

Koncept činnosti Czech Music Office

ZAMĚŘENÍ:

Proexportní kancelář Czech Music Office (CMO) se zaměřuje na podporu „současné konkurenceschopné hudby“ vzniklé na území České republiky v nejširším žánrovém záběru (world music, rock-pop, elektronická hudba, hip-hop, jazz, alternativní hudba, další podžánry a fúze; v některých specifických případech může podporovat i projekty současné klasické hudby).

ROLE A CÍLE:

- 1) Propagovat českou hudební scénu v zahraničí
 - Organizace, koordinace a finanční podpora prezentace české hudební produkce na relevantních veletrzích, showcase, festivalech apod.
 - Podpora a propagace českých hudebních umělců na mezinárodním hudebním trhu s tím, že tato podpora bude závislá na schopnostech a příležitostech se prosadit; výběr podpořených umělců bude napojen na potřeby trhu.
- 2) Podporovat odborné vzdělávání (VET – Vocational Educational Training) formou neformálních vzdělávacích kurzů, workshopů, koučinku apod.
 - Pro české hudební umělce.
 - Pro další aktéry hudebního sektoru (promotéry, manažery, agenty, produkční apod.).
 - Nastavení základního know-how profesionality v hudebním průmyslu (základní porozumění hudebnímu průmyslu, komunikační metody, živé vystupování, osobní prezentace apod.).
- 3) Vytvořit platformu z řad zástupců hudebního průmyslu v ČR s cílem podpořit jeho infrastrukturu
 - Šířit povědomí o českém hudebním průmyslu.
 - Podporovat spolupráci mezi jednotlivými aktéry a segmenty hudebního průmyslu.
 - Napomáhat výměně informací, zkušeností, příkladů dobré praxe a provázanosti dílčích proexportních a vzdělávacích aktivit.
- 4) Vyhledávat finanční lokální i zahraniční partnery (fundraising)
 - Strategičtí partneři.
 - Komerční partneři.
 - Projektoví partneři.
 - Grantové možnosti.
 - Podpora ze strany ministerstev a měst a jejich organizací (Ministerstvo zahraničních věcí, Ministerstvo průmyslu a obchodu, Ministerstvo pro místní rozvoj, CzechTourism apod.).
- 5) Propojovat české hudební profesionály s mezinárodní scénou
 - Propojování a navazování kontaktů (hudební průmysl, média a další).

- Podpora obchodní činnosti (obchodní mise).
- Podpora a usnadnění výměnných projektů (hudba, hudební průmysl, vzdělávání).
- Propojování českého hudebního průmyslu s relevantními mezinárodními partnery.

Prostřednictvím výměnných a společných projektů posilovat regionální hudební průmysl v rámci regionu střední a východní Evropy, a tím přispět k navýšení konkurenceschopnosti tohoto regionu, jehož je ČR součástí, na globálním hudebním trhu. Kromě regionu střední a východní Evropy se CMO zaměří i na relevantní zahraniční trhy na základě dlouhodobého konceptu či aktuální zahraniční kulturní politiky.

6) Marketing a vize

- Vytvoření značky české hudby, která reprezentuje kvalitu prostřednictvím úspěšných umělců a efektivní propagace.

7) Vytvořit a aktualizovat základní informační platformu – informační webový portál s adresáři a odkazy na aktéry českého hudebního průmyslu, který bude sloužit jako informační kanál pro český hudební průmysl a směrem do zahraničí. Portál by měl obsahovat např.:

- Aktuální data ohledně dění na české i zahraniční hudební scéně.
- Současné hudební projekty.
- Propagační materiály.
- Databáze hudebních umělců.
- Databáze klubů, festivalů.
- Databáze promotérů, agentur.
- Databáze hudebních vydavatelství/nakladatelství.
- Informace o hudebních vzdělávacích projektech.
- Databáze médií.
- Fakta a statistiky hudebního průmyslu.
- Informace o dostupných finančních zdrojích a grantových možnostech.
- Odkazy na další informační zdroje a propagační materiály.

8) Podporovat infrastrukturu českého hudebního průmyslu a vytvářet trvale udržitelný systém

- Iniciovat vytvoření klastrů ve všech segmentech hudebního průmyslu.
- Implementovat českou platformu do mezinárodní sítě.
- Lobbovat a prezentovat zájmy českého hudebního průmyslu na mezinárodní úrovni.
- Podporovat spolupráci s dalšími, nejen kulturními a kreativními odvětvími (cestovní ruch, gastronomie, filmový průmysl apod.), a přispívat tak ke komplexní prezentaci české kultury.

