



# NEWSLETTER

przemysłów kreatywnych



# SPIS TREŚCI

---

## 4 SEKTOR KREATYWNY

Sektor kreatywny –  
co to takiego?

## 6 LOKALE DLA KREATYWNYCH

Sienkiewicza 61a:

Lokal

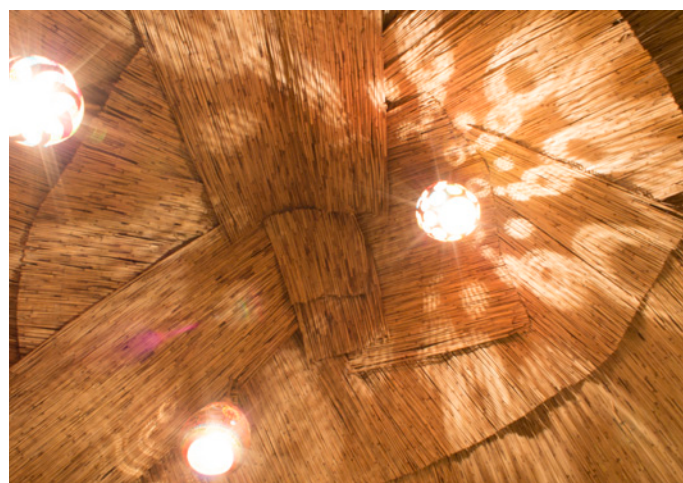
City Bum Bum

AR design

Jedwab Autorski

---

[www.kreatywna.lodz.pl](http://www.kreatywna.lodz.pl)



1. Lokal
2. AR design
3. City Bum Bum

# OD REDAKCJI

---

Słowo „kreatywność” na stałe wpisało się do słownika współczesnego Łodzianina. Nawet jeśli lekko nadużywane, jest pewnego rodzaju stymulatorem rozwoju i stanowi inspirację do działania. Oczywiście nie wszyscy jesteśmy kreatywni, nie wszystko co robimy można nazwać kreatywnym. Co więcej, wszyscy kreatywni być nie musimy. Najważniejsze, abyśmy wspólnie tworzyli środowisko do działania dla tych, którzy kreatywni są. Dzięki temu, wszyscy korzystamy z przedsiębiorczości, inicjatywy osób utalentowanych, które pragną dzielić się efektami swojej kreatywności. Newsletter Przemysłów Kreatywnych to projekt, który jest z Łodzianami od początku wdrażania strategii promocji marki. W tym roku postanowiliśmy zaprezentować przede wszystkim mieszkańcom miasta, którzy uwierzyli w wizję Łodzi kreatywnej, i co więcej zaczęli aktywnie ją realizować poprzez realne działania kulturalne i biznesowe.

---

## REDAKCJA

**Redaktor naczelny:** Maciej Mazerant

**Współpraca:** Maja Ruszkowska-Mazerant

**Redakcja, korekta:**

Justyna Muszyńska-Szkodzik

**Wydawca:** ECC-CF, PURPOSE

[www.purpose.com.pl](http://www.purpose.com.pl)

**Adres redakcji:**

90-413 Łódź, ul. Piotrkowska 59 lok. 13U

[www.kreatywnisamozatrudnieni.pl](http://www.kreatywnisamozatrudnieni.pl)

e-mail: [kontakt@kreatywnisamozatrudnieni.pl](mailto:kontakt@kreatywnisamozatrudnieni.pl)

Newsletter powstaje na zlecenie Urzędu Miasta Łodzi

**Na okładce:**

Lokal, Sienkiewicza 61a

Zdjęcie: PURPOSE content

[www.kreatywna.lodz.pl](http://www.kreatywna.lodz.pl)

# SEKTOR KREATYWNY CO TO TAKIEGO?

Tekst: Maciej Mazerant

Wydawca magazynu PURPOSE oraz Ładnie Naprawię. Łodzianin. Od 2000 roku zajmuje się tematyką związaną z sektorem kreatywnym i przedsiębiorczością w kulturze. Przygotowywał opracowania do wielu projektów inwestycyjnych w Łodzi.

*Zmieniająca się Łódź, to fakt. Są mieszkańcy, dla których te zmiany są od dawna wyczekiwane, są również i Ci, dla których nowości stanowią pewien dyskomfort. Zainicjowane blisko pięć lat temu działania, mające na celu zmianę wizerunku przestrzeni, jak i społeczności miasta, przynoszą efekty – Łódź przestaje być bowiem – obojętna.*

Katalizatorem łódzkich zmian była niewątpliwie „Strategia promocji i komunikacji marketingowej Marki Łódź na lata 2010-2016”, która określiła strategiczne cele rozwoju Łodzi jako miasta kreatywnego. Przyjęta uchwałą Rady Miejskiej, od 2011 roku konsekwentnie wdrażana przez Urząd Miasta Łodzi, z pełnym zaangażowaniem wydziałów UMŁ, pod przewodnictwem Biura Promocji, Turystyki i Współpracy z Zagranicą.

Co ważniejsze jednak, strategia była jednym z nielicznych w historii miasta dokumentów wokół którego konsensus osiągnęli przedstawiciele kultury i szeroko rozumianego sektora kreatywnego, społecznicy, naukowcy, przedsiębiorcy i urzędnicy. Uwierzyli oni, na nowo w możliwość kreowania otaczającej rzeczywistości, a co najważniejsze dostali narzędzie, dzięki któremu mogli te zmiany wprowadzać. Dokument strategii koncentruje się przede wszystkim na tworzeniu warunków dla rozwoju kreatywnych idei oraz rozwiązań wspierających budowanie marki miasta w oparciu o cztery filary, jakimi są kultura, gospodarka, edukacja oraz turystyka i sport. Efekty

tych działań widzą nie tylko łodzianie, ale również mieszkańcy innych miast Polski, którzy z uznaniem wypowiadają się o Łodzi jako miejscu, w którym ludzie nie boją się kreować, mieście, które staje się centrum polskiej kreatywności.

Łodzianie oraz turyści, których w Łodzi pojawia się coraz więcej, na nowo odkrywają piękno miasta. Odnowiona ulica Piotrkowska, przyciąga zarówno na popołudniowy spacer, jak i wieczorną zabawę. Młodzi ludzie, studiujący w łódzkich uczelniach wyższych, nie mają już problemu, aby właśnie w centrum miasta spędzać czas wolny od zajęć. Początkujący przedsiębiorcy dzięki programowi „Lokale dla Kreatywnych” jako miejsce prowadzenia działalności gospodarczej w sektorze kreatywnym wybierają właśnie główną ulicę miasta. Na Piotrkowskiej coraz częściej pojawiają się całe rodziny, aby wspólnie korzystać z rosnącej oferty butików, kawiarni, restauracji. Gros z nich powstało właśnie w ramach programu „Lokale dla Kreatywnych”, przedsięwzięcia zainicjowanego w ramach strategii promocji marki, które idealnie wpisuje się w potrze-

by społeczne, i te związane z odnowieniem tkanki miejskiej, i zasobów komunalnych. Najemcy lokali miejskich wynajętych w konkursie, w większości przypadków angażując swój czas i pieniądze, dają nowe życie przestrzeniom do tej pory skazywanym na niszczenie i zapomnienie. Co więcej aktywizują swoją działalnością społeczności lokalne, integrując wokół organizowanych wydarzeń, akcji czy inicjatyw. Program „Lokale dla Kreatywnych” staje się więc nie tylko działaniem wspierającym przedsiębiorczość ale także narzędziem szeroko pojętej rewitalizacji, która jest kluczowym elementem rozwoju miasta. Rewitalizacja bowiem to nie tylko przebudowa lub adaptacja budynków, to w równym stopniu ważne, działania dotyczące rozwiązywania problemów społecznych, poprawy warunków mieszkaniowych, poprawy przestrzeni publicznych oraz zwiększenia atrakcyjności gospodarczej.

Równie ważny z perspektywy wizerunku miasta oraz rozwoju gospodarczego i społecznego jest program „Mia100 Kamienic”. Długotrwały proces odnawiania zabytkowych kamienic, zlokalizowanych w centrum miasta przynosi efekty, stymuluje do aktywności właścicieli prywatnych budynków, którzy podnoszą standard swoich nieruchomości. Efekt domina jest więc nieunikniony, a wszystko to z korzyścią dla mieszkańców, którzy będą mogli, bądź już mogą mieszkać, żyć w przyjaznym i bezpiecznym otoczeniu. Program „Mia100 Kamienic” to jeden z ważniejszych elementów i modelowy przykład miejskiego procesu rewitalizacji, w ramach którego obok remontu budynków realizowany jest proces aktywizacji przestrzeni poprzez wprowadzenie najemców – najzdolniejszych studentów i absolwentów łódzkich uczelni wyższych. Daje to impuls pozytywnym zmianom społeczności lokalnej.

Studenci i absolwenci dzięki realizowanym przez miasto programom, takim jak „Lokale dla Kreatywnych” czy „Mia100 kamienic”, mają szansę związać się z nim na dłużej zarówno zawodowo, jaki i życiowo. Faktem staje się wizja miasta akademickiego, z którego młodzi ludzie nie chcą uciekać, zaraz gdy tylko skończą edukację. Nowe technologie, innowacje, kreatywność stają się

---

**Niewątpliwie Łódź jest cały czas na początku swojej drogi do sukcesu. Jest to również droga pod górę, ciężka, mozolna, nudna. Należy więc cieszyć się z małych sukcesów, eliminować przeciwności, które występują zawsze, szczególnie tam, gdzie coś po prostu się dzieje. Jak mówi przysłowie „nie myli się ten, kto nic nie robi” – życzymy sobie więc, aby podczas przemiany naszego miasta tych pomyłek było jak najmniej.**

---

magnesem przyciągającym do Łodzi tych, którzy poszukują wysoko specjalistycznych stanowisk pracy. „Łódź kreuje” to nie puste hasło promocyjne, to hasło, które na dobre zagościło w komunikacji mieszkańców zarówno tej wewnętrznej, jak i zewnętrznej, ponieważ jest prawdziwe. Przemysły kreatywne to „takie działania, które biorą się z kreatywności, innowacyjności i talentu oraz mają zarazem potencjał tworzenia bogactwa i miejsc pracy”. Miasto rozwija swój potencjał w oparciu o nowe technologie, innowacje oraz branże kreatywne takie jak: reklama, film i wideo, architektura, muzyka, rynek sztuki i antyków, sztuki performatywne, gry komputerowe i wideo, rynek wydawniczy, rzemiosło, oprogramowanie, wzornictwo, radio i telewizja, projektowanie mody. W Łodzi nie brakuje talentu, kreatywności oraz innowacyjności, a nad tworzeniem miejsc pracy i bogactwa systematycznie pracują sami mieszkańcy.

Niewątpliwie Łódź jest cały czas na początku swojej drogi do sukcesu. Jest to również droga pod górę, ciężka, mozolna, nudna. Należy więc cieszyć się z małych sukcesów, eliminować przeciwności, które występują zawsze, szczególnie tam, gdzie coś po prostu się dzieje. Jak mówi przysłowie „nie myli się ten, kto nic nie robi” – życzymy sobie więc, aby podczas przemiany naszego miasta tych pomyłek było jak najmniej.



## SIENKIEWICZA 61a

---

*Nowy punkt na mapie Łodzi, który przyciąga przedstawicieli branż kreatywnych. Adres Sienkiewicza 61a już teraz jest miejscem, gdzie mieszkańcy Łodzi oraz turyści mogą liczyć na ciepłe przyjęcie i szereg nietuzinkowych atrakcji.*

*Budynki w centrum miasta powstały na początku XX wieku na potrzeby fabryki Maurycego Hirszmana. Produkowano w nich wyroby dziane. Obecnie cały kompleks wpisany jest do rejestru zabytków, a w najbliższym czasie miasto planuje jego rewitalizację.*

---




---

Rozmawiamy z przedstawicielami firm mieszczących się przy ulicy Sienkiewicza 61a: Andrzejem Sieczkowskim (Lokal), Wojtkiem Pęczkiem (City Bum Bum), Rafałem Pawełoszkiem (AR design), Joanną Szymankiewicz (Jedwab Autorski)

---

Zdjęcia: PURPOSE content

---

**Sienkiewicza 61a to nowe, inspirujące miejsce na mapie przedsiębiorczej Łodzi. To skupisko mikrofirm z sektora kreatywnego (architektura, wzornictwo, muzyka etc.), które wspólnie działają na rzecz rozwoju ulicy Piotrkowskiej i centrum miasta. Państwa firma jest jedną z kilku, które ulokowały się w tym miejscu, skąd taka decyzja?**

**Andrzej Sieczkowski, Lokal:** Bardzo długo szukałem odpowiedniej lokalizacji, która pasowałaby do koncepcji miejsca łączącego muzykę, sztukę i kuchnię. Sienkiewicza 61 znane nam było przez naszego sąsiada Maćka Szafnickiego ze Studia Filmowego Szafa Gra, którego ojciec był zresztą ostatnim najemcą tej przestrzeni. Lokal spełniał wszystkie wymogi: był w miarę duży, przestronny, miał stary, fabryczny klimat, który bardzo lubimy, dobre *feng shui*, od samego początku świetnie się tam czuliśmy. Byliśmy jedną z pierwszych firm, które zasiedliły na nowo tę przestrzeń i czujemy, że tworzymy ważne miejsce na mapie Łodzi. Nie chcieliśmy być też kojarzeni z czymś, co było wcześniej, dlatego zależało nam na dziewiczej przestrzeni do działania [uśmiech].

**Wojtek Pęczek, City Bum Bum:** Przez szereg ostatnich lat siedziba City Bum Bum mieściła się przy ul. Wigury, w starym pofabrycznym budynku, którego wygląd i ogólne warunki przestały iść w parze z rozwojem i wizją naszej firmy. Kiedy zaczęliśmy szukać nowego miejsca, zwróciliśmy się do naszych przyjaciół, którzy już byli najemcami przestrzeni przy ul. Sienkiewicza 61 a. Podczas pierwszej lokalnej wizji poczuliśmy, że jest w pasażu Schillera i w „kreatywnej” kamienicy piękna energia, w którą chcielibyśmy zainwestować, energia ludzi i miejsca. Później okazało się dodatkowo, że wśród lokali kreatywnych jest to tak naprawdę jedyne miejsce umożliwiające działalność muzyczną. Zwycięstwo w konkursie było dla nas niezwykle miłą chwilą i potwierdzeniem naszej intuicji. Przystąpiliśmy do trwającego kilka miesięcy remontu, którego efektem jest profesjonalne studio muzyki i tańca w samym sercu Łodzi. Nie bez znaczenia w procesie poszukiwania miejsca i decyzji o jego wyborze była fachowa pomoc Biura ds. Rewitalizacji i bardzo sprawna komunikacja z panem dyrektorem Marcinem Objalskim.

**Rafał Pawełszek, AR design:** Zawsze chcieliśmy mieć biuro w starej, łódzkiej kamienicy lub we wnętrzach pofabrycznych. Wcześniej przez 7 lat biuro mieściło się w kamienicy, więc przyszedł czas na fabrykę.

**Joanna Szymankiewicz, Jedwab Autorski:** To dobre miejsce, spełnia warunki, których poszukiwałam do pracy. Jedwab potrzebuje przestrzeni, światła i dobrego klimatu. To tu znalazłam.

---

## Należy się cieszyć, że władze naszego miasta dostrzegły wielki potencjał działalności kreatywnych oraz, że prawdziwą wartością są stojący za nimi ludzie, którzy realnie zmieniają Łódź na lepsze. Oby tak dalej!

---

**Lokale, przydzielane w ramach konkursu, mają preferencyjne stawki czynszu, czy w Państwa przypadku to wysokość opłat była najważniejszym argumentem za wzięciem udziału w tym przetargu?**

**Andrzej Sieczkowski, Lokal:** Czynsz jest zawsze bardzo istotny, w każdej chyba działalności. Teraz po ponad roku wiem, że bez preferencyjnej stawki Lokal mógłby nie przetrwać. Ważne jest też to, że od samego początku staramy się wypełnić misję wspierania lokalnej działalności, promocji tutejszych artystów, muzyków, czerpania z lokalnych inspiracji, również w kuchni. Dlatego idea przetargu kreatywnego była dla nas najlepsza i cieszymy się, że udało nam się go wygrać

**Wojtek Pęczek, City Bum Bum:** Najważniejszym punktem przetargu był dla nas niewątpliwie kreatywny, artystyczny i społeczny wymiar działalności, do których adresowany jest program „Lokali dla kreatywnych”. Bardzo ważnym punktem i argumentem było skupienie w jednym miejscu różnych otwartych na świat działalności o twórczym potencjale i perspektywa współpracy, która już zaczęła się świetnie realizować. Na następnym miejscu natomiast plasowała się kwestia preferencyjnego czynszu.

Oczywiście odgrywa ona ważną i bardzo praktyczną rolę: możemy pozwolić sobie na wynajmowanie dużej przestrzeni w ścisłym centrum miasta w przystępnej cenie.

**Rafał Pawełszek, AR design:** Czynsz na pewno miał tu znaczenie. Ponadto świadomość, iż ta przestrzeń będzie rewitalizowana oraz otoczenie firm o podobnej specyfice odegrały sporą rolę.

**Joanna Szymankiewicz, Jedwab Autorski:** Kreacja to czasem wielotygodniowy proces prób, eksperymentów, zbieranych doświadczeń, z których powstaje forma, która bywa, że jest tylko jednym z elementów całości. Preferencyjna stawka czynszu ma bardzo istotne znaczenie w tym czasie.

**Czy taki konkurs, jak „Lokale dla Kreatywnych” to dobry pomysł na zwiększenie ruchu przy ulicy Piotrkowskiej?**

**Andrzej Sieczkowski, Lokal:** To dla mnie najlepsze z możliwych rozwiązań dla ożywienia tkanki miejskiej, sprowadzenia młodych, kreatywnych osób, które wnoszą energię i nowe pomysły. Miasta, takie jak Berlin czy Nowy Jork, z całymi dzielnicami artystycznymi, kreatywnymi to jest najlepsza wizytówka dla kraju, a Łódź dzięki znakomitym, artystycznym „podporom” – szkołom itp. ma szansę na taką historię.

**Wojtek Pęczek, City Bum Bum:** Tak, to zdecydowanie bardzo dobry pomysł na zmienianie wizerunku i energii ulicy Piotrkowskiej w twórczym kierunku! Należy się cieszyć, że władze naszego miasta dostrzegły wielki potencjał działalności kreatywnych oraz, że prawdziwą wartością są stojący za nimi ludzie, którzy realnie zmieniają Łódź na lepsze. Oby tak dalej! A w kontekście banków i sklepów z alkoholem nie sposób nie zauważyć, że rozwój osobisty, który oferują różne kreatywne inicjatywy, jest również świetną inwestycją kapitału. Owocuje ona dobrym samopoczuciem i nastrojem niekonięcznie z udziałem procentów, bo udzielają się one za sprawą muzyki, tańca, twórczej energii [uśmiech]. Wszystko jest zatem na swoim miejscu, ale w nowej, pięknej formule.

**Rafał Pawełszek, AR design:** Myślę, że tak. Pod warunkiem, iż będą się z tego tworzyły swoiste enklawy typu OFF Piotrkowska







czy Sienkiewicza 61/63 (po rewitalizacji zostanie ze sobą połączonych kilka podwórek, co stworzy pewną zaciszną strefę z zielonym dachem [uśmiech]). Jeden lokal (nawet kreatywny) na Próchnika czy Rewolucji 1905 nie spowoduje, że cała Piotrkowska przyciągnie rzesze głodnych kultury i sztuki mieszkańców, ale może krok po kroku, brama po bramie...


**Joanna Szymankiewicz, Jedwab Autorski:** Uważam, że akcja „Lokale dla Kreatywnych” podniesie „wartość” Piotrkowskiej i jej okolic, może być jedną z metod, by przywrócić tej ulicy właściwą jej jakość i rangę. Tylko czy same lokale wystarczą? Myślę, że potrzebne są programy pomocowe na adaptację tych lokali i rozwój działalności w początkowych latach, i to nie tylko dla młodych, dopiero zaczynających, ale również dla tych starszych, którzy przetrwali trudne czasy. To prawda, wszak kreatywność nie ma wieku, a wręcz przeciwnie z wiekiem nabiera jakości.

**Jak Państwo wyobrażają sobie ulicę Piotrkowską za 3-5-10 lat?**

**Andrzej Sieczkowski, Lokal:** Mam takie marzenie, aby Piotrkowska była wypełniona klubami, restauracjami, galeriami i tętniła nocnym życiem. Coś takiego przeżyłem w latach 90., kiedy jeszcze byłem bardzo młody. Wtedy do Łodzi przyjeżdżano, aby się bawić, nie tylko z Warszawy. Marzy mi się powrót do tego stanu.

**Wojtek Pęczek, City Bum Bum:** Ulica Piotrkowska jest tak naprawdę wspólną sprawą łodzian i chcielibyśmy ją widzieć w przyszłości właśnie jako miejsce wspólnoty: otwarte i przyjazne dla ludzi, kolorowe, twórcze, zapraszające do współpracy inicjatywy oryginalne i alternatywne, podkreślające ową „inność” i autentyczność Łodzi. Tylko wtedy ludzie poczują, że to ich miejsce i że warto swoją energię skierować gdzie indziej niż do galerii handlowych. Wierzymy, że Łódź jest na dobrej drodze i zmierza w tym właśnie kierunku, a za kilka lat chcielibyśmy, żeby było tak ładnie i dobrze, że sami będziemy tym mocno zaskoczeni!

**Rafał Pawełoszek, AR design:** Myślę że architektonicznie nic się nie zmieni. Może bar-



**Ulica Piotrkowska jest tak naprawdę wspólną sprawą Łódzian i chcielibyśmy ją widzieć w przyszłości właśnie jako miejsce wspólnoty: otwarte i przyjazne dla ludzi, kolorowe, twórcze, (...) podkreślającą „inność” i autentyczność Łodzi.**

dziej zbliży się do tej sprzed 200 lat (chodzi o rewitalizację), na pewno będzie bardziej przyjazna dla ludzi. Ten proces już się rozpoczął. Coraz częściej widzi się ludzi siedzących na ławkach i czytających, pijących kawę itd. Widać, że ulica ich zasysa, a oni się z nią identyfikują. To bardzo pozytywny trend. A to dopiero początek.

**Joanna Szymankiewicz, Jedwab Autorski:** Jestem przekonana, że będzie ona piękniała.

**AR design reprezentuje branżę sektora kreatywnego, takie jak architektura i wzornictwo...**

**Rafał Pawełozek, AR design:** Jesteśmy pracownią projektową o profilu: projektowanie wnętrz. Projektujemy lokale użyteczności publicznej, biura, restauracje, kluby fitness oraz oczywiście wnętrza mieszkalne. Mamy w swoim dorobku również działania z zakresu scenografii filmowej i reklamowej, projekty wystawiennicze, a także z zakresu identyfikacji graficznej.

**Co jest najtrudniejsze w prowadzeniu mikrofirmy, zwłaszcza z tak artystycznym profilem, jak**

**tworzenie jedwabiu autorskiego. Skąd pomysł na taką działalność?**

**Joanna Szymankiewicz, Jedwab Autorski:** Najtrudniejsza jest wielopłaszczyznowość obowiązków, bo w jednej osobie jestem projektantem, malarką, menedżerem, człowiekiem od marketingu, negocjatorem, kurierem itd. To trudne... Ale jak widać, wykonalne. Studiowałam w Katedrze Ubioru i Katedrze Tkaniny na ASP, ale też wychowywałam się w domu, gdzie mama już w latach 70. prowadziła własną działalność gospodarczą. Połączenie tych doświadczeń, rozbudzonej twórczości z przedsiębiorczością, z którą obcowalam, zaowocowało aktualnym stanem.

**Jak wygląda Pani praca, kim są Pani klienci?**

**Joanna Szymankiewicz, Jedwab Autorski:** Z jedwabiem pracuję od wielu lat, pozostając w ciągłym zdumieniu i zachwycie nad magią tej tkaniny, poszukując jej tajemnicy, źródła nieustającej inspiracji. Wykorzystując specyficzną strukturę wewnętrzną jedwabiu, kreuję autorskie techniki ma-

Na zdjęciach powyżej: City Bum Bum



lowania, tkania i przetwarzania jedwabiu. To tkanina, która uczy pokory, szczególnie piękno, szlachetność i jakość jedwabiu można wydobyc tylko cierpliwością i ręczną pracą. Jedwab jest bardzo plastyczną tkaniną, przy właściwym traktowaniu go, poprzez relief i fakturę, tworzą formy przestrzenne. Artystyczne tkaniny jedwabne, którym nadają formę użytkową, znajdują odbiorców wśród firm, instytucji, klientów indywidualnych w Polsce i Europie.

#### Natomiast Lokal oprócz działalności gastronomicznej wspiera łódzką scenę muzyczną...

**Andrzej Sieczkowski, Lokal:** Lokal wspiera lokalnych artystów, muzyków. Nasza scena w zdecydowanej większości dedykowana jest łódzkim projektom, choć koncerty staramy się robić na zasadzie wydarzeń specjalnych, niezbyt często. Ostatnio zagrał u nas zespół 19 Wiosen, a na urodzinach Lokalu wystąpił Sjón oraz Bielias i Marynarze z Łodzi. Lokal to też miejsce na promocję łódzkiej sztuki. Co tydzień na spotkaniach „Usiądź na sofie – porozmawiaj z malarzem” mamy wernisaż jednego projektu, można u nas poznać łódzkich twórców. Cyklicznie zmieniamy też aranżację Lokalu, którą tworzą łódzcy artyści. Od tego tygodnia kaligrafuje na naszych ścianach projektantka Magdalena Lauk. Wcześniejszą aranżację wykonał duet Robosexi, czy też Artur Chrzanowski odmienił światłem naszą przestrzeń, a Magda Paszkiewicz stworzyła mnóstwo biżuteryjnych obiektów i instalacji.

#### Właśnie świętowali Państwo pierwsze urodziny, co jest najtrudniejsze w prowadzeniu mikrofirmy?

**Andrzej Sieczkowski, Lokal:** Najtrudniejsze jest pogodzenie pracy z życiem codziennym, zawodowym (bo nadal jestem muzykiem), a przede wszystkim rodzinnym. Prowadzenie tego typu działalności wymaga codziennej opieki i dbania o szczegóły. Przy naszej formule, gdy Lokal w tygodniu jest restauracją, a w weekendy po godzinach przeistacza się w imprezowe miejsce, wymaga to niesamowitych nakładów energii. Nasze pierwsze urodziny przeszły moje najśmielsze oczekiwania. Tytu ludzi świętujących z nami to wydarze-

nie pozwala mi spokojnie myśleć, że Łódź zmienia się w najlepsze. Dziękuję też za wyrozumiałość naszym sąsiadom, którzy bardzo spokojnie przyjęli gości rozmawiających na podwórku.

---

**Miasta, takie jak Berlin czy Nowy Jork, z całymi dzielnicami artystycznymi, kreatywnymi to jest najlepsza wizytówka dla kraju, a Łódź dzięki znakomitym, artystycznym „podporom” – szkołom itp. ma szansę na taką historię.**

---

#### Zostali Państwo docenieni w plebiscycie „Punkt dla Łodzi, jakie znaczenie ma ta nagroda dla przedsiębiorcy?”

**Andrzej Sieczkowski, Lokal:** „Punkt dla Łodzi” traktuję bardzo prestiżowo, uważam tę nagrodę za zdecydowanie wybijającą się na naszej arenie i bardzo się cieszę, że Lokal otrzymał to wyróżnienie. Oznacza to, że nasze wysiłki są słuszne i zauważane.

#### City Bum Bum również... [uśmiech]

**Wojtek Pęczek, City Bum Bum:** „Punkt dla Łodzi” jest pięknym wyróżnieniem i ma dla nas bardzo duże znaczenie. Ten laur, w połączeniu ze zwycięstwem w konkursie „Lokale dla kreatywnych” w ubiegłym roku, jest dla nas potwierdzeniem tego, że powraca do nas energia, którą już od ponad 12 lat dzielimy się z mieszkańcami naszego miasta. Daje to nam siłę i pomysły do dalszego działania! W tym miejscu dziękujemy szacownemu gremium za tak miłe wyróżnienie i gratulujemy wszystkim laureatom „Punktu dla Łodzi” tego, że zmieniają to miejsce!

#### Zajmują się Państwo działalnością muzyczną. Na czym polega ta praca?

**Wojtek Pęczek, City Bum Bum:** Prowadzimy przede wszystkim regularne warsztaty muzyczne z perkusji zachodnioafrykańskiej (w potocznym rozumieniu: warsztaty bębniarskie) oraz warsztaty tańca afro, zarów-

Na zdjęciu obok: Lokal



---

**Przede wszystkim: wierzyć w swoje marzenia i działanie. Jeśli jest w nich kreatywny, twórczy potencjał, który wymaga odpowiedniego miejsca i przestrzeni, to zdecydowanie warto skorzystać z programu „Lokale dla kreatywnych”!**

---



no dla osób dorosłych, jak i dzieci. W sumie w ciągu tygodnia przewija się przez City Bum Bum blisko setka adeptów muzyki i tańca – wspaniałych, wesołych ludzi, którzy są najlepszą wizytówką Łodzi! Co tydzień odbywają się także warsztaty wokalne Łódzkiej Grupy Gospel oraz warsztaty psychologiczne. Studio City Bum Bum to również przestrzeń prób muzycznych takich zespołów, jak nasza macierzysta formacja City Bum Bum, Dzikie Jabłka czy Flower Kissers. Ważnym elementem działalności City Bum Bum jest również współpraca z biznesem i dużymi firmami, które korzystają z naszego programu integracyjnego „Lepsza strona integracji”. Nagle, kiedy ludzie z korporacji zaczynają wspólnie grać na bębnach, okazuje się, że kwintesencją środowiska pracy są emocje i relacje międzyludzkie, które stanowią fundament tego, czym się zajmujemy. Cieszymy się, że w ciągu niespełna roku od otwarcia studia City Bum Bum przy Sienkiewicza 61 a już wiele razy gościliśmy u siebie duże firmy. Wartością dodaną jest również to, że uczestnicy integracji po zakończonych warsztatach korzystają z cateringu u naszych przyjaciół w klubie Lokal. Mówiąc może górnolotnie, ale bardzo autentycznie, dzielimy się z ludźmi swoimi marzeniami po to, żeby ludzie byli bliżej swoich własnych marzeń i siebie nawzajem.

**Muzyka afrykańska to dość niszowa działalność, co jest najtrudniejsze w prowadzeniu takiej firmy?**

**Wojtek Pęczek, City Bum Bum:** W postawionym pytaniu dość przewrotnie widać jedną z trudności czy może raczej z uwarunkowań społecznych i percepcji, które w jakiś sposób wpływają na naszą działalność, a mianowicie to, że muzyka afrykańska lub w ogóle muzyczna aktywność są sprawami niszowymi i mało przystępnymi. Wynika to zapewne z dość słabego stanu muzycznej edukacji w polskich szkołach oraz z tego, że jako społeczeństwo mało zwracamy uwagę na współpracę, na wspólnotowość, na pokojowe słuchanie siebie nawzajem. A granie na bębnach czy afrykański taniec to wspaniałe aktywności dostępne dla wszystkich ludzi bez względu na wiek, płeć czy ogólną kondycję fizyczną. Grać i cieszyć się muzyką może każdy. W jakimś

sensie to, co robimy jest pracą organiczną i wypełnia lukę w polskiej edukacji. Mamy świadomość, że wspólne tworzenie muzyki przez grę na bębnach afrykańskich zasługuje na znacznie większe społeczne zainteresowanie.

#### **Jakie są Państwa zdaniem pozytywne strony własnej działalności?**

**Andrzej Sieczkowski, Lokal:** Najważniejsi są dla mnie ludzie, codziennie pracujący w Lokalu oraz odwiedzający nasze miejsce. Zostawiają pozytywną energię. Cieszy też dobre słowo czy recenzja. To napędza do działania i pozwala przeżyć nawet najcięższe chwile.

**Wojtek Pęczek, City Bum Bum:** Mówiąc krótko: robimy to, co kochamy. Dzielimy się z ludźmi tym, kim jesteśmy. Dzięki temu w naszej działalności nie ma ani jednej zmarnowanej chwili.

**Rafał Pawełoszek, AR design:** Wszystko jest w twojej głowie.

**Joanna Szymankiewicz, Jedwab Autorski:** Wolność od schematów, możliwość kształtowania niezależności.

#### **Jakie dobre rady chcieliby Państwo przekazać innym osobom, które zastanawiają się nad skorzystaniem z programu „Lokale dla kreatywnych”?**

**Andrzej Sieczkowski, Lokal:** Najważniejsze jest nie bać się własnego pomysłu i choć realizacja wydawać się może trudna, starać się uparcie dążyć do celu. Zdecydowanie wszystkim polecam wzięcie udziału w przetargach, sam namówiłem już kilku znajomych, którzy z powodzeniem znaleźli nowe, przepiękne miejsce do prowadzenia własnej działalności.

**Wojtek Pęczek, City Bum Bum:** Przede wszystkim: wierzyć w swoje marzenia i działanie. Jeśli jest w nich kreatywny, twórczy potencjał, który wymaga odpowiedniego miejsca i przestrzeni, to zdecydowanie warto skorzystać z programu „Lokale dla kreatywnych”! Warunki udziału w konkursie są bardzo przejrzyste, napisanie wniosku nie jest trudne ani skomplikowane. Przy wybo-



Na zdjęciach powyżej i obok: Jedwab Autorski

rze miejsca warto zastanowić się, jak duża przestrzeń potrzebna jest do działalności i jakie przyszły najemca jest w stanie ponieść koszty remontu, czyli w jakim stanie technicznym znajduje się interesujące pomieszczenie. Dla większego komfortu na pewno też warto zaproponować stawkę czynszu odpowiednio większą od stawki minimalnej i realnie ocenić, czy firma będzie w stanie udźwignąć miesięczny czynsz. Generalnie „Lokale dla kreatywnych” dają szansę na rozwój niebanalnych inicjatyw i wcale nie oznaczają brnięcia w zawiłą biurokrację. Warto skorzystać, my cieszymy się bardzo, że dowiedzieliśmy się o programie blisko dwa lata temu. Warto było czekać na swoją szansę, dzisiaj ogromnie to doceniamy!

**Rafał Pawełoszek, AR design:** Jak nie zniechęci was wcześniej biurokracja, to myślę, że warto.

**Joanna Szymankiewicz, Jedwab Autorski:** Przekażę życzenia wiary i wytrwałości. Warto próbować.

<http://lokal-lodz.com>  
<http://ardesign.pl>  
<http://www.citybumbum.pl>  
<http://www.jedwabautorski.pl>

