

**PROTOKÓŁ Z PRZEBIEGU SPOTKANIA  
RADY MENTORÓW  
w dniu 18 listopada 2015 r.**

W spotkaniu uczestniczyli: Jacek Jaśkowiak – Prezydent Miasta Poznania oraz następujący członkowie:

A. Rady Mentorów:

1. Agnieszka Duczmal - założycielka i dyrektor Orkiestry Kameralnej Polskiego Radia „Amadeus”,
2. Ewa Wycichowska - dyrektor naczelny i artystyczny Polskiego Teatru Tańca – Baletu Poznańskiego,
3. Solange Olszewska - współzałożycielka i wieloletnia prezes Solaris Bus & Coach S.A,
4. Zuzanna Skalska - analityk trendów ds. designu, innowacji i biznesu, doradca ds. innowacji i designu dla polskich i holenderskich instytucji rządowych,
5. Piotr Voelkel - prezes Wielkopolskiego Towarzystwa Zachęty Sztuk Pięknych,
6. Lech Mergler - działacz społeczny, współzałożyciel Stowarzyszenia Prawo do Miasta,
7. Jakub Głaz - krytyk architektury i publicysta,
8. Maciej Nowak - zastępca dyrektora ds. artystycznych Teatru Polskiego w Poznaniu,
9. Marian Gorynia - rektor Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu,
10. Michał Beim - specjalista ds. transportu miejskiego i regionalnego, wiceprezes poznańskiego Stowarzyszenia „Sekcja Rowerzystów Miejskich”,

B. Hot Team:

1. Iwona Matuszczak-Szulc
2. Katarzyna Plewa
3. Anna Wróblewska
4. Rafał Kołodziej
5. Maciej Kawecki

Prezydent przywitał uczestników spotkania, przedstawił zarys zmian zachodzących w obszarze społeczno-gospodarczym, w tym niekorzystne zjawiska jak m.in. ubytek mieszkańców, mniejsze wpływy z PIT, zmiana struktury wiekowej mieszkańców. Wskazał także na atuty miasta: udział terenów zieleni w ogólnej powierzchni miasta, niska stopa bezrobocia, obecność ciekawych przedsiębiorstw: Volkswagen, Allegro. W dalszej kolejności Prezydent przedstawił propozycje kluczowych kierunków rozwoju miasta.

Następnie członkowie Rady Mentorów poproszeni zostali o wskazanie, ich zdaniem, najważniejszych kwestii, które wymagają uwzględnienia w pracach nad strategią rozwoju miasta oraz wskazania wyróżnika, istoty miasta.

Lech Mergler- należy zastanowić się nad sposobem obecności strategii w funkcjonowaniu miasta i jak strategia będzie obecna w świadomości mieszkańców. Obszarami wymagającymi szczególnej uwagi są: jakość pracy (w Poznaniu praca jest, ale czy jakość tej pracy przekłada się na rozwój miasta?), mieszkalnictwo (brak mieszkań dostępnych dla zwykłych ludzi jest obecnie jednym z głównych powodów ucieczki mieszkańców, zwłaszcza młodszych, pod Poznań) i usługi publiczne, w tym kultura, edukacja, służba zdrowia. W ostatnich latach

głównym celem wydatkowania środków był sport kwalifikowany, inwestycje w stadion, aquapark to był wydatek rzędu 1,5 mld zł, zabrakło natomiast inwestycji w instytucje kultury. Na Poznań można spojrzeć jako na miasto pewnych kontrastów, nawet sprzeczności i to jest potencjał, który można wykorzystać w promowaniu miasta. Przykładowo Poznań ma najsilniejszy w Polsce ośrodek anarchistyczny a jednocześnie jest to miasto ludzi, którzy cenią porządek i tradycyjnie przejawiają respekt wobec władzy. Poznań ma największy festiwal poezji, a jednocześnie jest miastem bardzo trzeźwym itd.

Agnieszka Duczmal – należy zwrócić uwagę na kulturę w mieście, wiele wydarzeń jest niedofinansowanych i niezareklamowanych. Brakuje powszechnej wiedzy o tym co dzieje się w kulturze. Jeszcze kilkanaście lat temu widać było, że Poznań jest dumny z siebie, ale coś w międzyczasie się zmieniło. Inwestowano w stadion, a nie kulturę i rola kultury w mieście została zmarginalizowana. W Poznaniu brakuje także mieszkań, a jeśli już są, to ludzi nie stać na ich wynajem czy kupno. Centrum miasta jest zaniedbane, ulica Św. Marcin powinna być wizytówką miasta. Należy także właściwie promować i reklamować Poznań na zewnątrz. Poznaniacy nie potrafią się chwalić na zewnątrz, nie potrafią sprzedać tego, co wartościowe.

Maciej Nowak – zaskakująca jest alienacja i nieadekwatność samopoczucia Poznania w stosunku do tego, jak jest postrzegany na zewnątrz. Poznań na zewnątrz kojarzy się z wyrazistymi znakami kulturowymi: Polski Teatr Tańca, Orkiestra Pani A. Duczmal, festiwal Malta, tymczasem w Poznaniu odczuwa się tego deprecjację, jakby te znaki nie były ważne. Brakuje poczucia dumy z bycia poznaniakiem. Poznań na zewnątrz odbierany jest bardzo pozytywnie, tymczasem będąc w mieście odnosi się wrażenie, że mieszkańcy nie doceniają tego i umniejsza się tę wartość. Poznań to miasto królów, może konkurować pod tym względem z Krakowem, ale w ogóle tych atutów nie wykorzystuje. Nie podkreśla się nigdzie tego, że Poznań ma prawdopodobnie najnowocześniejszy w kraju model gastronomii, gdzie to szef kuchni, a nie menadżer jest twarzą lokalu.

Solange Olszewska – w Poznaniu za mało jest tzw. „kolorowych ptaków” – osób, które działając w nietuzinkowy sposób, wyróżniają się i tym samym sprawiają, że więcej mówi się o mieście. Trzeba brać przykład z innych miast – Berlin postawił na kulturę i jest teraz rozpoznawalny. Warto też rozbudowywać kontakty z innymi miastami, które mogą być dla nas przykładem spektakularnych zmian, jakie w nich zaszły, np. Hanower w Niemczech, czy Eindhoven w Holandii.

Ponadto trzeba zachęcać do korzystania z komunikacji miejskiej na szerszą skalę nie tylko biedniejszych mieszkańców, ale także tych, których stać na samochód. Należy też wykorzystać szansę, jaką dają środki unijne i tworzyć więcej przykładowych żłobków i przedszkoli.

Piotr Voelkel – warto robić rzeczy spektakularne, wariackie, które będą nas wyróżniać. Należy również nie umniejszać własnych sukcesów, umieć się nimi chwalić, ale równocześnie budować pozytywną atmosferę wokół sukcesów innych. Za pozytywny przykład zmian w sferze miasta podał Eindhoven, funkcjonuje tam akademia design, która stała się jednym z kluczowych motorów przemian z miasta przemysłowego na miasto nowoczesne. Stwierdził, że branża design to segment, który świetnie spina obszar przedsiębiorczości. Jeśli na miejscu nie będziemy umieli projektować, to będziemy specjalizować się wyłącznie w produkowaniu tego, co inni wymyślili, a to ogranicza rozwój.

Marian Gorynia – nasza percepcja Poznania jest zróżnicowana. Należy zaangażować poznańskie media w akcje promocyjne miasta. Miasto musi się w czymś specjalizować, wyróżniać, ale miasto jest swego rodzaju wielobojem w tym sensie, że powinno być dobre i przyjazne dla wszystkich. Tradycyjny biznes powinien być szanowany, bo on stanowi zasadniczą część miejskiej przedsiębiorczości. Innowacyjne firmy, nawet jeśli bardzo byśmy sobie tego życzyli, nigdy nie będą przeważać liczebnie nad tymi tradycyjnymi. To te ostatnie dają miejsca pracy i zarobek.

Zuzanna Skalska – miasta zaczynają odgrywać najważniejszą rolę w kraju. Nie buduje się ich od dachu a od podmurówki tzn. oddolnie przy aktywnym współudziale mieszkańców. W Holandii miasta odchodzą od modelu, w którym główną rolę odgrywa podmiot zarządzający, teraz w miastach są moderatorzy. Mieszkańcy formułują swoje potrzeby i oczekiwania, a rolą moderatora jest spowodować, by miasto było miejscem przyjaznym do życia. W tym modelu zarządzania mieszkaniac jest citymaker'em.

Ewa Wycichowska – trzeba skupić się na mieście, nie na regionie. Inne miasta potrafiły wykorzystać środki unijne i wybudować różne obiekty kulturalne na swoim terenie. Miasto Poznań z takiej szansy dotychczas nie skorzystało. W Poznaniu funkcjonują bezdomne instytucje kultury jak Polski Teatr Tańca, które żeby prowadzić swoją działalność artystyczną, muszą wynajmować miejsca i sprzęt na przedstawienia. Należy także niwelować sztuczny podział na instytucje miejskie i marszałkowskie, który utrudnia pozyskiwanie środków na realizację ciekawych przedsięwzięć kulturalnych równocześnie z budżetu miasta i samorządu wojewódzkiego.

Michał Beim – rolą strategii jest próba wykształtowania czegoś w rodzaju mitu założycielskiego (ducha miasta). Poznaniowi grozi „pułapka średnich dochodów” – gdy mieszkańcy względnie zadowoleni ze swoich zarobków uważać będą, że nie trzeba niczego zmieniać i nie trzeba się bardziej starać. Ważne by polityka uczelni była spójna z wizją miasta, by kierunki kształcenia odpowiadały obecnym i przyszłym potrzebom rynku pracy. Wizerunek miasta kreują pilotaże, warto być awangardą i robić coś jako pierwsi w Polsce. Przy pracy nad strategią pamiętać należy o przepisach prawa, które odwołują się do strategii, np. dotyczące rewitalizacji, tak by ten dokument był kompatybilny z zasadami rozdziału środków UE na tego typu przedsięwzięcia.

Jakub Głaz – warto zastanowić się nad nowym hasłem dla Poznania, jest już kilka propozycji m.in.: „Poznań miastem otwartym”. Na ten moment hasło to nie odpowiada rzeczywistości, gdyż Poznań jeszcze miastem otwartym nie jest i ten dysonans między hasłem a rzeczywistością były porównywalny do tego, który towarzyszył hasłu „Poznań know-how”. Warto wykorzystać hasło rzucone przez p. Waldemara Łazugę: „Wolne miasto Poznań”. Sam proponuję też alternatywę: „Poznań - miasto w porządku”/„Poznań jest w porządku”. Poznań ma mocną tradycję miasta porządku, tylko my już tę cechę utraciliśmy, występuje bałagan architektoniczny itp. Porządek cały czas jest potrzebą, która w poznaniakach istnieje, oni czują, że są porządnymi poznaniakami. Płaszczyzn do rozwoju w mieście jest 5: (1) przestrzeń miasta rozumiana różnie (miasto kompaktowe), (2) nowatorstwo (miasto było kiedyś rozsądnikiem pomysłów miejskich, wzorem dla innych – warto do tego wrócić), (3) edukacja, (4) Poznań jako miasto laboratorium, które eksperymentuje ze sobą i nie boi się

pomyłek, (5) kultura. Poza tym jako poznaniacy powinniśmy mieć większy dystans do siebie i umieć z siebie żartować. Warto żeby kampania promocyjna miasta była prowadzona w takim duchu.

Trzeba zmienić język strategii i sposób komunikowania się na zewnątrz. Dobrze byłoby także określić profil osobowościowy poznaniaka – kim jest, jakie ma oczekiwania, jakie obawy, jak do niego skutecznie dotrzeć z przekazem itp. To pozwoli sformułować strategię w sposób przystępny dla mieszkańców.

Maciej Kawecki – Poznań posiada zasoby np. kreatywność, ale są one rozproszone. Wszyscy pracują nad odrębnymi projektami, ale nikt nie pracuje nad wspólną przestrzenią, ideą. Brakuje platformy współpracy różnych podmiotów w mieście żeby wykorzystywać kreatywne podejście do rozwiązywania problemów, brakuje zaangażowania obywateli w formułowanie problemów i ich rozwiązywanie. Takie podejście pozwoliłoby za jakiś czas wykreować Poznań jako miasto otwarte.

Prezydent odniósł się do wcześniejszych wypowiedzi odnoszących się do konserwatyizmu poznaniaków. Stwierdził, że patrząc na zmiany zachodzące w ostatnim czasie, w tym wyniki ostatnich wyborów parlamentarnych, gdzie konserwatywne ugrupowania zdobyły mniej mandatów w Poznaniu, nie można zgodzić się z twierdzeniem, że poznaniacy są konserwatywni.

Michał Beim stwierdził, że Poznań nie jest konserwatywny, Poznań jest zachowawczy, utrzymane jest pewne status quo.

Piotr Voelkel zasugerował, że badania profilu poznaniaków można byłoby zrobić przy wsparciu Uniwersytetu SWPS i spróbować pozyskać na ten cel grant.

Prezydent zauważył, że zbadanie profilu jest ważne, ale nie może całkowicie wpływać na język strategii, bo celem Poznania jest przyciąganie młodych, zdolnych ludzi także z innych części Polski (przykład Eindhoven, gdzie 25% populacji stanowią przyjezdni, a nie rdzenni mieszkańcy miasta). Strategia musi mieć na tyle uniwersalny język, bo trafić do wszystkich, zarówno rdzennych, jak napływowych mieszkańców Poznania.

Na tym część poświęcona wskazaniu kluczowych kierunków rozwoju miasta została zakończona. Następnie moderatorzy spotkania, tj. Anna Wróblewska i Rafał Kołodziej przedstawili wstępną propozycję sposobu pracy nad budową strategii rozwoju miasta. Zakłada ona partycypację mieszkańców w trakcie całego procesu, weryfikowanie wstępnie określonych pomysłów przez członków Rady Mentorów, gremium ekspertów zewnętrznych i interpretatorów.

Członkowie Rady Mentorów nie zgłosili uwag do przedstawionej propozycji i zgodzili się uczestniczyć w dalszych pracach.

Prezydent zaproponował, aby do udziału w pracach Rady Mentorów zaprosić także Waldemara Łazugę.

Kolejne spotkanie Rady Mentorów ustalono na dzień 29 lutego 2016 r.