

Opierając się na założeniu, że działalność kulturalna w dużej mierze powinna być dotowana, formuła fundacji jako organizacji pożytku publicznego stwarza możliwość

1. Pozyskiwania funduszy zewnętrznych

2. Generowania finansowania własnego

3. Realizacji celów społecznych, edukacyjnych i komercyjnych poprzez :

- Promowanie sztuki współczesnej oraz sprzyjanie rozwojowi różnych form wyrazu artystycznego.
- Podkreślanie roli kreacji artystycznej jako narzędzia komunikacji społecznej.
- Stwarzanie infrastruktury instytucji kultury i pobudzanie aktywności społeczeństwa w obszarze sztuk wizualnych oraz uczestnictwa w kulturze.
- Organizowanie działań artystycznych dla odbiorców z różnych grup wiekowych i środowisk.
- Wspieranie możliwości zaistnienia polskich twórców w europejskim obiegu kultury.
- Podnoszenie poziomu percepcji sztuk wizualnych poprzez wieloaspektową edukację artystyczną.
- Wspieranie działań na rzecz budowania poprzez sztukę tożsamości własnej.

Podnoszenie znaczenia związków sztuk wizualnych i gospodarki, w tym wpływu sztuki na innowacyjność, kreatywność i jakość kapitału ludzkiego

Misja i cele fundacji:

- włączenie sztuk wizualnych w obszar rozwoju kulturalnego społeczeństwa i stworzenie narzędzi do wzrostu kondycji rynku sztuki w Polsce oraz ekspansji sztuki polskiej na rynki międzynarodowe.

Cele te będą realizowane poprzez następujące działania:

- Tworzenie i promowanie kultury i sztuki współczesnej – działalność wystawiennicza, promocja i pomoc artystom, działalność promocyjna, wydawnicza
- Sztuka w przestrzeni publicznej
- Edukacja kulturalna i upowszechnianie sztuki współczesnej oraz i na rzecz rozwoju artystów i odbiorców
- Współpraca partnerska, współpraca międzynarodowa i zagraniczna, kooperacja na rynku sztuki z sektorem biznesu, partnerami prywatnymi i korporacyjnymi, artystami, kolekcjonerami, instytucjami i organizacjami w Polsce i za granicą
- Upowszechnianie, promocja i marketing
- Aplikowanie o środki zewnętrzne, Finansowanie sponsorowane – fundraising, sponsoring, współfinansowanie
- Przychody własne – z działalności statutowej

Działalność komercyjna, sprzedaż i aukcje dzieł sztuki, organizacja i udział w targach, budowanie kolekcji, doradztwo art advising

Fundacji będą się koncentrowały na następujących obszarach:

Obszar I: Promowanie sztuki współczesnej

Obszar II : Sztuka w przestrzeni publicznej

Obszar III - Edukacja poprzez sztukę współczesną

Obszar IV - Współpraca partnerska, międzynarodowa i zagraniczna

Obszar V - Upowszechnianie, promocja i marketing

Obszar I: Promowanie sztuki współczesnej

Upowszechnianie i promocja sztuki związana jest głównie z prezentacją twórczości artystów polskich i zagranicznych. Program jest oparty na kilku głównych założeniach i będzie realizowany poprzez następujące działania:

- Organizowanie wystaw i promowanie sztuk wizualnych upowszechniających dokonania XX i XXI wieku.
- Promocja twórczości artystów poprzez prezentowanie ich prac i projektów im dedykowanych.
- Organizacja konkursów i przeglądów o zasięgu ogólnopolskim i międzynarodowym.
- Integracja środowiska artystycznego - Promocja artystów i ich twórczości, wizja współpracy, współtworzenie wraz z artystami wzajemnie wspierającej się społeczności skupionej wokół BWA.
- Tworzenie kolekcji dzieł sztuki współczesnej.
- Popularyzacja kolekcjonowania i nabywania dzieł sztuki w środowiskach pozaartystycznych, w tym promocja sztuki młodej i aktualnej.
- Wejście z ofertą wystawienniczą na rynek komercyjny.
- Sztuka współczesna i jej różne dyscypliny będą pokazywane w procesie ich przemian technologiczno-medialnych i koncepcyjnych, w kontekście kultury polskiej i światowej, z uwzględnieniem nowych jakości i praktyk związanych z interaktywnością, intermedialnością, intertekstualnością w oparciu o aktualne dyskursy społeczne, kulturowe i cywilizacyjne.
- Program wystaw, w tym propozycje kuratorów zewnętrznych, oparty będzie o kontakty i wymianę z wieloma krajowymi i międzynarodowymi ośrodkami sztuki współczesnej.
- Współpraca prowadzona będzie ze specjalistami z różnych dziedzin celem nabywania i przekazywania wiedzy, wspólnego tworzenia słownika sztuki współczesnej, sprawdzania obecnej roli sztuki, artysty i odbiorcy.

Działalność teoretyczna prowadzona będzie w formie spotkań autorskich, wykładów, warsztatów, sympozjów i konferencji w otwarte

Obszar II : Sztuka w przestrzeni publicznej

Współczesne miasto to miejsce i przestrzeń pełne odmiennych postaw i potrzeb, wielozmysłowe, mające wiele twarzy.

Sztuka w przestrzeni publicznej pełni w nim istotną rolę:

Uplastycznia i wzbogaca (nowe formy, kolory, dźwięki, zapachy, materiały i faktury) oswajając odbiorców z obecnością sztuki w codziennym życiu

Wrasta w tkankę miasta, buduje warstwę symboliczną i poziom identyfikacji z miejscem, odpowiada na zapotrzebowania różnych grup odbiorców.

Staje się poza funkcjami artystycznymi elementem promocji, identyfikowalnym znakiem, przyciągającym turystów i budującym markę miasta.

Nawiązując do EU Sustainable Development Goals, które w założeniu mają być osiągnięte przed 2030 rokiem, a szczególnie celu 10 (zmniejszanie nierówności) oraz 11 (zrównoważone miasta i społeczności) powinno:

- Rozszerzyć działania o performatywne kreowanie przestrzeni miejskiej, gdzie czołowym przedstawicielem i interesariuszem instytucji powinien być jej odbiorca – społeczność.
- Stworzyć społeczny hub (well being trough art and culture) czyli miejsca i okoliczności do zintegrowania sztuki z życiem miasta w postaci przyjaznego i ładnego otoczenia sprzyjającego tworzenia ogólnego dobrostanu osiąganemu dzięki zaspokojeniu istotnych potrzeb i umożliwiającemu samorozwój.
- Rozwijać działalność poza wystawienniczą poprzez organizowanie różnorodnych spotkań autorskich, performansów, warsztatów i działań w przestrzeni miejskiej, prezentacji kinowych i plenerów będących uzupełnieniem bieżących wystaw lub odrębnymi projektami.
- Integrować sztuki wizualne z innymi dziedzinami sztuki i kultury w ramach projektów realizowanych w przestrzeni miejskiej, zarówno jako projekty twarde-inwestycyjne jak i miękkie- wydarzenia kreatywne, społeczne, artystyczne, bądź jako połączenia obu.
- Otworzyć się na działania zewnętrzne by wyjść ze sztuką poza przestrzeń galerii w celu minimalizacji społecznych barier i tzw. niezrozumienia sztuki współczesnej przez przeciętnego odbiorcę. Art Outside.

Wnioskować o powołanie Artystycznej Rady Programowej jako ciała doradczego będącego filarem merytorycznym w kreowaniu wizji, strategii i koncepcji artystycznego, kulturalnego zintegrowanego rozwoju miasta/miast w następnych dziesięcioleciach.

Obszar III - Edukacja poprzez sztukę współczesną

Szeroko pojęta edukacja poprzez sztukę, edukacja estetyczna i artystyczna pełni ważną rolę w koncepcji programowej BWA. Głównym celem będzie dążenie do ożywienia zróżnicowanych wiekowo środowisk odbiorców sztuki oraz budowanie świadomości potrzeby obecności sztuki w życiu człowieka głównie poprzez:

- Kreowanie świadomych odbiorców sztuki w każdym wieku i tworzenie społeczeństwa zorientowanego w poszczególnych dziedzinach sztuki (w tym malarstwa, fotografii, rysunku, sztuk wizualnych, rzeźby, wzornictwa, grafiki użytkowej, plakatu)
- Realizację artystycznych projektów edukacyjnych adresowanych do różnorodnych grup wiekowych: przedszkolaków, uczniów, studentów, do szerokiej publiczności, seniorów 60+ w ramach activ aging / aktywnego starzenia się, osób wykluczonych, różnorodnych grup społecznych i zawodowych dla których kontakt ze sztuką będzie wpływał na kompleksowy bądź celowy rozwój kompetencji i umiejętności oraz będzie sposobem na kreatywne i aktywne uczestnictwo w kulturze miasta i regionu.
- Przybliżanie zagadnień sztuki współczesnej związanych z formą, techniką, technologią, treścią i kontekstem dzieł poprzez warsztaty tematyczne przeznaczone dla odbiorców w różnym wieku, rozbudzanie postaw kreatywnych poprzez dzieła ulotne, akcje plastyczne, dzieła w procesie, happeningi.
- Wykłady z wiedzy o sztuce współczesnej skupione wokół problemów m.in.: modernizmu i post modernizmu z naciskiem na zapoznanie i objaśnienie szerokiej publiczności jej nurtów i postaw artystycznych.
- Budowanie nowoczesnego rynku sztuki, edukacja i promocja świadomego inwestowania w dzieła sztuki, popularyzacja i pomoc merytoryczna w tworzeniu prywatnych kolekcji sztuki wśród publiczności na każdym poziomie zamożności finansowej.
- Kształtowanie poprzez sztukę postaw kreatywnych, innowacyjnych, otwartych na międzydyscyplinarną współpracę i tym samym wspieranie regionalnej strategii innowacji.

- Prowadzenie edukacji kulturalnej z nastawieniem na aktywny odbiór sztuki: otwarte spotkania i warsztaty, wykłady, sympozja, kampanie społeczne w przestrzeni miejskiej i w mediach

Obszar IV - Współpraca partnerska, międzynarodowa i zagraniczna

Współczesny świat umiejscawia instytucje kultury w sieci powiązań, wpływów i zależności nie tylko w dziedzinie sztuki i kultury ale także społecznej, biznesowej, naukowej etc. W kooperacji upatruje się siłę i efektywność działania. W przypadku fundacji współpraca będzie polegać na utworzeniu kręgów partnerstwa międzynarodowego krajowego lokalnego. Będą to następujące działania:

- Pobudzenie wymiany kulturalnej (wystawy/rezydencje artystyczne) przez aktywację i reaktywację połączeń w miastach partnerskich. Do tej formy współpracy potrzebne są działania z obszaru Public Affair. Taka współpraca wymaga ścisłej współpracy z władzami miasta. Współpraca z instytucjami kultury miast partnerskich, z którymi Miasto Kielce intensywnie współpracuje: Gotha – Niemcy, Winnica – Ukraina, Ramla – Izrael, Budapeszt – Węgry, Herning – Dania, Orange – Francja.
- Współpraca z Instytutami Kultury Polskiej w celu podjęcia stałej współpracy zagranicznej polegającej na wymianie artystów, promocji artystów z regionu, (AiR, wypożyczanie wystaw/wymiana). Kontakty Międzynarodowe w krajach UE – wybrane instytucje z krajów Grupy Wyszehradzkiej (Czechy, Słowacja, Węgry) oraz Europy Zachodniej, w zakresie wspólnych projektów artystycznych, pozyskiwania funduszy, wymiany doświadczeń i idei oraz integracji międzynarodowej.
- Kontakty międzynarodowe z siedzibami w Polsce – Instytuty kultury krajów UE jak British Council, Instytut Francuski, Goethe Institute, Instytut Cervantesa, w zakresie pozyskiwania wybitnych twórców i teoretyków sztuki oraz wsparcia finansowego dla wymiany międzynarodowej
- Usieciowienie instytucji - przynależność do prestiżowej sieci Artnet co umożliwi promowanie artystów i wydarzeń wśród 31 milionów użytkowników Artnet rocznie na całym świecie. Stworzenie własnej podstrony, która umożliwi pozyskanie szerokiej publiczności, kolekcjonerów i kupujących artefakty po raz pierwszy.

Współpraca z instytucjami kultury na arenie ogólnopolskiej na polu wspólnych przedsięwzięć i projektów, tworzeniu tematycznych wystaw i kreowaniu komercyjnych kolekcji.

- Współpraca z instytucjami sztuki współczesnej w celu prezentacji i promocji sztuki najnowszej różnych mediów upowszechniając i prezentując najciekawsze zjawiska we współczesnej sztuce polskiej, nie stroniąc od wyzwań i eksperymentów (MSW w Warszawie, Galerią Lokal_30 w Warszawie, Galeria Bielska BWA, Galeria Arsenał w Białymstoku, CSW Łaźnia w Gdańsku, Mazowieckie Centrum Sztuki Współczesnej Elektrownia w Radomiu)
- Współpraca z partnerami samorządowymi, stowarzyszeniami, uczelniami artystycznymi w celu pozyskiwania dodatkowych środków finansowych na wspólne celowe zadania.
- Współpraca z artystami - wdrożenie modelu Private Public Partnership PPP – przestrzeni do artystycznych działań edukacyjnych, komercyjnych, projektowanie zadań dla różnorodnych grup docelowych realizowanych przez artystów w ramach wsparcia instytucjonalnego, organizacja porad prawnych dla artystów, integracja środowiska i stworzenie panelu do kontaktu, spotkań, wymiany doświadczeń i realizacji wspólnych projektów artystycznych

- Lokalnie – tworzenie przestrzeni kooperacji z Design Centrum Kielce, Muzeum Narodowe w Kielcach, Instytut Sztuk Pięknych UJK w Kielcach, Kielecki Park Technologiczny oraz związki i stowarzyszenia twórcze, w zakresie animowania artystycznego środowiska Kielc i tworzenia dobrych warunków dla inicjatyw artystycznych- współpraca BWA z Kieleckim Parkiem Technologicznym, który aktywnie wspiera Instytut Sztuk Pięknych UJK oraz Design Centrum Kielce w zakresie finansowania związanego z rozwojem wzornictwa.

Współpraca z Akademiami Sztuk Pięknych i ośrodkami uniwersyteckimi, z ich bogatym środowiskiem artystycznym, pozyskiwaniem i promocja młodych twórców oraz w zakresie wymiany i promocji postaw artystycznych w kraju i za granicą

Obszar V - Upowszechnianie, promocja i marketing

- Rozwijanie działalności wydawniczej celem dokumentowania aktywności Fundacji, upowszechniania dorobku oraz tworzenia szerokiego zasięgu oddziaływania. Wydawanie publikacji związanych z promocją i upowszechnianiem kultury oraz szeroko rozumianej myśli o sztuce. W obszarze tym powinny znaleźć się znaczące zjawiska i tematy podejmowane w sztuce polskiej europejskiej i światowej oraz wydawnictwa o charakterze edukacyjnym i upowszechniającym sztukę współczesną szerokiej publiczności. Istotną rolę odgrywa również digitalizacja wydawnictw w formie e-booków i audiobooków.
- Stworzenie „Saloniku Sztuki” ogólnodostępnej galerii-czytelni- kawiarenki-sklepu, z komercyjną ekspozycją sztuki w której publiczność będzie miała możliwość zapoznania się z wybranymi magazynami o sztuce, krajowymi i międzynarodowymi, z wydawnictwami albumowymi i innymi, z różnych dziedzin sztuki oraz ich nabycia. Miejsce to będzie miało charakter komercyjny z naciskiem na promocję sztuki u szerokiej publiczności. Klimat tej przestrzeni będzie sprzyjał spotkaniom z kulturą i różnorodnym wydarzeniom artystycznym.
- Organizowanie i udział w targach sztuki, aukcjach sztuki i innych przedsięwzięciach promocyjnych i popularyzujących sztukę współczesną, z naciskiem na Młodą Sztukę (artyści do 35rż) i Sztukę Aktualną(powstałą po 1980r) oraz sztukę artystów regionu świętokrzyskiego.
-
- Dbanie o pozytywny, ogólnopolski wizerunek Fundacji oraz promocja działań w mediach ogólnopolskich i lokalnych. Stworzenie strony internetowej i profili na portalach społecznościowych oddających w pełni cele i zakres działań Fundacji. Stworzenie nowoczesnej wizualnie, technologicznie, marki Fundacji w sieci w oparciu o aktualne zasady promocji i marketingu właściwe temu medium.
- Impresariat artystyczny - Media relation - Social Media – promowanie, dokumentowanie i kolportaż bieżących informacji o działalności Fundacji we wszystkich dostępnych mediach, stworzenie sieci komunikacji oraz nastawienie na E-commerce – sprzedaż artefaktów, dzieł, usług, projektów artystycznych
- Stałe tworzenie zbiorów sztuki → możliwa współpraca w ramach Private Public Partnership PPP
- Komunikacja z otoczeniem – stworzenie kanałów komunikacji na poziomie miasta, województwa, kraju i świata z publicznością w każdym wieku. Istota sieciowania internetowego oraz komunikacji interpersonalnej (drzwi otwarte - dzieło otwarte), kawiarenka, stworzenie możliwości wypowiedzi artystycznej dla szerokiej publiczności
- Lobbying- pozyskiwanie i współpraca z przedsiębiorcami, stworzenie możliwości kooperacji z partnerami biznesowymi, przedsiębiorcami w zakresie budowania kolekcji sztuki, doradztwa merytorycznego w zakresie inwestowanie na rynku dzieł sztuki,

- Targi sztuki - działalność związana z organizacją i udziałem w targach i aukcjach sztuki designe'u, ekspansja działalności galerii w skali ogólnopolskiej i dalej międzynarodowej

Rozwój i unowocześnienie wirtualnej galerii sztuki z nastawieniem na efektywną sprzedaż sztuki w sieci, E-commerce – sprzedaż artefaktów, dzieł, usług, projektów artystycznych.

Wiąże się z tym szeroko zorganizowana promocja i popularyzacja kolekcjonowania i inwestowania w sztukę współczesną i dawną w zależności od zamożności portfela.