešením a také by mělo umět transparentně a efektivně využívat svá data, která umožní tvorbu nových řešení, aplikací, motivací k podnikání a vytváření nových pracovních míst a služeb.

Odpovědnost - město by mělo být rozvíjeno tak, aby i další generace jeho obyvatel mohly zažít vysokou kvalitu života, fungující služby a vysokou míru bezpečnosti a pořádku ve městě.

Modularita - městský ekosystém umí městu pomoci nacházet optimální a přiměřená technologická řešení, která nevedou k závislosti na dodavatelích. Dále umožňuje modulárně přidávat nebo ubírat segmenty (moduly), které již neplní potřeby uživatelů města a nahrazovat je za nové a efektivnější řešení.

Ohleduplnost - vůči obyvatelům města a životnímu prostředí - město by mělo být spravováno tak, aby neměl rozvoj negativní dopad na životní prostředí (kvalitu života ve městě) a aby v nezbytných případech byly negativní dopady rozvoje vhodně kompenzovány.

Efektivita - město by svůj rozvoj mělo vnímat jako příležitost k zamyšlení a hledání těch řešení, která zároveň stimulují vznik pracovních míst a jeho ekonomický rozvoj. Zároveň by mělo být efektivní a šetrné při jeho řízení (nízké provozní náklady energetické i ekonomické). Součástí jsou i inovativní obchodní modely umožňující zapojení především malých a středních firem (SME) včetně startup společností, pro které město vytváří podpůrné prostředí.

Diverzita - město by mělo ve svém rozvoji dávat možnost uplatnění široké škále možností (volnočasové aktivity) a to nejen ve smyslu druhové nabídky, ale také v dostatečné dostupnosti v různých částech města a tím nestimulovat zbytnou mobilitu, která stojí dodatečné zdroje a energii.

Chytrost - město by mělo efektivně využívat potenciál znalostí, které má k dispozici a najít možnost jak je uplatnit v rozvoji a také v každodenním provozu. Nejen centra excelentní vědy, ale také nadějně startupy mohou město využívat jako svoji “laboratoř” či jako referenční prostředí.

JAKÉ MĚSTO NEMÁ BÝT

Vendor lock-in - koncept Smart City nelze zjednodušit na rychlé zavádění technologických řešení. Tato cesta vede do situace, kdy je město závislé na jednom dodavateli. Ten často reálně vlastní městská data či virtuální prostředí. Vypovědět část služeb z kontraktu, která městu nevyhovují, znamená riziko ztráty funkčnosti celého komplexního systému nebo významné platby za zrušení kontraktu či dodatečnou úpravu. Společnost (zpravidla významná technologická firma) tak může zneužívat své postavení a město je v nevýhodné pozici.

Uzavřené - Uzavřené město, které brání přirozenému rozvoji, nevytváří kvalitní otevřená data, brání rozvoji zaměstnanosti, novým produktům a rozvoji kvalitních služeb pro město i občany. Často dochází k paradoxní situaci, že město zadává vývoj aplikací na trh a vítěz pak těží s exkluzivního přístupu k datům s nekvalitní aplikací. Je naprostým opakem otevřenosti, kdy uvolnění kvalitních otevřených dat stimuluje tvorbu celé škály nových řešení nad těmito daty. U těchto řešení není nutné platit vývoj a navíc město vytváří nová pracovní místa a podporuje rozvoj své ekonomiky. Uživatel také dostává k dispozici více nástrojů, které jsou uživatelsky přívětivé.

Nekomunikativní - V případě, kdy město nemá zájem získávat informace a zkušenosti od možných partnerů a nevyužívá jejich znalostního potenciálu, přichází o cenný vhled, zkušenosti a možnosti, které by mohly vést ke kvalitnější a efektivnější realizaci jednotlivých městských aktivit i projektů i v celé problematice rozvoje města. Síťování a zapojení městského ekosystému je esenciálním předpokladem pro rozvoj chytrého města.

Nekonceptční - Město by nemělo zavádět a měnit chytrá řešení bez ohledu na potřeby cílové skupiny, protože může docházet k situaci, že bude zvoleno neadekvátní řešení. Chytrá řešení nejsou dobrá nebo špatná, jsou adekvátní/neadekvátní, kompatibilní/nekompatibilní, dobře/špatně zavedená. Koncept Smart City vyžaduje dobré strategické plánování, komunikaci v rámci městského ekosystému a dostatečné portfolio možných řešení.

Nešetrné - Využívání zastaralých technologií, které již zcela neplní svoji funkci a nejsou tudíž efektivní. Nebo naopak, využívání nejmodernějších technologií, které jsou velmi nákladné, a při tom jejich účel není zcela opodstatnitelný a stejný výsledek by měla i levnější a jednodušší řešení. To jsou příklady, mezi kterými musí město umět nalézt rozumné a hospodárné řešení.

ČEHO SE DOTÝKÁ - PORTFOLIO

Rozsah problematiky Smart City je velice široký a dotýká se všech oblastí města Brna. Pokud se v konceptu objeví pojem „město“, je vždy bráno jako celek včetně městských obchodních společností a zřízených příspěvkových organizací.

- Smart resources - Zdroje (městská mobilita, energie a udržitelnost, budovy a městský rozvoj)
- Smart living - Kvalita života (životní prostředí a veřejná místa, zdravotní a sociální péče, volný čas a kvalita života)
- Smart governance – Veřejná správa (efektivní řízení, inovativní plánování a nové technologie, transparentnost a otevřenost úřadu, bezpečnost, podpora podnikání, vzdělávání a komunikace s občany)

V rámci Smart City není hlavním úkolem vytvářet duplicity ve fungování městské správy. Smart City je koncept, který vytváří příležitosti pro otevírání rozvoje města širšímu portfolio partnerů. Umožňuje vytvářet dlouhodobá partnerství města s jeho obyvateli či uživateli, s akademickým sektorem, neziskovou a soukromou sférou. Tento typ spolupráce (model quadruple helix), která umí nejlépe

připravovat integrované rozvojové plány a správně volit vhodné nástroje, je zároveň cenným zdrojem informací a neutuchajícím proudem vzájemné komunikace.

Smart City je tedy významně spojeno se zapojováním městského ekosystému do rozvoje města, kde každý s aktérů má svou nezastupitelnou roli. Může se tak dít formou participace na akcích, workshopech a setkáních, která slouží k hledání dalšího směřování města, shromažďování nápadů pro jeho rozvoj, tak i k testování funkčnosti nebo ověřování (proof of concept) jednotlivých projektů.

Na základě společné vůle a vzájemné důvěry posilované sdílením společných hodnot, lze vzájemně pracovat na dlouhodobé městské strategii. Tato strategie se nebude opírat jen o městský rozpočet jako hlavní hybnou sílu. Může také vytvářet prostor pro městský ekosystém, aby realizoval své projekty samostatně. Přidanou hodnotou je také široká shoda městského ekosystému na prioritách, která umožňuje dosáhnout i na zdroje, které jsou městské administrativě v daném čase nedostupné.

Smart City dává prostor subjektům k pilotním instalacím jejich inovací. Jedná se o vymezení prostoru města k pilotnímu odzkoušení inovací, tak i přirozenou spolupráci města a firem, i firem mezi sebou.

Smart City je tedy široký přístup, který nebude oborově omezován a žádná z městských oblastí rozvoje z něj není a priori vyňata. Jedná se o koncept, který se může postupně v rámci celého města a jeho složek dále prohlubovat. **Smart City není konkurencí městské správy.** Plní především roli asistence nositelům jednotlivých aktivit v podobě technické podpory, zajištění podpůrných činností a v síťování. Tyto podpůrné aktivity mají vést k získání většího vhledu do problematiky, k získání potřebných zkušeností a ke kvalitnějšímu vyřešení dané věci a realizaci změny. **Jedná se tedy především o capacity building a o akcelerační rozvojových projektů.**

JAKÝ JE PŘÍNOS KONCEPTU SMART CITY BRNO A CO NABÍZÍ

Koncept Smart City představuje snahu o přiblížení města jako celku jeho občanům a uživatelům, akademickému sektoru, odborné veřejnosti, podnikatelskému a neziskovému sektoru.

Dovnitř úřadu může koncept Smart City akcelarovat změnu přístupu k větší proaktivitě, profesionalitě a otevřenosti. Koncept Smart City nemá uvnitř města vytvořit konkurenci nebo přebírat kompetence jednotlivých výkonných složek magistrátu. Smyslem je být městským akceleračním rozvoje, vytvářet kapacitu pro úspěšné realizace rozvojových projektů a aktivit.

Dalším z hlavních přínosů je hledání nejlepších řešení pro město podporou či nastartováním inovativního podnikání za pomoci akademického sektoru na území města. Sekundárním přínosem může být zvyšování kvalifikace znevýhodněných osob (např. osob na rodičovské dovolené, studentů či dlouhodobě nezaměstnaných), kteří nemají šanci jinak prokázat či uplatnit své dovednosti.

Koncept Smart City se realizuje za pomoci jednotlivých nástrojů, které mají výše uvedené aktivity realizovat. Základním nástrojem je práce v rámci městského ekosystému. K tomu slouží zejména elektronická platforma pro efektivní spolupráci.

Významnou roli hrají také městské akcelerační. Může se jednat o expertní workshopy, Ideacampy nebo Cityhacky. Inovativní řešení lze podpořit skrze městské výzvy na pilotní realizace nebo městské granty.

ROLE MĚSTA

Za použití principů Smart City město musí jasně definovat cíle a vytvářet podmínky pro všechny zainteresované strany, které se chtějí podílet na zlepšení kvality života ve městě. Město nemusí být

primárním investorem, může použít nových přístupů a zapojení široké veřejnosti do realizace vytyčených cílů či pomocí motivačních faktorů nastartovat jednotlivé změny. Město vytvoří a nabídne jasně definované podmínky pro zapojení moderních technologických nástrojů, které nebudou ve vlastnictví města, ale jejich výstupy by mohly být volně použitelné pro město a užitečné pro jeho uživatele. Město může podporovat či akcelarovat výzkum a vývoj pomocí grantů a nastartovat tak udržitelný výzkum pro potřeby města a jeho uživatelů. Město je tak iniciátorem občanských a podnikatelských aktivit, organizátorem ekosystému a podporovatelem komunitních, mezifiremních a mezioborových aktivit vedoucích k inovacím a synergii.

CÍLOVÉ SKUPINY

Cílové skupiny lze rozdělit do dvou hlavních skupin:

1) Interní – zaměstnanci MMB, zřízených příspěvkových organizací a městských společností s majoritním podílem města

2) Externí – soukromý sektor, akademický sektor, neziskové organizace, odborná veřejnost a aktivní uživatelé města

Cílovou skupinou jsou primárně všichni, kteří mají zájem se podílet nezištně na rozvoji města a kteří chtějí zlepšit prostředí, ve kterém sami žijí, studují či pracují.

CÍLE

Hlavním cílem je nastavení efektivního fungování procesu a zapojení všech zájemců a zájmových skupin (stakeholderů) do rozvojové problematiky města. U všech níže popsanych cílů proběhne vyhodnocení klíčových ukazatelů v prosinci roku 2016. Vyhodnocení provede zodpovědný radní pro Smart City a Komise Smart City RMB a následně toto vyhodnocení předloží Radě města Brna pro informaci. Na základě tohoto vyhodnocení se stanoví další postup a dojde k přípravě a schválení závazných cílů do roku 2020.

Proces v rámci Smart City Brno je možné rozdělit do pěti sil (kroků), které na sebe navazují:

1) ZMĚNA

V tomto kroku by město mělo zjistit či ověřit skutečnou potřebu jednotlivých problémů či otázek. Ne všechno, co se zdá s úrovně města jako problém či otázkou k řešení, stejně vnímají i ostatní. Iniciátorem zde může být kdokoli.

Kdo do toho kroku může vstupovat:

- město
- aktivní uživatelé města
- soukromý sektor
- akademický sektor
- odborná veřejnost
- neziskové organizace
- politici

2) BANKA NÁPADŮ

Za pomoci tohoto kroku může město získat nejenom k jednotlivým problémům či otázkám nápady na řešení, ale i řešerši ze zahraničí. Existuje několik rovin tohoto kroku:

- Zástupci města zvolí, které nápady jsou podle jejich názoru dobré a zasloužily by si rozpracovat (poskytnout případná data a součinnost). Tento krok se stává pozitivním signálem. Sami navrhovatelé mohou spolupracovat a předložit projekt. Zástupci města se do toho vloží a jejich role je buď společná příprava projektu či pouze metodické vedení a následné předložení včetně poskytnutí všech relevantních dat apod.
- Navrhovatelé se sami rozhodnou, na základě ohlasů, připravit a předložit projekt k posouzení městu.
- Pro daný problém či otázky neexistují adekvátní nápady a tak zástupci města použijí akcelerátory:
 - soutěž nápadů
 - Ideacamp

V tomto kroku je možné vytvářet dobrovolně a samovolně případné projektové týmy, které se na základě daného nápadu přidají k iniciátorovi a společně budou připravovat projekt k předložení a rozhodnutí orgánům města Brna (RMB a ZMB).

Kdo do toho kroku může vstupovat:

- město
- aktivní uživatelé města
- akademický sektor
- odborná veřejnost
- neziskové organizace
- politici

3) LABORATOŘ ŘEŠENÍ

V tomto kroku bude město hledat nejlepší řešení a vyhodnocovat jednotlivé projekty. Tento krok má několik rovin:

- příprava a rozhodování o interním projektu (může být ve spolupráci s navrhovateli nápadů)
- rozhodování o předložených expertních projektech, předložených:
 - od korporací či soukromého nebo akademického sektoru
 - od projektových týmů
 - aktivních občanů
- připomínkování navrhovaných řešení a plánů
- rozhodování o jednoduchých řešeních bez výrazné finanční spoluúčasti města

- rozhodování o zapojení do projektů
- rozhodnutí o vypsání či vyhlášení městských výzev
 - pilotní
 - komplexní
- neexistují-li adekvátní řešení pro město, mohou zástupci města využít akcelérátoru Cityhacku na přípravu tzv. prototypů
- na základě návrhů (banka nápadů) může město vypsát grantovou soutěž na realizaci a předložení projektu nebo takto podpořit vědecké či akademické instituce na dodání analytických podkladů apod.

Kdo do toho kroku může vstupovat:

- město
- aktivní uživatelé města
- soukromý sektor
- akademický sektor
- odborná veřejnost
- neziskové organizace
- politici

4) REALIZACE

V tomto kroku probíhá samotná realizace jednotlivých projektů. Toto je na rozdíl od předchozích kroků na městě zcela vžitě. Zde přichází na řadu samotná interní realizace či vypsání výběrových řízení či nově inovativního zadávání na vývoj. Zde je prostor pro město jasně definovat podmínky pro využití a zapojení inovativních technologií jako referenčních realizací za výhodných podmínek. Je nutné nalézt zdroje pro realizaci jednotlivých projektů a po schválení jednotlivých záměrů může město využít i principů crowdfundingu či crowdsourcingu. V této fázi může posloužit jako akcelérátor představení jednotlivých cílů a projektů, které chce město realizovat (výše matičního faktoru závisí na městě a konkrétních projektech). V tomto kroku může proběhnout realizace jednoduchých řešení samotnými uživateli města. Již v tomto kroku se bude průběžně reportovat o průběhu realizace a splnění dílčích cílů (podklad pro evaluaci).

Kdo do toho kroku může vstupovat:

- město
- stát a EU
- aktivní uživatelé města
- soukromý sektor
- akademický sektor
- neziskové organizace

5) EVALUACE

V tomto kroku bude každý projekt evaluován podle stanovených cílů a mantinelů projektu. Případají dvě roviny evaluace:

- Interní – pro menší projekty z úrovně jednotlivých dotčených institucí a případně formou šetření
- Externí – pro velké či strategické projekty

Po evaluaci pilotních projektů může město rozhodnout o jejich rozšíření po celém území.

Kdo do toho kroku může vstupovat:

- město
- aktivní uživatelé města
- soukromý sektor
- akademický sektor
- odborná veřejnost
- neziskové organizace

Celý průběh tohoto procesu – všech sil (kroků) bude viditelný pro samosprávu a úřad, aby to zjednodušilo jejich rozhodování či dohled. Po úpravách bude viditelný i pro všechny ostatní dle daných předpisů. Nutností je, aby všechny projekty měly stejnou výchozí pozici, proto je nutné stanovit jednotné vzory dokumentů (fiche, assessment, evaluation, call apod.).

SOUBOR NÁSTROJŮ SMART CITY BRNO

Komunikační platforma (externí i interní) – *pro všechny síla*

- slouží pro efektivní komunikaci a také k řešení interních procesů

Potvrzení či ocenění za spolupráci - *pro všechny síla*

- za jasně definované činnosti zapojení obdrží jednotliví uživatelé ocenění (certifikát level 1 - 5) či potvrzení kvalifikace spolupráce s městem (podpoření kvalifikace a seberealizace)

Efektivní marketing a PR - *pro všechny síla*

- v dnešní době je nutností umět prodat jednotlivé aktivity (příkladem je Vídeň)

Projektové řízení - *pro všechny síla*

efektivní řízení projektů, jasná odpovědnost, termíny a reporting

Zapojení ekosystému - *pro všechny síla*

- nutností je zapojení široké veřejnosti do všech fází procesu a to např. formou připomínkování a návrhů apod.

Ideacamp - *síla 2 (banka nápadů)*

- jedná se o akci, která slouží jako akcelerator nápadů a případných zahraničních řešerů

Soutěž nápadů - silo 2 (banka nápadů)

- jedná se o soutěž, která je také akcelérátor nápadů a případných zahraničních řešerů

Cityhack - silo 3 (laboratoř řešení)

- jedná se o akci, jejímž smyslem je nalézt prototypy na jednotlivé vybrané nápady

Městské výzvy (pilotní či komplexní) - silo 3 (laboratoř řešení)

- hledání nejlepších řešení pro město a to i formou pilotního odzkoušení – určeno např. pro konsorcia (akademický a soukromý sektor)

Grantové soutěže - silo 3 (laboratoř řešení)

- podpora a akcelérátor vědeckých a inovativních projektů

Expertní workshopy - silo 3 (laboratoř řešení)

- jedná se o akci, která je akcelérátorem odborných řešení či představení nabídky z řad akademického sektoru apod.

Expertízy (odborné posudky, studie proveditelnosti apod.) - silo 3 (laboratoř řešení)

- u strategicky významných projektů je nutností posoudit jednotlivé části či celek odbornou veřejností apod.

Innovation public procurement - silo 4 (realizace)

- využití principů společného vývoje a následného rozšíření ve městě, použití principů PCP, PPI, PPP apod.

Představení inovativních projektů - silo 4 (realizace)

- jedná se o akci, kde město představí cíle a projekty, které hodlá realizovat (de facto bude hledat spoluinvestory či realizátory apod.)

Crowdfunding - silo 4 (realizace)

- využití moderního principu pro úspěšnou realizaci

Crowdsourcing - silo 4 (realizace)

- využití moderního principu pro úspěšnou realizaci

Evaluační procesy - silo 5 (evaluační)

- každý projekt je nutné vyhodnotit a poučit se z případných chyb

PODMÍNKY

Pro úspěšnou realizaci je nutné:

- Vytvořit jednoduchou a fungující komunikační platformu (externí a interní část), která bude využívána a aktualizována primárně na straně města
- Vytvořit fungující městský ekosystém a pravidelně jej informovat a zapojovat
- Dostatečně komunikovat a spolupracovat na všech úrovních města včetně zřizovaných příspěvkových organizací a městských společností v majoritním vlastnictví města

- Změnit přístup města ke strategickým otázkám – holistický přístup (nejsou sektory, město jako jeden celek)
- Podporovat inovativní podnikání (vytvořit prostředí pro podporu znalostní ekonomiky)
- Využít znalostního potenciálu města a jeho uživatel
- Zajistit a použít ověřené analytické údaje a data pro další strategické rozhodování
- Poskytovat ověřené datové sady
- Rozhodne-li se město rozpracovávat nápad či realizovat konkrétní řešení, musí být vždy nutnou podmínkou poskytnout možnost zapojení osoby či osob, které byly iniciátory a tvůrci tohoto nápadu či řešení
- Dlouhodobě budovat korektní vztah s městským ekosystémem, vytvářet optimální prostředí a podmínky. V žádném případě nevytvářet přehnaná očekávání, která nebudou nikdy naplněna.

Kompletní znění Konceptu Smart City Brno naleznete zde:

http://www.brno.cz/fileadmin/user_upload/sprava_mesta/Smart_City/Koncept_Smart_City_Brno.pdf

3. Příklady projektů zastřešených Integrovanou komunikační kampaní Chytré Brno

Participativní rozpočet města Brna

Projekt participativního rozpočtu města Brna (dále jen PARO BRNO) reaguje na fakt, že v průběhu procesu přípravy rozpočtu a po jeho schválení nemají občané nástroj k jeho připomínkování. Neexistuje centrální místo pro sběr námětů občanů na obsah rozpočtu. Projekt by měl umožnit občanům Brna se aktivně zapojit do procesu sestavování rozpočtu města (připomínky, návrhy, vlastní projekty...). Sekundárním efektem projektu je podpora sousedských vztahů – občanské společnosti. Realizace projektu by měla zvýšit angažovaných obyvatel, zvětšit důvěru obyvatel v samosprávu a zlepšit komunikaci městských projektů směrem k občanům včetně dosažení systematického zjišťování názoru občanů na rozšíření/restrikce v rozpočtu před jejich zařazením. Úspěšná realizace a naplnění stanovených cílů bude podpořena komunikačním plánem.

Brněnská karta

Projekt BK se týká zavádění e-governmentu ve městě Brně. Na počátku roku 2017 má dojít ke spuštění e-shopu městských služeb, který má v první fázi obsahovat modul pro elektronické šalinkarty. Účet, který si obyvatel města v e-shopu vytvoří, by měl sloužit univerzálně k jeho komunikaci s městem a jeho organizacemi. Zákazník sám si bude moci určit, co má být nosičem prokazujícím jeho odebrané služby (doporučená bude bankovní karta, kterou vlastní).

V plánu je zahrnout postupně do řešení i placené rezidentní parkování (včetně vjezdu do historického centra), oblast kupování vstupů na kulturní aktivity, vstupy na veřejné sportoviště, anketní či diskusní modul a další služby.

Strategické dokumenty města Brna s důrazem na oblast kvality života

Hlavním cílem projektu je celková optimalizace a zefektivnění procesu strategického plánování ve městě Brně a posílení partnerského přístupu v rámci plánovacího procesu, směřující k integrovanému trvale udržitelnému rozvoji města.

Jádrem projektu je **vytvoření nového zastřešujícího strategického rozvojového dokumentu „Strategie pro Brno 2050“ (SpB) a vybraných oborových strategií, zaměřených na zlepšení kvality života obyvatel města – Strategie bydlení, Kulturní strategie, Koncepce sportu a Plánu zdraví města Brna.** Díky jednotnému metodickému vedení, propojení a vzájemné koordinaci zpracování těchto nově vznikajících dokumentů (počínající povinou vizí, přes strategickou a programovou část až do úrovně akčních plánů) bude zajištěn soulad dlouhodobých priorit a cílů na úrovni celkového rozvoje města Brna a jejich odpovídající rozpracování v rámci konkrétních oblastí a aktivit, bezprostředně ovlivňujících kvalitu života jeho obyvatel.

Projekt je založen na aktivní spolupráci a koordinaci všech klíčových aktérů uvnitř magistrátu města Brna (Kanceláře strategie města, Bytového odboru, Odboru Kultury, Odboru školství, mládeže a tělovýchovy a Odboru zdraví) i navenek – jak směrem k odborné veřejnosti (zástupcům veřejného, neziskového, soukromého i akademického sektoru), tak v rámci adekvátního zapojení široké veřejnosti – obyvatel města Brna a Brněnské metropolitní oblasti.

Uvnitř magistrátu bude spolupráce zajištěna prostřednictvím metodického vedení, konzultací a koordinace ze strany Kanceláře strategie města, kterou bude poskytovat garantům a realizátorům

jednotlivých oborových strategií. Odborná veřejnost bude do procesu přípravy SpB a jednotlivých dokumentů, odpovídajících jejich odborné kvalifikaci, zapojena s využitím pracovních skupin, kulatých stolů, formou přímého zapojení vybraných expertů do zpracování dané strategie v roli odborných poradců a v neposlední řadě i pomocí inovativních nástrojů (expertní workshopy, ideacampy apod.), které jsou aplikovány v rámci agendy SMART CITY.

Díky podpoře partnerského přístupu dojde ke zvýšení transparentnosti, přehlednosti a srozumitelnosti celého procesu strategického plánování rozvoje města. Právě vytvoření širokého konsensu na hlavních prioritách a cílech rozvoje města i konkrétních aktivitách, které budou směřovat k jejich naplnění, usnadní cestu k jejich realizaci v následujících letech.

Na realizaci tvorby výše uvedených strategických dokumentů obdrží město pravděpodobně finanční příspěvek z fondů Evropské unie, z Operačního programu zaměstnanost.

Staň se Brňanem

Cílem projektu Staň se Brňákem je zvýšení počtu osob s trvalým pobytem na území města za účelem získání finančních prostředků v rámci rozpočtového určení daní. Bude se jednat o vytvoření motivačních nástrojů, které přesvědčí osoby, které se obvykle zdržují v Brně, ale trvalý pobyt mají nahlášený v jiných obcích, aby si TP přehlásili do Brna.

Cílem je vyrovnaní finanční nerovnováhy, kdy město získává rozpočtovým určením daní (RUD) určitý obnos na obyvatele s TP ve městě (cca 17 000 osobu/rok), avšak ve skutečnosti ve městě žije o několik desítek tisíc lidí navíc, což městu způsobuje finanční i další ztráty.

Městská data

Projekt by měl městským organizacím umožnit jednoduché vzájemné sdílení (přístup) datových sad a zároveň poskytnout některá vybraná data (splňující určitá kritéria) i externím subjektům (v rámci otevřených dat), která tato data vyhledávají k různým komerčním i nekomerčním účelům (např. pro tvorbu mobilních aplikací typu Blokové čištění ve městě, Jízdní řády, Program kulturních akcí, ...). Protože datové sady budou zveřejňovány ve standardizovaném formátu = určené pro strojové čtení, bude výstup projektu zaměřen na úzké spektrum obyvatel => odbornou veřejnost, která dokáže datové sady pomocí dalších nástrojů zpracovat.

Projekt Městská data (dále jen MD) vzešel z potřeby sdílet data v rámci SMB (MMB a městských organizací zřízených SMB). V současné době neexistuje metodika, která by městským organizacím popisovala jakým způsobem je možné vzájemně sdílet evidovaná data získaná v rámci své působnosti s ostatním, popřípadě která data poskytnout široké veřejnosti. V rámci jednotlivých organizací zatím také neexistují žádné postupy jak a kdo má identifikovat vhodné datové sady ke sdílení.

Sekundárním přínosem projektu, potom bude zvýšený zájem uživatelů vytvořených aplikací na základě zveřejněných datových sad o dění v Brně nebo přímo o samotné Brno => např. potencionální nárůst turistů.

Elektronická platforma Smart City | eSC

SMB má ve svém katastru nespočet vzdělávacích a výzkumných institucí, množství inovativních firem a vzdělané občany s velkým podílem studentů – tedy obrovský intelektuální potenciál, který se nedaří využít ve prospěch obce, byť o jejich aktivitě se vzhledem k množství zájmových spolků a čilému dění nedá pochybovat. Stejně tak obtížně čelí situacím, kdy je potřeba součinnost napříč odbory nebo dokonce městskými společnostmi. Na druhou stranu nejsou výjimkou situace, kdy se opakovaně či

dokonce paralelně řeší stejný problém, čímž dochází k mrhání zdroji. Open source i korporátní svět našel odpověď v nasazení technologií a lidé si na to zvykli. Město má nejvyšší čas učinit totéž. Cílem je mít k dispozici elektronickou platformu umožňující efektivní komunikaci, kvalifikované rozhodování, spolupráci a sdílení znalostí. Platforma by se měla stát místem informování, virtuálního setkávání a spolupráce občanů, zastupitelů i městských institucí za účelem dosahování zcela hmatatelných výsledků.

Kreativní Brno

Cílem projektu je podpora kulturních a kreativních odvětví jakožto důležitého prvku místního ekonomického rozvoje. Udržet talenty a pomoci jim růst, podpořit podnikavost, přilákat investory navázané na spolupráci s kreativci, promo Brna jako města kreativity a inovací, navázání na inovační infrastrukturu Brna. Využití nápadů „kreativní třídy“ pro rozvoj města.

Navržené nástroje:

- Vytvoření platformy pro networking a spolupráci v rámci KKO v Brně, respektive JMK-Kreativní Brno
- Inicie tvorby nástrojů podpory KKO (např. kreativní centrum s inkubátorem, kreativní vouchery, FabLab, web a fb Kreativní Brno, regionální filmová kancelář, pavilon Brna na BVV, designcentrum, odvětvový veletrh kreativních průmyslů)
- Poskytování prostor pro tvorbu (metodika pronájmu prostor v majetku města- budovy, sály, kanceláře)
- Podpora prezentace zástupců kreativních odvětví na místních i mezinárodních odvětvových veletrzích a akcích
- Podpora spolupráce/přesahů kreativních odvětví do oblasti znalostní ekonomiky a definovaných strategických (průmyslových) oborů
- Spolupráce na příchodu investorů spolupracujících s kreativci

GEO HUB Brno

Nový Geoportál města, který by měl začít fungovat od října 2016, bude výchozím webovým místem pro všechny mapové a datové aplikace města. Dosud byly mapové vrstvy a aplikace koncipované spíše pro vnitřní potřebu magistrátu, tento přístup se však s novým geoportálem změní.

Nový Geoportál bude koncipován tak, aby v něm laická i odborná veřejnost našla co nejvíce informací, které si bude moci v případě potřeby stáhnout (pokud tomu nebudou bránit licenční podmínky). Záměrem je začít postupně do Geoportálu další vrstvy a aplikace, které budou veřejnost zajímat. Z Geoportálu by se měl stát nepostradatelný nástroj každého Brňana.

4. Stávající image města Brna (respondenti ČR)

- Klíčová komunikační témata: turistická destinace, město k životu a v menší míře město vědy, výzkumu, inovací, studia a podnikání.
- Hlavní cílové skupiny: Obyvatel města, talent, investor.
- Volná parafráze klíčových asociací: Malé, velké město, které poskytuje velké množství možností pracovního i soukromého vyžití (komplexnost) na malé ploše společně s ostatními obyvateli (blízkost), nicméně s malou sebedůvěrou a snahou o mezinárodní rozvoj.

MALÉ VELKÉ MĚSTO



VELKÉ „vybavení“ města

- Památky a historická architektura města
- Kultura, sport a příležitosti pro volnočasové aktivity
- Univerzity, podnikání, výzkumná centra, podnikání, inovace
- Koncentrace (vše na malém místě)
- Komplexnost (od každého trochu)
- Kreativita, nekonformnost, nápaditost, tvůrčí místo

MALÉ sebevědomí a pohled do budoucna

- Vtip, ironie, satira
- Provinčnost („malost“, malý rozhled)
- Nejednotnost a nesouznění mezi obyvateli a reprezentanty města
- „Na Brno dobrý...“ – neumíme „prodat“ a být hrdí na svoje úspěchy
- Vše významné má historické počátky, tj. pouze rozvoj Inovačního ekosystému je produktem 21. století



MĚSTO

- Komunity a komunitní styl (místní), intimita
- Vše k životu



5. Integrovaná komunikační strategie Chytré Brno

5.1. Strategické cíle

Zapojit do tvorby budoucnosti Brna aktivní občany, firmy a akademický sektor, který má zájem s městem spolupracovat. Zvýšit povědomí o aktivitách města v oblasti Smart City, umožnit jednotlivým aktérům se konkrétně zapojit. Postupně budovat image Brna jako města, které chytře, smysluplně a šetrně využívá moderní technologie a přístupy, vedoucí ke zkvalitnění života v něm, k jeho efektivnějšímu řízení, k zachování přírodních zdrojů a energetické udržitelnosti.

5.2. Marketingové cíle

Každý projekt zastřešený integrovanou komunikační kampaní bude mít specifikovány své vlastní marketingové cíle. Pokud bude výstupem kreativní strategie kampaní doporučení budovat jakousi zastřešující značku Chytré Brno, která je dosud brána pouze jako pracovní pojem, musí tato značka pomoci naplňovat stanovené marketingové cíle jednotlivých projektů Smart City Brno.

5.3. Komunikační cíle

Každý projekt zastřešený integrovanou komunikační kampaní bude mít specifikovány své vlastní komunikační cíle. Pokud bude výstupem kreativní strategie kampaní doporučení budovat jakousi zastřešující značku Chytré Brno, která je dosud brána pouze jako pracovní pojem, musí tato značka pomoci naplňovat stanovené komunikační cíle jednotlivých projektů Smart City Brno.

5.4. Klíčové sdělení Chytré Brno

Město, které chytře, smysluplně a šetrně využívá moderní technologie a přístupy, vedoucí ke zkvalitnění života v něm, k jeho efektivnějšímu řízení, k zachování přírodních zdrojů a energetické udržitelnosti. Město je společné občanům, veřejné správě, podnikatelům i univerzitám. Město je naše! Město, ve kterém se dobře žije; se širokou nabídkou pracovních míst. Ambicí města je aspirovat na nejvyšší příčky žebříčků měst podle kvality života, zároveň navázat na historickou tradici a posilovat svou pozici centra vzdělanosti, výzkumu a vývoje. Brno bude vždy mezinárodní a otevřené. Brno je výstavní město s udržitelným rozvojem a kvalitní architekturou v návaznosti na historické tradice. Město, které dokáže těžit ze své blízké polohy k ekonomicky silným regionům (Viedeň či Bratislavský kraj).

5.5. Cílové skupiny

Cílové skupiny lze rozdělit do dvou hlavních skupin:

1) Interní – zaměstnanci MMB, zřízených příspěvkových organizací a městských společností s majoritním podílem města

2) Externí – soukromý sektor, akademický sektor, neziskové organizace, odborná veřejnost a aktivní uživatelé města

Cílovou skupinou jsou primárně všichni, kteří mají zájem se podílet nezištně na rozvoji města a kteří chtějí zlepšit prostředí, ve kterém sami žijí, studují či pracují.