
SWOT analiza kreativnih industrija Primorsko-goranske županije i regije Primorska

dr.sc. Nataša Golik Klanac, dipl. oec.

Tanja Pavlović, dipl.oec.

as2con – alveus d.o.o.

Svibanj 2015.

SADRŽAJ

1. Sažetak	5
2. Hrvatska i Slovenija - opći pokazatelji	6
2.1. Gospodarstvo	6
2.1.1. Gospodarstvo Republike Hrvatske	6
2.1.2. Gospodarstvo Republike Slovenije	8
2.2. Administrativni ustroj	10
2.2.1. Administrativni ustroj Republike Hrvatske	10
2.2.2. Administrativni ustroj Republike Slovenije	11
2.3. Opći pregled kulture i kreativnih industrija	12
2.3.1. Opći pregled kulture i kreativnih industrija Republike Hrvatske	12
2.3.2. Opći pregled kulture i kreativnih industrija Republike Slovenije	17
3. Primorsko - goranska Županija i regija Primorska	23
3.1. Primorsko- goranska županija	23
3.1.1. Geografski i socio ekonomski pokazatelji	23
3.1.2. Gospodarstvo	25
3.1.3. Položaj i hijerarhija u europskim mrežama	27
3.1.4. Kulturni profil regije	29
3.2. Regija Primorska	30
3.2.1. Geografski i socio ekonomski pokazatelji	30
3.2.2. Gospodarstvo	32
3.2.3. Položaj i hijerarhija u europskim mrežama	33
3.2.4. Kulturni profil regije	36
4. Trendovi razvoja regija do 2020. godine	38
4.1. Trendovi razvoja Primorsko-goranske županije	38
4.2. Trendovi razvoja regije Primorske	39

5. Položaj privatnog sektora kreativnih industrija.....	43
5.1. Definicija kreativnih industrija	43
5.2. Položaj kreativnih industrija u Primorsko- goranskoj županiji.....	45
5.3. Položaj kreativnih industrija u regiji Primorskoj	47
6. Javni sektor i nevladine organizacije (NGO).....	50
6.1. Definicija javnog sektora i nevladinih organizacija.....	50
6.2. Položaj i veličina javnog sektora i nevladinih organizacija u Primorsko-goranskoj županiji ..	51
6.3. Položaj i veličina javnog sektora i nevladinih organizacija u regiji Primorska	51
6.4. Financiranje javnog sektora u Primorsko-goranskoj županiji.....	52
6.5. Financiranje javnog sektora u regiji Primorska	53
7. Prikaz specifičnih grana kreativne industrije	58
7.1. Umjetnici i performance	58
7.1.1. Primorsko-goranska županija.....	58
7.1.2. Pokrajina Primorska	61
7.2. Film i audio-vizualna industrija	65
7.2.1. Primorsko-goranska županija.....	65
7.2.2. Pokrajina Primorska	67
7.3. Novinarstvo, novinske agencije, publiciranje i izdavaštvo	68
7.3.1. Primorsko-goranska županija.....	68
7.3.2. Pokrajina Primorska	70
7.4. Muzeji i umjetničke izložbe	70
7.4.1. Primorsko-goranska županija.....	70
7.4.2. Pokrajina Primorska	72
7.5. Prodaja proizvoda i usluga kreativnih industrija.....	73
7.5.1. Primorsko-goranska županija.....	73
7.5.2. Pokrajina Primorska	75
7.6. Arhitektura	76

7.6.1. Primorsko-goranska županija.....	76
7.6.2. Pokrajina Primorska	78
7.7. Industrija dizajna.....	79
7.7.1. Primorsko-goranska županija.....	79
7.7.2. Pokrajina Primorska	82
7.8. Tržište oglašavanja.....	84
7.8.1. Primorsko-goranska županija.....	84
7.8.2. Pokrajina Primorska	86
7.9. Software i industrija igara	87
7.9.1. Primorsko-goranska županija.....	87
7.9.2. Pokrajina Primorska	89
8. SWOT analiza kreativnih industrija Primorsko-goranske županije i pokrajine Primorska	90
8.1. Umjetnosti i izvedbena umjetnost.....	91
8.2. Film i audio-vizualna umjetnost.....	95
8.3. Novinarstvo, novinske agencije, publiciranje i izdavaštvo.....	98
8.4. Muzeji i umjetničke izložbe	101
8.5. Prodaja proizvoda i usluga kreativnih industrija.....	104
8.6. Arhitektura	107
8.7. Industrija dizajna.....	110
8.8. Tržište oglašavanja	113
8.9. Software i industrija igara	115
9. Zaključak	119
10. Izvori i literatura	125
10.1. Popis izvora.....	125
10.2. Popis tablica	130

1. Sažetak

Predmetni izvještaj prikazuje SWOT analizu kreativnih industrija dviju regija država Hrvatske i Slovenije: Primorsko-goranske županije (PGŽ) te regije Primorske (RP). Kreativne industrije obuhvaćaju devet grana: umjetnost i izvedbena umjetnost; film i audio-vizualna umjetnost; novine, novinske agencije i izdavaštvo; muzeje i umjetničke izložbe; prodaju kulturnih dobara; arhitekturu; industrija dizajna; oglašavanje te software i industrija igara.

Izvedena SWOT analiza obuhvatila je snage, slabosti, prilike i prijetnje dotičnih sektora prema šest aspekata djelovanja: infrastruktura, umrežavanje, promocija i prodaja, obrazovanje i zapošljavanje, financiranje te transfer znanja. Cilj analize je ustvrditi mogućnosti za jačanje poduzetničkih kapaciteta sektora na spomenutom prekograničnom području.

Analizom su utvrđene zajedničke karakteristike regija u pogledu snaga kao i slabosti te stupanj razvoja u odnosu na navedenih šest aspekata djelovanja. Definirana su područja usklađenja razvoja regija te prilike koje svakoj od regija stoje na raspolaganju kako pojedinačno tako i u zajedništvu.

2. Hrvatska i Slovenija - opći pokazatelji

2.1. Gospodarstvo

2.1.1. Gospodarstvo Republike Hrvatske

Republika Hrvatska je država, zemljopisno smještena na prijelazu iz u. Svoju je suverenost stekla 1991. godine, a od 2013. punopravna je članica Europske Unije. Prema zadnjem popisu stanovništva broji 4,244 milijuna stanovnika te se proteže na 87.661km² kopnene površine i teritorijalnog Jadranskog mora.

Prema političkom ustroju Hrvatska je s otvorenim tržišnim gospodarstvom, članica Ujedinjenih naroda, Vijeća Europe, Svjetske trgovinske organizacije, i Organizacije Sjevernoatlanskog ugovora.

Najznačajniji udio u gospodarstvu zemlje zauzima sektor uslužnih djelatnosti, dok se kao glavne gospodarske grane u Hrvatskoj ističu poljoprivreda, prehrambena, tekstilna, drvoprerađivačka, metaloprerađivačka, kemijska, naftna i elektro industrija te graditeljstvo, trgovina, brodogradnja, pomorstvo i turizam. Turizam ujedno predstavlja i jedan od najstabilnijih hrvatskih gospodarskih sektora čija je razina prihoda u 2014. godini iznosila 7,4 milijardi eura, što u odnosu na 2013. godinu predstavlja porast od 3,3%.

Iako sektor turizma ostvaruje značajan rast, ukupni bruto domaći proizvod zemlje u 2014. godini smanjen je za 0,4% u odnosu na proteklu godinu, a iznosio je 328.927 mil. kn tj. 43.110 mil. eura uz razinu BDP-a po stanovniku koja iznosi 10.160 eura. Republika Hrvatska bilježi pad razine BDP-a, od 2009. do danas, no važno je naglasiti da su vidljive naznake značajnog usporavanja tog pada te očekivan blagi porast ekonomske aktivnosti kroz naredni period.

Europska banka za obnovu i razvitak (EBRD) procjenjuje da će hrvatsko gospodarstvo ove godine porasti za 0,5 posto kao rezultat povećanja robnog izvoza i osobne potrošnje potaknute izmjenama poreza na dohodak i nižom cijenom naftnih derivata. No, jednaka se razina rasta predviđa i u 2016., prvenstveno zbog nedostatka velikih reformi te snažnog pritiska za fiskalnom prilagodbom u sklopu EU procedure prekomjernog deficita zajedno sa slabim doprinosom vanjskih faktora.

Pozitivni pomaci u gospodarskim pokazateljima zemlje, odnose se na industrijsku proizvodnju koja je u 2014. godini rasla za 1 posto, prvi puta od izbijanja krize, 2008. godine. Zabilježen je i rast izvoza roba, rast trgovine na malo, rast izravnih inozemnih ulaganja u RH, pad razine nezaposlenosti i inflacije kao i blagi porast prosječne neto plaće uz smanjenje kreditnog zaduživanja građana i poduzetnika. S druge strane, kao najznačajniji problemi hrvatskog gospodarstva ostaju visoka razina proračunskog deficita, javni dug koji je u 2014. godini dosegao razinu od 80% BDP-a, te nedostatak

ulaganja u istraživanje i razvoj s ciljem povećanja konkurentnosti samog gospodarstva. Ujedno, unatoč brojnim vladinim nastojanjima u području poticanja zapošljavanja, Republika Hrvatska ostaje 3. članica EU s najvišom stopom nezaposlenosti koja je u 2014. godini iznosila 19,7%. Tablica 1 prikazuje osnovne makroekonomske pokazatelje za period od 2012. do 2014. godine

Pokazatelj	2012	2013	2014
Površina	87.661	87.661	87.661
Stanovništvo(milijuni)	4.268	4.256	4.244
BDP (mil kn)	330.456	330.135	328.927
BDP (mil USD)	56.480	57.859	57.211
BDP p/c (USD)	13.235	13.596	13.481
Rast BDP (%)	-1,9	-1	-0,4
Industrijska proizvodnja	-5,5	-1,8	1,2
Izvoz (mil USD)	12.368,4	12.741,6	13.813,8
Uvoz (mil USD)	20.833,8	21.932,0	22.861,5
Saldo vanjske trgovine	-8.465,4	-9.190,4	-9.047,7
Tekući račun platne bilance (mil EUR)	-57,5	358,9	286,4
Bruto inozemni dug (mil EUR)	45.297,2	45.958,4	46.709,5
Javni dug (mil kn)	213.184,3	250.981,9	265.143,9
Međunarodne pričuve (mil EUR)	11.235,9	12.907,5	12.687,6
Investicije u dugotrajnu imovinu (mil kn)	44.116,6	45.136,2	
Izravna inozemna ulaganja u RH (mil EUR)	1.109,2	735,0	2.876,1
Potrošačke cijene – inflacija (%)	3,4	2,2	-0,2
Prosječna neto plaća (kn)	5.478	5.515	5.533
Aktivno stanovništvo	1.719.440	1.709.410	1.661.654
Broj zaposlenih	1.377.153	1.357.705	1.333.468
Stopa registrirane nezaposlenosti	19,1	20,2	19,7
Devizni prihod od turizma (mil EUR)	6.858,7	7.202,8	7.402,3
Prihodi (mil kn)	109.558,9	108.585,0	5,9
Rashodi i neto posudbe (mil kn)	118.730,0	123.505,9	0,6
Transakcije u nefinancijskoj imovini (mil kn)	829,6	1.304,5	-20,9
Transakcije u financijskoj imovini (mil kn)	-461,5	14.214,4	
Ukupni višak / manjak (mil kn)	-10.000,7	-16.225,4	-35,8
Stopa rasta kredita poslovnih banaka (%)	-2,4	0,9	-3,1
Dani krediti stanovništvu	-1,4	-1,8	-0,8

Dani krediti poduzećima	-13,5	-1,0	-3,7
-------------------------	-------	------	------

Tablica 1 - ključni makroekonomski pokazatelji RH

Izvor: HGK, makrotabela za web

Europska Komisija predviđa da će se u narednim godinama investicije povećati većim korištenjem EU fondova, a značajan je podatak da je od 1,27 milijarde eura dostupnih Hrvatskoj krajem prošle godine, ugovoreno 962 milijuna eura, što iznosi 76 posto svih raspoloživih sredstava.

Ministarstvo gospodarstva razvoj i unapređenje konkurentnosti hrvatskog gospodarstva planira postići i primjenom tkz. **Strateškog plana ministarstva gospodarstva za period od 2014. – 2016** čija je misija povećanje BDP-a, proizvodnje i zaposlenosti utemeljeno na kreiranju novih industrijskih proizvoda, razvoju inovacija, novih tehnologija i usluga s većom dodanom vrijednosti te povećanju izvoza i poticanju ulaganja.

2.1.2. Gospodarstvo Republike Slovenije

Republika Slovenija je podalpska, a manjim dijelom i sredozemna i panonska država na jugu Srednje Europe. Suverenost je deklarirala 1991. godine kao i Republika Hrvatska, a od 1. svibnja 2004. članica je Europske Unije. Osim navedene integracije zemalja, članica je Ujedinjenih naroda, Eurozone, Schengenskog prostora, saveza NATO i OECD-a.

RS je malo otvoreno gospodarstvo s populacijom od oko 2 milijuna stanovnika, točnije 1.961.342 stanovnika slovenskog državljanstva, te 101.532 stranih državljana u prvom kvartalu 2015. godine (Statistički ured RS, 2015.).

U gospodarskom pogledu, razina razvoja Slovenije relativno brzo prati razvoj EU-a. Gospodarski rast u Sloveniji je u prva tri tromjesečja 2014. godine znatno brže rastao od prosjeka u eurozoni.

Glavni generator gospodarskog rasta bio je izvoz, koji je u svim kvartalima imao pozitivan utjecaj na rast. Izvoz je u četvrtom tromjesečju porastao za 8,4 %, uglavnom zbog većeg robnog izvoza koji je porastao za 9,5 %, pri čemu je većina izvoza bila motornih vozila. Izvoz robe je u 2014. godini porastao za 6,3 %.

U Uredu za makroekonomske analize i razvoj očekivao se rast od 2,5 posto, Međunarodni monetarni fond i Europska komisija govorili su o 2,6 % rasta, Europska banka za obnovu i razvoj o čak 2,7 % rasta BDP-a.

BDP-a je u prvom tromjesečju porastao za 2,1 %, a u drugom za 2,9 %. BDP, prilagođen za sezonske i radne dane u prvom tromjesečju u odnosu na prethodno, je porastao za 0,1 %, a u drugom tromjesečju

za 1,1 %. Odnosno, na godišnjoj razini BDP u prvom tromjesečju porastao je za 1,9 posto, a u drugom tromjesečju za 2,8 posto.

Uvoz je u zadnjem kvartalu porastao za 3,3 %. Uglavnom je riječ o povećanom uvozu motornih vozila, dijelova i pribora za motorna vozila. Tijekom 2014. godine, uvoz je porastao za ukupno 4,1%. Zbog velikog rasta izvoza i nešto sporijeg rasta uvoza, doprinosi neto izvoza u gospodarskom rastu je bio iznimno visok i iznosio je četiri postotna boda. Uvjeti trgovanja bili su povoljniji nego u prethodna dva kvartala, uglavnom zbog nižih cijena energenata. Ovim rezultatima iz trećeg kvartala 2014. godine, Slovenija je premašila prosječan gospodarski rast u EU, tj. bila je jedna od zemalja koje su ostvarile najviši rast.

Unatoč gospodarskom uspjehu, Slovenija se još uvijek suočava s različitim izazovima. Veliki dio ekonomije je ostalo u rukama države, a direktna strana ulaganja su među najmanjima u EU. Porezi su relativno visoki, tržište rada je nefleksibilno te je industrija manje konkurentna. Tijekom posljednjih 10 godina došlo je do privatizacije banaka, telekomunikacija i javnih usluga te se očekuje da će se strana ulaganja povećati. Najvažniji izazovi su nefunkcioniranje kreditnih kanala, visoka nezaposlenost, fiskalna konsolidacija i restrukturiranje gospodarstva.

Slovensko je gospodarstvo vrlo razvijeno, najbolje među tranzicijskim državama, sa starom rudarskom, industrijskom i obrtničkom tradicijom. Poljoprivreda je od manjeg značaja, a obrađeno je samo 12 % površine.

Situaciji na tržištu rada u 2014. godini, za poboljšanje i rast zaposlenosti doprinijela je uspostava zapošljavanja u proizvodnoj aktivnosti, smanjenje ukupne zaposlenosti u građevinarstvu i povećanje zaposlenosti u privatnim uslugama, posebno službi za zapošljavanje. Kao rezultat toga, odljev iz registrirane nezaposlenosti u zaposlenost u prvih devet mjeseci povećao se je za 15 %. Priljev u nezaposlenost zbog isteka ugovora na određeno vrijeme, kao rezultat reforme tržišta rada i dalje pada. U prvih deset mjeseci 2014. godine, realna bruto plaća i prosječna realna bruto plaća neznatno su povećane, ali njihov rast zaostaje za rastom produktivnosti rada.

Tablica 2 prikazuje osnovne makroekonomske pokazatelje za period od 2012. do 2014. godine.

Pokazatelj	2012	2013	2014
Površina (km ²)	20.273	20.273	20.273
Stanovništvo	2.058.123	2.060.663	2.062.731
BDP (%)	- 2,6	- 1,0	2,6
BDP (mil USD)	46.288	48.005	49.506
BDP p/c (USD)	22.519	23.317	24.019

Izvoz (mil USD)	32.172,5	34.091,7	36.110,1
Uvoz (mil USD)	32.008,9	33.412,3	34.032,8
Saldo vanjske trgovine	163,3	679,3	2.077,2
Tekući račun platne bilance (%)	0,4	3,3	6,3
Javni dug (mil EUR)	19.224	25.428	30.133
Rashodi opće države (mil EUR)	17.319,2	21.578,3	18.564,6
Harmonizirani indeks potrošačkih cijena - HICP (%)	3,1	0,9	- 0,1
Prosječna plaća (EUR, god.)	17.538	17.673	17.851
Aktivno stanovništvo	920.184	913.424	917.901
Stopa registrirane zaposlenosti	52,5	51,5	52,1
Stopa registrirane nezaposlenosti	19,1	9,9	9,7

Tablica 2 - ključni makroekonomski pokazatelji Slovenije
Izvor: Banka Slovenije, Gospodarska in finančna gibanja

2.2. Administrativni ustroj

2.2.1. Administrativni ustroj Republike Hrvatske

Republika Hrvatska administrativno je podijeljena u 20 županija i Grad Zagreb, koji ima status županije, 128 gradova te 428 općina. Površinom je najveća Ličko-senjska, a najmanja Međimurska županija, dok su županije s najviše stanovnika Splitsko-dalmatinska, Osječko-baranjska i Primorsko-goranska. Glavni grad je Zagreb koji predstavlja gospodarsko, kulturno i političko središte zemlje.

Općine i gradovi, prema Ustavu Republike Hrvatske, čine najnižu razinu samouprave te potom slijede županije kao više jedinice lokalne samouprave koje su ustrojene od pojedinih općina i gradova. Na vrhu piramide administrativnog ustroja Republike Hrvatske, nalazi se Središnja država (20 ureda državne uprave u županijama te ministarstva i državne agencije).

Područje **županije** izraz je povijesnih, prometnih i gospodarskih čimbenika te je prirodna samoupravna cjelina, a u svom sastavu ima po pravilu više gradova i općina.

Općina je jedinica lokalne samouprave, osnovana po pravilu za područja nekoliko naselja koja su prirodna, gospodarska i društvena cjelina te koja su povezana zajedničkim interesima stanovništva.

Grad je jedinica lokalne samouprave na istoj razini kao i općina te je prirodna, urbana, gospodarska i društvena cjelina. Status grada dobile su općine u kojima je sjedište županije te imaju više od 10.000

stanovnika. Iznimno, status grada dobile su i općine koje ne zadovoljavaju te uvjete u slučaju postojanja posebnih povijesnih, gospodarskih, geoprometnih i drugih razloga.

Jedinice lokalne samouprave obavljaju poslove iz lokalnog djelokruga kojima se neposredno ostvaruju potrebe građana, a osobito poslove koji se odnose na uređenje naselja i stanovanja, prostorno i urbanističko planiranje, komunalne djelatnosti, brigu o djeci, socijalnu skrb, primarnu zdravstvenu zaštitu, odgoj i osnovno obrazovanje, **kulturu**, tjelesnu kulturu i sport, zaštitu potrošača, zaštitu i unapređenje prirodnog okoliša, protupožarnu i civilnu zaštitu.

Kao zemlja članica Europske unije, Republika Hrvatska uključena je i u teritorijalnu podjelu zemlje prema europskoj „*Nomenklaturi prostornih jedinica za statistiku*“ (NUTS fr.: Nomenclature des unités territoriales statistiques) tj. statističku klasifikaciju koja služi za prikupljanje, obradu, analizu i publiciranje statističkih prostornih podataka na razini Europske unije.

Republika Hrvatska u okviru NUTS sustava, dijeli se na 2 statističke regije – Kontinentalnu i Jadransku regiju, a trenutna se klasifikacija primjenjuje se od 1. siječnja 2013.

2.2.2. Administrativni ustroj Republike Slovenije

Prema Ustavu Republike Slovenije, općina (slo. občina) je samoupravna lokalna zajednica (tj. jedinica lokalne samouprave), koja obuhvaća područje jednog ili više naselja koja su povezana zajedničkim potrebama i interesima stanovnika, a postoji 212 općina.

Po slovenskom Zakonu o lokalnoj samoupravi, općina mora imati najmanje 5.000 stanovnika, ali ima i onih koje zbog zemljopisnih, pograničnih, nacionalnih, povijesnih ili gospodarskih razloga imaju taj status iako imaju manje od 5.000 stanovnika. U djelokrug općine spadaju poslovi lokalnog značaja koje općina može obavljati samostalno i koji se tiču samo stanovnika općine. Grad može dobiti status gradske općine (slo. mestna občina) ako ima više od 10.000 stanovnika te predstavlja zemljopisno, gospodarsko i kulturno središte područja koje mu gravitira. Međutim taj status može dobiti i općina zbog povijesnih razloga. Na gradsku općinu država može prenijeti poslove iz svoje nadležnosti, a koji utječu na razvoj grada.

Temelj za podjelu Slovenije na statističke regije je Vladina Uredba o standardnoj klasifikaciji teritorijalnih jedinica (SKTE) iz 2000. (Ur. l. 28/00) koja se kao obvezni nacionalni standard koristi za prikupljanje, analizu i iskaz podataka o teritorijalnoj podjeli Slovenije. Prema toj klasifikaciji Slovenija je raščlanjena na NUTS I (teritorij Slovenije kao cjelina), NUTS II (Istočna i Zapadna Slovenija) i NUTS III razinu (dvanaest statističkih regija).

Statističke regije NUTS III razine jesu: Gorenjska, Gorička, Jugoistočna Slovenija, Koruška, Unutarnjo-kraška, Obalno-kraška, Srednjoslovenska, Podravska, Pomurska, Savinjska, Posavska i Zasavska.

Površinom najveća statistička regija je Jugoistočna Slovenija, veličine 2.675 km², obuhvaća 144 naselja, dok je površinom najmanja Zasavska regija s 264 km², te 294 naselja. Najveći broj naselja ima Srednjo-slovenska regija (1.050 naselja na površini od 2.555 km²), a najmanja Unutarnjo-kraška regija (114 naselja na površini od 1.456 km²). Prosječna statistička regija obuhvaća 1.689 km² i 502 naselja (autoričin izračun na osnovi podataka Ureda za statistiku RS iz 2010.). Najviše stanovnika po km² ima Srednjo-slovenska regija sa 488 stanovnika, a najmanje Zasavska s 45 stanovnika. Prosječan broj stanovnika NUTS III razine je 163 st/km².

Nova Uredba NUTS donesena je 2007. (Ur. l. 9/07)9 pri čemu se SKTE temelji na klasifikaciji NUTS do razine statističkih regija (NUTS III), a od četvrte razine teritorij Slovenije dijeli se na upravne jedinice (SKTE 4), općine (SKTE 5), mjesne i seoske zajednice te zajednice gradskih četvrti (SKTE 6), naselja (SKTE 7) i prostorni okoliš (SKTE 8). Granice statističkih regija ne odgovaraju u potpunosti granicama općina, što se nastoji smanjiti kroz odredbe Uredbe koje dopuštaju manje izmjene veličine statističke regije u svako doba, a veće izmjene njihove veličine i broja svake tri godine (poštujući kriterij broja stanovnika koji mora ispunjavati svaka jedinica u NUTS klasifikaciji).

Uvedene su i kohezijske regije kao funkcionalne teritorijalne jedinice koje okupljaju razvojne regije radi provedbe zajedničkih poslova općine i države u vezi s implementacijom strukturne i kohezijske politike EU. Kohezijske regije određene su na prijedlog Vlade na NUTS II razini (Istočna i Zapadna Slovenija). Istočna Slovenija obuhvaća osam razvojnih regija s Mariborom kao gravitacijskim središtem, a Zapadna Slovenija četiri razvojne regije u kojima stanovništvo gravitira glavnom i (najvećem) gradu Ljubljani (Dubajić, D., 2010./2011.).

2.3. Opći pregled kulture i kreativnih industrija

2.3.1. Opći pregled kulture i kreativnih industrija Republike Hrvatske

Zahvaljujući svojoj povoljnoj geografskoj poziciji, hrvatska kultura predstavlja mješavinu različitih kulturnih sfera te su tijekom hrvatske povijesti najznačajniji kulturološki utjecaji dolazili su iz srednjoeuropskog i sredozemnog kulturnog kruga.

Ministarstvo kulture Republike Hrvatske, centralna je nacionalna institucija sa zadaćom očuvanja kulturne i prirodne baštine te upravljanja njihovim razvojem kao i razvojem kulturnih djelatnosti zemlje. Sve daljnje aktivnosti koje podupiru razvoj lokalne kulture su poduzete na razini lokalne uprave i samouprave.

Zanimljivo je spomenuti da je UNESCO na popis svjetske baštine upisao jednu hrvatsku lokaciju prirodne baštine, sedam objekata materijalne kulturne baštine i čak 13 nematerijalnih dobara. Upravljanje i očuvanje ukupne baštine hrvatske, Ministarstvo kulture regulira **Strategijom zaštite, očuvanja i održivog gospodarskog korištenja kulturne baštine republike hrvatske za razdoblje 2011.–2015.**

Pri analizi **kulturnih djelatnosti** Republike Hrvatske, prema podacima pruženim od strane Hrvatskog zavoda za statistiku, značajno je spomenuti sljedeće pokazatelje.

U 2013. godini Hrvatska je imala 83 profesionalna kazališta sa 5.739 izvedenih predstava, 25 profesionalnih dječjih kazališta i 55 amaterskih kazališta koje je posjetilo više od dva milijuna gledatelja godišnje i koja zapošljavaju 2.151 umjetnika. Ujedno, postoji 25 profesionalnih orkestara, ansambala i zborova u zemlji, koja zapošljavaju 1.246 umjetnika, privlačeći godišnje pohađanje od 332.000 domaćih posjetitelja.

Hrvatska raspolaže i sa 165 kina čija posjećenost prelazi 4.157.000 posjetitelja, kao i sa 181 muzejem koje je posjetilo preko 2.284.000 ljudi, kroz 181 stalnu i 852 povremenu postavu izložbi. Osim toga, tu su i 1.839 knjižnica koje sadrže više od 28,7 milijuna svezaka knjiga, brošura, novina, časopisa i rukopisa .

U 2013. godini, više od 7.200 knjiga i brošura objavljene su zajedno s 2.678 časopisa i 314 novina. Tu je i 146 radijskih i 21 TV postaja.

U posljednjih pet godina, filmska proizvodnja u Hrvatskoj proizvede do pet igranih filmova i 10 do 51 kratkih filmova, s dodatnih 76 do 112 televizijskih filmova. Od 2009., tu su 784 amaterska kulturno-umjetnička društva i više od 10 tisuća kulturnih, obrazovnih i umjetničkih događanja koja se održavaju jednom godišnje.

Kao najznačajnije kulturno središte zemlje ističe se Grad Zagreb koji ujedno posjeduje i najveći broj kulturnih institucija, manifestacija kao i profesionalnih i amaterskih sudionika u kulturnim djelatnostima.

Budući strateški razvoj kulturnih djelatnosti zemlje, Ministarstvo kulture nastoji usmjeriti putem tkz. **Strateškog plana ministarstva kulture za razdoblje od 2014. – 2016.** čija je misija participativno razvijanje i provedba kulturne politike, poticanje umjetnosti, umjetničkog obrazovanja i javne komunikacije tako da kvalitetna djela postaju široko popularna, komunikacijske potrebe svih pripadnika društva ravnopravne, a kulturna baština u suvremenim upotrebama održiva.

Stateški plan biti će ispunjen ostavrenjem dva opća cilja:

1. Razvoj kulturnog i umjetničkog stvaralaštva i proizvodnje i javne komunikacije
2. Zaštićena i očuvana kulturna baština

Opći ciljevi uključuju niz posebnih ciljeva poput primjerice: potpora umjetničkom stvaralaštvu, poduzetništvu i participaciji u kulturi, razvoj nezavisne kulture, poticanje razvoja izvedbenih umjetnosti, unaprjeđenje audiovizualnih djelatnosti i medija, razvoj književno-nakladničke i knjižnične djelatnosti, razvoj službe zaštite i očuvanja kulturne baštine, razvoj optimalnog modela zaštite i upravljanja kulturnim dobrima, razvoj muzejsko-galerijske djelatnosti te razvoj arhivske službe uz osiguranje uvjeta za redovito preuzimanje arhivskog gradiva.

Većinski dio kulturnih djelatnosti Republike Hrvatske financiran je iz javnog proračuna zemlje pa je tako za kulturu u 2013. godini odvojeno **1,26% ukupnog proračuna, u iznosu od 2.142.763 (000) kuna**. Osim javnog proračuna zemlje, kulturnim institucijama i tvrtkama i području kulturne i kreativne industrije dostupan je i niz natječaja financiranih djelomično ili potpuno od strane Europske Komisije, ali i sredstva iz fondova Kohezijske politike kao i međunarodnih udruženja u kulturi.

Kao jednu od najznačajnijih inicijativa pokrenutih od strane Europske Komisije u suradnji s hrvatskim Ministarstvom kulture, važno je spomenuti sedmogodišnji program Unije namijenjen kulturnom i audiovizualnom sektoru **Kreativna Europa (2014. – 2020.)**, vrijedan 1.8 milijardi €, u okviru kojeg se nalaze dva zasebna potprograma – potprogram **Kultura** i potprogram **MEDIA**.

Potprogram Kultura nastavak je iznimno uspješnih europskih programa *Kultura 2000* i *Kultura 2007. – 2013.* U istom mogu sudjelovati sve pravne osobe (privatne i javne), ali i tijela nacionalne, regionalne i lokalne vlasti čija osnovna djelatnost pripada djelokrugu kulture te se nalaze u jednoj od 28 zemalja članica EU i prekomorskih zemalja i teritorija EU.

Sudjelovanje u potprogramu moguće je kroz četiri vrste natječaja:

1. Potpora europskim projektima suradnje
2. Potpora projektima književnih prijevoda
3. Potpora europskim mrežama
4. Potpora europskim platformama

Kulturni i kreativni sektori, koji uključuju tvrtke i druge organizacije koje djeluju na području arhitekture, umjetničkog obrta, kulturne baštine, dizajna, festivala, filma i televizije, glazbe, izvedbenih i vizualnih umjetnosti, arhiva i knjižnica, nakladništva i radija, na razini Unije, već obuhvaćaju između 3.3 % i 4.5 % EU BDP-a te zapošljavaju između 7 i 8 milijuna ljudi. No, pri analizi **kulturne i kreativne industrije (KKI)** u Hrvatskoj važno je naglasiti da iako i kod nas primjećujemo međunarodne trendove povećanja udjela kreativne industrije u ukupnom BDP-u i

povećanje broja osoba u toj industriji, u Hrvatskoj ne postoji strateški dokument koji na jednom mjestu obuhvaća sve podatke i smjernice za razvoj KKI.

Problematiku KKI kontinuirano i sistematično prati isključivo Odjel za kulturu i komunikacije Instituta za razvoj i međunarodne odnose u Zagrebu te su pojedini podaci o stanju industrije dostupni i putem Hrvatske Gospodarske Komore.

U tom kontekstu ne iznenađuje činjenica da su se po čitavoj Hrvatskoj samoinicijativno počele skupljati grupe kreativaca koji svojim angažmanom nastoje potaknuti institucije na poboljšanje sadašnje situacije. Te neformalne skupine, združene u inicijativi Coworking Croatia, osim angažmana na lokalnoj razini surađuju i na nacionalnoj razini te, ovisno o situaciji, savjetima i umrežavanjem pomažu manjim inicijativama u drugim gradovima.

Prmjerice, neki od subjekata koji se bave različitim segmentima kreativnog sektora su:

- Hrvatski audiovizualni centar (HAVC)
- Poduzetnički inkubator „Tvornica ideja“
- Zagrebački kreativni klaster Gredelj
- Cool Industries for the Creative City
- Start-up inkubator za mlade, Rijeka
- Mreža za razvoj i kreativnost – MRAK
- Dan kreativnosti i inovativnosti
- Klaster konkurentnosti kreativnih i kulturnih industrija

Spomenuti Klaster konkurentnosti kreativnih i kulturnih industrija, osnovan je na inicijativu Ministarstva gospodarstva s ciljem jačanja konkurentnosti te je iznio i vlastite **Strateške smjernice za razvoj Kreativne i kulturne industrije 2013. – 2020.** čija je misija jačanje konkurentnosti kreativne i kulturne industrije u cilju promocije pametnog, održivog i uključivog rasta uz stvaranje imidža Republike Hrvatske kao kreativne zemlje sa bogatim kulturnim nasljeđem i tradicijom.

Stateške smjernice uključuju 5 prioriteta područja:

1. Jačanje institucionalne i infrastrukturne podrške u razvoju kreativne i kulturne industrije
2. Davanje snažnije podrške istraživačko-razvojnim aktivnostima, inovacijama, eksperimentima i poduzetništvu u kreativnoj i kulturnoj industriji
3. Razvoj ljudskih resursa

4. Poboljšanje pristupa financiranju
5. Ubrzanje učinaka prelijevanja kreativne i kulturne industrije na druge industrije i društvo u cjelini

Klaster je u 2015. godini pokrenuo i proces mapiranja kulturne i kreativne industrije Republike Hrvatske u suradnji s Ekonomskim Institutom Zagreb, čije se dovršenje očekuje krajem svibnja.

Podaci o kreativnoj industriji RH dobiveni od Hrvatske Gospodarske Komore, za radoblje od 2010. do 2012. godine, izneseni su u tablicama koje slijede.

Godina	Broj tvrtki	Broj zaposlenih	Prihod od prodaje (kn)
2010.	3.802	19.495	12.881.760.420
2011.	3.984	20.335	35.314.432.641
2012.	3.987	20.011	12.848.783.891
Ukupno	11.773	59.841	61.044.976.952

Tablica 3 - kreativna industrija u RH od 2010. - 2012.

Izvor: Hrvatska Gospodarska Komora – prema obradi podataka Odsjeka za međunarodne odnose iz dzs.hr

Najviše razine ukupnih prihoda u periodu od 2010. do 2012. godine ostvarene su u sljedećim djelatnostima:

- Arhitektonske djelatnosti - 38%
- Trgovina na malo novinama, papirnatom robom i pisaćim priborom u specijaliziranim prodavaonicama - 17%
- Agencije za promidžbu (reklamu i propagandu) - 16%
- Emitiranje televizijskog programa - 11%
- Izdavanje knjiga - 4%
- Izdavanje časopisa i periodičnih publikacija - 4%
- Produkcija filmova, videofilmova i televizijskog programa – 4%

Dok se kao 10 djelatnosti s najvećim brojem zaposlenih izdavaju:

Djelatnost	Br. zaposlenih
Emitiranje televizijskog programa	13.499
Trgovina na malo novinama, papirnatom robom i pisaćim priborom u specijaliziranim prodavaonicama	12.165
Agencije za promidžbu (reklamu i propagandu)	9.943
Izdavanje knjiga	5.568
Izdavanje časopisa i periodičnih publikacija	3.325
Emitiranje radijskog programa	3.039
Arhitektonske djelatnosti	3.033
Specijalizirane dizajnerske djelatnosti	1.840
Proizvodnja filmova, videofilmova i televizijskog programa	1.361
Fotografske djelatnosti	1.184

Tablica 4 - djelatnosti s najvećim brojem zaposlenih u KKI na razini RH

Izvor: Hrvatska Gospodarska Komora – prema obradi podataka Odsjeka za međunarodne odnose iz dzs.hr

S aspekta gospodarstva Hrvatske, u okviru kulture, važno je spomenuti i rastući sektor kulturnog turizma.

Prema tržišnim istraživanjima 7,5 posto inozemnih posjetitelja dolazi u Hrvatsku motivirano upoznavanjem kulturnih znamenitosti, a znatno je veći broj onih koji, kada već dođu na destinaciju, posjećuju kulturne znamenitosti i manifestacije (40 % – 80 %). Posebno relevantni proizvodi kulturnog turizma za Hrvatsku uključuju: gradski turizam, turizam baštine, turizam događanja, kreativni turizam te vjerski turizam. Generalno gledano, sukladno rezultatima Travel and Tourism Competitiveness Reporta, hrvatski je turizam u 2011. godini, prema svojoj međunarodnoj konkurentnosti, zauzeo 34. mjesto u svijetu, dok je u sferi kvalitete i raspoloživosti kulturnih atrakcija zauzeo 30. mjesto. Prognozira se daljnji rast kulturnog turizma te se ističe velik značaj ovoga proizvoda za budući rast ukupnog turističkog sektora.

2.3.2. Opći pregled kulture i kreativnih industrija Republike Slovenije

Slovenija ima dobro razvijenu mrežu kulturnih institucija, organizacija i udruga, koji su usporedivi s najrazvijenijim europskim zemljama. Relativno šareni kulturni život ne postoji samo u većim gradovima, već i u ruralnim područjima Slovenije.

Glavno središte kulture Slovenije je u glavnom gradu Ljubljani. No, pored Ljubljane, Maribor je također prepoznat kao grad kulture. Drugi po veličini grad u Sloveniji i glavni grad slovenske Štajerske s gotovo 120.000 stanovnika, koji je 2012. godine nosio titulu Europske prijestolnice kulture. Mariborski povijesni razvoj je određen njegovim zemljopisnim položajem, a grad se ponosi na burnu povijest, bogatu vinogradarsku tradiciju te bogat društveni i kulturni život. Glavni koncept i slogan prijestolnice kulture Maribor 2012. bio je Točka preokreta. Tijekom godine u kojoj je Maribor bio EPK, odrađeno je 405 projekata i 5.264 kulturnih događaja. Ukupna vrijednost programa bila je 21.9 milijuna eura, a prekogranični suradnički projekti uključili su 128 europskih partnera od čega je 71 bila koprodukcija.

Unatoč policentričnoj organizaciji kulturnih ustanova, glavni udio sredstava za kulturu (oko dvije trećine) predstavlja državni proračun; javna sredstva, rezervirana za kulturu predstavljaju nešto više 0,5 % od ukupnog BDP-a. Lokalne zajednice ili općine doprinose samo mali dio.

To uključuje programe i projekte u području međunarodne kulturne suradnje, važan udio izdavačke industrije, kulturne aktivnosti talijanskih i mađarskih manjina i Slovenaca, koji žive u inozemstvu. Lokalne zajednice su uglavnom odgovorne za knjižnice i neke druge kulturne institucije poput lokalnih muzeja, galerija i kulturnih centara, te nevladine udruge koje su aktivne u području kulture.

Izložbe u muzejima, galerijama i ostalim kulturnim organizacijama, u 2013. godini, vidjelo je više od 3.5 milijuna ljudi. Broj izložbi se za povećao za 21 % u odnosu na 2012. godinu. U muzejima, muzejskim zbirkama, prema izložbenim područjima i u galerijama, pripremljeno je 3.028 izložbi u 2013. godini; 1.426 su bile stalne i 1.602 privremene izložbe. U odnosu na 2012. godinu, broj stalnih izložbi se više nego udvostručio, a broj povremenih izložbi smanjio za 14 %.

Do sada nije rađena opsežnija i novija analiza o kreativnim industrijama, već postoji ona iz 2012. godine, tako da se ne zna koje prihode ovaj sektor stvara ili koliko ljudi trenutno zapošljavaju. Tržište kulture je slabo, a programi potpore i porezni poticaji su nerazvijeni, što ne predstavlja dobru alternativu tradicionalnom modelu. Kultura se ne nalazi u središtu društvenog razvoja i njegovi gospodarski potencijali nisu iskorišteni.

U tablici su prikazani podatci za zaposlene u kulturi od 2005. do 2013. godine, preuzeta iz Statističkog registra za zapošljavanje (SRDAP). Prema podacima slovenskog ureda za statistiku u 2013. godini bilo je 24.436 radnika u kulturi, od čega je 17.743 zaposlenih u javnim institucijama, privatnom sektoru i vlastitim/samostalnim poduzećima od kojih je 6.693 samozaposlenih¹.

Broj radnika u kulturi u Sloveniji iznosi oko 3 % svih zaposlenih u slovenskom gospodarstvu, te je stalno u porastu od 2000. do 2010. godine, u postotku u iznosu od 2,48 % u 2002. godini, 2,63 % u

¹ Napomena: ovaj se broj značajno razlikuje od broja samozaposlenih navedenih u službenom registru samozaposlenih Ministarstva kulture RS

2005. godini, 2,75 % u 2008. godini, 2,92 % u 2009. godini, 3,04 % u 2010. i 3,09 % u 2011. i 2012. godini (Ministarstvo kulture RS). Tablica 5 donosi pregled broja zaposlenih i samozaposlenih u kulturi, 2005. – 2013.

Godina	Zaposleni u kulturi	Samozaposleni u kulturi	Ukupno zaposleni u kulturi
2005.	17.480	3.942	21.422
2006.	17.975	4.154	22.129
2007.	18.401	4.366	22.767
2008.	19.248	4.986	24.234
2009.	19.080	5.556	24.636
2010.	18.889	5.977	24.866
2011.	18.629	6.203	24.832
2012.	18.314	6.179	24.493
2013.	17.743	6.693	24.436

Tablica 5 - broj zaposlenih i samozaposlenih u kulturi, 2005. - 2013.
Izvor : <http://www.culturalpolicies.net/web/slovenia.php?aid=429>

Ne postoji specifična definicija kulturne/kreativne industrije u Sloveniji. Predstavljanje opsega kulturne industrije u Sloveniji slijedi definiciju Zelene knjige EU - Istraživanje potencijala kulturnih i kreativnih industrija, koja tvrdi da kulturne industrije obuhvaćaju (pored tradicionalnih umjetničkih sektora, kao što su izvedbene umjetnosti, likovne umjetnosti i kulturna baština) i film, DVD i video, TV i radio, video igre, nove medije, glazbu, knjige i tisak.

U pogledu zaposlenih, najčešća zanimanja su:

- knjižnice i arhiva (1.743 zaposlenika u 2013. godini),
- objavljivanje knjiga (834 zaposlenih u 2013. godini),
- objavljivanje novina (1.175 zaposlenika u 2013.),
- arhitekture i urbanizma (1.436 zaposlenika u 2013. godini),
- umjetnička izvedba (1.240 zaposlenih u 2013. godini),
- TV radnici (1.610 zaposlenika u 2013.),
- oglašavanje (1.249 zaposlenih u 2013. godini) te
- obrazovanje i osposobljavanje u području kulture (1.862 zaposlenih u 2013.).

Među tim poslovima zabilježeno je opadanje broja zaposlenih u području knjiga i novina te izdavaštva i TV radnika. Najvjerojatniji razlog za takav trend je pojava alternativnih zanimanja u medijima, prije svega na Internetu i elektronskim medijima. Sva ostala zabilježena zanimanja imala su trend rasta do 2010. godine, ponajviše porast zanimanja arhitekt (gotovo 400 novih djelatnika u razdoblju 2005. – 2010.) te oglašavanja i obrazovanje (oko 250 novih zaposlenika u istom razdoblju). Nakon 2010. godine još nije zabilježen rast, najvjerojatnije zbog učinaka globalne financijske krize (u 2013. godini broj arhitekata je ponovno gotovo isti kao u 2005. godini).

Među samozaposlenima, najčešće zanimanje je stvaranje umjetnosti (2.116 samozaposlenih osoba u 2013. godini), zatim arhitekata i urbanista (962 samozaposlena u 2013. godini), prevoditelja (711 samozaposlena u 2013.) i dizajnera (600 samozaposlena u 2013). Sva navedena zanimanja su u stalnom porastu, rastući za gotovo 300 novih osoba koje se same zaposle u razdoblju 2005. – 2013. godine u svakom od navedenih zanimanja.

Ukupan broj zaposlenih bio je u porastu do 2008. godine, ali je pao u sljedećim godinama, kada dolazi do gotovo jednakog broja radnika kao u 2005. godini. Broj samozaposlenih je u značajnom porastu za više od 2.500 novih samozaposlenih osoba u 2013. godini u odnosu na 2005. godinu, s prosječnim godišnjim povećanjem od više od 6,8 %.

Ukupan broj poslovnih subjekata prema Standardnoj klasifikaciji djelatnosti, koja definira aktivnosti u području kulture na dan 31.12., 2008. – 2012. godine rastao je iz godine u godinu. Većina subjekata je aktivna u području umjetničkih djelatnosti, arhitekture i marketinških agencija. Najveći rast u periodu od 2008. – 2012. godine bilježe djelatnosti: kino (63 %), TV (66 %), aranžerstvo (45 %). Tablica 4 sadrži procjenjene podatke o veličini kulturne industrije u Sloveniji. Tablica 6 donosi podatke o kulturnoj industriji u Sloveniji, 2012.

Vrsta kulturalnih aktivnosti	Broj jedinica	Broj zaposlenih	Promet (u eurima)	Dobit (u eurima)
J58.11 – Izdavanje knjiga	237	904	80.595.000	2.124.000
J58.13 – Izdavanje novina	57	1.312	125.462.000	4.133.000
J58.14 – Izdavanje časopisa	145	504	53.309.000	688.000
J59.20 - Izdavanje fonograma	133	76	13.205.000	532.000
J58.19 – Ostala izdavaštva	135	234	25.137.000	4.336.000
J59.11 - Film i video produkcija	545	491	108.497.000	15.125.000
J59.13 - Film and video distribucija	21	42	11.051.000	315.000

J59.14 – Kinematografija	17	118	19.044.000	1.752.000
J60 – Emitiranje	305	781	77.176.000	1.661.000
J63.91 - Press agencije	66	102	4.169.000	711.000
UKUPNO	1.661	4.564	517.645.000	31.377.000

Tablica 6 - kulturna industrija u Sloveniji, 2012.

Izvor: Statistical Office of the Republic of Slovenia, 2014.

Nacionalni program za kulturu (NMP) 2014. – 2017.

Prema usvojenom Nacionalnom programu za kulturu 2014. – 2017., kultura je definirana kao industrija. Kultura može igrati ključnu ulogu za početak rada pojedinačne gospodarske grane, dakle, koliko je pozornost posvećena uglavnom kulturnim i kreativnim industrijama, koje imaju ogroman potencijal povezivanja kulturnog stvaralaštva i gospodarstva, kao i orijentaciju Financijske perspektive EU-a od 2014-2020, kao što su kulturne industrije, ne samo da nastoji dobiti nove izvore financiranja, već nudi i modele nove ekonomije.

U kontekstu NMP, kreativnim industrijama posvećen je poseban odjeljak u novoj ekonomiji i stvaranju novih tržišnih mogućnosti (dizajn - kreativne industrije, NMP str. 89), koji je u nastavku.

U javni interes spada razvoj područja kreativnih industrija u svim oblicima i fazama kreativnih i proizvodnih procesa obuhvaćenih gornjom definicijom. U obzir valja uzeti nešto užu raspon industrije u Republici Sloveniji gdje je u 2011. godini u kreativnim industrijama djelovalo 9.156 tvrtki ili 7,4 % cjelokupnog gospodarstva te svega 18.299 zaposlenih, ili 3,4 % zaposlenih u cijelom gospodarstvu.

Razdoblje valjanosti Nacionalnog programa za kulturu 2014-2017 poklapa se s vremenom koje karakteriziraju negativni gospodarski trendovi. Područje kreativnih industrija je prilika za prevladavanje nedostataka bez utjecaja politika, utjecaja programa i strategija te fragmentiranog rada institucija (agencija, obrazovnog sustava, instituta, i tako dalje).

Republika Slovenija treba nove osuvremenjene javne politike (kulturne, gospodarske, obrazovne, itd.) kao i transformaciju sljedbenika društva u suvremenoj kreativnoj ekonomiji, koji određuju kreativnu industriju.

Uloga Ministarstva kulture na razvoju kreativnih industrija usredotočuje se na šire područje povezivanja znanja i vještina, ostvarenje većeg stupnja dizajna u kulturi i kreativnosti, promicanje suvremenih diferenciranih i učinkovitih ekonomskih modela poduzetništva, integracije i suradnje institucija znanja i gospodarstva te područja kulture. Među ostalim kreativnim industrijama nakon stvaranja dodane vrijednosti ističe se dizajn (planiranje i dizajn), što predstavlja ključno područje ili



čvorište tehnologije i konkurentnosti na tržištu faktora, i polja za upravljanje dizajna (planiranje i dizajn) zapravo predstavlja upravljanje nacionalnim ekonomskim i kulturnim identitetom.

Glavni cilj je stvoriti uvjete za proizvodnju konkurentnih suvremenih programa, proizvoda i usluga s visokom dodanom vrijednošću, koja će učinkovito promovirati izvorno stvaralaštvo i promicati gospodarski razvoj.

Dodana vrijednost je osnovni gospodarski pokazatelj i osnovno mjerilo gospodarske aktivnosti i uspjeha. U ovom smislu znači novostvorene vrijednosti koju je tvrtka ostvarila u jednoj godini.

Bruto dodana vrijednost ostvarena aktivnostima u području kulture za 2012. godinu iznosila je 704.7 milijuna EUR ili 2,3 % ukupne dodane vrijednosti. To znači da su u toj godini aktivnosti u području kulture u Sloveniji stvorile još više dodane vrijednosti nego cijelo područje hotela i restorana (2,3 %), područje telekomunikacija (1,8 %), područje poljoprivredne proizvodnje, lov i srodne usluge (2,1 %) kao i područje proizvodnje osnovnih farmaceutskih proizvoda i farmaceutskih pripravaka (2,2 %).



3. Primorsko - goranska Županija i regija Primorska

3.1. Primorsko- goranska županija

3.1.1. Geografski i socio ekonomski pokazatelji

Primorsko-goranska županija jedna je od ukupno 21 županije u Republici Hrvatskoj i prostire se na površini od 3.588 km². Površinom teritorija zauzima 6,34 % udjela Republike Hrvatske, a na njezinom području živi oko 7 % stanovništva Republike Hrvatske.

Njena raznolikost ogleda se kroz tri različite cjeline:

- šumoviti Gorski kotar bogate flore i faune,
- primorsko područje tipične mediteranske klime te
- otočno područje sastavljeno od dvaju niza kvarnerskih otoka.

Na sjeveru graniči s Republikom Slovenijom, na zapadu s Istarskom županijom, na istoku s Karlovačkom i Ličko-senjskom županijom, dok na jugoistoku ima morsku granicu sa Zadarskom županijom. Županiji pripada i dio obalnoga mora s morskom državnom granicom prema Italiji udaljenoj 22 km jugozapadno od otoka Suska.



Izvor: <http://www.ju-priroda.hr/3osnovni.html>

Obiluje pitkom vodom, šumama, poljima, morem, podmorjem, obalama i pripadajućem živom svijetu. Na području Županije isprepliću se raznoliki ekološki utjecaji i različite vrste bilja i životinja, te tipična staništa Srednje Europe, krasi Dinarida, Zapadnog i Istočnog Sredozemlja, a na vrhovima Gorskog kotara još se osjeća jak utjecaj alpskog područja.

Njeno bogatstvo leži u činjenici da otoci, otočići, hridi i grebeni Županije čine više od jedne petine obale otoka Republike Hrvatske.

Županija je, ujedno, i prometno sjecište putova koji povezuju srednju i jugoistočnu Europu i dio zemalja zapadne Europe sa Sredozemnim morem. Čine ju tri velike mikroregije: Priobalje, Gorski kotar te otoci. Broji 14 gradova, 22 općine i 510 naselja.

Grad Rijeka sa 128.624 stanovnika predstavlja poslovno, upravno-administrativno, gospodarsko i kulturno središte Županije i treći je grad po veličini u Republici Hrvatskoj nakon Zagreba i Splita. Najmanji grad u Županiji prema ukupnom broju stanovnika je Grad Cres s 2.879 stanovnika, dok je najmanja općina, Općina Brod Moravice s 866 stanovnika.

OBILJEŽJE	PGŽ	RH
Broj gradova	14	127
Broj općina	22	429
Broj naselja	510	6.756
Broj kućanstava	117.627	1.535.635
Površina teritorija, km ²	3.588	56.594
Površina akvatorija, km ²	4.344	31.479
Ukupna dužina obale, km	1.065	6.278
-od toga obale kopna, km	133	1.880
Broj stanovnika (2011)	296.195	4.284.889
Broj stanovnika po km ²	82,6	75,7
Prosječna starost, god.	43,6	42,0
Spolna struktura (2011), % žene	52,0	51,8
Spolna struktura (2011), % muškarci	48,0	48,2

Tablica 7 - osnovna obilježja PGŽ

Izvor: Vujic Gospodarska putovnica 2015 - PGŽ, HGK, 2014.

Prema rezultatima popisa stanovništva iz 2011. godine Primorsko-goranska županija ima ukupno 296.195 stanovnika. Gustoća naseljenosti od 82,6 stanovnika/km² za 9,1 % veća je od gustoće naseljenosti u Republici Hrvatskoj (75,7 stanovnika/km²).

Od ukupnog broja stanovnika županije 51,2 % čine žene, a 48,8 % muškarci. Ukupni broj kućanstava je 111.167, a prosječan broj članova u kućanstvu 2,75. Najveći udio u dobnim strukturama zauzima stanovništvo od 15-64 godine (68,61 %), do 14 godina (12,48 %) te starije stanovništvo preko 65 godina sa udjelom od 18,91 % dok je prosječna starost stanovnika županije 41 godina, što je više od prosjeka RH (39,3 godine).

Važno je spomenuti da je razina obrazovanja u Primorsko-goranskoj županiji bolja od prosjeka Republike Hrvatske. Udio razine srednjeg obrazovanja u Županiji je 50,5 % u odnosu na 44,6 % na razini cijele zemlje, a udio višeg i visokog obrazovanja je 17,6 % u odnosu na 13,9 % u Republici Hrvatskoj.

3.1.2. Gospodarstvo

Primorsko-goranska županija, uz Grad Zagreb i Istarsku županiju, spada u kategoriju ekonomski najrazvijenijih županija u Republici Hrvatskoj. Bruto domaći proizvod županije u 2014. godini iznosio je 27.312 mil HRK te čini 8,4 % u ukupnom bruto domaćem proizvodu zemlje.

Bruto domaći proizvod po stanovniku u 2014. godini iznosio je 89.936 HRK te Primorsko-goransku županiju svrstava na visoko treće mjesto odmah ispod Istarske županije i Grada Zagreba.

Bruto domaći proizvod Primorsko-goranske županije	IZNOS
Bruto domaći proizvod (mil. HRK)	27.312
Udio bruto domaćeg proizvoda Županije u RH (RH=100), %	8,43
Bruto domaći proizvod po stanovniku, HRK	89.936
Prosjeak bruto domaćeg proizvoda po stanovniku Županije u RH (RH=100), %	122,7

Tablica 8 - bruto domaći proizvod Primorsko-goranske županije
Izvor: Vujic Gospodarska putovnica 2015 - PGŽ, HGK, 2014

Godišnja stopa nezaposlenosti u županiji smanjena je sa 14,7 % u 2013. na 12,5 % u 2014. godini te čini 5,6 % od ukupnog broja nezaposlenih Republike Hrvatske. Najviše nezaposlenih osoba ima završenu srednju školu za zanimanja u trajanju od četiri i više godina. Slijede nezaposleni sa srednjom školom za zanimanja do tri godine, dok su na trećem mjestu visoko fakultetski obrazovani te magistranti i doktoranti.

Od ukupnog broja zaposlenih 82,9% je zaposleno u tvrtkama, 16,9% u obrtima i slobodnim profesijama, a 0,2% kao poljoprivrednici.

Županija ima povoljan geografski i geoprometni položaj koji joj je omogućio dobru izvoznu tradiciju i značajnu tranzitnu poziciju u prometu roba i putnika. Od strateške su važnosti Luka Rijeka kao i zračna luka Rijeka, smještena na otoku Krku.

Izvozno najuspješnije djelatnosti su gradnja brodova, proizvodnja farmaceutskih pripravaka, proizvodnja namještaja i drvna industrija dok su uvozno orijentirane djelatnosti proizvodnja ambalaže, strojna obrada metala te proizvodnja električne opreme za rasvjetu i proizvodnja pekarskih proizvoda.

Prema podacima dostupnim za 2013. godinu, broj poduzetnika na razini županije iznosio je 9.005 poslovnih subjekata te bilježi povećanje od 4 % u odnosu na prethodnu godinu uz ostvarenu razinu prihoda od 53.716 mil. HRK. Najveći porast broja poduzetnika zabilježen je kod malih poduzetnika koje čine 98,7 % broja gospodarskih subjekata. Udio srednjih i velikih poduzeća u županiji je izrazito nizak te iznosi 1 % za srednja i svega 0,2 za velika poduzeća, no velika poduzeća ipak prednjače u razinama ostvarenih prihoda.

Prema podacima iz lipnja 2014. godine, Primorsko-goranska županija nalazi se na trećem mjestu prema broju obrtnika u Republici Hrvatskoj udjelom od 10,2 % ili 8.141 registriranim obrtom. Najzastupljenije djelatnosti kod aktivnih obrta su uslužno zanatstvo, ugostiteljstvo i turizam i trgovina.

U najrazvijenije gospodarske sektore županije spadaju:

1. Trgovina
2. Prerađivačka industrija
3. Drvna industrija
4. Turizam
5. Građevinarstvo
6. Prijevoz i skladištenje
7. Poljoprivreda i ribarstvo

Neka od značajnijih poduzeća u županiji, unutar najrazvijenijih gospodarskih sektora su:

- Plodine d.d., Lesnina d.o.o. i Adria oil d.o.o. – u sektoru trgovine
- Jadran Galenski Laboratorij d.d., 3. Maj brodogradilište d.d. i Brodogradilište Viktor Lenac d.d. - u sektoru prerađivačke industrije
- Cedar d.o.o. , Pilana mrkopalj d.o.o. i Lokve d.o.o. – u sektoru drvne industrije
- Liburnia Riviera hoteli d.d., Jadranka Hoteli d.o.o. i Imperial d.d. – u sektoru turizma

- GP Krk d.d., G. P. P. Mikić d. o. o. i Helectors S. A. – u sektoru građevinarstva
- Jadrolinija d.d., Autotrans d.o.o. i Luka Rijeka d.d.- u sektoru prijevoza i skladištenja
- Ugor d.o.o., Peter Pan d.o.o. i Ribarstvo F d.o.o. – u sektoru poljoprivrede i ribarstva

Razvoj županije strateški je uređen *Razvojnou strategijou Primorsko-goranske županije* koja je 2010. godine donesena za period od 2011. - 2013. te potom produžena na 2014. i 2015. godinu. Nova razvojna strategija trenutno je u izradi te se njeno donošenje očekuje drugom polovicom 2015.

Kroz razvojnu strategiju županije predviđen je daljnji razvoj prerađivačke industrije s posebnim naglaskom na brodograđevnu i drvno-prerađivačku industriju, razvoj turizma i razvoj energetskog sektora. S ciljem povećanja konkurentnosti gospodarstva županija ulaže u razvoj tehnološke infrastrukture, razvoj i implementaciju novih znanja i tehnologija, razvoj regionalnih sektorskih klastera te umrežavanje poduzetnika i institucija.

3.1.3. Položaj i hijerarhija u europskim mrežama

Primorsko-goranska županija već je niz godina vrlo aktivna u području europskih integracija te u tom kontekstu provodi brojne aktivnosti s ciljem informiranja javnosti o pitanjima vezanima uz Europsku uniju. Također, sudjeluje u brojnim projektima koji se financiraju i sredstvima Europske unije, a u okviru raznih EU programa.

Od trenutnih **projekata u provedbi**, iznesenih na službenoj internetskoj stranici županije, mogu se istaknuti:

1. Multimodalna platforma Jadran-Dunav-Crno more
2. Diffusion of Cooling and Refreshing Technologies using the Solar Energy Resource in the Adriatic Regions
3. ADRIAIR - Airport Security & Air Taxi Network in the Adriatic
4. Jadranska mreža za unaprjeđenje istraživanja, razvoja i inovacija u svrhu stvaranja novih politika za održivu konkurentnost i tehnološku sposobnost malih i srednjih poduzeća
5. ALTERENERGY - Energy Sustainability for Adriatic Small Communities
6. Kulturni program uživo
7. Umrežavanje za opskrbu pitkom vodom u Jadranskoj regiji
8. EA SEA WAY: Europe-Adriatic SEA-WAY

9. Integrirano upravljanje zaštita i poboljšanje morskog ekosustava i prirodnih prekograničnih resursa
10. Enhancing Mediterranean Initiatives Leading SMEs to Innovation in building Energy efficiency technologies
11. Jačanje operativne spremnosti za borbu protiv onečišćenja mora uljima, opasnim i štetnim tvarima na Jadranu
12. Sustainable tourism management of Adriatic HERitage
13. Adriatic Holistic Forest Fire Protection
14. Centar za funkcioniranje Lokalnog partnerstva i provedbu strateških dokumenata i ciljeva
15. Regionalni projekt razvitka mreže zaštićenih morskih i priobalnih područja Sredozemlja jačanjem stvaranja i upravljanja zaštićenim morskim i priobalnim područjima
16. The Adriatic's museums enrich cultural tourism
17. SMart green Innovative urban Logistics for Energy efficient mediterranean cities

Pored sudjelovanja u EU projektima, županija surađuje s regijama iz inozemstva, kako u okviru bilateralne suradnje, tako i u okviru multilateralnih inicijativa kao što su euroregije (Jadransko-jonska euroregija, Euroregija Alpe-Jadran) i međunarodne organizacije (Skupština europskih regija, Konferencija perifernih pomorskih regija i sl.).

Neke od značajnih europskih asocijacija, čiji je član i Primorsko-goranska županija su sljedeće:

- **Skupština europskih regija** - politička organizacija koja promiče sudjelovanje regija u donošenju politika na europskoj razini (institucionalizacija sudjelovanja regija u europskoj politici) te međuregionalnu suradnju u Europi. Njezini prioritetni ciljevi su ubrzanje procesa regionalizacije u Europi, promicanje i razvoj mreže interregionalne suradnje između regija Europe kroz razmjenu iskustava i transfer know-how. Danas Skupština europskih regija okuplja više od 250 regija iz 35 europske države i 16 međuregionalnih organizacija.
- **Jadransko - jonska euroregija** - kao institucionalni okvir služi za prepoznavanje i rješavanje najvažnijih zajedničkih pitanja na Jadranu. Sastoji se od članova – regionalnih i lokalnih vlasti iz Italije, Hrvatske, Bosne i Hercegovine, Crne Gore, Albanije, Slovenije i Grčke. Ciljevi Jadransko - jonske euroregije su stvaranje područja mira, stabilnosti i suradnje, zaštita kulturne baštine, okoliša, održivi gospodarski razvoj - posebno na području turizma, ribarstva,

poljoprivrede, rješavanje prometnih i infrastrukturnih pitanja, potpora ulasku svih jadranskih država u Europsku Uniju.

- **Institut europskih regija** - riječ je o politički nezavisnoj organizaciji osnovanoj radi jačanja političke i ekonomske pozicije regija i gradova u Europi pružanjem informacija i povezivanjem europskih regija u mreže suradnje.
- **ICLEI** (Local Governments for Sustainability) - međunarodno udruženje lokalne samouprave i udruga lokalne samouprave koje su se obvezale da razvoj temelje na principima održivosti. ICLEI je snažan pokret 12 mega-gradova, 100 super-gradova, 450 velikih gradova i urbanih regija, kao i 650 malih i srednjih gradova i gradova u 80 zemalja.

S ciljem sklapanja međukomorske suradnje i povezivanja domaćih gospodarstvenika s gospodarstvenicima određenih internacionalnih regija, županijska podružnica Hrvatske Gospodarske Komore također sudjeluje u nizu **međukomorskih sporazuma** čiji je broj od 1993. godine do danas dosegao gotovo 30 sporazuma s različitim zemljama svijeta, uključujući i zemlje poput Kine, Mađarske, Poljske, Slovačke i sl.

3.1.4. Kulturni profil regije

Primorsko - goranska županija čuvar je vrijedne kulturne baštine. Veliki broj udruga i ustanova provodi programe očuvanja nematerijalne kulturne baštine – njegovanja autohtonog govornog, glazbenog i tradicijskog izričaja. Najznačajnije među njima su 13 katedri čakavskog sabora i ustanova Ivan Matetić Ronjgov koja je jedina takve vrste na području Republike Hrvatske.

Zanimljivo je spomenuti i da su Dvoglasje tjesnih intervala Istre i Hrvatskog primorja te Godišnji pokladni ophod zvončari s područja Kastva upisani na UNESCO Reprezentativnu listu baštine svijeta dok se među pisanim spomenicima, očuvanima u županij, ističu znameniti spomenik hrvatske pismenosti, Bašćanska ploča iz 1100. godine i Vinodolski zakonik.

Zakonom o zaštiti prirode zaštićeno i je 30-ak vrijednih prirodnih područja i pojedinačnih prirodnih vrijednosti odnosno spomenika prirode.

Razvoj i upravljanje svim aktivnostima u području kulture zadaća je Upravnog odjela za kulturu, sport i tehničku kulturu Primorsko- goranske županije na čelu s pročelnikom Velerijem Jurešićem. Na području županije djeluje 30 ustanova u kulturi, detaljnije navedenih u nastavku (kazališta, muzeji, galerije, knjižnice, centri kulture), čiji su osnivači gradovi i općine, dok je sama Primorsko-goranska županija osnivač, voditelj i vlasnik tri ustanove kulture, djelovanjem značajnih i izvan granica Županije, i to:

1. Pomorskog i povijesnog muzeja Hrvatskog primorja Rijeka,
2. Prirodoslovnog muzeja Rijeka,
3. Ustanove «Ivan Matetić Ronjgov» Viškovo.

Ustanova od nacionalnog značenja na području Županije, čiji je osnivač Grad Rijeka, je i Hrvatsko narodno kazalište Ivana pl. Zajc, a Grad Rijeka je uz to osnivač i Gradskog kazališta lutaka Rijeka, Muzeja moderne i suvremene umjetnosti, Muzeja grada Rijeke i Gradske knjižnice Rijeka.

Grad Opatija je, uz Ministarstvo kulture, suosnivač Hrvatskog muzeja turizma, dok su ostale jedinice lokalne samouprave uglavnom osnivači knjižnica. Osim ustanova djeluje i velik broj udruga, koje svojim programima upotpunjuju kulturnu ponudu Županije.

Provedene aktivnosti u području kulture u razdoblju od 2011. do 2014. godine u skladu su s *Razvojnou strategijom Primorsko-goranske županije donesenom* za period od 2011. do 2013., s produženim važenjem i na 2014. godinu.

Za provedbu mjera Razvojne strategije utrošeno je 1.154.336.732,78 kn, od čega je 17,17 % uloženo u mjere unapređenja i razvoja u području kulture te zaštite kulturne baštine, što je rezultiralo rastom broja ustanova u kulturi za 63,33 %.

Trenutno je u izradi i *Razvojna strategija Primorsko-goranske županije* kao i *Strategija kulturnog razvitka županije*, za period od 2015. do 2020, čija se službena objava očekuje u drugoj polovici ove godine.

Kao što se može i očekivati, grad Rijeka, centar je kulturnih zbivanja u županiji te time i sjedište najvećeg broja kulturnih ustanova, udruga i tvrki koje djeluju u kulturnom i kreativnom sektoru. U tom je kontekstu važno spomenuti da je Gradsko vijeće Grada Rijeke, 2013. godine usvojilo *Strategiju kulturnog razvitka Grada Rijeke 2013. – 2020.* kojom je Grad Rijeka službeno objavio i svoju kandidaturu za *Europsku prijestolnicu kulture 2020. godine.*

3.2. Regija Primorska

3.2.1. Geografski i socio ekonomski pokazatelji

Regija Primorska (također i *Slovensko primorje; Primorska Slovenija*) zapadni je dio Slovenije. Ovaj se pojam, kao naziv krajnje sjeverne obale Jadrana rabi stoljećima, a danas je to neslužbena pokrajina u Sloveniji koja obuhvaća područje Nove Gorice, te priobalni i unutarnji krški kraj. Prema statističkoj podjeli regija, regija Primorska naziva se Obalno-kraška regija. Stoga su i podatci u nastavku

30

prikazani za Obalno-kraško regiju, dok prema podjeli regija na NUTS II razini, regija Primorska spada u regiju Zapadna Slovenija (Zahodna Slovenija).

Primorska graniči na jugoistoku s Notranjskom, na sjeveroistoku s Goriškom, na zapadu s Italijom, a na jugu s Hrvatskom.

Slika 1 Neslužbene slovenske regije



Izvor: <http://www.slo-link.si/zemljevid.html>

Premda se pokrajina naziva Primorska, najveći dio njezina današnjeg područja nalazi se u unutrašnjosti, odvojen od mora talijanskom granicom. Priobalni dio smješten je na 46 km obale Istre. U unutrašnjosti se smjestila Vipavska dolina, a između nje i Tršćanskog zaljeva započinje krški kraj koji se proteže prema sjeverozapadu, sve do doline Soče. Krško područje obuhvaća oko 500 km², od čega tek manji dio u Italiji. Područje oko Nove Gorice obično se naziva **sjeverna Primorska**, a proteže se uz dolinu Soče, sve do Tolmina. U tom dijelu uzdiže se već i visoko gorje s planinama Krn i Kanin. Prijevoj Vršič (1.618 m) označava ujedno i granicu između Primorske i Gorenjske.

Obalno-kraška regija je jedna od dvanaest statističkih područja Slovenije. Pokriva općinu Divača, Hrpelje-Kozina, Izola, Općina Komen Koper, Piran i Sežana. Važniji gradovi regije Primorske su: Nova Gorica, Izola, Ajdovščina, Tolomin, Sežana, Bovec i Piran.

Obalno-kraška regija, odnosno regija Primorska obuhvaća 1.044 km², a 1.7.2013. na tom području živjelo je 112.154 stanovnika. Stanovništvo je miješano, a u brojnim mjestima, uz slovenski jezik, u službenoj je uporabi i talijanski. U istarskom dijelu Primorske živi i malobrojna hrvatska manjina.

Od gospodarskih grana, osobito je razvijen turizam, a Kopar, uz Trst i Rijeku, pripada među najveće luke ovog dijela Jadrana, što ga i čini glavnim središtem regije Primorske. Prostire se na 311 km² površine na kojoj živi približno 53.150 ljudi (2012. godina).

Luka Kopar, omogućava regiji eksploataciju velikog potencijala u svim sektorima; najperspektivnije djelatnosti odnose se na prijevoz, distribuciju, logistiku i turizam. U turističkim smještajnim objektima, bilo je oko 99.900 dolazaka i 351.200 noćenja. To predstavlja oko 3,0 % svih dolazaka i 3,7 % svih noćenja u zemlji u 2012. godini.

Usto, razvijena je proizvodnja prehrambenih proizvoda i bezalkoholnih pića (Fructal), te vinogradarstvo.

3.2.2. Gospodarstvo

Obzirom da je regija Primorska, smještena u priobalju sa submediteranskom klimom, a ujedno je i jedina regija s izlazom na more, prirodni uvjeti omogućuju razvoj turizma, prometa i uzgoj pojedinih kultura u poljoprivredi. Prema statističkom uredu za 2012. godinu, tri četvrtine bruto dodane vrijednosti u regiji stvorile su uslužne djelatnosti. Gotovo trećina bruto dodane vrijednosti generirana je aktivnostima transporte vrijednosti. Među njima su pridonijeli najveći dio aktivnosti luke te povezane aktivnosti u luci Kopar. Udio dodane ukupne bruto vrijednosti u regiji pridonijelo je i ugostiteljstvo na moru i spa turizam (11,5 %). Obalno-kraška, odnosno regija Primorska, u 2012. godini ostvarila je četvrtinu svih noćenja u zemlji (22 %).

U 2013. godini, u Obalno-kraškoj regiji djelovalo je 7 % svih tvrtki u Republici Sloveniji. Ukupni ostvareni prihodi iznosili su 5 % prihoda svih tvrtki u Sloveniji, a u usporedbi s 2012. godinom povećan je za 0,2 %. Poduzetnici Obalno-kraške regije predstavljaju 5,4 % prihoda svih poduzetnika u Sloveniji, te 5,6 % zaposlenih. U 2013. godini, poduzetnički dohodak je povećan za 19,3 % u usporedbi s 2012. godinom.

Prema Agenciji Republike Slovenije za javno-pravne evidencije i usluge (AJ PES) u Obalno-kraškoj regiji, u 2013. godini bilo je 4.312 aktivnih poduzeća (5,4 % više nego u 2012.), 20 zadruga i 5.101 poduzetnik (2,6 % manje nego u 2012.). Sva poduzeća zapošljavala su ukupno 17.948 osoba, privatni poduzetnici su zapošljavali 2.365 osoba, a u zadrugama samo 128 osoba. Ukupni prihodi svih poduzeća iznosili su 3.863.185 € (2,8 % više nego u 2012.), dok su troškovi iznosili 3.988.364 € (2 % više nego u 2012.). Neto dobit iznosila je 109.776 tisuća € (57 % svih poduzeća i 1,3 % više nego u

2012.), neto gubitak bio je 249.485.000 € (38,9 % svih poduzeća i 9,9 % manje nego u 2012.). U 2013. godini, 3.105 tvrtki (72 %) ostvarilo je dodatan prihod u iznosu od 734.712 eura (3 % više nego u 2012.).

Najveći udio tvrtki (2.197) u regiji imaju sjedište u općini Kopar, gdje 57,4 % zaposlenih generira 74,2 % prihoda. Najveći neto gubici su identificirani kod tvrtki proizvodnih, financijskih djelatnosti i djelatnosti osiguranja i ugostiteljstva, odnosno onih u općini Kopar s 47 % ukupnog neto gubitaka. Većina neto dobiti karakterizira tvrtke s djelatnošću u području prodaje, održavanja i popravka motornih vozila, odnosno 40,4 % ukupnih prihoda.

Neto dobit zabilježena je u općinama Piranu, Hrpelje-Kozina, Sežana i Divača, u ukupnom iznosu od 9.525 tisuća eura, dok tvrtke u regiji bilježe 139.710 tisuća € manje. U općini Kopar zabilježen je neto gubitak u iznosu od 141.424 tisuća eura, što je više od svih neto gubitka u regiji.

Velike tvrtke (0,6 %) ostvarile su 47,7 % neto prihoda od prodaje, zatim mikro-poduzeća (95,2 %) s 25,6 %, male tvrtke (3,1 %) 14,2 % i srednja poduzeća (1,0 %), s udjelom od 12,6 %.

Iz podataka o poslovanju trgovačkih društava od 2013. godine zabilježeno je negativno poslovanje, a to je uglavnom zbog gubitaka u financijskom poslovanju. Tvrtke, unatoč relativno visokom neto gubitku, poslovale su više u 2013. nego u 2012. godini.

U 2013. godini, 20 zadruga u Obalno-kraškoj statističkoj regiji ostvarilo je 15.580 tisuća eura prihoda i 15.684 tisuća eura izdataka. U istoj godini, zadruge su zapošljavale 5,6 % manje nego u 2012. godini (Primorska gospodarska zbornica).

3.2.3. Položaj i hijerarhija u europskim mrežama

Regija Primorska je od samih početaka pristupanja Europskoj uniji aktivna u međunarodnim, prekograničnim, ali i unutrašnjim inicijativama i projektima s ciljem rasta i razvoja regije. Kao aktivnosti regije Primorske, odnosno Obalno-kraške statističke regije u europskim mrežama mogu se navesti sljedeći projekti:

SLO-HR-RA je projekt susjedskog programa Slovenija-Mađarska-Hrvatska 2004. - 2006., realiziran u okviru poticanja Zajednice INTERREG IIIA. Projekt je bio usmjeren na jačanje prekogranične suradnje i uravnoteženog razvoja prekograničnih područja. Uz Istarsku razvojnu agenciju (IDA) d.o.o., u projektu su sudjelovale tri slovenske i dvije hrvatske razvojne agencije. Nositelji projekta bili su RRA Notranjsko-kraške regije i PORIN d.o.o. Rijeka.

Zadaća projekta SLO-HR-RA prije svega bila je razvoj ljudskih resursa zaposlenika gospodarskih institucija i studenata kroz stvaranje uvjeta za međuregionalnu suradnju Slovenije i Hrvatske.

Ciljevi projekta bili su:

1. uspostavljanje sustava izobrazbe zaposlenika gospodarskih institucija i studenata,
2. unaprijeđenje suradnje gospodarskih institucija u prekograničnom području,
3. uspostavljanje stipendijske sheme.

Očekivani rezultati projekta bili su: uspostavljena organizacijska struktura za zajedničko planiranje i pripremu projekata, osposobljeni kadar za pripremu zajedničkih projekata, projektni prijedlozi pripremljeni za kandidiranje za europska sredstva, pripravljeni prijedlozi za uspostavljanje stipendijskih shema u Istarskoj, Primorsko-goranskoj i Karlovačkoj županiji te Obalno-kraškoj regiji. Projekt je sufinancirala Europska unija, a rezultati projekta predstavljani su javnosti u studenom 2006. godine.

Neki od projekata u području poduzetničke kulture i stvaranja novih poduzeća, valja spomenuti projekt Sveučilišnog razvojnog centra i inkubatora Primorske (regije).

Sveučilišni centar za razvoj i inkubator Primorske (UIP) potiče poduzetničke kulture i stvaranje novih poduzeća utemeljenih na znanju, posebice među mladim ljudima, studentima, nastavnim osoblju, istraživačima i ostalim stanovnicima. Među mnoge poslovne ideje izbor inovativnih, na znanju utemeljenih i tržišno orijentiranih ideja, kroz proces pre-inkubacije i inkubacije pruža sveobuhvatnu podršku za razvoj ideja i stvaranje novih poduzeća s visokom dodanom vrijednošću i novim istraživačkim organizacijama.

Svojim uslugama omogućuje razvoj novih poduzetnika koji su se razvili iz inovativnih poslovnih ideja, stvorenih u akademskom i gospodarskom okruženju. Općenito se može uključiti sve one koji su osjetljivi ili ugroženi na svom poduzetničkom putu. Opseg i oblik potpore ovisi o stupnju inkubacije u kojemu se nalazi poduzetnička grupa. UIP prati rad poduzetnika od početka razvoja poslovne ideje pa sve do uspostavljanja vlastite tvrtke i tržišne penetracije.

"Reinpo Retail" je europski projekt za promicanje inovativnih regionalnih politika u sektoru maloprodaje u zemljama mediteranske regije.

Projekt REINPO RETAIL dovodi u sektoru maloprodaje neke važne inovacije, među njima, stvaranje virtualnih zajednica na razini Europske unije s ciljem razmjene transnacionalne suradnje, znanja, komunikacije i informacije. Želi se razviti inovativni model suradnje koji će promicati komunikaciju na horizontalnoj razini između regija u razini partnerstva i na poslu, tj. ekonomskoj razini. Projekt također ima jasnu komponentu okoliša i jasan interes u postizanju ciljeva održivosti, kao i ciljeve sigurnosti i zaštite prirodnih resursa u mediteranskoj regiji, koji su temelj gospodarskog opstanka i identiteta.

U projektu Reinpo Retail surađuje 9 partnera iz 5 zemalja mediteranske regije: Španjolska, Francuska, Grčka, Italija i Slovenija. Projektne aktivnosti su se provodile između lipnja 2010. i studenog 2012. godine.

Projekt "**Nuvolak**" je projekt za dvojezično informiranje i online poslovanje sa središtem za potporu i realizaciju prekograničnih poslovnih mogućnosti.

Glavne aktivnosti projekta nadogradile su prijevod i adaptaciju baze znanja poslovanja (zakonodavstva, procedura, poticajnog okruženja) talijanskog okruženja, koji je podijeljen u razdobljima prije i nakon uvođenja interaktivnog vodiča za pripremu poslovnih planova. Novo središte je: razmjena prekograničnih mogućnosti dizajnirana za pregled i razmjenu ponude i potražnje poslovnih mogućnosti, proizvoda i usluga; poslovno umrežavanje, razmjenu iskustava i umrežavanje kako bi se podržala unakrsna realizacija granične dvojezičnosti. Usluga je besplatana za sve korisnike.

GEP - Zajednički projekt geo-informacijskog sustava (GIS) za zaštitu pitke vode resursa u hitnim slučajevima.

Prijavitelj projekta bio je Institut za javno zdravstvo u Novoj Gorici, s partnerima iz Obalno-kraške regije i Italije.

Svrha trogodišnjeg projekta bila je uspostava jedinstvenog prekograničnog djelovanja civilne zaštite u slučaju prijetnji izvora pitke vode zbog tehnoloških rizika i prirodnih katastrofa, s doprinosom razvoja novih informacijskih i komunikacijskih tehnologija i održive teritorijalne integracije i očuvanje okoliša na području Gorice, Obalno-kraške regije, Gorenjske statističke regije i Autonomne regije Friuli-Venezia Giulia. Projekt je trajao od studenog 2011. do studenog 2014. godine.

Primorska gospodarska komora sudjeluje kao partner u projektu **Susten**, u okviru programa Mediteran, SusTEn mehanizma (Sustainable Tourism Entrepreneurship Mechanism), koji približava teritorijalnu održivost kroz razvoj turizma i kulture na temelju poduzetništva. Projekt je financiran uz potporu Europske komisije.

SusTEn mehanizam je ambiciozan projekt koji je osmišljen kako bi zadovoljio specifične potrebe različitih područja Mediterana. Od održivog turizma kao kamena regionalnog-društveno-ekonomskog razvoja, projekt je usmjeren na razvoj i usvajanje usklađenih mehanizama za racionalno projektiranje i provedbu lokalnih inicijativa za razvoj turističkih poduzeća koja su održiva te poboljšanje kvalitete povezane s proizvodima koji doprinose društvenom i gospodarskom razvoju na regionalnoj razini, uz zadržavanje prirodnih i kulturnih resursa.

Zemljopisno područje projekta Susten mehanizama proteže se duž južne Europe, a uključuje 5 zemalja:

- Grčka: Attica, Zapadna Grčka

- Italija: Venecija, Sicilija (Ragusa)
- Španjolska: Baleari
- Francuska: Rhone-Alpes (Rhone)
- Slovenija: Obalno-kraška regija

3.2.4. Kulturni profil regije

Kulturno bogatstvo regije Primorske nalazi se u svim općinama, među kojima je najistaknutiji Kopar za koji možemo reći da je i centar kulture regije Primorske. Glasi kao najstarije mjesto u Sloveniji, koje karakterizira brojnost arheoloških nalazišta još iz rimskih vremena, arhitektonske, sakralne, prirodne i kulturne znamenitosti. U Kopru je danas, pored gospodarstva, veoma razvijen i turizam koji se temelji na povijesnoj i arheološkoj građi, uz što je dakako razvijen i onaj moderniji turizam poput nautičkog, sportskog i trgovačkog. Gotovo svake godine, Kopar raspisuje natječaj za sufinanciranje projekata u području kulture. Organizator je mnogih festivala, primjerice: **Alpe Adria PUF Festival**, **Baladoor Jazz Festival**, **Folkest Festival**, **Primorska Summer Festival** itd.

U općini Piran djeluju više amaterska kulturna društva, koja svojim djelovanjem nastoje očuvati kulturnu baštinu i kulturni identitet toga kraja. Neka od njih su:

2. ZKD Karol Pahor
1. Općinski ogranak Javnog fonda za kulturne aktivnosti u Piranu
2. Kulturno društvo Sloga Sveti Petar, Giuseppe Tartini
3. Društvo ljubitelja prirodne i kulturne bašine Anbot i dr.

Općina Piran je provodila projekt Europska suradnja u zaštiti povijesnih gradova opasanih zidinama, kroz koji je uspješno pripremljeno pet priručnika na tu temu sa smjernicama namjenjenim vlastima, o utvrđenim gradovima. Partneri su organizirali radionicu u svrhu razmjene iskustava, stručnih mišljenja i slično.

U regiji Primorska, veliku ulogu u kulturnom profilu regije imaju organizacije i udruge poput: **Primorska Summer Festival Association** koja je neprofitna kulturna organizacija, djeluje od 1993. godine te je aktivna i u kazališnim predstavama. Zatim **Udruženje knjižnica regije Primorske**, **Udruženje glazbenih škola Primorska**, koja je izvorno osnovana davne 1964. godine kao udruženje učitelja glazbene umjetnosti na području regije Kopar. Potom, **Povijesno društvo Južne Primorske** osnovano 1989. godine, a koje surađuje sa svim navedenim organizacijama i društvima. **Regionalni**

muzej Kopar, osnovan 1911. godine kao Gradski muzej povijesti i umjetnosti, odgovoran je za pokretnu kulturnu baštinu regije Primorske. Cijelu regiju karakterizira veliki broj muzeja, no točan broj nije dostupan.

Prosječan broj posjetitelja po izložbi u muzejima i ostalim vrstama izložbi, u 2012. godini iznosio je 1.530, a u 2013. godini 2.097 posjetitelja.

Prema broju članova i posudbi knjiga u općim knjižnicama, u 2013. godini, regija Primorska nalazila se u onom rasponu od 225 – 249 članova i posudbi knjiga na 10.000 stanovnika, s prosječnom vrijednošću od 43, što je među nižima u zemlji.

Broj muzeja i izložbi na 10.000 stanovnika	Povremene izložbe u muzejima i izložbe (% od svih izložbi)	Posjetitelji muzeja i izložbi po regiji (% s obzirom na Sloveniju)	Prosječan broj posjetitelja po izložbi u muzeju	Prosječan broj posjeta javnim knjižnicama
1,0	87,3	1.529	32,3	18

Tablica 9 - pregled aktivnosti muzeja, prosječna posjećenost izložbama, muzejima i knjižnicama
Izvor: Slovenske regije v števiklah, 2014.

4. Trendovi razvoja regija do 2020. godine

4.1. Trendovi razvoja Primorsko-goranske županije

Analize trendova razvoja pojedinačnih hrvatskih regija izrazito su rijetke u praksi te se podaci o očekivanim trendovima prvenstveno oslanjaju na trendove u demografiji i to na razini cijelokupne Republike Hrvatske.

Tako projekcije stanovništva Republike Hrvatske od 2010. - 2061., koje je pripremio Državni zavod za statistiku ukazuju na nastavak nepovoljnih kretanja – stalno smanjivanje ukupnog stanovništva, povećanje udjela starijeg stanovništva i smanjenje udjela stanovništva u radnoj dobi. To bi moglo dovesti do potrebe povećanih izdvajanja za mirovine, zdravstvo i skrb za osobe starije životne dobi, a time i do problema u javnim financijama, dok bi se produktivni potencijali društva mogli naći pred velikim izazovima zbog sve manjeg broja mladih ljudi.

U samoj Primorsko-goranskoj županiji također vlada nepovoljna demografska situacija: smanjuje se broj stanovnika u radnoj dobi, povećava se udio starijih radnika u radnoj dobi, povećava se udio jako starih osoba (starijih od 80 godina) i smanjuje se ukupan broj stanovnika. Prosječno očekivano trajanje života iznosi 77,19 godina i na razini je vrijednosti koje je Europa imala prije 10 godina, ali je viša od hrvatskog prosjeka (76,51). Kao posljedica produženja životnog vijeka stanovništva i procesa starenja stanovništva dolazi i do sve većih izdataka vezanih za zdravstvo i općenito skrb o starijim osobama. Pozitivni pomaci prirodnog priraštaja izraženi su na otocima, dok je izraziti pad zabilježen u regiji Gorski kotar.

Očekuje se da će ostali trendovi razvoja Županije biti u skladu s najavljenom Razvojnou strategijom županije za period od 2015. do 2020. godine, a neki od predloženih strateških ciljeva prema privremenom izvještaju Županije su:

1. Poboljšanje kvalitete života kroz razvoj društvene i gospodarske infrastrukture

Ulaganje u kvalitetu života i društvenu i gospodarsku infrastrukturu (osobito obrazovanje, zdravstvo, kultura i sport, otvaranje novih radnih mjesta) nužan su preduvjet razvoja Županije. Visoka kvaliteta života pridonijet će zadovoljstvu životom u Županiji, smanjenju odlaska mladih te privlačenju novih stanovnika.

2. Na temeljima društva znanja i novih tehnologija razviti konkurentno gospodarstvo

Realizacija gospodarskog potencijala Županije u cilju povećanja zaposlenosti i optimalnog korištenja svih gospodarskih resursa, nužna je za razvoj Županije. Razvojnou politikom temeljenom na znanju i novim tehnologijama, osnažit će se administrativna podrška gospodarstvu, unaprijediti konkurentnost

postojećih tvrtki u Županiji te privući ulaganja koja će donijeti nova radna mjesta, znanje, inovacije i tehnologiju.

3. *Razvoj turizma s naglaskom na posebne vidove turizma*

Obzirom je Primorsko-goranska županija druga Županija u Hrvatskoj po broju noćenja i dolazaka turista, to se ističe značaj razvoja turizma za daljnji razvoj Županije. Intenzivnim razvojem raznih vidova turizma te daljnjom razvojnom politikom turizma u cjelini, osnažiti će se turistički položaj Primorsko-goranske županije.

4. *Unaprijediti infrastrukturno povezivanje Mediterana, Hrvatske i Europe*

Županija je smještena na položaju koji joj omogućava izuzetnu ulogu u integriranju širih prostora Podunavlja s Jadranom i Srednjoeuropskog (alpskog) prostora s jugoistočnom Europom. Obzirom da središtem Županije prolaze prometni koridori od državnog i međunarodnog značenja, Rijeka je ishodište jednog kraka Mediteranskog koridora, koji zajedno sa lučkim sustavom integriraju priobalni i ukupni prostor Županije na nacionalnu i međunarodnu prometnu mrežu. Potrebno je snažnije iskoristiti takav geoprometni položaj u svrhu jačanja prometno-gospodarskih potencijala Županije.

5. *Uravnotežen razvoj svih područja Županije na principima održivosti*

Kvalitetno rješavanje pitanja teritorijalne kohezije Županije od iznimne je važnosti, obzirom da povezivanje uključuje kopnene i morske veze između različito razvijenih i pejzažno specifičnih područja. Teritorijalna kohezija uključuje regeneraciju prostora, integrirano prostorno planiranje i pogošćavanje (denzifikaciju) urbanog tkiva, u svrhu smanjenja broja izoliranih područja i stvaranja osjećaja sigurnosti kod stanovništva. Primorsko-goranska županija osjetljiva je na vanjske podražaje, stoga u svrhu jačanja otpornosti Županije na različite izvane generirane probleme, potrebno je djelovati preventivno unaprijeđenjem međudnosa između prirodno-okolišnih sastavnica i gospodarskih aktivnosti.

4.2. Trendovi razvoja regije Primorske

Kao i u Hrvatskoj, ali i cijeloj Europi, stanovništvo stari. Što znači da je sve više starog stanovništva u Regiji, a posljedično i radne snage. Na regionalnoj razini nema dostupnih podataka o kretanju stanovništva za buduća razdoblja. No, ukoliko se uzme u obzir kretanje na nacionalnoj razini, za koje se predviđa porast broja starog stanovništva zbog produljenja dobne granice, ali u isto vrijeme smanjenje povećanja mladog stanovništva, popratni efekt je i slabija ekonomska aktivnost, temeljem navedenoga, može se očekivati jednaki socio-ekonomski trend u Regiji.

Upravo zbog te činjenice, socio-ekonomski trendovi određeni su prema strateškim ciljevima razvoja u razdoblju od 2014. do 2020. godine, a prema Regionalnom razvojnom programu Južno-primorske regije 2014-2020, koji mogu popraviti buduću socio-ekonomsku sliku, kako slijedi:

- Prijateljski ljudi, uključivo područje

Cilj je doseći relativno visoku razinu socijalne uključenosti i niskog rizika od siromaštva, osobito raznolikog raspona radnih mjesta. Ključni će biti: učinkovita infrastruktura za razvoj poslovanja, jačanje kapaciteta za tržište rada, poduzetništvo i podržavanje inovativnih oblika zapošljavanja, uključujući socijalno poduzetništvo i podršku socijalnih usluga. Ojačat će se različiti oblici usluga za djecu, mlade, osobe s invaliditetom, starije osobe, kao i usavršiti programe u području zdravstva i kulture.

- Regija kroz održivu energiju, okoliš i krajobraz

Regija će ojačati sustav održive mobilnosti, nadograditi infrastrukturu za zaštitu okoliša, značajno poboljšati energetska učinkovitost i osigurati veći udio obnovljivih izvora energije. Nadalje, poboljšat će se prostorno planiranje i upravljanje. Urbani potencijal regije globalno će ojačati suradnju sa susjednim gradovima, kao i u pograničnom području.

- Kreativna, inovativna regija

Razvijanje regije će podržati prijenos znanja Centara. U području znanstveno-istraživačkih ustanova će se uspostaviti pojačana suradnja između znanstveno-istraživačkih institucija, sveučilišta i industrija, suradnja između poduzeća (klastera) i njihovih udruga. U okviru socijalnih pokazatelja, očekuje se porast stope zaposlenosti u razdoblju do 2020. godine.

Pokazatelj	Polazna vrijednost, 2013.	Ciljna vrijednost, 2020.
Stopa zaposlenosti u dobi od 20 – 64 godina	56,5 %	61,0 %

Tablica 10 - stopa zaposlenosti u 2013. godini s projekcijom u 2020. godini
Izvor: Statistički ured Republike Slovenije

Ekonomska struktura i njeni trendovi

Regija će ojačati konkurentnost gospodarstva, posebice u sektorima transporta i skladištenja, u turizmu (ugostiteljski, kulturni turizam, kulturna i prirodna baština), proizvodnim djelatnostima te u inovativnim i svjetski orijentiranim malim i srednjim poduzećima. Luka Koper će biti najuspješnija u mreži luka sjevernog Jadrana, bolju povezanost sa zaleđem, što će dovesti do inovacija i bolje brige za

okoliš. Turizam će odražavati integrirani i tematski turistički proizvodi, koji uključuju prirodne i kulturne resurse, s uvođenjem marketinga za područje Obalno-kraške regije, odnosno regije Primorske, sa značajnim naglaskom na zeleni i kulturni turizam.

Pokazatelj	2012./vrijednost	Cilj 2020./vrijednost
BDP po glavi stanovnika	17.550 €	21.500 €

Tablica 11 - BDP p/c u 2012. godini s projekcijom u 2020. godini
Izvor: Statistički ured Republike Slovenije

Pokazatelj	2012./vrijednost	Cilj 2020./vrijednost
Udio poduzeća koje su uvele inovacije proizvoda i/ili procesa	22,99 %	40 %
Udio inovativnih aktivnih poduzeća u regiji	43,17 %	60 %

Tablica 12 - udio inovacija u Regiji
Izvor: Statistički ured Republike Slovenije

Prostorna struktura i trendovi

Područje s razvijenim ruralnim područjima i očuvane prirodne regije će povećati proizvodnju visoko kvalitetnom hranom, uključujući hranu od mora (ribolov, marikultura, sol). Kvaliteta, u regiji proizvedene hrane će biti važan element pri razvoju turizma, kao i kvalitete života stanovništva. Ruralni razvoj će se temeljiti na prirodnoj proizvodnji hrane, a turizam na kulturnoj baštini, očuvanoj prirodi i bioraznolikosti područja.

Pokazatelj	Bazna godina 2012./vrijednost	Ciljna vrijednost, 2020. godina
Udio poljoprivrednog zemljišta u upotrebi, na temelju ukupne površine regije	13 %	16 %

Tablica 13 - udio poljoprivrednog zemljišta u upotrebi, na temelju ukupne površine Regije
Izvor: Statistički ured Republike Slovenije

Održivost regija planira se ostvariti kroz održive energije, okoliš i krajobraza. Ojačat će sustav održive mobilnosti, nadograditi infrastruktura za zaštitu okoliša, značajno poboljšati energetska učinkovitosti i osigurati udio obnovljivih izvora energije, poboljšati prostorno planiranje, poboljšanje upravljanja, osobito jačanjem općinskih suradnja, uključujući i integralno upravljanje obalnim područjima. Urbani potencijal regije također će ojačati globalnu suradnju sa susjednim gradovima, posebice u pograničnom području.

Pokazatelj	Bazna godina 2012, vrijednost	Ciljna vrijednost, 2020. godina
Usvojeni općinski prostorni planovi	0	6

Tablica 14 - usvojeni općinski prostorni planovi

Izvor: Općina, MIP

Ciljevi:

- Postizanje povoljnog statusa zaštićenih vrsta i stanišnih, tipovi i razvoj aktivnosti u područjima Natura 2000
- Povećanje udjela poljoprivrede, šumarstva i ribarstva u BDP-u regije
- Očuvanje i revitalizacija kulturne baštine za održivi razvoj ruralnih područja

Pokazatelj	Polazna vrijednost, 2012.	Ciljna vrijednost, 2020.
Broj područja Natura 2020 uredno upravljanje	0	3
Broj programa i projekata u području kulturne baštine	0	10
Regionalna bruto dodana vrijednost u sektoru poljoprivrede, šumarstva i ribarstva u %	1,6	1,85

Tablica 15 - ciljevi u području Natura 2020, kulturne baštine i osjetljivih sektora

Izvor: Izvješće Europske komisije

5. Položaj privatnog sektora kreativnih industrija

5.1. Definicija kreativnih industrija

Izraz »**kreativne industrije**« počeo se upotrebljavati devedesetih godina prošloga stoljeća kada se razumijevanje kulturnih industrija proširio se izvan granica umjetničkih aktivnosti te je predstavljao pomak s obzirom na potencijalne komercijalne aktivnosti koje su prije toga bile razmatrane samo ili prije svega u neekonomskom smislu.

UNESCO definira kreativne industrije kao one koje imaju korijen u individualnoj kreativnosti, vještini i talentu, a potencijal su za stvaranje profita, stvaranje radnih mjesta i za eksploataciju intelektualnog vlasništva. U kreativne industrije sukladno UNESCO-voj podjeli ubrajaju se: oglašavanje, arhitektura, umjetnost, umjetnički obrti, dizajn, modni dizajn, film i video, softver i kompjutorske igre, glazba, izvedbene i vizualne umjetnosti, izdavaštvo, televizija i radio.

Zelena knjiga Europske komisije kulturne i kreativne industrije definira na sljedeći način:

1. »**Kulturne industrije**« su one industrije koje se bave proizvodnjom i distribucijom robe i usluga za koje u trenutku njihovog nastanka smatramo da posjeduju određene značajke, uporabu ili svrhu koji utjelovljuju ili prenose kulturni izraz, bez obzira na svoju komercijalnu vrijednost. Osim tradicionalnih umjetničkih sektora (izvedbene umjetnosti, vizualne umjetnosti, kulturna baština – uključujući javni sektor), uključuju i film, DVD i video, televiziju i radio, video igre, nove medije, glazbu, knjige i tisak. Taj koncept definiran je u odnosu na kulturne izraze u okviru Unescove konvencije iz 2005. godine o zaštiti i promicanju raznolikosti kulturnih izraza.
2. »**Kreativne industrije**« oni su sektori koji koriste kulturu kao ulaznu vrijednost i posjeduju kulturnu dimenziju, iako su njihovi rezultati uglavnom funkcionalnog značaja. Uključuju arhitekturu i dizajn, koji kreativne elemente uključuju u šire procese, kao i specifične djelatnosti kao što su grafički dizajn, modni dizajn ili oglašavanje.

Kulturne i kreativne industrije unutar zemalja EU stvoje mjesto ponalaze i u tkz. NACE klasifikaciji djelatnosti. NACE je alat za razvrstavanje gospodarskih djelatnosti koji čitavoj gospodarskoj strukturi Europske unije omogućuje razvrstavanje u odnosu na jednake klasifikacijske značajke. Taj klasifikacijski sustav svim državama članicama omogućuje određivanje specifičnog stupnja gospodarske djelatnosti (takozvana četiri razreda).

Najvažnije gospodarske djelatnosti vezne uz statističku definiciju kulturnih industrija mogu se pronaći u dvije skupine NACE-a – »J« Informacije i komunikacije te »R« – Kulturne, zabavne i rekreacijske djelatnosti.

Osim toga, pokazalo se da se neke gospodarske djelatnosti mogu pojaviti izolirano u drugim skupinama. S obzirom na to da one sadrže brojne gospodarske djelatnosti koje nisu kulturne prirode, kao što su telekomunikacijska industrija ili rekreacijske djelatnosti, to zahtijeva veću skupinu gospodarskih djelatnosti koje se posebno bave kulturnim industrijama.

Model klasifikacija NACE obično razlikuje općenitije i specifičnije razine: djelatnosti su razvrstane po područjima i odjeljcima (jednoznamenkasta i dvoznamenkasta razina), skupinama (troznamenkasta razina) i razredima (četveroznamenkasta razina). Sustav klasifikacija gospodarskih djelatnosti (NACE) ne pruža mogućnost razlikovanja profitnih i neprofitnih djelatnosti.

Djelatnosti praćenja poslovnih subjekata u KKI u Hrvatskoj također su usklađene sa Standardnom klasifikacijom djelatnosti NACE 2008 na razini EU, iznesenoj u tablici u nastavku.

šifre SKD	KLASIFIKACIJA DJELATNOSTI
G47.610	Trgovina na malo knjigama u specijaliziranim trgovinama
G47.621	Trgovina na malo časopisima i revijama u specijaliziranim trgovinama
G47.622	Trgovina na malo papirom i uredskim priborom u specijaliziranim trgovinama
G47.630	Trgovina na malo glazbenim i video zapisima u specijaliziranim trgovinama
J58.110	Izdavanje knjiga
J58.130	Izdavanje časopisa
J58.140	Izdavanje revija i druge periodike
J58.210	Izdavanje računalnih igara
J59.110	Produkcija filmova, video filmova i televizijskih emisija
J59.120	Postproduksijske djelatnosti kod produkcije filmova, video filmova i televizijskih emisija
J59.130	Distribucija filmova, video filmova i televizijskih emisija
J59.140	Kinematografska djelatnost
J59.200	Snimanje i izdavanje zvučnih zapisa i glazbe
J60.100	Radijska djelatnost
J60.200	Televizijska djelatnost
J63.910	Djelatnost tiskovnih agencija
M71.111	Arhitektonsko projektiranje
M71.112	Projektiranje krajobrazne arhitekturne, urbanističko i ostalo projektiranje

M73.110	Djelatnost agencija za oglašavanje
M74.100	Dizajn, aranžerstvo, dekoraterstvo
M74.200	Fotografska djelatnost
M74.300	Prevođenje i tumačenje
N77.220	Iznajmljivanje videokazeta i ploča
P85.520	Obrazovanje, usavršavanje i osposobljavanje na području kulture i umjetnosti
R90.010	Izvođačka umjetnost
R90.020	Pomoćne djelatnosti za izvođačku umjetnost
R90.030	Umjetničko stvaralaštvo
R90.040	Vođenje objekata za kulturne priredbe
R91.011	Djelatnost knjižnica
R91.012	Djelatnost arhiva
R91.020	Djelatnost muzeja
R91.030	Zaštita kulturne baštine

Tablica 16 - gospodarske djelatnosti KKI prema NACE 2008
Izvor: ESSNetCulture, NACE 2008

5.2. Položaj kreativnih industrija u Primorsko-goranskoj županiji

Iako sektor kulturnih i kreativnih djelatnosti bilježi kontinuirani rast kako na globalnoj tako i na lokalnoj razini, poticanju njegovog planiranog strateškog razvoja veća se pažnja na razini RH kao i PGŽ-a posvećuje tek posljednjih nekoliko godina. Problem nedovoljnog praćenja stanja u industriji jednak je kako i na razini čitave zemlje pa su statistički podaci potrebni za analizu veoma oskudni.

Trenutni podaci o kretanju sektora KKI unutar Primorsko-goranske županije dostupni su iz županijske podružnice Hrvatske Gospodarske Komore te iz Obrtničke komore Primorsko-goranske županije, a iznose se u nastavku.

Godina	Broj tvrtki	Broj zaposlenih	Prihod od prodaje (kn)
2010.	248	512	174.801.865
2011.	270	620	231.957.215
2012.	254	563	196.938.705
Ukupno	772	1.695	603.697.785

Tablica 17 - kreativna industrija u PGŽ-u od 2010. - 2012.

Izvor: Hrvatska Gospodarska Komora – prema obradi podataka Odsjeka za međunarodne odnose iz dzs.hr

Najviše razine ukupnih prihoda u periodu od 2010. do 2012. godine ostvarene su u sljedećim djelatnostima:

- Izdavanje knjiga – 29 %
- Agencije za promidžbu- 29 %
- Arhitektonske djelatnosti – 7 %
- Specijalizirane dizajnerske djelatnosti – 7 %
- Izdavanje časopisa i periodičnih publikacija – 5 %

Dok se kao djelatnosti s najvećim brojem zaposlenih izdavaju:

Djelatnost	Br. zaposlenih
Izdavanje knjiga	455
Agencije za promidžbu (reklamu i propagandu)	266
Arhitektonske djelatnosti	217
Specijalizirane dizajnerske djelatnosti	131
Emitiranje televizijskog programa	129
Emitiranje radijskog programa	128
Fotografske djelatnosti	94
Trgovina na malo novinama, papirnatom robom i pisaćim priborom u specijaliziranim prodavaonicama	83
Izdavanje časopisa i periodičnih publikacija	63
Prevoditeljske djelatnosti i usluge tumača	53

Tablica 18 - djelatnosti s najvećim brojem zaposlenih u KKI na razini PGŽ-a

Izvor: Hrvatska Gospodarska Komora – prema obradi podataka Odsjeka za međunarodne odnose iz dzs.hr

U obrtničkom sektoru prema podacima Obrtničke komore Primorsko – goranske županije godine 2014. bilo je registrirano 263 obrtnika s područja KKI. Najveći broj djeluje u djelatnosti agencija za oglašavanje, dizajna, aranžerstva, dekoraterstva, fotografske djelatnosti i na području prevođenja i tumačenja.

Šifra	SKD	Broj obrta
G4761	Trgovina na malo knjigama u specijaliziranim prodavaonicama	3

G4762	Trgovina na malo časopisima i revijama u specijaliziranim prodavaonicama	12
G4763	Trgovina na malo glazbenim i video zapisima u specijaliziranim prodavaonicama	1
J5811	Izdavanje knjiga	17
J5814	Izdavanje revija i druge periodike	
J5821	Izdavanje računalnih igara	
J5911	Produkcija filmova, video filmova i televizijskih emisija	18
J5912	Postproduksijske djelatnosti kod produkcije filmova, video filmova i televizijskih emisija	
M7111	Arhitektonsko projektiranje	11
M7311	Djelatnost agencija za oglašavanje	96
M741	Dizajn, aranžerstvo, dekoraterstvo	93
M742	Fotografska djelatnost	
M743	Prevođenje i tumačenje	
P8552	Obrazovanje, usavršavanje i osposobljavanje na području kulture i umjetnosti	2
R9002	Pomoćne djelatnosti za izvođačku umjetnost	3
R9003	Umjetničko stvaralaštvo	7
UKUPNO		263

Tablica 19 - podatci o obrtnicima na području KKI, registriranih u Primorsko-goranskoj županiji
Izvor: Obrtnička komora Primorsko – goranske županije 2014.

Važno je spomenuti i da je u okviru rada na izradi Strategije kulturnog razvitka Županije 2015-2020 u studenom prošle godine organizirano sedam tribina pod nazivom „Budućnost kulture u PGŽ“ od kojih je jedna tribina namjenjena isključivo kreativnoj industriji s namjerom da se široj kulturnoj javnosti iznese prijedloge osnovnih smjernica nove Strategije te da se potakne raspravu na tu temu.

5.3. Položaj kreativnih industrija u regiji Primorskoj

Uloga i važnost kreativnih industrija u razvoju gospodarstva prepoznata je kako na nacionalnoj, tako i na regionalnoj razini. Broj poduzeća koja djeluju u područjima kreativne industrije, raste. Iako se podatci do sada nisu prikupljali na godišnjoj razini, prema analizi Ekonomskog fakulteta u Ljubljani o

stanju dizajna, s naglaskom na industrijski dizajn kao dio kreativne industrije, može se vidjeti značajna aktivnost poduzeća u kreativnim djelatnostima.

Tako je u regiji Primorskoj, u pogledu kreativne industrije, u 2012. godini djelovalo je oko 442 poduzeća, što čini 6,559 % udjela takve vrste poduzeća u odnosu na nacionalnu razinu. S druge strane, kulturne industrije zauzimaju 6,363 % u ukupnom postotku poduzeća, odnosno 331 poduzeće u tom segmentu, što znači da je ukupni broj poduzeća u KKI u toj regiji 773 u 2012. godini.

Osim djelovanja velikog broja poduzeća, programe, inicijative i projekte provode i mnoge udruge, instituti i sveučilište. Neki od najistaknutijih su:

1. Univerza na Primorskem,
2. Regionalni razvojni center Koper,
3. Primorski tehnološki park,
4. Dnevnik Primorske novice,
5. Univerzireni inkubator Primorske – UIP, itd.

Fakultet dizajna sudjelovao je s aspekta umjetničke djelatnosti u projektima sa snažnim umjetničkim i konceptualnim pristupom u kojem dizajn dobiva društveni karakter, uključivši i sferu obrazovanja.

Krajem svibnja 2015. godine, suorganizaciji većine članova Sveučilišta Primorska i Sveučilišnog inkubatora te studenata, održat će se regionalna prekogranična platforma za prezentaciju, umrežavanje i planiranje šire poduzetničke aktivnosti, čvorišta povezivanje akademske zajednice i industrije. **FestINNO** je susret koji će okupiti inozemne predavače, uspješne poduzetnike i druge gostije. Susret će pratiti zanimljive teme, kao što su: 3D graviranje, kreativnost, intelektualno vlasništvo, internacionalizacija itd. Cilj radionca je umrežavanje, kontakt s poslodavcima i učenje. Platforma je promijenila postojeći naziv (Podjetniški Upi/Poduzetničke nade) što je sljedeći korak prema internacionalizaciji i jasnijem pozicioniranju. Novo ime kombinira aktivna iskustva i šire značenje inovacija (**Festival + INOVATIVNOST = festINNO**).

Obzirom na prepoznatu važnost i potencijal kreativnih industrija u Regiji, ključni potencijali razvoja su strateški položaj u odnosu na komercijalne luke Kopar i prognoze budućih trgovinskih tijekova:

- I. razvoj turističke ponude i učinkovit marketing na temelju već izgrađene infrastrukture i kompetencija,
- II. jačanje uloge znanja i umrežavanje/suradnje u gospodarstvu,
- III. kreativni potencijali ljudi, uključujući nezaposlene,
- IV. promicanje zdravog mediteranskog načina života,



- V. porast kvalitete hrane u odnosu na ruralni razvoj,
- VI. održivi obrasci upravljanja i kvalitete života i okoliša,
- VII. kulturna baština i priroda.



6. Javni sektor i nevladine organizacije (NGO)

6.1. Definicija javnog sektora i nevladinih organizacija

Sveukupno gospodarstvo neke zemlje može se podijeliti u više sektora, od kojih se svaki sektor zasebno sastoji od određenog institucionalnog okvira i institucionalnih jedinica.

Sukladno europskoj regulativi postoji pet oblika sektora koji obilježavaju pojedino gospodarstvo neke zemlje a to su:

- finansijski sektor,
- nefinansijski sektor,
- javni sektor,
- neprofitni sektor i
- sektor kućanstva.

Javni sektor predstavlja cjelokupni subjekt koji nastoji ostvariti sve funkcije i aktivnosti države i svih pripadajućih institucionalnih državnih subjekata, koji su pod ingerencijom države. U okviru izučavanja subjekata javnog sektora institucionalne jedinice predstavljaju sve subjekte koji obavljaju funkcije pružanja dobara i usluga usmjerene na stanovništvo na netržišnoj osnovi.

Prema definiciji Međunarodnog monetarnog fonda strukturu javnog sektora čine opća država i javna poduzeća.

Opća država obuhvaća sve jedinice kojima je primarna uloga izvršavanje državnih funkcija, odnosno institucije koje kontrolira i uglavnom financira država. Sektor opće države čine podsektori: središnje države, regionalne vlasti i lokalne vlasti. U Republici Hrvatskoj podsektor središnje države čine proračunski (ministarstva, zavodi, agencije) i izvanproračunski korisnici, podsektor regionalne vlasti čini 20 županija i Grad Zagreb, dok lokalnu vlast čini 429 općina i 126 gradova.

Javno poduzeće predstavlja koncept koji objedinjava elemente javnosti i tržišnosti. Ono predstavlja poduzeće koje proizvodi dobra i usluge na tržištu, a posjeduje ga ili kontrolira država.

Sektor javnih poduzeća čine podsektori: finansijska javna društva, monetarna javna društva, nemonetarna finansijska javna društva i nefinansijska javna društva. Javna poduzeća postoje zbog tržišnih neuspjeha (npr. monopol) i potrebe za državnom regulacijom. Iz tog razloga država najčešće osniva javna poduzeća u komunalnim uslugama.

Nevladina organizacija je udruženje ili organizacija koja nije pod nadležnošću vlade i čiji osnivač nije država, već se uglavnom odnosi na društvene, kulturne, pravne i druge grupe koje se zalažu za određene neprofitne i nekomercijalne ciljeve. Glavni izvor prihoda, osim doprinosa članova organizacije, čine privatne donacije i državne dotacije.

6.2. Položaj i veličina javnog sektora i nevladinih organizacija u Primorsko-goranskoj županiji

Prema aktualnim podacima dostupnim od strane Hrvatskog zavoda za statistiku za 2013. godinu, **javna uprava** Republike Hrvatske broji ukupno 2.989 subjekata koji zapošljavaju 104.980 zaposlenika.

Na razini države registrirano je i 68.625 **neprofitnih pravnih osoba**, od čega 65.895 čine *udruge, ustanove, gospodarska udruženja, fondovi, pravosuđe, HNB, zaklade, fundacije, političke stranke, društvene organizacije, udruge građana i ostale organizacije*, dok 2.479 čine *tijela državne vlasti i tijela jedinica lokalne i područne samouprave*.

Na razini Primorsko - goranske županije, **javna uprava** broji ukupno 230 pravnih osoba, od čega su 79 aktivne i zapošljavaju 5.828 zaposlenika. Dok u kategoriji *ustanova, tijela, udruga, fondova i organizacija*, Županija broji 4.999 registriranih poslovnih subjekata od kojih se 1.810 smatra aktivnima.

Prema podacima dostupnim iz Hrvatskog registra udruga, Primorsko-goranska županija broji 4.088 udruga.

6.3. Položaj i veličina javnog sektora i nevladinih organizacija u regiji Primorska

U Obalno-kraškoj regiji, prema podacima AJPES-a (Agencija Republike Slovenije za javnopravne evidencije i usluge), u 2012. godini djelovalo je 1.191 organizacija, podijeljena u 7 općina, sadržajno podijeljenih u deset tipova, nakon izdvajanja sportskih i rekreativnih organizacija i kulturno umjetničkih društava iz podjele. U općini Divača djeluje 36, u Hrpelje-Kozinu 41, Izoli 149, u Kopru 591, Piranu 202, Komenu 28 i Sežani 144 organizacije.

Iz podataka AJPES-a od 2012. godine, od ukupno 1.191 organizacije, 54 su zapošljavale u Obalno-kraškoj regiji, što predstavlja 4,5 % od svih organizacija. NVO zapošljavaju u 4 od ukupno 7 općina. Većinom zapošljavaju NVO-i u općini Koper (35), nakon čega slijedi općina Piran (10), Izola (5) i Sežana (4). Štoviše, u općini Izola, Koper, Piran i Sežana u privatnim ustanovama zaposleno je 111

ljudi. U organizacijama, privatnim ustanovama i institucijama u Obalno-kraškoj regiji zaposleno je ukupno 168 ljudi u 2012. godini.

Prema podacima AJPES-a, u 2012. godini bilo je sedam institucija u tri općine u regiji, odnosno pet u Kopru, te u Piranu i Komenu po jedna. U općini Obalno-kraškoj djeluju 154 privatne ustanove, u općini Hrpelje-Kozina dvije, Izoli 28, 80 u Kopru i Piranu, 27 u Komenu i 9 u općini Sežana.

Prema evidenciji pravnih osoba privatnog prava u javnom interesu u području kulture, zabilježeno je smanjenje broja neprofitnih organizacija - pravnih osoba privatnog prava. U 2012. godini, prema podacima iz poslovnog registra Slovenije, od javnih institucija, javnih fondova ili agencija ukupno je 2 % organizacija bilo u području kulture, 24 % tvrtki, a 44 % obrtnika, 4 % neprofitnih organizacija tj. pravnih osoba privatnog prava, 5 % klubova, 2 % slobodnih novinara, te 18 % samozaposlenih u kulturi.

6.4. Financiranje javnog sektora u Primorsko-goranskoj županiji

Kao što je ranije spomenuto, većinski dio kulturnih djelatnosti Republike Hrvatske financiran je iz javnog proračuna zemlje pa je tako za kulturu u 2013. godini odvojeno **1,26% ukupnog proračuna, u iznosu od 2.142.763 (000) kuna**. Primorsko - goranska županija od svog je ukupnog proračuna u vrijednosti od 2.092.349 (000) kuna, za potrebe kulture izdvojila 132.220 (000) kuna što čini 6,32 % proračuna županije.

Zakonom o financiranju javnih potreba u kulturi, propisano je da se financiranje programa u sportu, kulturi i tehničkoj kulturi obavlja kroz **Program javnih potreba** koji na razinama županije donosi Županijska skupština. Kroz spomenuti program potiče se ravnomjerni razvitak kulture u gradovima i općinama te se sufinanciraju razni programi ustanova, udruga i pojedinaca, uvažavajući specifične potrebe lokalnih zajednica, posebice sredina na otocima i u Gorskom Kotaru.

U kulturi Primorsko – Goranske županije sufinanciraju se programi ustanova i institucija kojima županija nije osnivač kao i programi očuvanja kulturne baštine, glazbeni, likovni, scenski i filmski programi te razne županijske, državne i međudržavne manifestacije. Financiranje aktivnosti ustanova čiji je vlasnik Županija, zasebno su planirane unutar proračuna i ne ulaze u Program javnih potreba.

Prema podacima pruženim od strane Primorsko-goranske županije na Natječaj za financiranje javnih potreba u kulturi za 2015. godinu prijavilo se 284 pristupnika za područje kulture, sa 508 različitih programa i ukupnim traženim iznosom od 11.438.388,98 kn. U odnosu na 2014. godinu bilježi se rast broja pristupnika i prijavljenih programa dok je traženo sufinanciranje manje za 1,31 %.

Također, prema službenom glasilu Primorsko-goranske županije, unutar najava vezanih za proračun

županije u 2015. godini te projekcijama za 2016. i 2017. godinu, najavljeno je da će Upravni odjel za kulturu, sport i tehničku kulturu dio svog proračuna uložiti i u sljedeće aktivnosti:

Aktivnosti/institucije/projekti	Plan 2015.	Projekcija 2016.	Projekcija 2017.
Muzejske, likovne, glazbene, scenske programske aktivnosti	530.000	447.000	477.000
Kulturne manifestacije	150.000	210.000	210.000
Izdavačka i bibliotekarska djelatnost	106.000	206.000	206.000
Nagrađivanje kvalitete kulturnog stvaralaštva	250.000		
Pomoć za nabavu i održavanje opreme kulturnih ustanova i udruga	50.000	100.000	100.000
HNK Ivana pl. Zajca	150.000	200.000	200.000
Osorske glazbene večeri	40.000	50.000	50.000
Inicijativa „Za(voli) kazalište)	100.000	-	-
Projekt HERA	3.425.000	309.000	
CLAUSTRA	783.000		
Projekt arTVision – kulturni program uživo	783.000		

Tablica 20 - projekcija financiranja aktivnosti u kulturi PGŽ-a
Izvor: <http://www.sn.pgz.hr/default.asp?Link=odluke&id=31134>

Osim javnog proračuna zemlje, kulturnim institucijama i tvrtkama i području kulturne i kreativne industrije dostupan je i niz natječaja financiranih djelomično ili potpuno od strane Europske Komisije, ali i sredstva iz fondova Kohezijske politike kao i međunarodnih udruženja u kulturi. Neki od natječaja od interesa tvrtkama u području kulturnih i kreativnih industrija, kako na razini čitave zemlje tako i na razini Primorsko-goranske županije osim već spomenute inicijative „Kreativna Europa“ su i primjerice natječaj „Poduzetnički Impuls“ i „Poduzetništvo u kulturi“.

6.5. Financiranje javnog sektora u regiji Primorska

U javnoj sferi, industrija kulture u Sloveniji je sufinancirana od strane dva glavna aktera: državnih i lokalnih zajednica. Na državnoj razini, **Ministarstvo kulture** je odgovorno za distribuciju većine javnih sredstava za kulturu (oko 90 %). Različiti programi i projekti su podržani od strane proračuna za kulturu, uključujući one od javnih kulturnih institucija (nacionalnih i općinskih). **Slovenski filmski centar, Slovenska agencija za knjigu i Javni fond Republike Slovenije za kulturne aktivnosti**, zaslužni su za provedbu programa i projekata obiju manjinskih skupina kao što su subvencije i potpore

za umjetnike, profesionalna društva, stipendije, kulturni festivali, ulaganja u informacijske tehnologije, znamenitosti i spomenici, minimalna socijalna osiguranja za samozaposlene umjetnike, otpremnine za kulturne radnike itd.

U Sloveniji, još uvijek nema regionalnih vlasti koje djeluju između državne i lokalne razine. U zemlji od 2 milijuna ljudi, i otprilike 20.000 četvornih kilometara, postoje 212 lokalne zajednice. Obveze lokalnih zajednica u području kulture su: osigurati uvjete za uobičajene knjižničke djelatnosti, kulturne i umjetničke aktivnosti i amaterske kulturne djelatnosti, očuvanje materijalne i nematerijalne kulturne baštine i drugih kulturnih programa od lokalnog značaja. U područjima gdje žive pripadnici nacionalnih manjina, lokalne zajednice također su dužne podupirati njihove kulturne aktivnosti.

Ukupni javni kulturni rashodi u 2013. godini iznosili su oko 284 milijuna eura, odnosno 0,79 % BDP-a. Tablica 21 sadrži podatke o javnom izdatcima za kulturu u razdoblju od 2001. do 2013. godine, a koji pokazuju da je razina javnih izdataka za kulturu rasla od 2001. do 2009. godine. Do pada izdataka došlo je u 2010. godini zbog smanjenja državnog proračuna kao posljedica ekonomske krize. Nakon toga zabilježen je sve veći i značajniji pad u svakoj od sljedećih godina, do 2013. godine, kada je proračun (nominalno) tek nešto viši nego što je bio 2007. godine.

Godina	Javni izdatci za kulturu (u EUR)	Javni izdatci kao % BDP-a
2001.	164.793.043	0.78 %
2002.	180.903.591	0.77 %
2003.	194.482.579	0.76 %
2004.	213.998.398	0.77 %
2005.	230.596.990	0.79 %
2006.	256.722.131	0.81 %
2007.	276.072.592	0.79 %
2008.	321.541.083	0.85 %
2009.	356.616.676	0.99 %
2010.	350.847.980	0.97 %
2011.	343.164.878	0.93 %
2012.	335.110.114	0.93 %
2013.	283.976.042	0.79 %

Tablica 21 - javni izdatci za kulturu, u EUR i % BDP-a, od 2001. - 2013. godine
Izvor: Ministarstvo kulture Republike Slovenije, 2014.

Udio države u javnim izdatcima za kulturu u 2010. godini bio je 55 %, uz osiguravanje preostalih 45 % od strane lokalne razine. (Ova oblast uključuje sve rashode na lokalnoj razini za kulturu i srednju potrošnju Ministarstva kulture i drugih ministarstava te dijelova sustava javne uprave).

Razina vlasti	Ukupni izdatci	Ukupni udio u %
Država	157.343.635	55
Lokalno (općine)	126.632.407	45
Ukupno	283.976.042	100

Tablica 22 - javni izdatci za kulturu, prema razini vlasti, u EUR, 2013. godine
Izvor: Ministarstvo kulture Republike Slovenije

Potrošnja kućanstava na kulturne aktivnosti i robe u Sloveniji izračunata je na temelju Nacionalne ankete o potrošnji kućanstava, provedenu od strane Zavoda za statistiku Republike Slovenije. U 2012. godini, navedena potrošnja iznosila je oko 497.660.000 eura ili 3,68 % od ukupnog budžeta kućanstava (u 2010. godini je iznosila otprilike 633.670.000 eura ili 4,56 % ukupnog proračuna kućanstava). Većina kućanskih izdataka za kulturu je potrošena na RTV pretplatu (33,9 %) i novine (19,7 %). Potrošnja kućanstava na kulturne aktivnosti i robe u Sloveniji, u 2012. godini, iznosila je dakle 1,38 % BDP-a (u 2010. godini 1,75 %).

Nacionalni izdatci za kulturu, izračunati su na temelju javnih rashoda za kulturu i potrošnje kućanstava na kulturne aktivnosti i robe. Prema tome, **nacionalni izdatci za kulturu** u 2012. godini, iznosili su 832.770.000 eura (2,31 % BDP-a), a u 2010. godini 985.520.000 eura (2,72 % BDP-a).

Tablica 13. prikazuje udjele izvora izdataka u slovenskom BDP-u, također prikazujući da je udio javnih izdataka za kulturu u BDP-u stagnirao u razdoblju od 2000. do 2007. godine. Značajniji porast BDP-a bilježe 2008. i 2009. godina, što se može pripisati politici ljevičarske vlade predsjednika Vlade B. Pahora, koji je inzistirao na podizanju proračuna za kulturu, unatoč uvjetima gorim za poslovno okruženje za kulturu. Promjenom Vlade u 2012. godini, provode se prvi značajni rezovi u javnom proračunu za kulturu pa sve do danas.

Podaci za izdatke kućanstava pokazuju da je taj izvor je značajno padao od 2001. godine, dosegnuvši najnižu razinu u 2007. godini, dok je u porastu u 2008., 2009. i 2010. godini (pada natrag u 2012.).

	2005.	2006.	2007.	2008.	2009.	2010.	2011.	2012.
Udio potrošnje kućanstava na kulturu	1.62 %	1.54 %	1.41 %	1.46 %	1.59 %	1.75 %	/	1.38 %
Udio javnih izdataka za kulturu	0.79 %	0.81 %	0.79 %	0.85 %	0.99 %	0.97 %	0.93 %	0.93 %
Udio nacionalnih izdataka za kulturu	2.41 %	2.35 %	2.20 %	2.31 %	2.58 %	2.72 %	/	2.31 %

Izvor: Ministarstvo kulture Republike Slovenije, 2014.

	2000.	2005	2006	2007	2008	2009.	2010.	2011.	2012.	2013.
Država	61 %	64 %	60 %	60 %	55 %	57 %	55 %	56 %	51 %	55 %
Općine	39 %	36 %	40 %	40 %	45 %	43 %	45 %	44 %	49 %	45 %

Tablica 24 - dio javnih izdataka za kulturu, prema razini vlasti, od 2000. do 2013. godine

Izvor:

Tablica 23 - udio BDP-a u potrošnji za kulturu i rashode za kulturu, od 2005. - 2012. godine

Ministarstvo kulture Republike Slovenije, 2014.

Tablica 25 pokazuje rastuće učinke decentralizacije, osobito u godinama nakon 2004. godine kada se vlada premijera Janše počela orijentirati prema ravnopravnoj raspodjeli dohotka i odgovornosti između države i lokalnih vlasti. Trend pokazuje da su gradske općine podigle njihove proračune u odnosu na proračun države u iznosu od gotovo 20 % (7,5 postotnih bodova) porasta u odnosu na državne doprinose od 2004. do 2010. godine. Mora se napomenuti i da je Slovenija jedna od rijetkih zemalja Europske unije, gdje lokalni fondovi čine manji dio ukupnog javnog proračuna od državnih fondova.

Postoji još jedan preokret trenda u promatranim godinama, od 1999. do 2001. godine. do 1999. godine, država je sufinancirala najvažnije lokalne kulturne ustanove. U 1999. godini, a u prvoj polovici 2000. godine, 38 od tih lokalnih javnih kulturnih institucija sufinancirale su općine. Međutim, u drugoj polovici 2000. godine, država je ponovno preuzela sufinanciranje tih institucija.

Područje / domena	Troškovi programa	Troškovi projekata	UKUPNO	% ukupnih troškova
Scenske/izvedbene umjetnosti	22.908.836	1.657.999	24.566.835	15,61 %
Glazba	26.145.990	1.718.533	27.864.523	17,71 %

Vizualna umjetnost	6.691.838	1.018.711	7.710.549	4,90 %
Intermedijalna umjetnost	0	564.937	564.937	0,36 %
Izdavaštvo	4.897.522	0	4.897.522	3,11 %
Knjižnice	6.308.669	3.466.511	9.775.180	6,21 %
Film	6.010.926	164.958	6.175.884	3,93 %
Mediji	0	2.572.645	2.572.645	1,64 %
Amaterska umjetnost	4.093.283	0	4.093.283	2,60 %
Zaštita pokretne kulturne baštine	26.873.451	1.737.230	28.610.681	18,18 %
Zaštita nepokretne kulturne baštine	8.964.923	6.300.509	15.265.432	9,70 %
Manjinske zajednice	690.310	3.359.219	4.049.529	2,57 %
Međunarodna suradnja	0	597.541	597.541	0,38 %
Samozaposleni u kulturi	0	6.183.153	6.183.153	3,93 %
Školarine	0	628,921	628,921	0,40 %
Investicije i održavanje	0	2.912.253	2.912.253	1,85 %
Ostalo	0	4.630.616	4.630.616	2,94 %
Rukovodstvo Ministarstva	6.244.151	0	6.244.151	3,97 %
UKUPNO	119.829.899	37.513.736	157.343.635	100,00 %

Tablica 25 - državni izdatci za kulturu, pram sektoru, u EUR, za 2012. godinu
Izvor: Ministarstvo kulture Republike Slovenije, 2013.

7. Prikaz specifičnih grana kreativne industrije

Naredni prikaz bazira se na dostupnim sekundarnim izvorima podataka o kreativnim industrijama, na podacima iz upitnika i intervjuja s pojedinim predstavnicima tih industrija te na bazi panel rasprava organiziranih na konferenciji Creative Startup održanoj u periodu od 7. do 9. svibnja 2015. u Rijeci.

7.1. Umjetnici i performance

7.1.1. Primorsko-goranska županija

Umjetnost u PGŽ-u se može podijeliti na dvije grupe. Jedna su javne institucije koje su uglavnom financirane iz javnih proračuna (županije, gradova i općina). Drugu grupu predstavljaju nevladine organizacije koje su financirane po projektnoj odnosno programskoj osnovi te su također djelomično suportirane od strane županije, gradova ili općina.

Broj samostalnih umjetnika u RH na dan 30. travnja 2013. iznosio je 1.319 samostalnih umjetnika iz područja likovnog, glazbenog, scenskog, književnog i filmskog stvaralaštva. Sustav samozapošljavanja samostalnih umjetnika koji se potiče i pomaže uplatama doprinosa za mirovinsko i zdravstveno osiguranje iz sredstava državnog proračuna postoji niz godina i pokazao se vrlo efikasnim jer se umjetnicima s obzirom na neredovitost priliva dohotka s minimalnim sredstvima osigurava slobodno umjetničko stvaralaštvo i primjerena profesionalna umjetnička produkcija.

U PGŽ-u je prisutna raznolika ponuda umjetničkih ostvarenja dobre do vrlo dober kvalitete namijenjena različitim dobnim i društvenim skupinama. U porastu je i broj predstava/nastupa namijenjen mlađoj publici, posebice koncerata. Kroz proračune jedinica lokalne uprave i samouprave, osim ustanova, financiraju se udruge i pojedinci koji djeluju u ovome području te kulturni domovi.

U PGŽ-u su registrirana 4 subjekta za snimanje zvuka i izdavanje glazbenih zapisa (od 79 u RH), 15 subjekata za fotografiju (od 159 u RH), tri za umjetničko stvaralaštvo (od 36), četiri za izvođačku umjetnost (od 42), pet za pomoćne djelatnosti u izvođačkoj umjetnosti (66 u RH) te jedan za rad umjetničkih objekata (od 8 u RH). Grad Rijeka je 2015. godine predala kandidaturu za Europsku prijestolnicu kulture.

Najznačajnije umjetničke institucije u PGŽ-u, od kojih većina u Gradu Rijeci su: Hrvatsko nacionalno kazalište Ivan pl. Zajca Rijeka (HNK), Gradsko kazalište lutaka Rijeka (GKL), Hrvatski kulturni dom Sušak (HKD). HNK i GKL su sufinancirani iz proračuna Grada Rijeke od čega

HNK dobiva najveći dio proračuna Grada Rijeke za kulturu (70%). Sufinanciranje Grada sukladno je broj zaposlenih u pojedinoj instituciji. Premijerni i reprizni program omogućava programski ustroj HNK u čijem su sastavu: Hrvatska drama, Talijanska drama, Opera, Balet, a uz koncertnu aktivnost tu je i Dramski studio za djecu i mlade ZIM (Zajc i Malik).

GKL je od 1996. organizator međunarodne Revije lutkarskih kazališta koja se svake godine održava u studenom, a također je član Svjetskog udruženja kazališta za djecu i mladež ASSITEJ. Kazalište svake godine sudjeluje na značajnim hrvatskim festivalima i susretima lutkarstva u Hrvatskoj i inozemstvu.

U preostalom dijelu Županije, lutkarskih kazališta nema te se aktivnosti svode na gostovanje pojedinih kazališta u preostalim gradovima i općinama Županije.

Hrvatskim kulturnim domom Sušak upravlja Odjel gradske uprave za kulturu Rijeka. Zgrada HKD-a namijenjena je održavanju kulturnih, edukativnih i zabavnih sadržaja u plesnim, dramskim, glazbenim, filmskim, multimedijalnim i likovnim djelatnostima. U njoj ima sjedište više kulturnih udruga, a također je domaćin brojnim gradskim manifestacijama. Filodrammatica u Rijeci – društveni je prostor kojim upravlja Savez udruga Molekula

Udruge iz ovog područja imaju raznoliku ponudu od suvremenog plesa, kazališta do nastupa za djecu. Udruge i umjetničke organizacije za dramsku umjetnost, ples i pokret koje djeluju u Rijeci su sljedeći:

HKD Teatar Rijeka koji je inicijator Hrvatskog festivala malih scena i Međunarodnog festivala malih scena Rijeka, koji je u ovih dvanaest godina postao jedan od najznačajnijih teatarskih festivala u ovome dijelu Europe. **Tranzicijsko-fikcijsko kazalište TRAFIK** je nezavisna profesionalna kazališna umjetnička organizacija. **Udruga za scenske umjetnosti PROSTOR +** provodi edukacije na području plesa i kazališnog pokreta. **Ri Teatar – Kulturni centar Kalvarija** osnovan je 2000. godine u Rijeci te izvodi predstave za odrasle i djecu. Kroz Ri Teatar djeluju Scenski laboratorij mladih i dječji dramski ansambl “Čudesni oblačak”. **Teatar Rubikon** je nezavisno, izvaninstitucionalno, eksperimentalno kazalište. Od 2012. Rubikon se transformirao u umjetničku organizaciju. Jedna od odlika u radu Teatra rubikon je njegova trasdisciplinarnost u polju umjetnosti, znanosti i obrazovanja i različite forme izričaja kroz balet, glumu, mimu, pokret, ples, vizualne umjetnosti, performans i live-art. **Kazališna radionica Malik** Rijeka započela je s radom 2000. godine pri Domu mladih Rijeka. U svojem djelovanju koriste različite prostore Grada: Doma mladih, osnovnih škola, MO, HKD-a na Sušaku iz razloga što u Rijeci ne postoji institucija kazališta za djecu i mlade. Malik okuplja šezdesetak djece i mladih iz osnovnih i srednjih škola grada Rijeke, koji tu aktivnost biraju vlastitim

izborom kako bi oplemenili svoje slobodno vrijeme. organizaciji. Od 2012. godine Malik sustavno surađuje s HNK Ivana pl. Zajca u provedbi programa Dramskog studija za djecu i mlade, Zajc i Malik - Mladi za mlade. **Try theatre** djeluje u Rijeci od 2010. kao jedina hrvatska dramska škola na engleskom jeziku. Okuplja devedesetak djece i mladih iz Rijeke i okolice putem redovitih programa dvaput tjedno. Od osnutka do danas u Try teatru je postavljeno dvanaest autorskih predstava u kojima je glumilo više od dvjesto djece u dobi od šest do devetnaest godina. Udruga je ostvarila suradnju s međunarodnim institucijama poput Royal Conservatoire of Scotland, National Youth Theatre (London) , BEL theatre (Beograd), Dallas Theater Center (Texas, SAD). Umjetnička organizacija **Kreativni laboratorij suvremenog kazališta KRILA** - uključuju i obuhvaćaju različite tendencije kao što su kolaboracijsko i autorsko kazalište, vizualno kazalište, totalno kazalište, kazalište pokreta ili fizičko ili tjelesno kazalište, kazalište na specifičnoj lokaciji, ambijentalno kazalište, dramska korporalna mima, performans, umjetničke akcije ili intervencije te ostale oblike koji se ne mogu lako uklopiti niti u jednu od gore navedenih kategorija. Aktivnosti organizacije su: edukacija (redovni programi, radionice, seminari), produkcija (predstave, performansi, umjetničke akcije i intervencije) i umrežavanje (projekti povezivanja, suradnje i razmjene). **Plesna radionica M** - cilj udruge je poticanje, razvijanje i unapređivanje umjetničke i plesne kulture, održavanje plesnih tečajeva ritmike, suvremenog plesa, jazz danca i klasičnog baleta za članove udruge. **Kazališna grupa Viktora Cara Emina** osnovan 1949. Djelatnost se ostvaruje priređivanjem kazališnih predstava domaćih i stranih autora na hrvatskome književnom jeziku, igrokaza za djecu, lutkarskih predstava, predstava na čakavskome jeziku, edukacijom članova i usmjeravanjem u suvremene tokove kazališne umjetnosti. **Umjetnička organizacija Fiskultura** nastala je u svrhu oplemenjivanja prostora zvukom i pokretom. Fiskultura okupljanjem kolektiva, koji ne pomiče granice svojih vještina već ih suprotstavlja i nudi trvljenjima između medija/struke/profesije, uvijek čuva radnu etiku suprotstavljajući se letargiji i ustaljenoj funkcionalnosti prostora kojeg ophodi.

Ustanove u preostalom dijelu PGŽ-a: Centar za kulturu dr. Ivan Kostrenčić – ustanova Grada Crikvenice. Glavne programske djelatnosti ustanove su izložbena, glazbeno-scenska, izdavačka te zaštita kulturne baštine.

Značajne izvedbene manifestacije u PGŽ-u su: Riječki karneval, Riječke ljetne noći, Ljeto na Gradini, Ljeto na Ljetnoj (Ljetna pozornica Opatija), Goranovo proljeće, Margaretino leto (Bakar), Kastavsko kulturno leto, Bela nedeja (kastav), Rapska fjera, Festival malih scena, Mošćenički pinelić, Bundevidada u Vrbovskom, Smotra folkloru u Gomirju, Susreti Zatancajmo po domaće (Jelenje)

Glazbena ponuda PGŽ-a vrlo je raznolika te uključuje koncertne i individualne nastupe, koncertne cikluse i festivale različitih žanrova, a posebice su se zadnjih godina profilirale klape. Glazbena ustanova, sufinancirana od strane Županije je Ivan Matetić Ronjgov, Viškovo. Na području Gorkog kotara: zbor Gimpli, puhački orkestar Čabar.

KUD Zvir Jelenje od 1973. djeluje kroz niz sekcija: muški pjevački zbor, mješoviti pjevački zbor, folklornu skupinu za odrasle i djecu, tamburaški orkestar, limena glazba, dječji zbor „Grobnički tići“, glazbeni tečaj za klavir, električne klavijature, gitaru, harmoniku klavirku i triestinku te sopile, ženska vokalna skupina i mješoviti pjevački zbor –odrasli.

Najznačajniji festivali u PGŽ-u su: Melodije Istre i Kvarnera (MIK), Melodije s okusom mora, Grobnička skala, Grobnički Tići kantaju, Čansonefest Kastav, festivali na području Gorskog kotara: Festival zvuka «Panfest», Goranski glasi, Poj i boj. Festivali suvremene glazbe: Hartera, Ri Rock, KvarnerFest,

Osnovni problemi organizacije festivala su nedostatan financiranje te nerazvijene navike publike što uzrokuje nužno oslanjanje na sponzore / donatore te na vanjsku publiku. Zbog potrošnje gostiju van festivala, festivali imaju značajan ekonomski utjecaj na okruženje u kojem se isti održavaju.

Vezano za financiranje autora glazbenih djela, svi autori dobivaju od strane Hrvatskog društva skladatelja Službe zaštite autorskih muzičkih prava (HDS ZAMP) naknadu za korištenje glazbenih prava koje HDS ZAMP-u plaćaju razni korisnici. HDS ZAMP, na nacionalnoj razini, organizira natječaje za sufinanciranje nezavisnih glazbenih projekata s ciljem poticanja raznolikog kulturnog stvaralaštva.

Istraživanje provedeno 2014. godine u PGŽ-u o stavovima građana koncertnom kulturnom ponudom ukazuje na nezadovoljavajuće stanje na području Gorskog kotara (68% nezadovoljnih), obale (51% nezadovoljnih), otoka (57% nezadovoljnih) te zaleđa Rijeke (44% nezadovoljnih). Istovremeno je u Rijeci 56% anketiranih zadovoljno što također ukazuje na prostor za poboljšanje ponude. Sličan je trend stavova prema ponudi priredbi i festivala: Gorski kotar i otoci izrazito nezadovoljni, dok je u Rijeci, zaleđu Rijeke i na obali oko 35% zadovoljnih.

Isto istraživanje ukazuje i na slabu posjećenost kazališta i koncereta u svim djelovima PGŽ-a gdje većina anketiranih odlazi u kazalište odnosno na koncerte do jednom godišnje (Gorski kotar 60/55 %, obala 74/51 %, otoci 81/55%, zaleđe Rijeke 71/52 % te Rijeka 65/52 %), gdje je posjećenost koncereta još uvijek slaba no bolja u odnosu na posjećenost kazališta, a slični postoci vrijede i za posjete priredbama i festivalima.

7.1.2. Pokrajina Primorska

Sektor u kojem djeluju umjetnici i “performance” u pokrajini Primorska podijeljen je u dvije glavne grupe. Jednu grupu predstavljaju javne ustanove, čiji je program financiran iz državnog proračuna, dok drugu grupu predstavljaju nevladine organizacije (NGOs) koje se financiraju putem različitih

61

projekata i programa. U novije vrijeme odvojen je i proračun i za NGOs na državnom nivou. Pojedine aktivnosti javnih institucija, NGOs i pojedinaca (samostalnih artista) suportiraju i općine i gradovi pokrajne Primorske

U obje regije pokrajne Primorska prisutna je raznolika ponuda umjetničkih ostvarenja od suvremenog plesa, uličnih ili lutkarskih predstava namijenjena različitim dobnim i društvenim skupinama. U porastu je i broj predstava namijenjen djeci. Kulturnu scenu obogaćuju i performing art festivali.

Najznačajnije umjetničke institucije i događanja u pokrajni Primorska

KUD AAC Zrakogled služi kao platforma za “performance” umjetnike kombinirajući znanstvene i umjetničke interpretacije unutar odabranih tema. Zrakogled produkcije su obilježene interdisciplinarnim i multimedijским pristupom.

Kazalište Kopar je drugo najmlađe profesionalno kazalište u Sloveniji. Poznat je po komedijama kao i po predstavama za djecu. Godišnje prikazuje oko 6 premjera, a program uključuje i dramtizacije slovenskih novela. Kazalište gostuje na Slovenskom kazališnom festivalu (gdje je više puta primilo nagrade) kao i na Primorska ljetnom festivalu i na Slovenskom lutkarskom bijenalu. Od 2003 godine, zajedno sa Obalne galerije publicira Gledga magazin o kulturnim događanjima u gradu.

Teatro matita je osnovao muzičar i lutkar Matija Solce 2002. Kazalište surađuje sa PUF Festivalom kao organizator prezentacija studentskih produkcija DAMU Akademije Prag kao i drugih EU lutkarskih škola.

Gradsko kazalište Gorica osnovano je 1955. godine. Mijenjalo je ime 1969. godine u Primorsko dramsko gledališče, Slovensko narodno kazalište Nova Gorica. Slovensko nacionalno kazalište Nova Gorica jedan je od najmladih profesionalnih kazališta u Sloveniji. Postao je jedan od tri državna kazališta u 2003. godini. Dizajnirao ga je nagrađivani arhitekt Vojteh Ravnikarova, a sadrži dvoranu sa 360 sjedala. Ovo kazalište je jedino novo kazalište izgrađeno u Sloveniji u 2. polovici 20. stoljeća. Gotovo polovica produkcije SNG Nova Gorica, prikazana je na turneji u Sloveniji i u inozemstvu.

Lutkarnica Kopar studio osnovala je Maja Bavdaž Gross 2004. godine. Lutkarnica izvodi predstave, organizira radionice za malu djecu i djecu školske dobi, te održava seminar za učitelje. Lutkarnica je također suorganizator Alpe Adria PUF festivala.

Kulturni centar Izola, pored ostalog, organizira kazališne večeri za djecu, mlade i odrasle u glavnoj dvorani koja posjeduje 240 sjedećih mjesta i pozornicu od 40 kvadratnih metara.

Kosovelov dom utemeljen je 1991 kao općinska neprofitabilna ustanova, kulturni centar za Krašku regiju. Posjeduje svoj trg, cestu i park kao i mnogo mjesta za “performance”. Surađuje sa nekoliko slovenskih institucija uključujući kazališne kuće, regionalne kulturne centre i neprofitne organizacije. Godine 2008 pokrenuo je osnutak Udruge regionalnih kulturnih kuća koje se opiru komercijalizaciji

62

programa. Primorska udruga ljetnog festivala utemeljena je kao kulturna neprofitna udruga 1993 godine. Udruga organizira Primorska ljetni festival. Udruga također producira i kazališne predstave u pokrajni.

Kulturni dom Nova Gorica otvorena je kao regionalna kuća za kulturu. Od tada je postao važan organizator i mjesto koncerta. Kulturni dom vodi ogranak Galerija Nova Gorica koja se nalazi u kompleksu Kazalište Nova Gorica. Također, u domu se organizira i niz drugih programa, uključujući Pixelpoint Međunarodnog festivala računalne umjetnosti kao i redovite kino projekcije.

Koperground Festival organiziran je od strane Association of the Friends of Moderate Progress i Centra za kulturu i mlade u Kopru (MKC Koper) od 2005. Na festivalu je zastupljen međunarodni film, književnost, performance i glazba.

Alpe Adria PUF Festival organizira svake godine Primorsko ulični festival. Festival uključuje ulično kazalište i lutkarski festival. Organiziran je od strane Lutkarskog studija- Lutkarnica uz suradnju radne zajednice Alpe-Adria. U nastupima sudjeluje i kazalište Kopar kao i PINA Primorje. Festival surađuje također i internacionalno sa festivalima u Italiji, Austriji i Hrvatskoj.

Pixelpoint Međunarodni festival računalne umjetnosti, organizira Nova Gorica umjetnički centar. Pokrenut je 2000. godine, a svake godine predstavlja se oko 30 digitalnih umjetničkih djela iz cijelog svijeta, odabrane od strane gostujućih kustosa. Cilj Festivala je prenijeti računalne umjetnosti u realnom prostoru i umrežavanje umjetnika sa različitim teritorija. Ona privlači više od 3000 posjetitelja godišnje. Glavna ambicija Pixelpoint je postići razmjenu najnovije i najvažnije umjetničke produkcije iz područja umjetnosti novih medija na međunarodnoj sceni.

Na području vizualne umjetnosti značajne institucije su podružne galerije mreže Obalne galerije. Mreža Obalne galerije osnovana je 1976. godine kao središnja institucija galerija Primorske. Od njihovog osnivanja pripremljen je niz kvalitetnih izložbi. Obalne Galerije ima veliki utjecaj na likovnoj sceni, ne samo u priobalju već i u ostalim dijelovima Slovenije. Osim matične galerije - Piran Gradska galerija – neke galerije mreže Obalne galerije su: Meduza, Koper; Loža galerija, Koper; Meduza 2 Piran; Pečarić galerija Piran. Izložbeni program Obalne Galerije kombinira izložbe od strane predstavnika srednje generacije slovenskih umjetnika, samostalnih izložbi rada mladih umjetnika i retrospektivne izložbama rada najpoznatijih umjetnika iz Primorske i Slovenije. Kod priprema skupih izložbi, obalne galerije surađuju s drugim sličnim nacionalnim i međunarodnim institucijama.

Već dugi niz godina Obalne galerije aktivno slijede međunarodne umjetničke trendove predstavljajući radove vodećih inozemnih umjetnika i organiziraju tradicionalna događanja poput Forma Viva Open Air Stone Sculpture Collection, Seča; Piranski Dani arhitekture i Ex-tempore Piran - Međunarodno slikanje i keramika.

Galerija grada Nova Gorica osnovana je 1997, a razvila se je u jednu od najvažnijih high-profile prostora suvremene umjetnosti u Goriška regiji. Poznat po svojoj specifičnoj dvorani kružnog oblika s 361 četvornih metara prostora. Galerija predstavlja poseban kreativni izazov za umjetnika te omogućuje vrlo osobno iskustvo radova.

Kulturno-obrazovna Udruga PINA osnovana je 1997. godine od strane Instituta Otvoreno društvo kao kulturni centar. PINA je registrirana kao neprofitna udruga za kulturu i obrazovanje u 1998. godini. To je važan informacijski i multimedijalni centar koji pomaže provedbu različitih umjetničkih i društvenih projekata. Oba prostora, galerija i CyberCafe ugostili su do sada različite izložbe umjetnosti, strip ilustracija, postera, multimedije i fotografija. PINA je osnovao Porton.si multimedijalni portal regije. PINA je postal član M3C Multimedija Centres Network Slovenije u 2004. godini. U primorskoj postoji i nekoliko privatnih galerija, npr. Galerija Alga u Izoli.

Područje glazbe je heterogeno s obzirom na to da uključuje koncerte, individualne muzičke nastupe i festivale različitih žanrova, npr. Alpe Adria PUF Festival gdje sudjeluju i ulični glazbenici; Trnje Festival u Pivki koji ugošćuje alternativne i nekonvencionalne muzičare; Zmaj 'ma mlade Festival u Postojni koji je organiziran i sponzoriran od Centra za mlade Postojna, Studentskog kluba Postojna, Općine Postojna. Od nedavno je festival sponzoriran i od Udruga podržavatelja Zmaj 'ma mlade koju čine stanovnici koji financijski podržavaju ovaj festival. U Novoj Gorici, Kulturni centar ugošćuje brojne međunarodno priznate glazbenike ali i sve vodeće slovenske glazbenike. Glazbena škola u Novoj Gorici organizira Međunarodni sastanak saksofona, ljetnu školu i prateći festival. Dio aktivnosti Centra je posvećena promicanju glazbenog obrazovanja u osnovnim i srednjim školama.

Glazba iz vrta događaj je gdje se održava niz koncerata u franjevačkom samostanu u Kostanjevici iznad Nove Gorice. Dogašaj je kreiran i namjenjen prvenstveno za mlade slovenske glazbenike.

Utemeljena su i različita društva poput: 3BIG Bend, Orkestralno kulturno društvo harmonikaša; Izola kulturno društvo; Puhački orkestar Izola, mješoviti zbor "Canto ergo sum", Duštvo Brkinska godba Hrpelje.

Od plesa dominira folklorni ples. Postoje više skupina koje nastupaju in a poznatim festivalima. Jedan od vodećih folklornih grupa u Sloveniji je VAL folklorna grupa piran, utemeljen 1961 godine. Dobio je više puta priznanja i nagrade općine Piran od koje je i financiski suportiran. Sudjeluje na festivalima i gostuje u Sloveniji i u cijeloj Europi. Organizatori su the Mediteranskog međunarodnog folklornog festivala (MIFF) od 2003 gdje je ujedinjena folklorna glazba ples i gastronomska kultura mediteranskih zemalja. Osim folklor prisutan je balet, npr. KD Baletna skupina Metulj, i ulični ples koji se izvodi najčešće u sklopu raznih festivala.

7.2. Film i audio-vizualna industrija

7.2.1. Primorsko-goranska županija

Za audiovizualni sektor u Republici Hrvatskoj od siječnja 2008. godine skrbi Hrvatski audiovizualni centar (HAVC) kao izvršna agencija koja aktivno surađuje s Ministarstvom kulture. Čitav audiovizualni sektor u Republici Hrvatskoj našao se prethodnih godina u teškoćama. Hrvatska radiotelevizija koja je u ranijem razdoblju bila glavni sufinancijer i promotor hrvatskog filma, ušla je u tržišno nadmetanje s komercijalnim sektorom, čime su mjerila izvrsnosti i izvedbene vrijednosti pala u drugi plan. Na drugoj strani komercijalne televizije i ostali zakonski obveznici uplaćivanja sredstava za rad HAVC-a nisu ispunjavali svoje zakonske obveze prema njemu u svrhu provođenja Nacionalnog programa promicanja audiovizualnog stvaralaštva, te su naplate većim dijelom ostvarene, tek nakon pravne i javne borbe za ostvarenje ovog cilja.

Domaća kulturno vrijedna audiovizualna proizvodnja, a osobito kinematografski film, nedovoljno sudjeluje u domaćim tv programima, bilo kao sadržaj, bilo kao javna tema. U uvjetima multipleksa te za domaću industriju nepovoljnih ugovora između WTO-a i Republike Hrvatske, domaći i europski film bilježe godinama repertoarnu podzastupljenost. Slijedom sve manjih subvencija, hrvatski igrani film se fleksibilno prilagođava manjim budžetima – orijentacijom na artistski minimalizam. Time ne ugrožava svoj međunarodni ugled, ali se, osim rijetkih izuzetaka, ne približava publici, niti kao takav, niskobudžetni, može osigurati materijalni opstanak filmskih djelatnika i autora. U Hrvatskoj se podjednako osjećaju nedostaci na razini opće audiovizualne kulture. Za poticanje filmske kulture manjka klasični film koji je uglavnom nerestauriran i nedigitaliziran te kao takav nije raspoloživ na novim formatima.

Kinoteka Hrvatske nalazi se u neodgovarajućem financijskom i institucionalnom položaju. Od 247 poduzeća registriranih u RH za proizvodnju filmova, videofilmova i televizijskog programa, pet ih je registrirano u PGŽ-u, a niti jedno za poslove nastavne na proizvodnju te za distribuciju. Jedan subjekt je registriran za djelatnost prikazivanja filmova.

U 2013., napravljen je jedan dugometražni film, 27 kratkometražni, jedan dokumentarni, 12 crtanih i 15 ostalih vrsti filmova.

Tijela važnija za filmsku produkciju koncentrirana su u Zagrebu. Produkcijske kuće u PGŽ-u su Kanal Ri d.o.o. (sufinanciran od strane Grada Rijeke) te nekolicina privatnih poduzeća specijalizirane za video produkciju.

TV stanice koje djeluju u cijeloj Hrvatskoj su četiri nacionalna programa HTV1-4 te pet komercijalnih programa vidljivih na području cijele RH: Nova, Doma TV, RTL, RTL2 i RTL Kockica.

Na razini Hrvatske, visok je broj digitaliziranih filmskih dvorana. U PGŽ-u je 2014. bilo šest kinematografa s 3.434 sjedala te ukupno 417.314 posjetitelja što čini oko 10% ukupnog broja kino gledatelja u RH. Dva kina su u Rijeci (Art-kino Croatia koje je i sufinancirano od Grada Rijeke i Cinestar privatno kino) te jedno na Rabu (Pučko otvoreno učilište – sufinancirano od strane Grada Raba). Tijekom ljeta, aktivno je kino na Ljetnoj pozornici u Opatiji. Nekoliko udruga na području cijelog PGŽ-a bavi se filmom i audio-vizualnom produkcijom.

Važniji subjekti i događanja u ovom sektoru u PGŽ-u:

Kino video klub Liburnija-film iz Rijeke neprofitna je udruga građana koja djeluje u okviru Hrvatskog filmskog saveza i Zajednice tehničke kulture grada Rijeke. Klub je pod nazivom Kino klub "Rijeka" registriran 1959. godine, a pod današnjim imenom registriran je 1971. godine. Osnovne djelatnosti kluba su promicanje filma, društvenih vrednota te razvoja tehnike. Kino video klub Liburnija-film organizira edukativne tečajeve na kojima je do sad velik broj građana upoznao osnove filmskog stvaralaštva. Kroz tečajeve Kluba do sada je prošlo oko 1600 kino-amatera, a mnogi od njih danas su profesionalci koji rade na filmu i televiziji u Hrvatskoj i u inozemnim produkcijskim kućama. Do danas je u okviru kluba snimljeno je nekoliko stotina kraćih i dužih amaterskih filmova, nekoliko profesionalnih kraćih dokumentarnih filmova, propagandnih spotova i videospotova. Klub je osnovao i tzv. "Riječku školu crtanog filma" iza koje je desetak animiranih filmova. Liburnija-film organizira i dva međunarodna filmska festivala. Prvi je tradicionalna kvarnerska revija amaterskog filma (KRAF), koja se od 1969. godine održava kao tematski slobodna revija kratkometražnog filma. Drugi projekt je More, festival podmorske i nadmorske fotografije i filma, koji je počeo 2000., a od 2005. u okviru projekta pokrenut je i Prvi hrvatski festival podmorske fotografije i filma. Uz filmske revije, klub organizira i edukativne programe o filmu, u okviru projekata Liburnija-film atelier, Mentorski ponedjeljak i Pet zelenih, a od 2005. godine provodi i projekt arhiviranja i digitaliziranja filmske građe kluba.

Po prvi put će se u Opatiji u kolovozu 2015. održati međunarodni festival glazbeno-dokumentarnog filma **Solo Positivo Film Festival** koji se prethodno održavao u Starigradu no zbog infrastrukturnih razloga je festival promijenio lokaciju.

Od 162 subjekta registriranih u RH za emitiranje radijskog programa, u PGŽ-u ih je registrirano devet od toga ih na području Rijeke djeluje pet, a najveća je HRT Radio Rijeka. U PGŽ-u je u 2013. bilo 125.028 radio pretplatnika te 115.534 televizijskih pretplatnika.

Istraživanje provedeno 2014. godine u PGŽ-u o stavovima građana filmskom kulturnom ponudom ukazuje na veliki nerazmjer u zadovoljstvu građana obzirom na područje PGŽ-a. Tako je su građani u Gorskom kotaru najnezadovoljniji (čak 95,1 % smatra filmsku ponudu nikakvom), dok građani s područja preko 70% građana presotalih dijelova PGŽ-a osime same Rijeke smatra filmsku ponudu

siromašnom i nikakvom. S je s druge strane pak 78% građana Rijeke zadovoljno s filmskom ponudom.

Isto istraživanje ukazuje i na slabu posjećenost kinima u svim djelovima PGŽ-a (do jednom godišnje u Gorskom kotaru 69%, obala 52%, otoci 69%, zaleđe Rijeke 59%), osim Rijeke gdje 61 % anketiranih odlazi na filmske projekcije nekoliko puta godišnje i više.

7.2.2. Pokrajina Primorska

Od nedavno se Slovenski film odlikuje kreativnošću što je prepoznato i na međunarodnoj sceni. Dobivene nagrade su npr. za originalnost, inovativno korištenje svjetla i poeziju. Osim toga, nagrade su dodjeljene i za filmove kreirane od studenata. Zadnjih godina, slovenska filmska industrija proizvodi otprilike 7 filmova godišnje. Tijela i ustanove za filmsku produkciju koncentrirane su u glavnom gradu, Ljubljani, gdje djeluje najveći dio produkcijskih institucija kao i visokoobrazovne institucije.

Produkcija u Primorskoj se odvija u sklopu Kluba za neovisni film Svarog. Svarog je utemeljen u Piranu 2004 godine s ciljem stimuliranja kreativnosti mladih ljudi. Glavna zadatak mu je produkcija neovisnog filma. Klub organizira i radionice i ostale aktivnosti vezane uz film.

Prikazivanje filmova održava se u mnoštvo kino dvorana Primorske, u obje regije. Veći broj produkcija je u glavnog gradu regije Obalno – Kraske, Kopru i glavnog radu regije Goriške, u Novoj Gorici, a filmske predstave održavaju se u svakoj općini. Neka od kina su: grupa Kolosej kina, Odisej Izola, Dvorana 1. slovenske vlade Ajdovščina, ljetno kino na Borjaču.

Radijskom aktivnošću bavi se samo nekoliko većih tvrtki dok su ostale u kategoriji mikrotvrtki. Broj radija se povećavao nakon liberalizacije medijskog tržišta i gdje su radijske frekvencije distribuirane slobodno bez strateških kriterija. To je rezultiralo većim brojem radija koji su imali ili imaju slične programe. Radija prisutna u pokrajni Primorska su Kapris u Koparu, Radio Capodistria, Radio Koper, Radio 1 Obala, Radio 1 Primorska, Radio Tartini, Radio Golubica, Radio Center 106.4 MHz, Radio Ognjišče, Elta d.o.o., Radio TV Izola i Sežana, INFONOVA, Ajdovsina, Radio 94 Postojna, Radio Center d.o.o., Radio Kobarid Tolomin, Radio Ognjisce, Radiotelevizija Slovenija, Koper; Nova gorica- Radio Center 104.9 MHz, Radio Robin.

Situacija sa televizijskim stanicama je slična. Dva TV nacionalna programa i dva komercijalna pokrivaju skoro cijeli teritorij Slovenije (SLO1, SLO2, POP TV, Kanal A). Pored slovenskih TV u pograničnim dijelovima prisutne su i strane TV. Nacionalne TV su TV- 24 ur, RTV Slovenia. Pored toga postoji nekoliko lokalnih televizija.

7.3. Novinarstvo, novinske agencije, publiciranje i izdavaštvo

7.3.1. Primorsko-goranska županija

Tržište RH kao i PGŽ-a izuzetno je malo te ga muče zajednički problemi. Tržište knjige u Hrvatskoj kao i održanje njegovih sudionika danas uvelike ovisi o potporama javnim sredstvima. Osim slabljenja kupovne moći kao bitnog čimbenika, na loše stanje hrvatskog tržišta knjige bitno utječu i niske naklade (cca 300 primjeraka za poeziju i cca 500 do 1000 za prozu i publicistiku), što rezultira razmjerno visokom cijenom proizvodnje knjige i posljedično visokom maloprodajnom cijenom knjige. Status autora – pisaca i književnih prevoditelja, naročito onih koji djeluju kao samostalni umjetnici, često je vrlo nesiguran s obzirom na razmjerno niske autorske honorare koji se rijetko mogu dopuniti udjelom u zaradi od prodaje knjige na tržištu.

Kako bi se očuvala značajna književna i jezična dostignuća te održala i poboljšala postignuta razina kvalitete hrvatske knjige i kao umjetničkoga djela i kao proizvoda kulturne industrije, potrebno je ojačati sve segmente u knjižnom lancu – od autora i prevoditelja, preko izdavača i nakladnika, distribucijskog lanca, knjižara i knjižnica do čitatelja kao krajnjeg potrošača.

Jedan od ključnih problema hrvatskog nakladništva, a možda i glavni generator trenutačne krize jest neorganiziranost tržišta knjige. Pritom se kao posebno usko grlo nameće nepostojanje učinkovite distribucijske mreže i propadanje knjižarske mreže. Sve je manji broj neovisnih (nenakladničkih) knjižara, a one koje uspijevaju opstati imaju velike probleme s plaćanjem obveza nakladnicima. Kvalitetne knjižare su uglavnom koncentrirane u Zagrebu, budući da profitabilnost knjižare izravno ovisi i o broju stanovnika, trebalo bi nastojati osigurati opstanak postojećih knjižara. Drugi je važan problem knjižarske djelatnosti nedostatak osposobljenog stručnog kadra jer u Hrvatskoj ne postoji stručno obrazovanje za knjižare, a upravo su oni u izravnom dodiru s konzumentima, čitateljima te bi trebalo stimulirati zapošljavanje visokoobrazovanog kadra u knjižarama. Većina je knjižara, posebno onih izvan velikih gradskih središta, nedovoljno profilirana. Da bi opstale, knjižare su najčešće i papirnice, a bave se i drugom trgovinom osim knjige. Najrelevantnije su dakako knjižare i knjižarski lanci u vlasništvu nakladnika, ali je njihova poslovna politika i uloga u promidžbi javnoga kulturnog života uvelike određena i ograničena specifičnom nakladničkog politikom vlasnika. Svakako bi trebalo izraditi cjelokupan program poticanja čitanja koji bi onda izravno utjecao na učestalost kupnje.

Tržišnu cijenu knjiga spustila je akcija najvećih novinskih agencija koje su za malu cijenu uz novine prodavali knjige što je uzrokovalo i pad cijene knjiga u knjižarama te pojavu više izdanja u mekim koricama te džepnih izdanja. Ministarstvo kulture stoga dodatno dodjeljuje subvencije za izdavanje knjiga.

Kod narodnih knjižnica, kao prvenstveni problem pojavljuje se neusklađenost broja postojećih narodnih knjižnica s brojem predviđenim Zakonom o knjižnicama. Zakon predviđa 556 narodnih knjižnica u svakoj općini i gradu u Republici Hrvatskoj, a do 2010. je osnovano 249 knjižnica. Radi gospodarske krize i smanjenih financijskih mogućnosti općine i gradovi nerijetko zanemaruju svoju zakonsku obvezu osnivanja knjižnica kao i obveze financiranja redovite djelatnosti postojećih ustanova, zapošljavanja odgovarajućeg stručnog kadra, izgradnju knjižničnih fondova i to kako kod novoosnovanih tako i kod već postojećih narodnih knjižnica. Narodne knjižnice prikupljaju raznoliku građu, a otvorene su svim slojevima društva. Svojim službama i 31 uslugama potiču i šire opće obrazovanje, stručni i znanstveni rad, a posebno se zalažu za to da sve grupe korisnika steknu naviku čitanja i korištenja raznolikih knjižničnih usluga. Manifestacije i skupovi u knjižnicama i stručnim udrugama od znatnog su utjecaja na povećanje broja korisnika narodnih knjižnica, a za sve navedene kulturne aktivnosti potrebno je osigurati odgovarajuća sredstva. Rješavanje navedenih problema bilo bi od presudnog utjecaja na decentralizaciju kulturne djelatnosti, dostupnost knjige svim građanima i povećanje interesa javnosti za različite knjižnične usluge.

Ustanovljavanjem Dana čitanja, organizacijom nacionalne kampanje poticanja čitanja u koju su uključeni svi mediji rast će potpora kulturnim programima od teksta do proizvodnje kulturnih dobara.

U PGŽ-u je 2012. bilo 25 subjekata registrirano za izdavanje knjiga te šest za izdavanje časopisa, od 349 odnosno 175 u RH, a nije registrirana niti jedna novinska agencija dok ih je u RH 9. U PGŽ-u je u 2010. bilo 29 narodnih knjižnica s 681.185 naslova te 437.071 korisnika. U posljednje vrijeme značajniju ulogu preuzima Bibliobus. Prvi Bibliobus na području bivše Jugoslavije bio je uspostavljen od strane Gradske knjižnice Rijeka. Broj zaposlenih novinara i drugih profesionalaca u RH se u 2013. smanjio za 25% u odnosu na 2008. - s 12.500 na 9.100.

Ustanova Ivan Matetić Ronjgov, Viškovo bavi se i promicanjem i tiskanjem književne i glazbene literature bazirane na čakavskom idiomu. U Rijeci se godišnje održava sajam knjiga i festival časopisa KIČMA te Grad Rijeka dodjeljuje književnu nagradu Drago Gervais. Nagrada se dodjeljuje u dvije kategorije, i to za najbolje neobjavljeno književno djelo (roman, zbirka poezije, zbirka novela, drama i drugo) te najbolje objavljeno književno djelo na nekom od idioma čakavskog narječja hrvatskog jezika.

Sveučilište u Rijeci, Filozofski fakultet ima studij književnosti dok studij novinarstva ne postoji u Županiji. U PGŽ-u djeluje Udruga novinara Hrvatske kojoj je sjedište u Zagrebu.

Istraživanje provedeno 2014. godine u PGŽ-u o stavovima građana književnom kulturnom ponudom ukazuje na nezadovoljavajuću ponudu u Gorksom kotaru i na otocima dok je na području obale, zaleđa Rijeke te u Rijeci preko 50% zadovoljnih. Isto istraživanje ukazuje i na slabu konzumaciju knjižnih sadržaja gdje u cijelom PGŽ-u preko 50% anketiranih pročita do jednu knjigu godišnje.

Novine koje su specijalizirane za područje PGŽ-a: dnevne novine Novi list, magazin PGŽ-a Zeleno i plavo, publikacija "Vinodolski zbornik", kao zajedničko izdanje gradova Crikvenice, Novog Vinodolskog i Vinodolske općine, a uz potporu Županije i tih lokalnih jedinica samouprave.

7.3.2. Pokrajina Primorska

Generalno, područje Slovenije ima malo tržište te je stoga izdavaštvo i publiciranje neprofitabilno. Osim što nije profitabilno također je i subvencionirano. Publiciranje knjiga usmjereno je na publiciranje originalnih radova i prijevoda, u najvećem dijelu fikcija i radova iz područja društvenih znanosti. Kroz godine se broj publiciranih radova povećava. U novije vrijeme povećalo se publiciranje domaćih autora pa je tako u 2013. godini izdano 155 naslova slvenske poezije. Najveći izdavač je Mladinska knjiga koja je preuzela Cankarjevu založbu prije oko 10 godina.

Publicirani nekomercijalni magazini, npr. iz područja kulture, kao i publiciranje kvalitetne i nekomercijalne glazbe slovenskih umjetnika su također subvencionirani.

Nacionalni magazini su Demokracija, Mladina, Podjetnik. Nacionalne novine su Delo, Dnevnik, Večer, Žurnal. Nacionalna press agencija je Morel, STA.

Lokalni press predstavljen je sa: Primorske novice Kopar; Sveučilišni press, publikacijska kuća Annales Koparskog znanstveno istraživačkog centra (SRC Koper) i Povijesnog društva Južna primorska, Kopar. Annales publicira Annales Journal, Acta Histriae and Monitor ZSA, kao i nekoliko različitih kolekcija knjiga (Library Annales, Library Annales Majora, Annales Mediterranea, Annales Cinesiologiae).

7.4. Muzeji i umjetničke izložbe

7.4.1. Primorsko-goranska županija

Sustav muzeja u Hrvatskoj čini 281 muzeja upisanih u Registar muzeja, galerija i zbirki Muzejsko dokumentacijskog centra od kojih je 21 na državnom proračunu; gradovi su osnivači 52% muzeja, država 15%, općine 11%, županije 6% a 16% ostali. U Očevidnik muzeja te muzeja, galerija i zbirki unutar ustanova i drugih pravnih osoba Ministarstva kulture upisano je 146 muzeja. Ukupno je u muzejima 5.865.242 predmeta (50% inventirano; 25% u bazi muzejskih podataka) te osamdesetak različitih muzejskih zbirki koje još nemaju zakonom propisane uvjete za osnivanje muzeja. Muzeji se

dijele se na opće (kompleksne), povijesne, etnografske, arheološke, umjetničke, prirodoslovne, memorijalne, tehničke, tehnološke i druge. Osnovna djelatnost muzeja određena je Zakonom o muzejima i obuhvaća skupljanje, čuvanje i istraživanje civilizacijskih, kulturnih i prirodnih dobara te njihovu stručnu i znanstvenu obradu i sistematizaciju u zbirke, trajno zaštićivanje muzejske građe, muzejske dokumentacije, muzejskih lokaliteta i nalazišta, njihovo neposredno i posredno predočavanje javnosti putem stalnih i povremenih izložaba te objavljivanja podataka i spoznaja o muzejskoj građi i muzejskoj dokumentaciji putem stručnih, znanstvenih i drugih obavijesnih sredstava. Šest pravilnika koji proizlaze iz Zakona o muzejima pobliže uređuju način rada muzeja i galerija. U muzejima i galerijama zaposleno je 1047 djelatnika, od toga 990 sa stručnim zvanjem.

Pristup internetu ima 86% muzeja, a web stranicu 72% muzeja. Godišnje se u muzejima organizira između 800 i 1000 izložbi različita opsega i vrste te objavi šestotinjak tiskanih i elektroničkih publikacija te drugih tiskovina i promidžbenih materijala. Ukupan broj digitalizirane i online dostupne muzejske građe 59. 641 jedinica.

Muzeji i galerije na državnom proračunu skrbe o 360 muzejskih zbirki koje sadrže ukupno 1.354.473 predmeta, od čega je oko 40% inventarizirano (533.900), a oko 23% (309.346) uneseno u bazu (računalno inventirano). Kod dijela arheoloških muzeja razina inventiranosti muzejske građe i dokumentacije je nedostatna.

Lokalni, županijski i ostali muzeji skrbe o 1.983 muzejske zbirke koje broje 4.510.769 predmeta. Oko 51% predmeta je inventarizirano (2.330.404), dok je 28% uneseno u bazu (1.262.324).

U PGŽ-u djeluje 44 muzeja i zbirke od toga su dvije institucije kojima je osnivač PGŽ: Pomorski i povijesni muzej Hrvatskog primorja u Rijeci i Prirodoslovni muzej, Rijeka te Hrvatski muzej turizma kojima su suosnivači Ministarstvo kulture i Grad Opatija. Ostali muzeji su osnovani od strane gradova i općina. Ostali muzeji u Gradu Rijeci: Muzej moderne i suvremene umjetnosti Rijeka, Muzej Grada Rijeke – također sufinancirani od strane Grada Rijeke. Popis muzeja može se naći na <http://mdc.hr/hr/muzeji-u-hrvatskoj>.

Manifestacija Noć muzeja održava se na razini cijele RH kao i u PGŽ-u te svake godine bilježi sve veći broj posjetitelja kao i muzeja, baštinskih i kulturnih ustanova koje sudjeluju u manifestaciji. U PGŽ-u je u 2015. u ovoj manifestaciji sudjelovalo 25 muzeja, a ukupno je bilo uključeno preko 200 institucija.

Istraživanje provedeno 2014. godine u PGŽ-u o stavovima građana muzejskom i izložbenom kulturnom ponudom ukazuje na pretežito nezadovoljstvo u Gorskom kotaru (87%), na otocima i u zaleđu Rijeke dok je u Rijeci 29% zadovoljnih no i veliki broj onih koji ponudu ne mogu procijeniti (57%). Posjećenost izložbi i muzeja među anketiranimima je vrlo slaba. Velika većina posjeti iste do jednom godišnje i rjeđe (72% prosjek regije).

7.4.2. Pokrajina Primorska

U Sloveniji postoje Javno financirani muzeji i nekoliko privatnih muzeja. Javno je financirano 12 nacionalnih i 35 regionalna muzeja. Privatni muzeji mogu također dobiti državne potpore ukoliko su navedeni u službenom registru muzeja. Također, neki su muzeji financirani od države, a neki regionalno, od općina i/ili gradova. Najviše posjetitelja muzeji imaju od strane školskih grupa. Školske grupe međutim posjećuju galerije u manjoj mjeri. U nacionalnim muzejima, ugošćavanje različitih događaja predstavlja drugi najvažniji izvor vlastitih sredstava, dok se u regionalnim muzejima, prikupljaju sredstva i donacije da bi opstali. U galerijama, najveći izvor vlastitih sredstava ostvaren je kroz rente i trgovine umjetničkim dobrima. Oko dvije trećine muzeja ima muzejsku trgovinu, koja je obično u kombinaciji sa blagajnom za prodaju karata. Općenito, muzejske trgovine predstavljaju samo sporedni izvor vlastitih sredstava.

Neki od muzeja i galerija u Primorskoj

Kosovelov dom- centar uključuje dvije galerije. Jedna je Mala galerija Mira Kranjca, a druga je u holu, trajna postava Polde Oblak. U dijelu hola se održavaju i razne druge izložbe.

Galerija Avgust Černigoj u Lipici sadrži kolekciju od oko 1400 djela Avgusta Černigoja.

Škratelj Homestead je etnološki muzej koji ujedno predstavlja arhitektonsko i regionalno kulturno nasljeđe. To je i mjesto gdje se je rodila prva slovenska filmska zvijezda Ida Kravanja (umjetničko ime Ita Rina). Permanentna postava filmske zvijezde preuzeta je od strane Slovenskog kino muzejskog odjela da bi kasnije, 2011. godine postao Muzej slovenskih filmskih glumaca. Ovaj je projekt bio suportiran od strane Ministarstva kulture i općine Divača, a renovacija je bila suportirana kroz Norveški financijski mehanizam.

Regionalni muzej Kopar utemeljen je 1911. godine kao Gradski muzej povijesti i umjetnosti (Museo Civico di Storia e d'Arte). Od 1954. nalazi se u plači Belgramoni Tacco sagrađenoj na početku 17. stoljeća. Muzej je odgovoran za pokretne kulturne baštine primorske Slovenije. Na svojoj obljetnici u 2011. godini, muzej je otvorio novu stalnu izložbu "Između Serenissime, Napoleona i Habsburgovaca" te konstantno obogaćuje svoju kolekciju.

Muzej soli se nalazi na mjestu nekadašnje solane u Sečovlju. Zgradu i solane su obnovili Ured za očuvanje kulturne baštine, koja ima sjedište u Piranu. Zbirku izloženu u Muzeju soli je stvorio Pomorski muzej Sergej Masera iz Pirana. Muzej je organiziran u sklopu obnovljene kuće Caserma. Predmeti, fotografije i tekstovi koji čine zbirku ilustriraju radni i životni okoliš stvaratelja soli.

U obnovljenoj solani skupina radnika koristi tradicionalne metode i alate. Sistemska shema kako funkcioniraju solane može se vidjeti u prizemlju Muzeja te posjetitelji mogu saznati o razvoju soli u

72

sjevoroistočnom Jadranu. Bogato kulturno svjedočanstvo smjestilo je solane u Sečovlju i Strunjanu na razinu etnološke, tehničke, povijesne i pejzažne baštine od iznimne vrijednosti na nacionalnoj razini. Od 1990. godine, oba kompleksa su zaštićene s općinskom uredbom. Godine 2001. Muzej izrade soli je proglašen nacionalnim kulturnim spomenikom.

Parenzana muzej u Izoli prikazuje povijest i obilježja nekadašnje uskotračne željezničke pruge Parenzane, koja je početkom prošlog stoljeća povezivala Trst sa Porečom, uključujući i Izolu. Parenzana muzej otvoren je 2000. godine, a nalazi se u samom središtu Izole. U muzeju se mogu vidjeti fotografije i drugi dokumenti vezani uz prugu, unikatni željezničke makete i velika karta Parenzane. Osim povijesti pruge također se može naučiti o tradicijama lokalnog stanovništva i o ljepotama Istre. Jedna od najbogatijih zbirki maketa vlakova je u vlasništvu Josipa Mihelića, koja opsežno pokazuje i otkriva tajne Parenzane.

Goriška Museum je osnovan 1954 godine. To je regionalni muzej koji pokriva povijest Goriške regije. Aktivnostima kojima se bavi su u području povijesti, arheologije, etnologije, povijest umjetnosti i prirodnih znanosti. Također, domaćin je dijela restauracijske i konzervacijske radionice Villa Bartolomei in Solkan.

Cerkno Muzej osnovao je Idrija Gradski muzej 1978. godine kao podružnica muzeja o narodno oslobodilačkoj borbi (NOB).

Kobariški muzej razvio se je od muzejske zbirke postavljene i sakupljene od strane mještana. Godine 1995, u dogovoru s Ministarstvom kulture Republike Slovenije, osnivač prenosi upravljanje neprofitnoj tvrtki s ograničenom odgovornošću za koja još uvijek upravlja Muzejom. U 2011. godini, Kobariški muzej je uvršten u službeni registar slovenskih muzeja.

Najpopularniji promotivni događaj za muzeje je “Ljetna noć muzeja” organizirana od strane Udruge slovenskih muzeja.

7.5. Prodaja proizvoda i usluga kreativnih industrija

7.5.1. Primorsko-goranska županija

Prodaja kulturnih dobara nije jedna od posebno profitabilnih djelatnosti posebice ne za male subjekte. Prodaja knjiga je doživjela pad posebice. Klasična, pročitana i jeftina beletristika novinskih izdavača preplavila je kioske, benzinske crpke, supermarkete i trgovine mješovitom robom. Tržište je postalo pretrpano knjigama. Kupci su prestali posjećivati knjižare i prodaja je drastično pala, a kao odgovor se pojavilo izdavačko i programsko svaštarenje. Svaki se nakladnik počeo gurati u sve faze proizvodnog procesa, od biranja i uređivanja naslova, tiskanja knjiga pa sve do prodaje u vlastitim knjižarama, što

je, po nekima, klasičan primjer sukoba interesa. Naime, svaki izdavač će isticati vlastita izdanja u prvi plan, a tuđa će gurati u kut, time se stvorila nelojalna konkurencija. O tome govori i neravnopravan položaj izdavača u supermarketima gdje su neki najveći izdavači zakupili u trgovačkim lancima prostor s policama. Budući da mali i srednji izdavači nemaju taj novac, oni ne mogu, a i ne žele, svoje knjige prodavati na policama supermarketa smatrajući takav tip prodaje knjiga ponižavajućim za izdavaštvo. Mnoge knjižare kako bi ospitale su proširile prodajni asortiman na papirnice i suvenirnice.

Pred nakladnicima stoje tri moguća modela izlaska iz krize: mogu se u potpunosti okrenuti državi, odustati od distribucije i raditi samo za otkup, zatim mogu postati dio većih i jačih tvrtki, ili treće da knjige distribuiraju preko trgovačkih putnika, hipermarketa ili klubova knjige.

Knjižare su najčešće neuspješne u prodaji zbog loše financijske pozicije te ulažu različite napore kako bi privukli publiku organizirajući različita događanja unutar knjižara.

Ponešto se u međuvremenu popravio položaj autora u diobi subvencijskog novca, te uvođenjem sistema državnog stipendiranja, kao i usmjeravanjem dijela izdavačkih sredstava u nagrade. Ali, budžeti za samu knjigu sve su manji, pa su se počele zatvarati mnoge hrvatske knjižare, a kojih je do jednog momenta bio rekordan broj – oko 200, a zapošljavale su od tri do pet zaposlenih.

Prema podacima iz 2012. godine, u PGŽ-u je bilo registrirano svega 11 trgovina na malo knjigama i novinama. Postojeće trgovine su podružnice poduzeća osnovanih u drugim županijama. U Gradu Rijeci djeluje sedam knjižara na devet prodajnih mjesta te dva antikvarijata.

Naklade knjiga, ne računajući one na kioscima – čiji se opseg naslova do danas također smanjio – kreću se u okviru od po nekoliko stotina primjeraka. Generalno domaća književnost se prodaje lošije u odnosu na prevedenu. Kultura čitanja i kupovanja knjiga općenito je niska.

Prodaja knjiga putem internet je u stalnom rastu i velik dio prodaje odlazi na strane online servise tipa Amazon iako još nije dosegla prodaju kroz druge kanale.

Promet knjiga u Hrvatskoj u 2013. procenjen je na oko 800 do 900 milijuna kuna godišnje. U taj iznos uključeni su i udžbenici, ali i prodaja raznih drugih proizvoda u knjižarama.

Od 2007. prihvaćen je Sporazum o jedinstvenoj cijeni knjige u svrhu što bolje dostupnosti knjige hrvatskoj javnosti, uređenja tržišta knjiga i knjižnih izdanja kao i sprječavanja nelojalne konkurencije u prometu knjiga te stvaranja jedinstvenih tržišnih uvjeta za širenje prodajne mreže. Jedinstvena cijena knjige standardna je mjera regulacije tržišta knjiga u većini europskih zemalja, a široj je publici poznata po cijeni otisnutoj na zadnjoj strani korica koju prodavač ne može promijeniti u roku od godine dana. Sporazum o jedinstvenoj cijeni knjige knjižare na cijelom području Hrvatske čini

podjednako konkurentnima svim ostalim oblicima prodaje knjige, regulira prodaju na sajmovima knjiga, potiče transparentnost prodaje knjiga narodnim knjižnicama, regulira rad i obveze klubova čitatelja te uključuje i potporu tih triju ministarstava nakladnicima. Sporazumom je predviđeno da će popusti na sajmovima moći biti do 20 posto, a u klupskoj prodaji do 10 posto.

Početakom 2013. uveden je PDV na tiskane knjige u iznosu od 5% te na elektronske od 25% što je dodatno pogoršalo poziciju nakladnika. Početkom 2014. uvedena je nova izmjena oporezivanja tiskovina PDV-om po sljedećim stopama:

- po stopi od 5%: novine novinskog nakladnika koji ima statut medija, otisnute na papiru koje izlaze dnevno; knjige stručnog, znanstvenog, umjetničkog, kulturnog i obrazovnog sadržaja, udžbenike za pedagoški odgoj i obrazovanje, za osnovnoškolsko, srednjoškolsko i visokoškolsko obrazovanje; znanstveni časopisi
- po stopi od 13%: novine i časopise novinskog nakladnika koji ima statut medija te novine i časopise nakladnika za koje ne postoji obveza donošenja statuta medija, otisnute na papiru koji izlaze periodično; časopisi za kulturu i umjetnost
- po stopi od 25%: sve ostale tiskovine; tiskovine koje u cijelosti ili većim dijelom sadrže oglase ili služe oglašavanju.

Prodaja glazbene produkcije uglavnom se veže za produkcijske kuće (Croatia Records, Dallas Records) te je broj trgovina takvom robom u RH u padu. U PGŽ-u, prema podacima iz 2012., nije bila registrirana niti jedna trgovina na malo glazbenim i videozapisima. One koje postoje podružnice su trgovina registriranih u Zagrebu (opet uglavnom produkcijskih kuća).

Zajedničko svima u maloprodaji umjetničkih dobara je problem malog tržišta te slabe promocije. Promocija unutar RH i izvan je nedostatna, nerazvijena je uloga agenata te se umjetnici snalaze samostalno.

7.5.2. Pokrajina Primorska

Prodaja kulturnih proizvoda nije profitabilna, u najvećoj mjeri zbog malog tržišta. Industrija publiciranja nije dovoljno razvijena. Nakladničke kuće, zbog financijskog aspekta, nalaze svoje prodajne kanale pri čemu firme koje se bave prodajom knjiga postaju kompetitori umjesto da budu partneri. U Sloveniji trenutno ne postoji samostalni distributer knjiga. Dva najveća distributera knjiga su u vlasništvu nakladnika. Mladinska knjiga posjeduje najveći broj knjižara većinom u većim gradovima kao i internetsku prodaju. Privatne trgovine, knjižare, su većim dijelom u nepovoljnoj financijskoj situaciji zbog loše financijske situacije. Zbog takve situacije, Ministarstvo kulture je nedavno odlučilo suportirati i private knjižare. Internetska prodaja knjiga je u porastu, međutim još

75

uvijek se veliki dio knjiga naručuje u inozemstvu. Popularna je također i prodaja rabljenih knjiga u antikvarijatima ili putem interneta.

Neka od prodajnih mjesta knjiga su: Mladinska knjiga, Kopar; Dom knjige Koper; Libris Kopar, Patri d.o.o. Sežana; Grafika Soča Nova Gorica.

Aktivnosti koje promoviraju knjige su i festivali. Tako se u Koprju održava festival knjiga "Spirala" kojeg organizira Resor za kulturu studentske organizacije Univerze na Primorskem u suradnji sa Sveučilišnom knjižarom u Kavarno Kantina. Festival uključuje niz aktivnosti vezanih uz knjigu i kulturu čitanja.

Sa prodajom audio i video zapisa stanje je slično kao i sa prodajom knjiga. Nekoliko velikih izdavača igraju također i glavnu ulogu u distribuciji i prodaji. Dodatni negativni utjecaj na prodaju audio i video zapisa su veće PDV nego što je to kod knjiga. Akteri u audio i video proizvodnji i prodaji nisu u mogućnosti investirati i promovirati muzičare. U nekim slučajevima muzičari publiciraju svoju glazbu. Dodatni problem je i još prisutno piratstvo. Osim toga, prodaj je prisutna također i u knjižarama, supermarketima, drogerijama i sl. Generalno, prodaja audio i video zapisa je u opadanju. Neka od rijetkih prodajnih mjesta nalaze se npr. u Sežani (Signal) i Novoj Gorici (Yoso Damjan Simčič s.p.)

Maloprodaja drugih kulturnih dobara ima minoran značaj na tržištu umjetničkih dobara. Problem koji se i tu javlja je malo tržište ali i nedostatak promocije. Privatne galerije ipak osiguravaju promocije umjetnika i prodaju. Privatnim galerijama nije moguće preživjeti samo na domaćem tržištu te s toga djeluju i na međunarodnoj sceni.

7.6. Arhitektura

7.6.1. Primorsko-goranska županija

Arhitektura u Hrvatskoj ima dugu i bogatu tradiciju no trenutno se susreće se s problem malog tržišta te posebice pada građevinske industrije kako u RH tako i u PGŽ-u.

Uspostavljanje vlastite države, dolazak kapitalizma i promjena legislative dovela je do općeg nesnalaženje na području arhitekture i prostornog planiranja. Konačno se, nakon dvadesetak godina izgradnje, dovršava Nacionalna i sveučilišna knjižnica (1995.), djelo skupine arhitekata pod vodstvom Velimira Neidhardta, koja predstavlja zasad najveće ostvarenje suvremene arhitekture u Hrvatskoj. Prvih godina 21. stoljeća, intenziviranjem javnih natječaja, a najviše uz pomoć državnog programa *Poticajna stanogradnja*, nastaju uspješne realizacije u stambenoj izgradnji diljem zemlje.

Današnje generacije arhitekata gaje duboki osjećaj kulturne odgovornosti te promatraju arhitekturu kao aktivnost u širem kulturnom kontekstu.

U Hrvatskoj postoje dva fakulteta za arhitekturu - u Zagrebu i Splitu. Obrazovanje u ovom području ima dugu tradiciju i može se usporediti s drugim zemljama EU. Međutim, još uvijek ima prostora za poboljšanja, osobito u pogledu interdisciplinarnosti i suradnji s drugim studijskim programima. Također, treba unaprijediti razmjenu studenata te međunarodnu suradnju kako bi se osigurao priljev svježih ideja, internacionalizacija i još veća kvaliteta studiranja.

Najvažnije organizacije podrške u području arhitekture: Hrvatska komora arhitekata te Društva arhitekata, časopisi Arhitektura i urbanizam, Prostor i Oris.

Osim toga, tu je i Institut građevinarstva Hrvatske, Hrvatski muzej arhitekture, Kabinet za arhitekturu i urbanizam pri Hrvatskoj akademiji znanosti i umjetnosti te razni portali koji prate zbivanja u arhitekturi (www.arhitekti.hr, www.vizkultura.hr).

Količina zakonskih akata za pojedino područje djelovanja u razvijenim zemljama EU-a i u RH, ima neprimjerene omjere te brojnost i opseg akata u RH predstavljaju zapreku efikasnom radu. Godine 2012. Vlada RH je donijela dokument Arhitektonske politike RH 2013.- 2020., Nacionalne smjernice za vrsnoću i kulturu građenja kao osnovni dokument djelovanja za koji manjka konkretna implementacija.

Aktualan je i velik broj nagrada na području arhitekture i urbanizma:

- Nagrade UHA-e – dodjeljuju se svake godine od 1984.: nagradu "Viktor Kovačić " za životno djelo kao najviše priznanje za cjelokupan životni opus u svim domenama arhitektonskog stvaralaštva; nagradu " Viktor Kovačić " za najuspješnije ostvarenje u svim područjima arhitektonskog stvaralaštva za proteklu kalendarsku godinu; nagradu "Drago Galić" za najuspješnije ostvarenje na području stambene arhitekture za proteklu kalendarsku godinu; nagradu "Bernardo Bernardi" za najuspješnije ostvarenje na području oblikovanja i unutrašnjeg uređenja za proteklu kalendarsku godinu; te nagradu "Neven Šegvić" za publicistički, kritički, znanstveno-istraživački i teorijski rad na području arhitekture.
- Nagrade Zagrebačkog salona arhitekture
- Nagrada Vladimir Nazor za područja arhitekture i urbanizma - dodjeljuje RH, a UHA šalje prijedloge
- Nagrada Mies van de Rohe – nagrada se dodjeljuje od 1988. godine, a od 2001. postala je službenom nagradom Europske unije za arhitekturu. Od 2010., HKA i UHA šalju prijedloge hrvatskih predstavnika za nagradu.

U PGŽ-u je 35 registriranih subjekata za arhitektonsku djelatnost od 484 u cijeloj RH. Ovim brojkama treba dodati i dio poduzeća koja su registrirana za građevinsku djelatnost no obavljaju i arhitektonsku djelatnost. Broj zaposlenih u tim poduzećima na razini RH iznosio je u 2012. 1.068 dok je u PGŽ-u bilo 80 zaposlenih. Prihodi na razini PGŽ-a iznosili su oko 16 milijuna kuna, a na razini RH oko 266 milijuna kuna.

PGŽ ima potencijal da prednjači u uređenosti izgradnje okoliša. Naime, Hrvatska komora arhitekata na Okruglom stolu održanom povodom Dana hrvatske arhitekture u svibnju 2015. ističe Grad Rijeku ističe se kao primjer visoku razinu osviještenosti za vrijednosti izgrađenog okoliša.

U ovoj grani prevladavaju mikro poduzeća te nema velikih arhitektonskih ureda, posebice ne u PGŽ-u. Unatoč činjenici da postoje međunarodno priznata arhitektonska dostignuća, prosječna kvaliteta arhitektonskih projekata još uvijek je niska. Prema istraživanju HURA-e provedenom 2013. godine, opći dojam o radu arhitekata vrlo je pozitivan. Percepcija arhitekture u društvu se mijenja na bolje, međutim, promotivne aktivnosti su još uvijek potrebne. Jačanje svijesti javnosti o važnosti kvalitete arhitekture može se postići kroz članke i priloge u svakodnevnim popularnim medijima, s ciljem da arhitekturu približile krajnjem potrošaču.

7.6.2. Pokrajina Primorska

Arhitektura je kako kroz povijest tako i danas dinamična i kompleksna u cijeloj Sloveniji. Slovenska arhitektura je doživjela preokret u 20-tom stoljeću. Najveći preokret dogodio se je 90-tih godina, nakon osamostaljenja, kada se mijenjala struktura na tržištu pojavom domaćih i stranih investitora. Tada se je nova generacija arhitekata uspješno prilagodila trenutnim novonastalim uvjetima. U području arhitekture dominiraju male firme dok se velike firme nisu uspjele razviti. Najznačajnije i najviše aktivnost događalo se je u glavnom gradu u kojem se nalazi i fakultet arhitekture.

U pokrajini Primorskoj nema fakulteta arhitekture, no aktivnosti vezane uz arhitekturu su utemeljene. Jedna od njih je i konferencija "Piranski dani arhitekture" koji se održavaju svake godine od 1983 godine. Njezin je cilj procijeniti trenutne trendove u arhitekturi i predstaviti najnaprednije i inovativne ideje arhitektonske i prostorne proizvodnje. Događaj se održava u Tartini kazalištu, a već tradicionalno u pratnji Međunarodne arhitektonske izložbe suvremenih radova srednjoeuropskih arhitekata.

U Novoj Gorici se održavaju radionice za odrasle i djecu u području prostornog planiranja i arhitekture generalno. Radionice su organizirane od strane Vijeća za arhitekturu i prostorno planiranje.

Slovenska udruga urbanističkog i prostornog planiranja, volonterska i neprofitna organizacija koja djeluje u cijeloj zemlji sa ciljem razvoja i razmjenu mogućnosti, stručnih informacija i razvoj profesionalnih standarda.

Društvo arhitekata je organizirao u jesen 2014 tjedan arhitekture u Novoj Gorici koji uključuje arhitekturu i prostor. Tema je bila obnova društva - urbana obnova - obnova zgrada. U cijeloj Primorskoj su se odvila 42 različita događanja.

Društvo Pomorskih arhitekata, DPA, osnovano je 1981. godine kao dobrovoljna, strukovna udruga arhitekata i studenata arhitekture. DPA djeluje u općinama Ajdovščina, Bovec, Brdo, Divača Hrpelje - Kozina, Kanal ob Soči, u Kobarid, Općina Komen Nove Gorice, Miren - Kostanjevica, Renče - Vogrsko, Šempeter - Vrtojba, Sežana, Tolmina i Vipava. Cilj DPA je promicati, podržavati i razvijati sve aktivnosti koje se bave problemima arhitekture, krajobraznog planiranja i zaštitu okoliša.

7.7. Industrija dizajna

7.7.1. Primorsko-goranska županija

Dizajn danas egzistira i kao umjetnička i kao industrijska disciplina koja se bavi komponiranjem likovnih elemenata na plohi ili u prostoru te služi kao komunikacijsko sredstvo ili kao proizvod. Dizajn se može definirati i kao stvaralački proces čiji je konačni rezultat dizajnerski oblikovani proizvod. Njegova je svrha realizacija ideje koja se bavi rješavanjem određenih pitanja: funkcionalnih, tehnoloških, komunikacijskih i estetskih, ponajprije zbog zahtjeva javnog sektora za kvalitetnim, dizajniranim proizvodima koji imaju jak utjecaj na razvoj domaće proizvodnje.

U Hrvatskoj manjka njegovanja vizualne kulture, vizualnog obrazovanja, pa tako i dizajna kao elementa koji objedinjuje vizualne kvalitete s funkcionalnošću svakodnevnih proizvoda. Ipak, primjetno je da se u proteklim godinama stanje mijenja nabolje, i to pretežno zaslugama pojedinaca i rijetkih organizacija koji sustavno nastoje, uz različite oblike promicanja suvremenog dizajna, stvoriti nove inicijative i manifestacije, proširiti uvjete i mogućnosti za realizaciju pojedinih projekata te pronaći alternativne načine djelovanja u teškim i kriznim gospodarsko-ekonomskim uvjetima. S druge se strane, međutim, opća svijest o važnosti vizualne kulture i vizualnog opismenjavanja na različite načine i dan danas zanemariju. Na tu činjenicu ukazuje i izuzetno mali broj sati u školi namijenjen dizajnu.

Za razliku od razvijenih zemalja EU-a, koje u nacionalnom obrazovnom programu od samog početka školovanja povezuju dizajn sa znanosti, tehnologijom i obrtništvom, u hrvatskom školstvu se veže

isključivo za umjetnička područja. Unatoč činjenici da vidom primamo više od 70% informacija i svjesnosti da živimo u vremenu gdje prevlast imaju vizualni mediji i komunikacija, likovna kultura čini samo 4% školske satnice. Odnosno, u Hrvatskoj je likovna/vizualna kultura tijekom osnovnog školovanja, zastupljena s tek jednim satom tjedno ili 280 sati godišnje, dok se satnica u većini zemalja EU kreće između 2 do 4 sata tjedno, (s naglaskom na Švedsku koja provodi 1680 sati godišnje).

S obzirom na potrebe modernog svjetskog i nacionalnog tržišta, Hrvatska je poput razvijenih europskih zemalja prepoznala važnost prilagođavanja sustava strukovnog odgoja i obrazovanja u cilju razvoja zemlje. Stoga je u Strategiji razvoja strukovnog obrazovanja 2008. godine zaključila da je „strukovno obrazovanje potrebno modernizirati kako bi postalo manje specijalizirano, a više prilagodljivo potrebama polaznika i tržišta rada“.

Kako je u svim ekonomski razvijenim društvima već dugi niz desetljeća uobičajena praksa vezati dizajn uz industriju, tehnologiju i znanost (pored umjetnosti) neupitno je da bi postojanje fakultativnog predmeta o dizajnu i vizualnoj kulturi u srednjim strukovnim školama učinio velik korak prema integraciji dizajna kao zanimanja u proizvodni sektor RH, a u skladu sa suvremenim europskim trendovima. Imamo li na umu da je Europska unija odredila upravo dizajn i inovaciju kao jedne od svojih temeljnih strateških odrednica za razdoblje do 2020. godine, implementacija dizajna i vizualne kulture u srednjoškolske strukovne kurikulume bila bi vrlo konkretan pozitivan pomak u smjeru prihvaćanja europskih smjernica razvoja.

Većina Hrvata još uvijek nije navikla kupovati dizajnerske proizvode. Situacija je takva da su kućni budžeti ograničeni u velikom broju slučajeva, ali oni koji si mogu prištiti dizajnerske komade, rado kupe nešto s hrvatskim potpisom. Prema istraživanju HURA-e provedenom 2013. godine, opći dojam o radu dizajnera interijera vrlo je pozitivan.

Ostali problemi dizajna koji se u stručnim krugovima navode su: problema investiranja u financijski zahtjevnije projekte, zakržljalosti industrije te malog i nerazvijenog tržišta, kao i izostanak teorijske i kritičke misli na području dizajna. Kako su poduzeća izašla iz konteksta gdje dizajn nije bio relevantan, i dalje često prevladava mišljenje u tvrtki je i dalje da dizajn usluge (industrijski dizajn i drugo) prisutan samo dodatni trošak, a ne investicija. Rezanje troškova i proizvodnje orijentacije dalje prevladava. Nadalje, malo je tvrtki koje su u stanju izići iz anonimnosti i stvoriti prepoznatljive trgovačke marke, a prisutan je i problem zaštite autorskih prava.

Važnije institucije za dizajn: Studij dizajna, osnovan 1989. pri Arhitektonskom fakultetu, jedan je od najmlađih studijskih programa na Sveučilištu u Zagrebu, Odsjek za dizajn vizualnih komunikacija na Umjetničkoj akademiji u Splitu od 1997. godine, Hrvatsko društvo dizajnera – HDD koje ima organizacijsku i promotorsku ulogu kao i što obavlja arhivske djelatnosti. U sklopu Hrvatske gospodarske komore osnovan je Centar za dizajn radi uspostavljanja pozitivne interakcije

gospodarskih subjekata i dizajnera poticanjem i unapređivanjem njihove trajne suradnje. PGŽ je u području obrazovanja u dizajnu u zaostatku. Na Akademiji primjenjenih umjetnosti u Rijeci ne postoji zaseban studij dizajna već je ta problematika uklopljena u pojedine predmete kao i na Građevinskom fakultetu. Od srednjih škola, dizaj je prisutan u Školi za grafičkog tehničara, a premalo zastupljen u Građevinsko tehničkoj školi.

Značajna manifestacija na području dizajna je Dan D gdje se predstavljaju dizajneri s radovima različitih područja, naručene i samoinicirane projekte iz regije. Nagrade i priznanja HDD-a dodjeljuju u sedam profesionalnih i jednako toliko studentskih kategorija: Dizajn vizualnih komunikacija, Produkt/industrijski dizajn, Dizajn elektronskih/interaktivnih medija, Dizajn ambalaže, Dizajn postava izložbi, signalizacija i prostorna grafika te Koncept i Modni /odjevni dizajn.

Poduzeća koja djeluju u ovom sektoru uglavnom su male ili mikro veličine. U PGŽ-u je 2012. godine bilo 40 registriranih subjekata za specijalnu dizajnersku djelatnost s 47 zaposlenih dok ih je u RH ukupno 503 s 619 zaposlenih.

U Hrvatskoj je prisutno kritična masa dobrog dizajna. Hrvatska dizajnerska scena je u razdoblju od posljednjih 15 godina do danas značajno sazrela, kvalitativno i brojčano višestruko narasla te generacijski je konstantno mlada i svježija. Produkcija u području vizualnih komunikacija i dalje je brojčano superiorna u odnosu na ostale te je kvalitativno najstabilnija. No u porasloj tržišnoj ponudi domaćeg dizajna ima puno manje kvalitetnog dizajna upitne uporabne vrijednosti. Produkt dizajn je također sve više prisutan kao posljedica suradnje dizajnera s nekoliko hrvatskih proizvođača namještaja (npr. Kvadra d.o.o. i Era d.o.o.) te s većim investitorima (npr. na gradnji i uređenju dizajn hotela Lone u Rovinju). Grafički dizajn posljednjih par godine nailazi na vidna ograničenja zbog nedostatka financijskih sredstava najvećih naručitelje (jedinica lokalne uprave i samouprave te države).

Na području dizajna, vidan je izostanak državnih potpora te nepostojanje Nacionalne strategije dizajna. Sami odnosi između proizvođača, dizajnera, distributera i potrošača su dramatično izmijenjeni na globalnoj razini i takva situacija traži osmišljavanje novih sustava, novih hijerarhija i odnosa. Ističe se potreba za jačanjem kolektivne svijesti o utjecaju dizajna na širi društveni kontekst, a ne samo kao sastavnog dijela korporativnog i oglašivačkog sustava.

U poticajima za poduzetništvo Grada Rijeke, subvencionira se trošak industrijskog dizajna no iznos te potpore je mali obzirom na ukupan trošak.

Pored toga, institucije od važnosti za dizajn ne djeluju koordinirano, obzirom na nedostatak zajedničke strategije. Prisutan je i problem nedostatka upravljačkih znanja u području dizajna kao i nedostatak prisutnosti dizajna u drugim obrazovnim institucijama za koje je dizajn nužan – npr. u području inženjerstva i strojarstva. Recentnu produkciju u području produkt dizajna obilježila je i

tendencija razvoja vlastitih brendova, pokretanja vlastite proizvodnje u malim serijama, suradnje s obrtnicima i pronalaženja alternativnih načina distribucije na internacionalno tržište.

Umreženost je omogućila nove kanale diseminacije, distribucije, a posljednjih nekoliko godina i financiranje vlastitih projekata putem, primjerice, crowdfundinga. Društvene mreže i servisi za samopromociju pomogli su dizajnerima da razmjerno lako postignu vidljivost.

7.7.2. Pokrajina Primorska

Područje dizajna ima tradiciju u cijeloj Sloveniji, no kvaliteta je doživjela degradaciju zbog promjene na tržištu i u tehnologijama u nedavnoj prošlosti. Na degradaciju industrijskog dizajna u Sloveniji imalo je utjecaj nekompetitivnost firmi na zapadnom tržištu. Najčešće su firme bile kooperanti u multinacionalnim projektima gdje nisu valorizirali kreativnost i intelektualno vlasništvo.

Nedavno su na nivou države kreirane mjere koje podržavaju dizajn te je zamijećen razvoj u tom području. U industriji dizajna još uvijek je trend da klijent naručuje, a ne da se proizvodi i usluge ponude na tržište.

Prema statističkim podacima grana dizajna je visoko na ljestvici po broju osoba koje zapošljavanja. U industriji dizajna (prema klasifikaciji dizajn je dio djelatnosti M74 100 dizajn, aranžerstvo, dekoraterstvo) je u 2009. godini djelovala 415 tvrtki, što predstavlja 3,5% svih poduzeća u KKI (ZK2) i 0,3% svih poduzeća. Od svih tvrtki, nešto manje od polovice činile su tvrtke (46%), a više od polovice bili su poduzetnici (54%). Prema podacima iz 2012. godine, u djelatnosti M74 100 registrirano je bilo 880 tvrtki. Prosječni BDV za dizajnerske tvrtke znatno je ispod prosjeka u odnosu na ostale grane gospodarstva. Razlog tome je veliki broj malih dizajnerskih tvrtki. Prema podacima iz 2008, najveći udio zaposlenih i samozaposlenih u različitim dizajna profesijama ima grafički dizajn (59%), iza čega je industrijski dizajn (14%) a najmanje ima u profesiji dekoratera.

Kako institucije i firme nisu dovoljno strateški povezane, događa se da akter djeluje nezavisno, a djelatnost nije prepoznata kao factor koji utječe na ekonomski razvoj. Na taj način utječe se i na ponudu tržišta. Dizajn je još uvijek više percipiran kao umjetnost nego kao ekonomski čimbenik.

Jedno od ključnih čimbenika za razvoj dizajna je i heterogenost koja je prisutna u dizajnu u pogledu kvalitete i edukacije dizajnera ali i u smislu razumijevanja suštine njihovog rada i suradnje s klijentima. Dio dizajnera je vrlo ekonomski orijentiran i njihov rada usko je povezan s ekonomskim aspektom dok postoji druga skupina dizajnera koji više naglašava umjetničku vrijednost njegova rada i slobodu stvaralaštva. Prema tome i ponuda je heterogena. Prema dizajnerima, vrlo je malo korisnika koji razumiju važnost stvaranja i uspješnu primjenjuju prema njihovim potrebama.

Institucije koje podupiru razvoj dizajna su npr. Društvo dizajnera Slovenije. Društvo okuplja vrhunske dizajnere iz sfere dizajna i kreativnosti. Temeljni ciljevi po načelima društva su promicanje struke, organiziranje retrospektivne izložbe i drugih javnih prezentacija članova društva te stvaranje veza između korisnika i klijenata. Dizajneri su u Društvu podijeljeni u nekoliko sekcija: vizualne komunikacije, industrijski dizajn, unikatni dizajn, scenografija i kostimografija. Članovi Društva upoznati su i posjećuju različita natjecanja, izložbe i festivale.

Muzej arhitekture i dizajna je još jedna od potpornih institucija koja podržava interese dizajnerske struke i glavna je muzejska institucija koja djeluje u području dizajna (www.aml.si). MAO posjeduje zbirku industrijskog dizajna gdje je uglavnom zastupljen slovenski dizajn. Također, muzej je jedina ustanova koja posjeduje kolekciju vizualnih komunikacija. Muzej je organizator bijenala industrijskog dizajna (BIO), međunarodnog dizajna izložbe, koja se održava od 1964. godine. Između bijenalima, muzej se bavi organiziranjem dizajnerskih događanja, predavanja, radionica i izložbi, ali vrši promociju slovenskog dizajna, surađuje s međunarodnim projektnim organizacijama

Za potporu dizajnu osnovana je i zaklada Brumen s ciljem stvaranja programa aktivnosti koje bi trebale doprinijeti poboljšanju kvalitete vizualnih komunikacija u slovenskom prostoru i njihovu promociju u inozemstvu. Najvažniji događaj zaklade predstavlja Biennale vizualnih komunikacija. Biennale predstavlja tematski specijaliziran i tehnički prihvatljiv pregled područja vizualnih komunikacija u Sloveniji.

Zavod BIG se smatra najvećim slovenskim centrom za promociju, studij i kritiku kreativnih industrija, a aktivan je i u širem području jugoistočne Europe. Zavod predstavlja inovacije u području arhitekture, industrijskog dizajna i mode u Sloveniji. Izdavač je magazina Hiše i organizator je Mjeseca dizajna, gdje profesionalcima i javnosti predstavljaju dostignuća slovenskog dizajna, najbolji dizajneri i tvrtke s najzanimljivijim i inovativnim dizajnerskim strategijama. Događaj uključuje konferenciju, predavanja uglednih dizajnera iz cijelog svijeta te niz popratnih događanja u gradu.

Budući da se u nekim slučajevima aktivnosti i uloge potpornih institucija poklapaju javlja se nedostatak efektivnosti ili pak nije jasno definirana pa tako ni provedena jasna misija i ciljevi pojedine ustanove.

Postoji nekoliko edukacijskih ustanova u Sloveniji, a jedna od njih je i u pokrajini Primorska, viša škola materijala, dizajna i fotografije u Sežani, Univerza na Primorskem. Osnovana je početkom 2008. godine. Studij je organiziran u dvije godine. Obrazovni proces temelji se na strunjači teorijska znanja i zanatskih vještina, tako da trening je organiziran u obliku predavanja, seminara i laboratorijske vježbe. Osim toga, u svakom od studija provedena u 10 tjedana praktične nastave. Od ukupnog broja studenata koji pohađaju studij dizajna ili povezan s dizajnom, tek 2% studenata odabire višu školu u Sežani. Pretpostavlja se da je to kratkog vremena postojanja.

Prema rezultatima provedenih anketa, pružatelji dizajnerskih usluga u većini se slažu da je kvaliteta slovenskih dizajnera može relativno usporediti s međunarodnom. Firme koje pak koriste dizajnerske usluge u većem dijelu smatraju da su usluge uvjetovale povećanje rentabilnosti, rast tržišnog udjela i rast prihoda.

7.8. Tržište oglašavanja

7.8.1. Primorsko-goranska županija

Tržište oglašavanja u RH je aktivno i dinamično. Na tržištu oglašavanja, prisutna je koncentracija poduzeća. Naime, posljednjih godina, četiri najveće agencije preuzimaju sve veći dio tržišta te unatoč svojoj kvaliteti i inovativnosti, nove agencije teško ulaze na tržište zbog već uspostavljenih partnerskih odnosa.

Ovaj segment je vrlo multidisciplinarnan te obuhvaća različita zanimanja od ekonomista, tekstopisaca do grafičkih stručnjaka i dizajnera. Stoga se uz institucije navedene za obrazovanje psihologa, kulturologa, književnika, dizajnera i grafičara značajni i Ekonomski fakulteti na kojima se dobiva specijalističko znanje u marketingu i oglašavanju. U PGŽ-u se obrazovanje u marketingu dobiva na Ekonomskom fakultetu Sveučilišta kao i na Veleučilištu. Najveća Katedra za marketing u RH nalazi se na Ekonomskom fakultetu Sveučilišta u Zagrebu. Na tržištu je prisutno i niz privatnih škola koje nude tečaje marketinga i posebnih oblika marketinga kao što je internetski marketing.

Značajne strukovne organizacije i udruge u sektoru oglašavanja: HURA - Hrvatsko udruženje društava za tržišno komuniciranje u svom sastavu okuplja društva za tržišno komuniciranje s ciljem uspostavljanja i unaprjeđenja profesionalnih i etičkih standarda i principa korektne tržišne utakmice, edukacija i organizacije strukovnih festivala. Trenutno broji 28 članica i zastupa preko polovine ukupnih marketinških budžeta u Hrvatskoj. HURA je članica EACA-e (European Association of Communications Agencies). ABC Hrvatska (Audit Bureaux of Circulation), Agencija za elektroničke medije, Hrvatska udruga za odnose s javnošću (HUOJ). Uz HURA-u, značajna je i neprofitna organizacija za interaktivni marketing - IAB Croatia.

Manifestacije od značaja u oglašavanju su: Media Weekend Festival, Dani dizajna, Outdoor Kkzent, Sudnji dan. Među domaćim strukovnim natjecanjima, važni su IdejeX za nagradu X i MIXX koja nagrađuju najbolje radove u kreativnom oglašavanju u tradicionalnim tj. digitalnim medijima, te nagradu Effie koja vrednuje učinkovitost marketinških komunikacija. Osim ovih natjecanja u organizaciji HURA-e, neizostavne nagrade Outward dodjeljuju se za najbolji dizajn velikih plakata, ordenima Sudnjeg dana nagrađuju se pojedinci od strane nezavisnog žirija, te ADCC-ovom nagradom najbolji radovi u dizajnu, oglašavanju i tržišnim komunikacijama.

Prema podacima HURA-e, potrošnja na različite oblike oglašavanja u 2013. iznosila je oko 1,4 milijardi HRK. Od toga je najveći iznos utrošen na TV oglašavanje (625 mil. HRK) što je oko 50% ukupne potrošnje, nakon čega slijede tisak (330 mil.), vanjsko oglašavanje (130 mil.), radio (125 mil.) te internet (107 mil.)

Kao posljedica krize na tržištu, smanjilo se ulaganje u oglašavanje. U periodu od 2008. do 2013. ukupni promet oglašavanja smanjio se za skoro 40% (s 5,8 na 3,7 milijardi HRK), a prihodi poduzeća smanjili su se s 2,2 milijardi na 1,4 milijarde.

Prema podacima za 2013. trend smanjenja ulaganja u oglašavanje nastavio se no isti je i ublažen te je ukupan utrošeni volumen na zakup oglasnog prostora u medijima u 2013. godini manji za 7% u odnosu na 2012. godinu. Zakup medijskog prostora na televizijama imao je neznatni pad u odnosu na 2012. Manji pad je zabilježen i u vanjskom oglašavanju gdje je volumen manji za 5 mil. HRK u odnosu na prethodnu godinu. Najveći pad dogodio se u radijskom oglašavanju te iznosi 23%, dok je u tisku zabilježen pad od 14%. Dio budžeta za zakup medija je iz tiska prebačen u internet oglašavanje, što je povezano s promjenama u konzumaciji tih medija. U 2013. i dalje je nastavljen rast ulaganja u oglašavanje na internetu koje je zabilježilo rast od čak 19% u odnosu na 2012. Od utrošenih 107 mil. HRK najveći dio investicija uložen je u display oglase, search i social medije. U 2013. najveći rast ulaganja u zakup medijskog prostora ostvaren je sektoru trgovine, dok je značajan pad zabilježen kod robe široke potrošnje, hrane i automobilske industrije.

Tržište oglašavanja poprilično je regulirano obzirom na veličinu tržišta – propisano je ograničenje vremena oglašavanja na nacionalnim televizijama kao i za komercijalne televizije te se to prati od strane regulatorne agencije HAKOM.

HURA je 2013. provela istraživanje o percepciji oglašivačkih agencija te je utvrđeno kako se oglasi općenito pozitivno percipiraju, budući da svojim informacijama svakako pomažu pri odabiru proizvoda, no i prevladavajuće mišljenje kako se oglasima ne može vjerovati. Tipičnim zaposlenikom marketinške agencije doživljava se muškarac ili žena, dobi od 20 do 40 godina, visoko obrazovan, kreativan, stručan i dobro plaćen. Rad u agenciji smatra se poslom koji omogućava razvoj karijere i osobni stručni razvoj. No ujedno je i stresan, kompliciran i težak posao koji iziskuje prekovremeni rad. Istovremen, preko 50% anketiranih, posao u oglašivačkoj agenciji ne smatraju suviše poželjnim no većina bi ga preporučila svojim bližnjima.

HURA je 2013. također provela je istraživanje među oglašivačima na temu suradnje klijenata i agencija koje je pokazalo da većina oglašivača svoje oglašivačke agencije percipira kao značajne partnere u razvoju vlastitog poslovanja. Istima je najvažnija kvaliteta rada agencije, razumijevanje klijenta i njegovog tržišta te kvaliteta kreativnog rješenja. Kao najvažnije karakteristike agencije, oglašivači su u najvećem broju istaknuli kvalitetu predloženih strategija te znanje i posvećenost

agencijskog tima. Istraživanje je također pokazalo da su oglašivači su uglavnom zadovoljni svojim partnerima agencijama.

U 2012. godini su u PGŽ-u bile registrirane 72 agencije za promidžbu i reklamu sa 89 zaposlenih od 1.181 subjekata s 3.377 zaposlenih u cijeloj RH što ukazuje na prisutnost velikog broja malih agencija u PGŽ-u.

7.8.2. Pokrajina Primorska

Devedesetih godina tržište oglašavanja je počelo rasti, a uočena je degradacija u profesionalnosti i vrijednostima. Iako do danas broj agencija za oglašavanje konstantno raste, veće agencije preuzimaju sve više klijenata.

Neke tvrtke koje koriste usluge oglašavanja razumiju koliko je oglašavanje bitno za poslovanje tvrtke dok neke tvrtke zamjenjuju marketing s oglašavanjem ili prodajom. Zbog nedostatka sinergije između strategije promoviranja i marketinške strategije, oglašavanje gubi na značaju. Javni sektor koji je još manje prepoznao značaj promocije i marketinga, zadnjih godina uviđa da se i taj sektor nalazi na otvorenom tržištu. Privatni sektor također malo ulaže u marketinške usluge zbog financijskih razloga, odnosno štednje.

U današnje vrijeme Slovenija ima dobro razvijene promotivne usluge dok su marketinške usluge manje razvijene, odnosno tek su u razvoju. Marketinški segmenti kao što su prodaja i upravljanje su prisutniji na tržištu. Opskrba i promocija usluga je dobro razvijena. Ijako je doba krize utjecalo na marketing i oglašavanje no vide se naznake poboljšanja i u tom segment.

S obzirom na vrstu medija koji se koriste u oglašavanju, najveće prihoda stvara TV. Internet oglašavanje naglo je raslo, no nakon vrhunca rasta u 2008. godini veći porast više nije zabilježen. U zadnjih godina u porastu je vanjsko oglašavanje, a s time razvoj kvalitete i inovativnosti u kreiranju oglasa. Oglašavanje preko press media konstantno opada. Najvećim dijelom zbog gubitka kredibiliteta najvećih dnevnih novina.

Edukaciju u području oglašavanja odnosno marketing nema na Sveučilištu Primorska niti na Sveučilištu Nova Gorica, no studenti mogu dobiti znanja u području oglašavanja unutar nekih drugih studijskih programa kao što su komunikacija i media, u Školi inovativnih iskustava, menadžment ili humanistički program na Sveučilištu Primorska ili na Poslovno-tehničkom fakultetu na Sveučilištu u Novoj Gorici.

Institucije, kao što je Slovenska oglaševalska zbornica, odgovorna je za provedbu, važnost, uloge i prednosti marketinške komunikacije. Cilj joj je izvršenje etičkih standarda u oglašavanju, širenje

znanja i dobre prakse u području oglašavanja i komunikacije, informiranje članova i javnosti o trendovima i pravnim okvirima marketinške komunikacije unutar slovenskog i europskog zakonodavstva, povezivanje aktera u području tržišnog komuniciranja, skrb za ulogu i korist tržnoga komuniciranja.

Društvo za marketing Slovenije je odgovorno za brigu o pozicioniranju i razvoju marketinga kao struke i znanosti u širem društvenom i gospodarskom području u Sloveniji. Društvo skrbi za prijenos znanja, najbolje prakse i inovativnih aktivnosti na svim područjima marketinga. Aktivnosti udruge stvaraju integrirane, marketinški orijentirane tvrtke ali i aktivne pojedince koji su odgovorni za razvoj i ugled profesije. Udruga je i mjesto za otvorenu komunikaciju i integraciju svih onih koji su u dodiru s marketingom u svakodnevnom radu, studiju ili životu.

Najveći broj registriranih firmi za marketing, oglašavanje i/ili tržnu komunikaciju nalazi se u Kopru i Novoj Gorici, a prisutne su u svim općinama pokrajne primorska.

7.9. Software i industrija igara

7.9.1. Primorsko-goranska županija

Software (SW) i industrija igara najmlađa su pripadnica kreativnih industrija. Osim u velikom komercijalnom potencijalu, njihov je značaj u povezivanju ostalih industrija, multidisciplinarnosti i međusektorskom djelovanju. S time da ju karakterizira nov način proizvodnje, prodaje i komunikacije. Preostale grane kreativnih industrija mogu imati koristi od suradnje s ovom granom.

Video igre su postale kulturološki fenomen 21. stoljeća, u zadnjih 15 godina sve su više prihvaćene kao oblik zabave te neizbježna svakodnevica različitih dobnih skupina. Njihovo prihvaćanje povezano je uz opću internetizaciju.

Ovo je jedna od brže rastućih ICT grana u svijetu koja je po popularnosti i zaradi već premašila hollywoodsku filmsku industriju te se procjenjuje da je 2014. godine u svijetu zaraditi 100 milijardi američkih dolara ili 82 milijarde dolara više nego filmska industrija.

Hrvatska i njeno tržište iako malo u odnosu na neke druge zemlje ima razvijenu industriju računalnih i mobilnih video igara kojoj slijedi ekspanzija. U RH postoji već nekoliko uspješnih proizvođača video igrica koji su stopostotni izvoznici. U 2014. bio je u planu izlaz najmanje 15 računalnih igara s ciljem prodaje u cijelom svijetu, Ova industrija je prilika i za mnoge nezaposlene jer za početak bavljenja time ne treba puno novca nego tek stol i računalo. Prodaja računalnih igara usmjerena je na svjetsko tržište te je 99% trenutne proizvodnje igara u RH usmjereno na izvoz.

Ova industrija ukazuje priliku za zadržavanje školovanog kadra elektrotehnike u Hrvatskoj kao i za privlačenje kadrova iz drugih zemalja. U PGŽ-u su programeri prije svega angažirani u firmama na razvoju standardnih rješenja uglavnom za poslovne sustave. Plaće programera u PGŽ-u u načelu su niže no plaće za isti posao u Zagrebu stoga se mnogi programeri odlučuju za posao u Zagrebu, a oni najvalitetniji odlaze i van Hrvatske. Prema nekim procjenama, u Europskoj uniji će do kraja 2015. godine nedostajati 900 tisuća stručnjaka iz područja informatičkih tehnologija. Profili zaposlenika u SW kompanijama su programeri te grafičari.

Obrazovanje ovog kadra moguće je u Zagrebu na Fakultetu elektro-tehnike dok u Rijeci postoji studij elektrotehnike na Tehničkom fakultetu Sveučilišta te na Veleučilištu kao i srednja škola za elektrotehniku i računalstvo. Preostali dio PGŽ-a uskraćen je za takvo obrazovanje. U Zagrebu je otvorena i prva hrvatska škola za dizajn igrica – Machina s 220 polaznika. Značajnu ulogu u edukaciji imaju i časopisi Vidi i Bug kao i razni forumi namjenjeni problematici video igara. Od ostalih organizacija značajan je Hrvatski savez informatičara, Hrvatsko društvo za promicanje informatičkog obrazovanja te ostale Udruge informatičara. U PGŽ-u djeluje Udruga darovitih informatičara Rijeka. U ožujku 2014., na zagrebačkom Fakultetu elektronike i računarstva (FER) te u organizaciji IT časopisa Vidi, održan je Prvi Game Developer Forum. U Rijeci se od 2009. Organizira natjecanje WhoHack hackatoon koji je 2014. za temu imao video igre.

Tijekom 2014., osnovan je Klaster hrvatskih proizvođača računalnih igara koji okuplja desetak poduzeća iz Hrvatske kao i Grupacija za računalne igre. Predsjednik klastera je suvlasnik poduzeća Kid d.o.o osnovanog u Rijeci.

S ciljem ispunjenja ciljeva strategije Europa 2020, Rijeka će biti središte prvog ICT centra kompetencija u Hrvatskoj - centra za pametne gradove. Centar kompetencija za pametne gradove (CEKOM) provoditi će istraživačke projekte i razvijati kompetencije u područjima primjene pametnih tehnologija u pametnim gradovima. Ovi projekti predstaviti će dodatnu priliku za zapošljavanje informatičara te za procvat ove industrije u PGŽ-u.

U PGŽ-u nije registriran niti jedan subjekt za izdavanje računalnih igara dok su u RH registrirana dva no mnogi subjekti koji se bave ovim područjem registrirani su za djelatnost programiranja te je teško iz te djelatnosti izdvojiti one koji se računalnim igrama i bave. Na području PGŽ-a, Rijeke, dvije su kompanije profilirale u razvoju igrica Kid d.o.o. te Kreativni odjel d.o.o.. Osim takvih slučajeva, izrada igara učestala je na pojedinačnoj i projektnoj bazi što ne omogućava održivost.

Osnovni problem izgradnje većeg broja poduzeća koja bi se bavila video igricama je nedostatan financiranje dugoročnijih projekata. Najveći problem postojećih subjekata je plasiranje proizvoda na tržište

Općenito je tržište potražnje softvera u Hrvatskoj vrlo malo. Još jedan problem predstavlja i visoka stopa korištenja ilegalnog SW koja je još uvijek vrlo visoka iako se polako smanjuje. Tržište ponude SW je veliko te su na tržištu prisutne i multinacionalne kompanije.

7.9.2. Pokrajina Primorska

Softverska industrija je jedna od bitnijih industrija jer je uključena u više disciplina i sektora što znači da sve kreativne industrije mogu napredovati ako uključe softversku industriju u poslovanje. Bez obzira na sveprisutnost i potrebu za softverima, firme u Sloveniji se sporo odlučuju za nove ili inovativne softvere u svrhu povećanja konkurentnosti. No, Slovensko tržište je malo, a pored toga okrenuto je i kupovanju stranih softvera.

Institucije poput ICT udruge i tehnološka mreža ICT razvijaju i jačaju know-how i alate koji omogućuju učinkovite usluge vezane uz prijenos tehnologije, inovacija, upravljanje intelektualnim vlasništvom i zaštitu, pripremu i realizaciju zajedničkog istraživanja i razvoja, tržišne penetracije, promicanje tehnologije i vještine, kao i pronalaženje novih partnera (dobavljača, kooperanata, kupaca).

Institut Jožef Stefan Institute znanstvena je institucija koja provodi znanstvena istraživanja i u području ICT na odjelu za elektroniku i informatičke tehnologije. Edukacijske ustanove u Primorskoj ne provode programe elektrotehnike ili informatike.

Prema statističkim podacima za Sloveniju, izdavanje igara polako raste. Od 2008. godine se je od dvoje registriranih izdavača broj povisio na 6 u 2012. godini.

U pokrajini Primorska registriran su dvije firme u industriji igara, jedna u Ankaranu, a druga u Koprnu kao i u Hrvatskoj, poduzeća koja se bave izradom igara često su registrirana za programiranje.

8. SWOT analiza kreativnih industrija Primorsko-goranske županije i pokrajine Primorska

SWOT analiza je obuhvatila devet grana kreativnih industrija promatranih sa strane šest aspekta razvoja istih: infrastruktura, umrežavanje, promocija i prodaja, obrazovanje i dodatno osposobljavanje, financiranje te transfer znanja.

Rangiranje pojedinih elementata provedeno je prema prioritetima pojedinih elemenata sukladno relevantnim strateškim dokumentima, sukladno učestalosti pojavljivanja određenog elementa u pregledanim izvorima .

8.1. Umjetnosti i izvedbena umjetnost

Aspekti	SNAGE				SLABOSTI			
	PGŽ	R	PP	R	PGŽ	R	PP	R
A Infrastruktura	- postojeća infrastruktura	1	- pojedini akteri raspoložu sa dovoljno kvalitetnog prostora	2	- neosposobljenost za konkuriranje na međunarodnoj sceni - nedostatak velikih prostora za izložbe - nedostatak akustičkih i tehnički opremljenih prostora za glazbena događanja - nedostatak prostora za rad umjetnika i izlaganje - nepostojanje prostora kazališta za djecu i mlade - nedostatak mjesta za interakciju	1	- zastarjele tehnologije i infrastruktura	1
B Umrežavanje	- povezanost s međunarodnim organizacijama	3	- međunarodna suradnja (umjetnici i ustanove su dobro međunarodno umreženi) - jaka međunarodna suradnja pojedinaca	2	- niska razina međunarodne suradnje na kolektivnoj razini - neučinkovita komunikacija općina i gradova	3		

C Promocija i prodaja	<ul style="list-style-type: none"> - raznolika ponuda - dobra kvaliteta - održavanje brojnih događanja - jačanje potražnje i ponude za događanjima za mlađu publiku - povezanost s turizmom 	1	<ul style="list-style-type: none"> - raznolika ponuda - uspostavljena događanja (festivali) - povećana potražnja i ponuda za događanjima za djecu - prepoznat značaj razvoja i unapređenja kreativnih industrija i na državnom i lokalnom nivou 	1	2	<ul style="list-style-type: none"> - neadekvatna promocija i marketing koji osiguravaju prepoznavanje i daju značaj specifičnim plesnim i muzičkim ostvarenjima 	2
D Obrazova nje i zapošljava nje	<ul style="list-style-type: none"> - mogućnost stjecanja osnovnog obrazovanja u glazbi te specijalističkog u likovnim umjetnostima 	2	<ul style="list-style-type: none"> - dobra kvaliteta - porast predstava u 2013. - porast broja naslova slovenske poezije u 2013. 	1	1	<ul style="list-style-type: none"> - nedostatak specijalističkih studija - nedostatak menadžmenta koji bi osigurao financiranje kroz naplatu aktivnosti i usluga) 	1

E Financiranje	- uspostavljene osnovne financijske potpore (sufinanciranje od strane gradova i Županije) - uspostavljene potpore i za nevladine organizacije	2	- uspostavljene financijske mjere za potporu (kreirani strateški dokumenti, razvoj kulturne politike, razvoj mjera za kreativnu industriju) - uspostavljene potpore i za nevladine organizacije - mogućnosti financiranja nevladinih organizacija preko projekata (u trajanju do 3 godine)	1	- veliki troškovi "hladnog pogona" - ovisnost institucije od nacionalnog značaja (HNK) o proračunu Grada Rijeke – neadekvatan Zakon RH - nedostatno financiranje za nabavku nove opreme - zastarijela tehnologija - usmjerenost dostupnih izvora na osnovna sredstva	2	- nedostatak financijskih sredstava - parcijalna financiranja (poglavito u slučaju sa nevladinim organizacijama koje za ostvarenje svojih ciljeva su primorani aplicirati na više projekata ali i uključiti sponzore) - neravnomjerno raspoređena financijska sredstva regije i općina	2
F Transfer znanja			- povezivanje različitih aktera na regionalnom nivou u svrhu razvoja	3	- problem zaštite intelektualnog vlasništva - nedostatan prijenos znanja u gospodarstvo	3		
	PRILIKE				PRIJETNJE			
Aspekti	PGŽ	R	PP	R	PGŽ	R	PP	R
A Infrastruktura	- ulaganje MK u infrastrukturu	2			- propadanje infrastrukture	3		
B Umrežavanje	- povezivanje pojedinih subjekata s okolnim regijama - suradnja odjela za kulturu i poduzetništvo unutar općina/ gradova regija - razvoj sustavne suradnje unutar općina/ gradova na razini regija te između regija	3	- povezivanje s okolnim regijama	3				

C Promocija i prodaja	<ul style="list-style-type: none"> - razvoj programa MK za djecu - jače povezivanje s turizmom i prodaja kroz turizam - primjena novih tehnologija - usmjeravanje na ciljne skupine van turizma - npr. studente - ulazak u škole 	1	<ul style="list-style-type: none"> - razvoj programa MK za djecu - jače povezivanje s turizmom i prodaja kroz turizam - primjena novih tehnologija 	1	<ul style="list-style-type: none"> - oscilacije turističke sezone - jačanje okolnih regija – dodatno zaostajanje za istim 	2	<ul style="list-style-type: none"> - jačanje okolnih regija – dodatno zaostajanje za istim 	2
D Obrazova nje i zapošljava nje	<ul style="list-style-type: none"> - uspostava specijalističkih studija, studija poduzetništva u KI i obrazovanja za pripremu projekata za EU fondove - rast Sveučilišta u Rijeci 	1	<ul style="list-style-type: none"> - uspostava specijalističkih studija, studija poduzetništva u KI i obrazovanja za pripremu projekata za EU fondove 	2	<ul style="list-style-type: none"> - odlazak talentiranih pojedinaca van zemlje 	2	<ul style="list-style-type: none"> - odlazak talentiranih pojedinaca van zemlje 	2
E Financira nje	<ul style="list-style-type: none"> - mjere Ministarstva kulture za pomoć samostalnim umjetnicima - kandidatura Grada Rijeke za Europsku prijestolnicu kulture - financiranje iz EU fondova 	1	<ul style="list-style-type: none"> - financiranje i EU fondova 	1	<ul style="list-style-type: none"> - produljenje gospodarske krize 	1	<ul style="list-style-type: none"> - produljenje gospodarske krize 	1
F Transfer znanja								

8.2. Film i audio-vizualna umjetnost

	SNAGE				SLABOSTI			
Aspekti	PGŽ	R	PP	R	PGŽ	R	PP	R
A Infrastruktura	- bazična infrastruktura donekle postoji	2	- dio odgovarajuće infrastrukture i kulturno nasljeđe		- nedostatna infrastruktura - mali broj kino dvorana	2	- dio infrastrukture nije adekvatan	
B Umrežavanje	- uspostavljena međunarodna suradnja	3	- međunarodne suradnje - održavanje festivala		- slabo sudjelovanje na međunarodnim festivalima	3		
C Promocija i prodaja					- slaba filmska produkcija	1		
D Obrazovanje i zapošljavanje	- uspostavljene osnove filmske produkcije različitih žanrova - velik broj radio postaja - nekolicina aktivnih subjekata	1	- razvijeni različiti žanrovi (npr. međunarodno priznati kratki filmovi) - kreativni pristup - tradicija kreiranja filmova - organizirani seminari, edukacija, treninzi		- nepostojanje škola za obrazovanje u film, video i audio produkciji u Županiji - mali broj subjekata – koncentracija u Zagrebu - nedostatna znanja o poduzetništvu, menadžmentu i marketingu	1	-nepostojanje škola za filmsko obrazovanje, video i audio produkcije u Pokrajni -nedostatak specijaliziranih škola - centralizacija različitih aktera filmske i audio industrije u Ljubljani	1

E	Financiranje												- nedostavno financiranje - usmjerenost dostupnih izvora na osnovna sredstva	1	- neadekvatna podjela financija od strane fondova i države - nedostatak alternativnih vidova zarade (prodaja reklama dominira) - nedostatak finansijskih sredstava	1
F	Transfer znanja															
		PRILIKE				PRIJETNJE										
Aspekti	PGŽ	R	PP	R	PGŽ	R	PP	R								
A	Infrastruktura												- propadanje postojeće infrastrukture	2		
B	Umrežavanje												- jačanje suradnje sa susjednim regijama - povezivanje pojedinih subjekata s okolnim regijama - suradnja odjela za kulturu i poduzetništvo unutar općina/ gradova regija - razvoj sustavne suradnje unutar općina/ gradova na razini regija te između regija	3	- jačanje suradnje sa susjednim regijama	3
C	Promocija i prodaja												- jače povezivanje s turizmom i prodaja kroz turizam - primjena novih tehnologija	3	- primjena novih tehnologija	3

D Obrazova nje i zapošljava nje	- otvaranje studija u PGŽ-u	2	- specijalistički studiji	2	- odlazak talentiranih pojedinaца van zemlje	1	- odlazak talentiranih pojedinaца van zemlje	1
E Financira nje	- financiranje iz EU fondova	1	- financiranje iz EU fondova	1	- produljenje gospodarske krize	1	- produljenje gospodarske krize	
F Transfer znanja	- suradnja s drugim sektorima - uspostava programa podizanja svijesti usmjerenih na širu javnost o zaštiti intelektualnog vlasništva	2	- suradnja s drugim sektorima - uspostava programa podizanja svijesti usmjerenih na širu javnost o zaštiti intelektualnog vlasništva	2	- zaštita intelektualnog vlasništva	3	- zaštita intelektualnog vlasništva	3

8.3. Novinarstvo, novinske agencije, publiciranje i izdavaštvo

Aspekti	SNAGE				SLABOSTI			
	PGŽ	R	PP	R	PGŽ	R	PP	R
A Infrastruktura	- postojeća infrastruktura - Bibliobus	3			- loši prostori (GK Rijeka, GK Crikvenica)	2		
B Umrežavanje	-		- umrežavanje za izjašnjavanje novinara o negativnom trendu u medijima - planiranje pravnih mjera za potporu		- nedostatno umrežavanje - slaba suradnja obrazovnih institucija i poslodavaca	3		
C Promocija i prodaja	- raznolikost publikacija - primjena novih tehnologija	2	- tradicionalni sajmovi knjiga		- izdavački problemi (prijelaz na e-knjigu, nestanak distribucije, kiosk izdavaštvo, sajmovi) - nerazvijene čitalačke navike domaće publike - interes publike slabi, osobito mladih - malo tržište	1	- nedostatak prodajnih kanala i veće prodaje - nedostatak tržišta u inozemstvu - nedostatak akcijskog programa za unapređenje prodaje knjiga - monopol jednog izdavača - veća ponuda od potražnje - nedostatak adekvatne promidžbe - trgovine knjigama imaju ulogu kompetitora umjesto partnera (izdavači se trude sami prodavati)	1

D	<p>Obrazovanje i zapošljavanje</p> <ul style="list-style-type: none"> - postojeće obrazovanje za književnost - dovoljan broj književnika i novinara 	1					<ul style="list-style-type: none"> - neadekvatna strategija upravljanja izdavaštvom i tržištem - nedostatak educiranog i specijaliziranog kadra - neadekvatna kvaliteta (kratka tradicija kvalitetnog novinarstva) - nedostatak edukacijskih i studijskih programa - potreba za usavršavanjem 	2
E	Financiranje				- nedostatak finansijskih sredstava	1		
F	Transfer znanja				- slaba međusektorska suradnja	3	- utjecaj politike na mediju	3
PRILIKE				PRIJETNJE				
Aspekti	PGŽ	R	PP	R	PGŽ	R	PP	R
A	<p>Infrastruktura</p> <ul style="list-style-type: none"> - jačanje distribucijske mreže 	1	<ul style="list-style-type: none"> - jačanje distribucijske mreže 	1	<ul style="list-style-type: none"> - propadanje infrastrukture - brz razvoj novih tehnologija 	3	<ul style="list-style-type: none"> - brz razvoj novih tehnologija 	3
B	<p>Umrežavanje</p> <ul style="list-style-type: none"> - povezivanje pojedinih subjekata s okolnim regijama - suradnja odjela za kulturu i poduzetništvo unutar općina/ gradova regija - razvoj sustavne suradnje unutar općina/ gradova na razini regija te između regija 	1						

C Promocija i prodaja	- primjena novih tehnologija - jačanje kulturnih navika	2	- primjena novih tehnologija	2	- ulazak konkurencije iz drugih EU zemalja - daljnje slabljenje čitalačkih navika	2	- ulazak konkurencije iz drugih EU zemalja	2
D Obrazovanje i zapošljavanje	- uspostava specijalističkih studija, studija poduzetništva u KI i obrazovanja za pripremu projekata za EU fondove - rast Sveučilišta u Rijeci	3						
E Financiranje	- financiranje iz EU fondova - smanjenje krize	1	- financiranje iz EU fondova - smanjenje krize	1	- produljenje gospodarske krize	1	- produljenje gospodarske krize	1
F Transfer znanja	- uspostava programa podizanja svijesti usmjerenih na širu javnost o zaštiti intelektualnog vlasništva	3	- uspostava programa podizanja svijesti usmjerenih na širu javnost o zaštiti intelektualnog vlasništva	3	- problemi zaštite autorskih prava	2	- problemi zaštite autorskih prava	2

8.4. Muzeji i umjetničke izložbe

Aspekti	SNAGE				SLABOSTI			
	PGŽ	R	PP	R	PGŽ	R	PP	R
A Infrastruktura	- bogata kulturna baština	1	- bogata kulturna baština	1	- zastarjelost objekata - nedostatak privatnih muzeja - nezadovoljavajuće građevno stanje kulturne baštine	3		
B Umrežavanje	- uspostavljena umreženost između muzeja - razvoj Sustava muzeja je u procesu	2	- međunarodna umreženost		- neodgovarajuća izobrazba	2		
C Promocija i prodaja	- veliki broj raznolikih muzeja - dio turističke ponude - etablirana manifestacija Noć muzeja - usmjeravanje na ciljne skupine van turizma - npr. studente	1	- relativno velika posjećenost muzeja - suradnja sa i suportiranje od strane ministarstva kulture - promotivni događaji kao što je noć muzeja		- slaba posjećenost od strane stanovništva u regiji - oslanjanje na školske grupe - slab promet muzejskih trgovina	1	- nedostatak strategije upravljanja i promocije - nedostatak znanja o ciljnim skupinama i uslugama koje te skupine trebaju	1
D Obrazovanje i zapošljavanje	- mogućnost obrazovanja na Filozofskom fakultetu - višak radne snage	2	- kvalitetno obrazovano osoblje (npr. kustosi) - zaposleni eksperti		- nedostatna znanja o poduzetništvu, menadžmentu i marketingu - nedostatna edukacija i broj stručnih kadrova za prijavu i provedbu EU projekata	1	- nefleksibilna politika zapošljavanja u javnom sektoru - trgovine u sklopu muzeja nemaju adekvatan menadžment	1

E	Financiranje				- mali budžeti - usmjerenost dostupnih izvora na osnovna sredstva	1	- nedostatak financijskih sredstava - nedovoljno zarada muzeja sa svojim aktivnostima i servisima	1
F	Transfer znanja	- edukativni sadržaj	3		- nedostatna investiranost - nedovoljno istražene mogućnosti primjene i razvoja sadržaja kulturne baštine u funkciji razvoja turizma te nedostatan razumijevanje potreba turista	3	- nedostatak suradnje turističke djelatnosti sa muzejima (muzejski turizam)	3
PRILIKE				PRIJETNJE				
Aspekti	PGŽ	R	PP	R	PGŽ	R	PP	R
A	Infrastruktura				- propadanje infrastrukture - brz razvoj novih tehnologija	3	- brz razvoj novih tehnologija	3
B	Umrežavanje	- uspostavu muzejsko-edukacijskih projekata putem partnerstva s privatno-javnim sektorom - povezivanje pojedinih subjekata s okolnim regijama - suradnja odjela za kulturu i poduzetništvo unutar općina/ gradova regija - razvoj sustavne suradnje unutar općina/ gradova na razini regija te između regija	3	- suradnja jedinica lokalne samouprave	3			

C Promocija i prodaja	- primjena novih tehnologija	3	- primjena novih tehnologija	3	- jačanje okolnih regija – dodatno zaostajanje za istim	2	- jačanje okolnih regija – dodatno zaostajanje za istim	2
D Obrazovanje i zapošljavanje	- uspostava specijalističkih studija dizajna, studija poduzetništva u KI i obrazovanja za pripremu projekata za EU fondove - rast Sveučilišta u Rijeci	2	- specijalistički studiji	2				
E Financiranje	- financiranje iz EU fondova - jačanje uloge sponzora	1	- financiranje iz EU fondova - jačanje uloge sponzora	1	- produljenje gospodarske krize	1	- produljenje gospodarske krize	1
F Transfer znanja	- jače povezivanje s ostalim sektorima, edukacijom - jačanje edukativne uloge	2	- jače povezivanje s ostalim sektorima, edukacijom - jačanje edukativne uloge	2				

8.5. Prodaja proizvoda i usluga kreativnih industrija

Aspekti	SNAGE				SLABOSTI			
	PGŽ	R	PP	R	PGŽ	R	PP	R
A Infrastruktura	- razgranata mreža knjižara u gradovima	1						
B Umrežavanje								
C Promocija i prodaja	- uvođenje jedinstvene cijene knjiga	2	- fiksne cijene knjiga (cijene su printane na poledini knjige i svigdje se prodaju po istim cijenama	2	- malo, neprofitabilno tržište - nerazvijane kultura kupovine i čitanja knjiga - rušenje cijene knjiga kiosk izadavštvom - svaštarenje subjekata u trgovini - nesamostalna distribucija - dominira par velikih igrača - slaba promocija - nerazvijena uloga agenata za umjetnike	1	- mreža maloprodaje nije razvijena (kao npr. u Ljubljani) - monopol jedne tvrtke - multidisciplinarno poslovanje jedne tvrtke umjesto specializiranog (svatko radi sve- npr. nakladnici publiciraju, distribuiraju i prodaju knjige) - nedostatak nezavisnih distributera	1
D Obrazovanje i zapošljavanje	- dovoljan broj kvalitetnih autora - mogućnost obrazovanja unutar županije	1	- kvalitetni autori	2	- niska kompetentnost prodajnog osoblja	2		

E	Financiranje		- finansijsko suportiranje Ministarstva kulture privatnim knjižarama - aktivnosti privatnih knjižara i galerija za poboljšanje prodaje (organiziranje različitih događanja)	1	- ograničena mogućnost za financiranje iz EU fondova	3		
F	Transfer znanja				- visok stupanj piratstva problem autorskih prava i naknada	3	- visok stupanj piratstva problem autorskih prava i naknada	3
PRILIKE				PRIJETNJE				
Aspekti	PGŽ	R	PP	R	PGŽ	R	PP	R
A	- razvoj distribucijske mreže u manjim gradovima	3	- razvoj distribucijske mreže	3	- brz razvoj novih tehnologija	3	- brz razvoj novih tehnologija	3
B	Umrežavanje							
C	- primjena novih tehnologija - usmjeravanje na ciljne skupine van turizma - npr. studente - kulturno osvještavanje stanovništva	1	- primjena novih tehnologija - usmjeravanje na tržišne niše - kulturno osvještavanje stanovništva	1	- ulazak konkurencije iz drugih EU zemalja	2	- ulazak konkurencije iz drugih EU zemalja	2
D	- obrazovanje prodajnog kadra	2	- obrazovanje prodajnog kadra	2				
E	- slabljenje gospodarske krize	1	- slabljenje gospodarske krize	1	- produljenje gospodarske krize	1	- produljenje gospodarske krize	1

F Transfer znanja						
-------------------------	--	--	--	--	--	--



8.6. Arhitektura

	SNAGE				SLABOSTI			
Aspekti	PGŽ	R	PP	R	PGŽ	R	PP	R
A Infrastruktura	- bogata kulturna baština	3	- bogata kulturna baština	3				
B Umrežavanje	- jake organizacije arhitekata	2	- festivali i nagrade - potporne institucije (npr. Društvo Pomorskih arhitekata)	2				
C Promocija i prodaja	- značajan broj subjekata broj subjekata - Rijeka kao primjer grada s izraženom osviješćenošću za vrijednosti izgrađenog okoliša	2			- mikro poduzeća, mali uredi i pojedinci koji ne mogu pružiti punu uslugu, ali su specijalizirani za svoje specifične segmente, nedostatak velikog arhitektonskih ureda koji bi mogli konkurirati na inozemnim tržištima - nedostatak promotivnih aktivnosti usmjerenih na podizanje svijesti opće javnosti - nerazvijen i neodgovarajući opći stav prema arhitekturi - arhitektura se doživljava kao trošak, a ne kao investicija, Vlada ne daje dobar primjer, a provođenje natječaja za javne investicije	1	- niska arhitektonska produkcija (centralizirano, najviše u Ljubljani) - nedostatak svih vrsta arhitektonskih usluga (nedovoljan broj malih firmi, samostalnih arhitekata, mali uredi)	1

D Obrazov anje i zapošljava nje	- fakulteti s jakom tradicijom u Zagrebu i Splitu no blizu - jaka tradicija - međunarodno priznati pojedini arhitekti i zavodi i također predstavnici mlađe generacije - specijalistička znanja	1	- jaka tradicija - uključenost arhitekture u nacionalni program za kulturu - povećanje zapošljavanja osoba u arhitektonskim poslovima	1	- prosječna opća razina kvalitete je prosjek, velik udio arhitekata nema postignuća - nedostatak fakulteta na području PGŽ-a - nedostatna znanja upravljanja organizacijom	2	- nedostatak edukacije i specijalizacije za urbanističko planiranje i industrijski dizajn - nedostatak studija u pokrajini Transfer znanja	2	
E Financiran je					- izostanak dugoročnije financijske potpore	2			
F Transfer znanja	- priljev znanja i ideja kroz međunarodne razmjene studenata, profesora i arhitekata - inicijativa i prepoznavanje sinergije koja proizlaze iz suradnje	2	- inicijative i prepoznavanje sinergija		- pitanje društvene i etičke odgovornosti arhitekture - nedostatak arhitektonske kritike - slab odnos između arhitekata i potencijalnih korisnika njihove arhitekture (javnosti, lokalnog stanovništva i sl)	3	- nedostatak kritike - neadekvatne ili čak ilegalne arhitektonske solucije - manjak zaštite nacionalnog identiteta (utjecaj drugih zemalja)	3	
PRILIKE					PRIJETNJE				
Aspekti	PGŽ	R	PP	R	PGŽ	R	PP	R	
A Infrastrukt ura	- co-working prostor u Rijeci	3	- dva co-working prostora u pokrajini	3					
B Umrežava nje									
C Promocija i prodaja	- primjena novih tehnologija - izlazak na nova tržišta	2	- primjena novih tehnologija - izlazak na nova tržišta	2	- ulazak konkurencije iz drugih EU zemalja	2	- ulazak konkurencije iz drugih EU zemalja	2	

D Obrazova nje i zapošljava nje	- uspostava specijalističkih studija dizajna, studija poduzetništva u KI i obrazovanja za pripremu projekata za EU fondove - rast Sveučilišta u Rijeci	1	- specijalistički studiji	1				
E Financira nje					- produljenje gospodarske krize	1	- produljenje gospodarske krize	1
F Transfer znanja	- uspostava programa podizanja svijesti usmjerenih na širu javnost o zaštiti intelektualnog vlasništva	3	- uspostava programa podizanja svijesti usmjerenih na širu javnost o zaštiti intelektualnog vlasništva	3	-			

8.7. Industrija dizajna

Aspekti	SNAGE				SLABOSTI			
	PGŽ	R	PP	R	PGŽ	R	PP	R
A Infrastruktura	- Co-working prostori u Rijeci	3	- dva co-working prostora u pokrajini					
B Umrežavanje	- jake udruge dizajnera	2	- jake organizacije dizajnera	2	- nedostatak zajedničke strategije - nekoordiniranost institucija	2	-nekoordiniranost svih aktera koji sudjeluju u industriji dizajna	3
C Promocija i prodaja	- poboljšanje percepcija dizajna - korištenje interneta i društvenih mreža	2	- unaprijeđena kultura dizajna	2	- nedostatak tradicije i razvijene kulture dizajna - učestalo tretiranje dizajna kao troška - neprepoznavanje potencijala dizajna - raznolika kvaliteta ponude	2	- učestalo tretiranje dizajna kao troška - neprepoznavanje potencijala dizajna - raznolika kvaliteta ponude	2
D Obrazovanje i zapošljavanje	- prisutna kritična masa dobrih dizajnera u RH - pojedini dizajneri međunarodno priznati	1	- kvantiteta (veliki broj firmi i zaposlenih osoba) - dizajn je uključen u Nacionalni program za kulturu - educirani kvalitetni stručnjaci - jake obrazovne institucije	1	- koncentriranost industrije i obrazovnih institucija u Zagrebu - neadekvatno obrazovanje - premali nastavni fond za dizajn u osnovnom i srednjoškolskom programu - nedostatna edukacija i broj stručnih kadrova za prijavu i provedbu EU projekata	1	- koncentriranost industrije u Ljubljani - niski osobni prihodi	1
E Financiranje	- uspostavljene potpore za industrijski dizajn iako male vrijednosti i vezane za pojedini grad	3	- zaklada Brumen		- izostanak dugoročnije financijske potpore	1		

F	Transfer znanja					- preslaba suradnja PGŽ-a i ostalih regija - problemi intelektualnog vlasništva	3	- nedostatak kvalitetne suradnje i izmjene informacija sa Ljubljanom	3
PRILIKE				PRIJETNJE					
Aspekti	PGŽ	R	PP	R	PGŽ	R	PP	R	
A	Infrastruktura								
B	Umrežavanje								
C	Promocija i prodaja	1	- kvalitetnije korištenje novih tehnologija - opći trend povećanja potražnje za proizvodima/ uslugama KI u EU	1	- jačanje konkurencije iz drugih EU zemalja	3	- jačanje konkurencije iz drugih EU zemalja	3	
D	Obrazovanje i zapošljavanje	2	- uspostava specijalističkih studija dizajna, studija poduzetništva u KI i obrazovanja za pripremu projekata za EU fondove - rast Sveučilišta u Rijeci	2	- daljnje zanemarivanje dizajna u obrazovanju - odlazak stručnih kadrova van RH	2	- odlazak stručnih kadrova van Slovenije	2	
E	Financiranje				- produljenje gospodarske krize	1	- produljenje gospodarske krize	1	
F	Transfer znanja	3	- uspostava programa podizanja svijesti usmjerenih na širu javnost o zaštiti intelektualnog vlasništva - jače povezivanje s drugim sektorima i s gospodarstvom	3	- jače povezivanje s drugim sektorima i s gospodarstvom - problem zaštite autorskih prava	3	- problem zaštite autorskih prava	3	



Naložba v vašo prihodnost
Operacijo delno financira Evropska unija
Evropski sklad za regionalni razvoj



Ulaganje u vašu budućnost
Operaciju dijelomično financira Evropska unija
Evropski fond za regionalni razvoj

8.8. Tržište oglašavanja

Aspekti	SNAGE				SLABOSTI			
	PGŽ	R	PP	R	PGŽ	R	PP	R
A Infrastruktura								
B Umrežavanje	<ul style="list-style-type: none"> - uspostavljene potporne organizacije na razini RH - velik broj manifestacija - velik broj međunarodno priznatih događanja (na području cijele RH) 	3			<ul style="list-style-type: none"> - slabo umrežavanje na razini PGŽ-a 	3		
C Promocija i prodaja	<ul style="list-style-type: none"> - poboljšano razumijevanje potrebe za oglašavanjem i marketinškom komunikacijom - poboljšano razumijevanje značaja efikasnosti oglašavanja 	2	<ul style="list-style-type: none"> - poboljšano razumijevanje potrebe za oglašavanjem i marketinškom komunikacijom - poboljšano razumijevanje značaja efikasnosti oglašavanja 	2	<ul style="list-style-type: none"> - malo tržište - koncentracija velikih klijenata u Zagrebu - nekoliko najvećih agencija zauzima najveći udio tržišta - učestalo konkuriranje na temelju cijene, a ne kvalitete/efikasnosti (posebice za javni sektor) 	1	<ul style="list-style-type: none"> - malo tržište - koncentracija velikih klijenata u Ljubljani - nekoliko najvećih agencija zauzima najveći udio tržišta - učestalo konkuriranje na temelju cijene, a ne kvalitete/efikasnosti (posebice za javni sektor) 	1
D Obrazovanje i zapošljavanje	<ul style="list-style-type: none"> - dobra kvaliteta usluga većeg broja agencija - značajan broj profesionalaca 	2	<ul style="list-style-type: none"> - dobra kvaliteta usluga većeg broja agencija - značajan broj profesionalaca 	2	<ul style="list-style-type: none"> - slaba znanja mladih kadrova - nedostatak kadrova (dizajnera) - koncentracija agencija u Zagrebu, mali broj u PGŽ-u od čega najviše u Rijeci 	2	<ul style="list-style-type: none"> - nedostatak kadrova obrazovanih u regiji - koncentracija agencija u Ljubljani 	2

E	Financiranje	- naznake za smanjenje trenda opadanja ulaganja u oglašavanje (smanjenja krize)	1	- oporavak tržišta	1				
F	Transfer znanja								
PRILIKE					PRIJETNJE				
Aspekti	PGŽ	R	PP	R	PGŽ	R	PP	R	
A	Infrastruktura								
B	Umrežavanje								
C	Promocija i prodaja	- uporaba novih tehnologija u promociji - izlazak na tržišta EU te na tržišta bivše Jugoslavije	2	- uporaba novih tehnologija u promociji - jači izlazak na tržišta EU te na tržišta bivše Jugoslavije	2	- ulazak konkurencije iz drugih EU zemalja	2	- ulazak konkurencije iz drugih EU zemalja	2
D	Obrazovanje i zapošljavanje	- specijalistički studiji	1	- specijalistički studiji	1	- odlazak stručnih kadrova van RH	1	- odlazak stručnih kadrova van Slovenije	1
E	Financiranje	- izlazak iz gospodarske krize	2	- izlazak iz gospodarske krize	2	- produljenje gospodarske krize	2	- produljenje gospodarske krize	2
F	Transfer znanja	- jače povezivanje s drugim sektorima i s gospodarstvom	3			- problemi s zaštitom intelektualnog vlasništva	3	- problemi s zaštitom intelektualnog vlasništva	3

8.9. Software i industrija igara

	SNAGE				SLABOSTI			
Aspekti	PGŽ	R	PP	R	PGŽ	R	PP	R
A Infrastruktura	- pristupačnost i rasprostranjenost interneta - mogućnost rada od kuće	3	- pristupačnost i rasprostranjenost interneta - mogućnost rada od kuće					
B Umrežavanje	- postojeći klasteri i grupacije te natjecanja u PGŽ-u - ICT Centar kompetencija RH za pametne gradove dodijeljen Rijeci	3	- dobra međunarodna povezanost		- nedostatak co-working prostora van Rijeke - slabi poduzetnički inkubatori	3		
C Promocija i prodaja	- prodaja van RH – 99% izvoz	1	- prodaja van Slovenije	1	- malo tržište - slabi brandovi tvrtki - strane multinacionalke imaju veliki udio na domaćem tržištu SW - slabe prodajne strategije te potpore u prodaji - poduzeća u RH nerado primjenjuju nove SW	1	- malo tržište - slabi brandovi tvrtki - velika konkurencija multinacionalnih kompanija	1

D Obrazov nje i zapošljava nje	- kvalitetna baza obrazovanja u RH kao i u PGŽ- u - mogućnost obrazovanja u regiji - nekolicina poduzeća u PGŽ- u s razvijenim video igricama kao i softverima - veliki broj SW poduzeća u cijeloj Hrvatskoj - fleksibilnost SW tvrtki - dobra analitička znanja	1	- mogućnost obrazovanja u Sloveniji - nekolicina SW poduzeća u regiji - kvaliteta i fleksibilnost	1	- mali broj SW poduzeća u PGŽ-u - nedostatak stručnjaka sa znanjem o SW i specifičnom djelatnošću - nedostatak specijaliziranog obrazovanja (bez studija za razvoj igara) - broj upisanih na fakultete ne zadovoljava potrebe	2	- nemogućnost obrazovanja u regiji - mali broj SW poduzeća u regiji - nedostatak stručnjaka sa znanjem o SW i specifičnom djelatnošću - nedostatak specijaliziranog obrazovanja (bez studija za razvoj igara) - broj upisanih na fakultete ne zadovoljava potrebe	2
E Financiran je	- niski startni troškovi - korištenje crowdfundinga	2	- niski startni troškovi - korištenje crowdfundinga	2	- visoki troškovi razvoja SW - kvalificirani i iskusni programeri su skupi - nerazumijevanje jako inovativnih ideja od strane evaluatora - birokratiziranost R&D potpornih sustava	3	- visoki troškovi razvoja SW - kvalificirani i iskusni programeri su skupi - nerazumijevanje jako inovativnih ideja od strane evaluatora - birokratiziranost R&D potpornih sustava	3
F Transfer znanja	- Uredi za transfer tehnologija pri Sveučilištu u Rijeci - uspostavljena suradnja s drugim strukama i područjima kreativnih industrija	2	- Uredi za transfer tehnologija pri Univerza na Primorskem		- visoka stopa piratstva	3	- manji dio firmi upotrebljava nove tehnologije - visoka stopa piratstva	
	PRILIKE				PRIJETNJE			
Aspekti	PGŽ	R	PP	R	PGŽ	R	PP	R
A Infrastrukt ura								

B Umrežava nje	- co-working prostor u Rijeci - poduzetnički inkubatori za nove tehnologije	3	- co-working prostor u regiji - poduzetnički inkubatori za nove tehnologije	3				
C Promocija i prodaja	- jačanje brendova - EU fondovi specijalizirani za primjenu ICT rješenja u poduzećima - opći trend povećanja potražnje za proizvodima/ uslugama KI u EU	1	- jačanje brendova - opći trend povećanja potražnje za proizvodima/ uslugama KI u EU - stvaranje novih poduzeća	1	- jačanje globalne konkurencije	2	- jačanje globalne konkurencije	
D Obrazova nje i zapošljava nje	- povećanje broja upisanih - uspostava specijalističkih studija dizajna, studija poduzetništva u KI i obrazovanja za pripremu projekata za EU fondove - rast Sveučilišta u Rijeci	2	- specijalistički studiji	2	- odlazak stručnih kadrova van RH - neulaganje u menadžerska i marketinška znanja	1	- odlazak stručnih kadrova van RH - neulaganje u menadžerska i marketinška znanja	1
E Financiran je	- EU strukturni fondovi - EU fondovi za inovativna rješenja - intenzivnije korištenje financiranja putem crowdfundinga	2	- EU strukturni fondovi - EU fondovi za inovativna rješenja - intenzivnije korištenje financiranja putem crowdfundinga	2				

F Transfer znanja	<ul style="list-style-type: none"> - intenziviranje suradnje s drugim sektorima - uspostava programa podizanja svijesti usmjerenih na širu javnost o zaštiti intelektualnog vlasništva - trend piratstva u opadanju 	3	<ul style="list-style-type: none"> - intenziviranje suradnje s drugim sektorima - uspostava programa podizanja svijesti usmjerenih na širu javnost o zaštiti intelektualnog vlasništva - trend piratstva u opadanju 	3	<ul style="list-style-type: none"> - problemi s piratstvom 	3	<ul style="list-style-type: none"> - problemi s piratstvom 	3
-------------------------	--	---	--	---	---	---	---	---

9. Zaključak

Predmetna studija imala je za cilj izraditi SWOT analizu kreativnih industrija dviju regija država, Hrvatske i Slovenije: Primorsko-goranske županije (PGŽ) te regije Primorske (RP). Ista je obuhvatila devet sektora kreativnih industrija u objem regijama.

U izradi analize, korišteni su primarni i sekundarni izvori podataka s ciljem prikaza stanja u industrijama kroz obuhvat različitih izvora, perspektiva te autora. Sekundarni izvori podataka obuhvatili su postojeće strategije te studije vezane uz kreativnu industriju bilo na razini regija te u nedostatku podataka za regiju, na razini države. Uz sekundarne izvore, korišteni su primarni izvori podataka koju su uključivali razgovore sa pripadnicima kreativnih industrija i s predstavnicima organizacija koje surađuju s istima te upitnike ispunjene od strane pripadnika kreativnih industrija.

Studija prvo iznosi prikaz općih informacija, gospodarskog stanja, trendova razvoja te položaja privatnog, javnog sektora te nevladinih organizacija za obje regije paralelno. Potom su prikazane specifične grane kreativne industrije u svakoj regiji te zaključno SWOT analiza svakog sektora kreativnih industrija.

Primorsko-goranska županija, s 296.195 stanovnika, jedna je najvećih i ekonomski najrazvijenijih županija u Republici Hrvatskoj, s vrlo povoljnim geografskim i geoprometnim položajem koji joj je omogućio dobru izvoznu tradiciju i značajnu tranzitnu poziciju. Županija broji 14 gradova, 22 općine i 510 naselja s administrativnim, kulturnim i političkim sjedištem u gradu Rijeci.

Bruto domaći proizvod županije u 2014. godini iznosio je 27.312 mil HRK čijem je stvaranju doprinjelo više od 9.000 poslovnih subjekata. Kao najrazvijeniji gospodarski sektori izdvajaju se trgovina, prerađivačka industrija, drvna industrija, turizam, građevinarstvo, prijevoz i skladištenje te poljoprivreda i ribarstvo.

Primorsko - goranska županija, osim povoljnog gospodarskog položaja, raspolaže i vrijednom kulturnom i umjetničkom baštinom. Razvoj i upravljanje svim aktivnostima u području kulture zadaća je Upravnog odjela za kulturu, sport i tehničku kulturu PGŽ-a, a na području županije djeluje 30 ustanova u kulturi, čiji su osnivači i glavni financijski pokrovitelji sama županija te gradovi i općine. Tako je PGŽ, u 2014. godini, od svog ukupnog proračuna u vrijednosti od 2.092.349 (000) kuna, za potrebe kulture izdvojila 132.220 (000) kuna što čini 6,32 % proračuna.

Primorsko-goranska županija osnivač je, voditelj i vlasnik Pomorskog i povijesnog muzeja Hrvatskog primorja, Prirodoslovnog muzeja te ustanove «Ivan Matetić Ronjgov». Osim već spomenutih, ostale

najznačajnije kulturne institucije u županiji su: Hrvatsko nacionalno kazalište Ivan pl. Zajca Rijeka (HNK), Gradsko kazalište lutaka Rijeka (GKL), Hrvatski kulturni dom Sušak (HKD), Muzej moderne i suvremene umjetnosti, Muzej grada Rijeke te Gradska knjižnica Rijeka.

U županiji je prisutna i raznolika ponuda umjetničkih ostvarenja dobre do vrlo dobre kvalitete namijenjena različitim dobnim i društvenim skupinama, a u porastu je i broj predstava/nastupa namijenjen mlađoj publici, posebice koncerata. Veće udruge i umjetničke organizacije za dramsku umjetnost, ples i pokret koje djeluju na prostoru grada Rijeke su sljedeće: HKD Teatar Rijeka, kazalište TRAFIK, Udruga PROSTOR +, Ri Teatar – Kulturni centar Kalvarija, Teatar Rubikon, Kazališna radionica Malik, Try theatre, Kreativni laboratorij suvremenog kazališta KRILA, Plesna radionica M, Kazališna grupa Viktora Cara Emina te Umjetnička organizacija Fiskultura.

Kao značajne izvedbene manifestacije vrijedi istaknuti Riječki karneval, Riječke ljetne noći, Ljeto na Gradini, Ljeto na Ljetnoj (Opatija), Goranovo proljeće, Margaretino leto (Bakar), Kastavsko kulturno leto, Bela nedeja (Kastav), Rapska fjera, Festival malih scena, Mošćenički pinelić, Bundevijada u Vrbovskom, Smotra folklora u Gomirju, Susreti Zatancajmo po domaće (Jelenje) te međunarodnu Reviju lutkarskih kazališta. Dok se kao najznačajniji festivali izdavaju Melodije Istre i Kvarnera (MIK), Melodije s okusom mora, Grobnička skala, Grobnički Tići kantaju, Čansonefest Kastav, Festival zvuka «Panfest», Goranski glasi, Poj i boj te festivali suvremene glazbe: Hartera, Ri Rock i KvarnerFest.

Osnovni problemi organizacije festivala su nedostatan financiranje te nerazvijene navike publike što uzrokuje nužno oslanjanje na sponzore/donatore te na vanjsku publiku. No, zbog potrošnje gostiju van festivala, festivali imaju i značajan ekonomski utjecaj na okruženje u kojem se isti održavaju. Također, istraživanje provedeno 2014. godine u PGŽ-u o zadovoljstvu građana koncertnom kulturnom ponudom ukazuje na nezadovoljavajuće stanje na području Gorskog kotara, obale, otoka te zaleđa Rijeke. Sličan je trend stavova i prema ponudi priredbi i festivala, a isto istraživanje ukazuje i na slabu posjećenost kazališta i koncerata u svim djelovima PGŽ-a.

Pri analizi kulturne i kreativne industrije (KKI) u Županiji, važno je naglasiti da iako i se i u PGŽ-u primjećuje međunarodne trend povećanja udjela kreativne industrije u ukupnom BDP-u i povećanja broja tvrtki i zaposlenih u toj industriji, u županiji ne postoji strateški dokument koji na jednom mjestu obuhvaća sve podatke i smjernice za razvoj KKI te se poticanju planiranog strateškog razvoja ovog sektora veća pažnja posvećuje tek posljednjih nekoliko godina.

U tom kontekstu ne iznenađuje činjenica da su se po čitavoj Hrvatskoj samoinicijativno počele skupljati grupe kreativaca koji svojim angažmanom nastoje potaknuti institucije na poboljšanje sadašnje situacije. Te neformalne skupine, združene u inicijativi Coworking Croatia, osim angažmana

na lokalnoj razini surađuju i na nacionalnoj razini te, ovisno o situaciji, savjetima i umrežavanjem pomažu manjim inicijativama u drugim gradovima.

Prema dostupnim podacima, u sektoru KKI, u 2012. godini, na području PGŽ-a registrirane su 254 tvrtke, sa 563 zaposlena i razinom prihoda od 196.938.705 HRK, te 263 obrtnika. Najviše razine ukupnih prihoda u periodu od 2010. do 2012. godine ostvarene su u djelatnostima izdavanja knjiga, agencijama za promidžbu, arhitektonskim djelatnostima, specijaliziranim dizajnerskim djelatnostima te izdavanju časopisa i periodičnih publikacija. Spomenute djelatnosti ujedno predstavljaju i djelatnosti KKI s najvećim brojem zaposlenih.

Osim javnog proračuna, kulturnim institucijama i tvrtkama i području kulturne i kreativne industrije dostupan je i niz natječaja financiranih djelomično ili potpuno od strane Europske Komisije, ali i sredstva iz fondova Kohezijske politike kao i međunarodnih udruženja u kulturi. Neki od natječaja od interesa tvrtkama u području kulturnih i kreativnih industrija, kako na razini čitave zemlje tako i na razini Primorsko-goranske županije, osim inicijative „Kreativna Europa“, su primjerice i natječaj „Poduzetnički Impuls“ i „Poduzetništvo u kulturi“.

Pri promatranju budućeg razvoja kulturnih i kreativnih aktivnosti i djelatnosti županije, važno je spomenuti da je trenutno je u izradi i *Razvojna strategija Primorsko-goranske županije* kao i *Strategija kulturnog razvitka županije*, za period od 2015. do 2020, čija se službena objava očekuje u drugoj polovici ove godine, dok je Gradsko vijeće Grada Rijeke, 2013. godine usvojilo *Strategiju kulturnog razvitka Grada Rijeke 2013. – 2020*.

Prema statističkoj podjeli regija Primorska naziva se Obalno-kraškom regijom, a kojih je ukupno dvanaest u Sloveniji. Pokriva općinu Divača, Hrpelje-Kozina, Izola, općina Komen, Koper, Piran i Sežana. Važniji gradovi regije Primorske su: Nova Gorica, Izola, Ajdovščina, Tolomin, Sežana, Bovec i Piran.

Obalno-kraška regija, odnosno **regija Primorska** obuhvaća 1.044 km², a 1.7.2013. na tom području živjelo je 112.154 stanovnika. Stanovništvo je miješano, a u brojnim mjestima, uz slovenski jezik, u službenoj je uporabi i talijanski. U istarskom dijelu Primorske živi i malobrojna hrvatska manjina.

Iz podataka o poslovanju trgovačkih društava od 2013. godine zabilježeno je negativno poslovanje, uglavnom zbog gubitaka u financijskom poslovanju. No, unatoč relativno visokom neto gubitku, tvrtke su poslovale više u 2013. nego u 2012. godini. U 2013. godini, 20 zadruga u toj statističkoj regiji ostvarilo je 15.580 tisuća eura prihoda i 15.684 tisuća eura izdataka. U istoj godini, zadruge su zapošljavale 5,6 % manje nego u 2012. godini.

Regija Primorska zbog svojega najvećeg aduta, geografskog položaja, priobalnog i unutarnjeg krškog kraja je u veoma povoljnoj razvojnoj poziciji. S jedne strane, glavno središte, luka Kopar,

omogućuje veliku eksploataciju djelatnosti poput prijevoza, distribucije i logistike. S druge strane, submediteranska klima omogućuje razvoj turizma u kojem je zastupljenost kreativne i kulturne industrije najizraženiji. Nadalje, razvijena je proizvodnja prehrambenih proizvoda i bezalkoholnih pića te vinogradarstvo u kojima postoji veliki potencijal za prilagođavanje i implementaciju kreativnih i kulturnih industrija.

Uloga i važnost kreativnih industrija u razvoju gospodarstva prepoznata je kako na nacionalnoj, tako i na regionalnoj razini. Kulturno bogatstvo regije Primorske nalazi se u gotovo svim općinama, među kojima je najistaknutiji Kopar koji je poznat i kao centar kulture regije Primorske.

U regiji Primorska, veliku ulogu u kulturnom profilu regije imaju organizacije i udruge poput: Primorska Summer Festival Association, Udruženje knjižnica regije Primorske, Udruženje glazbenih škola Primorska, Povijesno društvo Južne Primorske, Regionalni muzej Kopar koje su jedne od najstarijih kulturnih organizacija u regiji, s područjem djelovanja u kazališnim predstavama, glazbenoj umjetnosti, povijesti i umjetnosti te pokretnoj kulturnoj baštini regije Primorske.

U Sloveniji postoje 212 lokalne zajednice čije su obveze u području kulture: osigurati uvjete za uobičajene knjižnične djelatnosti, kulturne i umjetničke aktivnosti i amaterske kulturne djelatnosti, očuvanje materijalne i nematerijalne kulturne baštine i drugih kulturnih programa od lokalnog značaja. U područjima gdje žive pripadnici nacionalnih manjina, lokalne zajednice također su dužne podupirati njihove kulturne aktivnosti.

Ukupni javni kulturni rashodi u 2013. godini iznosili su oko 284 milijuna eura, odnosno 0,79 % BDP-a, s time da je udio države u javnim izdatcima za kulturu u 2010. godini bio je 55 %, uz osiguravanje preostalih 45 % od strane lokalne razine. Prema tome, može se zaključiti da su i u regiji Primorskoj kulturne aktivnosti bile financirane većinom iz proračuna lokalnih zajednica, a manjim dijelom iz nacionalnog budžeta.

Zabilježen pozitivan trend rasta broja poduzeća koja djeluju u područjima kreativne industrije, kao i značajna aktivnost poduzeća u kreativnim djelatnostima od 2012. godine na području regije očekuje se i u narednom periodu do 2020. godine. Ponajviše zbog toga što je u pogledu kreativne industrije, u 2012. godini djelovalo je oko 442 poduzeća, što čini 6,559 % udjela takve vrste poduzeća u odnosu na nacionalnu razinu. Dok, su kulturne industrije zauzimale 6,363 % u ukupnom postotku poduzeća, odnosno 331 poduzeće u tom segmentu, što znači da je bilo ukupno 773 poduzeća u KKI u toj regiji u 2012. godini.

Osim djelovanja velikog broja poduzeća, KKI programe, inicijative i projekte provode i mnoge udruge, instituti i sveučilište. Neki od najistaknutijih su: Univerza na Primorskem, Regionalni razvojni center Koper, Primorski tehnološki park, Dnevnik Primorske novice, Univerzitetni inkubator Primorske – UIP, itd.

Zbog velikog broja prijavljenih, već provedenih, kao i projekata u tijeku, posebice međunarodnih, prekograničnih, te ponajviše unutrašnjih inicijativa i projekata s ciljem rasta i razvoja regije koji su se odnosili na razvoj kreativnih industrija, regija Primorska ima veliki potencijal i operativni kapacitet da se takav trend nastavi i u budućnosti.

Regija Primorska teži postati kreativna i inovativna regija. To će doseći pojačanom suradnjom između znanstveno-istraživačkih institucija, sveučilišta i industrija, te suradnjom između poduzeća (klastera) i njihovih udruga, što će generirati i višu stopu zaposlenosti, naročito u KKI ali i ostalim povezanim industrijama. Svi navedeni aduti regije, geografski položaj, klima, široka lepeza djelatnosti i mnogobrojna kulturno-povijesna bogatstva u regiji su ključne determinante kojima će se povećati uloga kreativne industrije u gospodarskom rastu i razvoju Primorske regije.

Izvedena **SWOT analiza** obuhvatila je prednosti, nedostatke, prilike i prijetnje dotičnih sektora prema šest aspekata djelovanja. Regije iskazuju neke zajedničke karakteristike u pogledu snaga obzirom da su osnove kreativnih industrija u objem regijama uspostavljene te je problematika kreativnih industrija aktualna tema strategija razvoja regija. Osim toga, obje regije se značajno vežu na granu turizma s kojom su kreativne industrije vrlo kompatibilne.

Regijama su također zajedničke određene slabosti kao što je malo tržište regija kao i samih država Hrvatske i Slovenije, dislociranost odnosno koncentracija subjekata industrija kao i obrazovanja u glavnim gradovima te nedostatno ulaganje u promociju i prodaju industrija.

Analizom je utvrđeno da slovenska regija iskazuje značajnije snage i bolju razvijenost kreativnih industrija u odnosu na PGŽ obzirom na postojanje strateških dokumenata te posebice u pojedinim sektorima (npr. industrije filma i dizajna). Ukazano je kako je u PGŽ-u nužno ojačati financiranje, obrazovanje te promociju kreativne industrije.

Pokrajna Primorska kao i PGŽ imaju dobro razvijene aktivnosti za promociju i umrežavanje poput festivala ili specifičnih događaja u gotovo svim granama kreativnih industrija. Umreženost u većini grana kreativne industrije je odlična kako na nacionalnom tako i na međunarodnom nivou. Bogata kulturna baština regija je prednost koja se može koristiti i služiti razvoju i unapređenju više grana kreativnih industrija, kao što su npr. umjetnici i performance, arhitektura i dizajn.

Grane kao što su novinarstvo, tisak i izdavaštvo, prodaja umjetničkih dobara, tržište oglašavanja te software i industrija igara su dominantno vezane na glavne gradove država te se u odnosu na iste sporije razvijaju iako industrija igara u PGŽ-u dobiva na značaju te prati globalne trendove. Boljke tog sektora vežu se uz migraciju radne snage van ovih regija kao i van država.

Iako rezultati analize ukazuju na općenitu bolju razvijenost slovenske regije u odnosu na PGŽ obzirom na iskazane prilike te mogućnosti povlačenja sredstava iz strukturnih fondova EU, u narednim godinama se može očekivati značajniji razvoj kreativnih industrija na području PGŽ-a.

Povećanje tržišta, kreiranje akcijskih planova, osiguravanje financija, osiguravanje ili unapređenje infrastrukture, provođenje specijaliziranih edukacijskih programa, adekvatan menadžment, kompeticija bazirana na kvaliteti (umjesto na cijeni), nastajanje kritične mase (orijentiranost na domaće tržište), povezivanje kreativnih industrija sa ostalim sektorima (posebno sa poslovnim sektorom) i komercijalizacija su načini kako je moguće unaprijediti grane kreativne industrije u objem regijama.

10. Izvori i literatura

10.1. Popis izvora

1. Ajpes, FI-PO Finančni podatki, http://www.ajpes.si/fipo/Pojasnila_za_gd.asp
2. Banka Slovenije, Gospodarska in finančna gibanja, Januar 2015, <https://www.bsi.si/iskalniki/porocila.asp?MapaId=1729>
3. Bina, V. et. al. (2012), "European Statistical System Network on Culture – final report":
4. Dubajčić, D., Regionalizacija Slovenije – napor za uspostavo srednje razine vlasti, Hrvatska i komparativna javna uprava, god. 11. (2011.), br.1.
5. EU Commission (2010): Greenpaper. Unlocking the potential of cultural and creative industries, p5.
6. European online advertising expenditure, Adex Benchmark, 2013.
7. Evropsko teritorijalna suradnja Slovenija – Italija, Projekti 2007 – 2013,
8. Glavaš, D., Flash report 5: Croatia, Media observatory, 2014. <http://mediaobservatory.net/radar/flash-report-5-croatia>
9. Golub, M, Uvod u pregled hrvatskog dizajna, HDD, 2014.
10. <http://adriatinn.iam.upr.si/upi/>
11. <http://arhiv.dmagazin.si/Priporocila.pdf>
12. <http://hr.wikipedia.org/wiki/Hrvatska>
13. http://hr.wikipedia.org/wiki/Hrvatske_op%C4%87ine_i_gradovi
14. http://www.culture.gov.uk/about_us/culture/default.aspx
15. http://www.culture.si/en/Historical_Society_of_Southern_Primorska_Koper
16. http://www.culture.si/en/Koper_Regional_Museum
17. http://www.culture.si/en/Library_Association_of_Primorska
18. http://www.culture.si/en/Primorska_Summer_Festival_Association
19. http://www.culture.si/en/Union_of_Primorska_Music_Schools
20. <http://www.dmagazin.si/2008/06/oblikovanje-kot-dejavnik-poveanja.html>

21. http://www.dzs.hr/Hrv_Eng/ljetopis/2014/sljh2014.pdf
22. http://www.hgk.hr/wp-content/blogs_dir/1/files_mf/5._makrotabela_za_web_042015.pdf
23. http://www.hgk.hr/wp-content/blogs_dir/1/files_mf/gospodarska_kretanja_1_257.pdf
24. http://www.hkkkki.eu/dokumenti/strateske_smjernice.pdf
25. http://www.ita-slo.eu/projekti/projekti_2007_2013/2012051611453235
26. <http://www.ju-priroda.hr/3osnovni.html>
27. <http://www.min-kulture.hr/default.aspx?id=8118>
28. http://www.min-kulture.hr/userdocsimages/bastina/STRATEGIJA_BASTINE_VRH.pdf
29. <http://www.mingo.hr/page/kategorija/ustroj-ministarstvaž>
30. http://www.mingo.hr/userdocsimages/STR_PLAN%20MINGO_%202014_2016.pdf
31. http://www.mrrfeu.hr/UserDocsImages/Vijesti/MRRFEU%20MVPEI%20NUTS%20_29082012%20za%20Web.pdf
32. http://www.pgz.hr/Europa_u_PGZ/Medunarodna_suradnja
33. http://www.pgz.hr/Nas_kraj
34. <http://www.piran.si/index.php?page=static&item=465>
35. <http://www.prc.si/dodatno/regionalni-razvojni-program-severne-primorske>
36. http://www.rrc-kp.si/images/stories/dokumenti/RRP/RRP_Ju%C5%BEne_Primorske_2014-2020-Dopolnitve_do_7.5.2015.pdf
37. <http://www2.pgz.hr/doc/kolegij-zupana/2013-2017/082/TOCKA5.pdf>
38. http://www2.pgz.hr/pozivi_skupstina/13-17/skupstina13/TOCKA2.pdf
39. http://www2.pgz.hr/pozivi_skupstina/13-17/skupstina17/TOCKA1.pdf
40. http://www2.pgz.hr/pozivi_skupstina/13-17/skupstina17/TOCKA7.pdf
41. https://bib.irb.hr/datoteka/509905.2011-1_04_Bejakovic_Bratic_Vuksic_HJU.pdf
42. Inštitut za ekonomska raziskovanja, December 2010., SWOT Analysis, Status of the Creative Industries in Ljubljana
43. Istarska razvojna agencija, Završeni projekti, <http://www.ida.hr/index.php?id=142>
44. Istraživanje reputacije struke, HURA, 2013.
45. Istraživanje: Kriteriji odabira agencija, HURA, 2013.

46. Klinar M., Miklavc J., Oven P. : Priporočila 9. razvojne skupine za kreativne industrije za povečanje konkurenčnosti Slovenije. Služba vlade RS za razvoj, 2008.
47. Klinar M.: Oblikovanje kot dejavnik povečevanja konkurenčnosti slovenskega gospodarstva. d_magazin, 2008.
48. Mapa Hrvatska, Hrvatska Gospodarska Komora, 2014.
49. Mapiranje lokalnih kreativnih biznisov v Sloveniji za namene projekta „Creative start up“, Oktober 2014., Evropsko teritorialno sodelovanje, Ljubljana
50. Medijska potrošnja u RH, HURA, 2013.
51. Ministarstvo za gospodarstvo, Republika Slovenija, Avgust 2013., Strategija razvoja Slovenije 2014-2020
52. Ministarstvo za izobraževanje, znanost, kulturo in šport: Nacionalni program za kulturo 2013-2016, 2013. http://www.mk.gov.si/fileadmin/mizks.gov.si/pageuploads/zakonodaja/predlogi/kultura/NPK2013-2016_03.pdf
53. Murovec N., Kavaš D., Prodan I., Drnovšek M.: Stanje oblikovanja, s poudarkom na industrijskem oblikovanju, kot dela kreativnih industrij in primeri dobre prakse v svetu kot podlaga za krepitev te dejavnosti v Sloveniji, 2012 http://www.mgrt.gov.si/fileadmin/mgrt.gov.si/pageuploads/DPK/CRPi_2010/CRP_V5-1020_Koncno_porocilo_01.pdf
54. Murovec N., Kavaš D.: SWOT Analysis – Status of the Creative Industries in Ljubljana. IER, 2010. <http://www.rcke.si/media/datoteke/03-SWOT-analysis-Ljubljana-s-povzetkom-v-SLO-2012.pdf>
55. NM Vujic Gospodarska putovnica 2015 - PGŽ, HGK, 2014
56. NM Vujic Gospodarska putovnica 2015 - PGŽ, HGK, 2014
57. Pašić, Jelena, Kako diše dizajn u Hrvatskoj?, Pregled hrvatskog dizajna 11–12 katalog izložbe, (ur.) Marko Golub, HDD - Hrvatsko dizajnersko društvo, Zagreb, 2012., 354 str.
58. Primorska gospodarska zbornica , Projekti, <http://www.pgz-slo.si/projekti/659-projekt-qsustenq-podjetniki-mehanizem-za-trajnostni-turizem-20102012>
59. Primorska gospodarska zbornica, Regije, <http://www.pgz-slo.si/regija>
60. Priority Sector Report: Creative and Cultural Industries – Methodological Appendix; Dominic Power, Uppsala
61. Razvojna strategija PGŽ-a za 2011.-2013., PGŽ, Rijeka, 2011.

62. Razvojna strategija Primorsko-goranske županije 2011.-2013.
63. Regionalni razvojni center Koper: Regionalni razvojni program za Južnoprimorsko regijo 2014-2020
64. Regionalni razvojni center Koper, 2015., RRA Južne Primorske, Regionalni razvojni program za Južno-primorsko regijo 2014-2020
65. Severnopriorska mrežna regionalna razvojna agencija: Regionalni razvojni program Severne Primorske (Goriške razvojne regije) 2014–2020, 2015.
66. Statistički ljetopis Hrvatske 2014., Hrvatski zavod za statistiku, 2015.
67. Statistički ljetopis Republike Hrvatske 2014, Državni zavod za statistiku
68. Statistički urad Republike Slovenije, Slovenske regije v števiklah, Ljubljana, 2014., <http://www.stat.si/doc/pub/REGIJE-2014.pdf>
69. Statistički ured RS, Osnovna populacijska grupa, Građani Republike Slovenije, kvartalni podatci, 2015. - <http://pxweb.stat.si/pxweb/Dialog/Saveshow.asp>
70. Statistički ured RS, Osnovna populacijska grupa, Strani državljani, kvartalni podatci, 2015. - <http://pxweb.stat.si/pxweb/Dialog/Saveshow.asp>
71. Stepančič L.: Kulturne in kreativne industrije po slovensko. Ministrstvo RS za kulturo, 2011. <http://www.arhiv.mk.gov.si/fileadmin/mk.gov.si/pageuploads/Ministrstvo/Drugo/aktualno/2011/KKIPS/brosura-web-si.pdf>
72. Strategija kulturnog i kreativnog razvitka Grada Zagreba 2015.-2022., Grad Zagreb, 2015.
73. Strategija kulturnog razvitka PGŽ – 2015/20. – knjiga, PGŽ, Okrugli stol, Rijeka, 2015.
74. Strateške smjernice razvoja Kreativne i kulturne industrije 2013.-2020., Hrvatski klaster konkurentnosti Kreativne i kulturne industrije, 2013.
75. Strateški plan Ministarstva kulture Republike Hrvatske 2014.-2016., Ministarstvo kulture
76. SWOT Ljubljana
77. UNESCO, Backgrounder on Cultural Industries, http://www.unescobkk.org/fileadmin/user_upload/culture/Cultural_Industries/HK_Open_Forum/Backgrounder-FINAL.pdf
78. University, Tobias Nielsén, Volante QNB Research, March 2010 - deliverable D9-1; Conceptual definition, p.3.
79. Univerzitetni razvojni center in inkubator Primorske (UIP), <http://www.uip.si/index.php?page=projects&item=76&target=akademik>



80. Vlada Republike Slovenije: Slovenska industrijska politika – SIP, 2013. http://www.mgrt.gov.si/fileadmin/mgrt.gov.si/pageuploads/DPK/SIP/SIP_-_vladni_dokument.pdf
81. www.mingo.hr/userdocsimages/industrija/Industrijska_strategija.docx
82. Zaključci Okruglog stola Dana hrvatskih arhitekata održanog u svibnju 2015., Hrvatska komora arhitekata, 2015.



10.2. Popis tablica

[Tablica 1 - ključni makroekonomski pokazatelji RH](#)

[Tablica 2 - ključni makroekonomski pokazatelji Slovenije](#)

[Tablica 3 - kreativna industrija u RH od 2010. - 2012.](#)

[Tablica 4 - djelatnosti s najvećim brojem zaposlenih u KKI na razini RH](#)

[Tablica 5 - broj zaposlenih i samozaposlenih u kulturi, 2005. - 2013.](#)

[Tablica 6 - kulturna industrija u Sloveniji, 2012.](#)

[Tablica 7 - osnovna obilježja PGŽ](#)

[Tablica 8 - bruto domaći proizvod Primorsko-goranske županije](#)

[Tablica 9 - pregled aktivnosti muzeja, prosječna posjećenost izložbama, muzejima i knjižnicama](#)

[Tablica 10 - stopa zaposlenosti u 2013. godini s projekcijom u 2020. godini](#)

[Tablica 11 - BDP p/c u 2012. godini s projekcijom u 2020. godini](#)

[Tablica 12 - udio inovacija u Regiji](#)

[Tablica 13 - udio poljoprivrednog zemljišta u upotrebi, na temelju ukupne površine Regije](#)

[Tablica 14 - usvojeni općinski prostorni planovi](#)

[Tablica 15 - ciljevi u području Natura 2020, kulturne baštine i osjetljivih sektora](#)

[Tablica 16 - gospodarske djelatnosti KKI prema NACE 2008](#)

[Tablica 17 - kreativna industrija u PGŽ-u od 2010. - 2012.](#)

[Tablica 18 - djelatnosti s najvećim brojem zaposlenih u KKI na razini PGŽ-a](#)

[Tablica 19 - podaci o obrtnicima na području KKI, registriranih u Primorsko-goranskoj županiji](#)

[Tablica 20 - projekcija financiranja aktivnosti u kulturi PGŽ-a](#)

[Tablica 21 - javni izdatci za kulturu, u EUR i % BDP-a, od 2001. - 2013. godine](#)

[Tablica 22 - javni izdatci za kulturu, prema razini vlasti, u EUR, 2013. godine](#)

[Tablica 23 - udio BDP-a u potrošnji za kulturu i rashode za kulturu, od 2005. - 2012. godine](#)

[Tablica 24 - dio javnih izdataka za kulturu, prema razini vlasti, od 2000. do 2013. godine](#)

[Tablica 25 - državni izdatci za kulturu, pram sektoru, u EUR, za 2012. godinu](#)



Naložba v vašo prihodnost
Operacijo delno financira Evropska unija
Evropski sklad za regionalni razvoj



Ulaganje u vašu budućnost
Operaciju dijelomično financira Evropska unija
Evropski fond za regionalni razvoj