



Koncepce (Základní teze) rozvoje příspěvkové organizace Symfonický orchestr hlavního města Prahy FOK na léta 2013 – 2017

Současný stav:

- Nedostatečné samofinancování
- Nízká návštěvnost
- Nedostatečně vyhraněný profil, pokud jde o program, výkon a zvukovou specifičnost orchestru
- velká konkurence doma i v zahraničí
- výkon orchestru neodpovídající jeho možnostem
- nedostatečné využití synergie vlastního sídla (Obecní dům, kostel sv. Šimona a Judy), města jako „veřejné ruky“ a cestovního ruchu

- „Praha“ v názvu orchestru – zajišťuje ve světovém měřítku pozitivní konotaci – díky asociacím se špičkovými kulturními počiny v minulosti, je symbolem střední Evropy, v jejímž srdci leží
- Intenzivní zájem o label „Praha“ díky nové mladé generaci turistů
- Praha stále žije v povědomí jako Mozartovo město (po Salcburku a Vídni)
- Jako hudebníci mají Češi velmi dobrou pověst
- Obecní dům je – i ve světovém měřítku - jednou z nejznámějších budov, jako vzorový příklad jednoho z oblíbených stavebních slohů
- Kostel sv. Šimona a Judy je ideální pro komorní, barokní a chrámovou hudbu
- Obě budovy mají (velmi) výhodnou polohu nejen pro pražské publikum, jsou také v blízkosti hotelů vyšší cenové kategorie a luxusních hotelů
- „Veřejná ruka“ (hl. m. Praha) jako zřizovatel umožňuje synergie (Informační služba, cestovní ruch, České centrum, partnerská města etc.)
- Ve (střední) Evropě je vůle a ochota spolupracovat s pražskou institucí velmi vysoká
- Praha - sídlo četných mezinárodních investorů, někteří vědomě operují s přitažlivostí názvu města a přicházejí tedy v úvahu jako sponzoři

Je třeba:

- Vytvořit profil odlišný od profilu České filharmonie, tedy vědomě nenabízet „vše“
- Jako budoucí publikum přitáhnout mládež i s rodiči
- Koncerty, které by byly nejen atraktivní pro turisty, ale které by také přitáhly pozornost domácí i mezinárodní hudební scény
- Atraktivnější reklama
- Zvýšit rentabilitu
- Kontinuální zvyšování samofinancování
- Podpora ze strany sponzorů
- Spravedlivé a odpovídající platy pro členy orchestru

- Posilovat povědomí o Praze jako o symbolu středoevropské kultury na věhlasném místě (Obecní dům) a odbourávat tak image levné turistické destinace

Opatření:

- Získat šéfdirigenta, který by pozvedl výkon orchestru a byl tvůrcem nového specifického zvuku orchestru
 - Město by mělo za pomoci sponzorů, kteří vlastní smyčcové nástroje, investovat do nástrojového vybavení orchestru, tyto nástroje by měly být orchestru trvale k dispozici
- Repertoár se vztahem k Praze (Mozart a jeho čeští současníci, pozdní klasicismus a romantismus až po Mahlera), se vztahem k secesnímu charakteru budovy (francouzští impresionisté) a uvádění skladeb současných českých skladatelů
- Vlastní repertoár chrámové hudby pro kostel Šimona a Judy (víkendové koncerty, které by byly atraktivní pro turisty a hosty přilehlých hotelů)
- Jednou ročně opereta v divadle v Karlíně a poloscénické uvedení jedné z Mozartových oper – nejen v Praze ale i v rámci turné
- Zvat renomované hostující dirigenty a sólisty
- Profilovat se jako platforma pro mladé české sólisty (laureáty cen) a dirigenty s mezinárodním věhlasem
- Vytvořit síť středoevropských orchestrů s centrem v Praze a přitom vnímat konkurenční prostředí jako šanci
- Spolupráce s renomovanými festivaly - Salzburger Festspiele aj. – Mozart (např. zvat oceněné dirigenty, poloscénické uvedení Mozartových oper)
- Těsnější provázanost orchestru s vlastním sídlem / Obecní dům, který je turistickou atrakcí dostat do mezinárodního povědomí tak, aby byl FOK asociován s Obecním domem a naopak
- „Ples pražských symfoniků“ v Obecním domě by se jako ples vídeňských filharmoniků mohl stát místem setkání vyšších společenských kruhů.
- Hl. m. Prahu (primátor, magistrát) vnímat nejen jako zdroj financí, ale jako zajímavého kooperačního partnera
- Pronikavější kulturněpolitická percepce orchestru ze strany primátora a vedení města
- Sponzoři FOK jsou „sponzory hl. m. Prahy“ a měli by být takto i pojmáni ze strany primátora a měli by být zváni na oficiální akce – možnost pro navázání dalších kontaktů
- Využít systém partnerských měst a doprovázet oficiální státní prezentace na mezinárodní úrovni – permanentní kooperace a koordinace s institucemi „veřejné ruky“

- „Cena hl. města Prahy“ (financovaná sponzory) pro dirigenty, sólisty a skladatele, jejíž součástí by bylo veřejné vystoupení s orchestrem a koncertní turné
- Hledat synergii ve všech oblastech, především při tvorbě image v reklamě
- Podporovat kulturní a vzdělávací aktivity města zaměřené na děti a mládež
- Didaktický program pro školy, zařazení soudobé hudby a vést tak mládež k novým poslechovým návykům
- Veřejné generálky se vstupným
- Spolupráce s pražskými hotely a mezinárodním cestovním ruchem (výhodné balíčky, prodej lístků, vstupenky kombinované s večeří v restauracích Obecního domu)

Předpoklady:

- Financování ze strany hl. m. Prahy v dosavadní výši po dobu 2 let, nezávislé na úsporných opatřeních
- Vstřícnost ze strany hl. m. Prahy při využívání obou koncertních budov

Dr. Florian HAUG