MAPIRANJE LOKALNIH KREATIVNIH BIZNISOV NA HRVAŠKEM ZA NAMENE PROJEKTA »CREATIVE START UP«

Oktober, 2014

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

Ulaganje u vašu budućnost
Operaciju dijelomično financira Europska unija
Europski fond za regionalni razvoj

KAZALO

UVOD 2

1. OPREDELITEV KREATIVNOSTI IN TEORETIČNA IZHODIŠČA 4

2. ANALIZA STRATEŠKIH DOKUMENTOV NA RAVNI EU 7

3. MAPA HRVAŠKA 15

3.1. ANALIZA STRATEŠKIH DOKUMENTOV, BAZ PODATKOV IN NORMATIVNE UREDITVE KREATIVNIH INDUSTRIJ NA HRVAŠKEM 15

3.2 KREATIVNA INDUSTRIJA V ŠTEVILKAH 34

3.3. PREGLED KREATIVNIH INDUSTRIJ IN IDENTIFIKACIJA SUBJEKTOV, KI SE UKVARJAJO Z RAZLIČNIMI SEGMENTI KREATIVNEGA SEKTORJA 39

3.4. PREGLED USKLAJENOSTI NACIONALNIH SPODBUD Z MEDNARODNIMI USMERITVAMI IN TRENDI 47

4. SKLEP 49

UVOD

Cilj analize je zagotoviti Univerzi na Primorskem, Znanstveno-raziskovalnemu središču relevantne podatke o stanju na področju lokalnih kreativnih biznisov na Hrvaškem za namen Eprojekta »Creative Start UP«

Namen projekta je razviti globalno konkurenčnost kreativnega podjetništva v slovensko-hrvaškem obmejnem področju. Specifični čezmejni cilj je kreirati in implementirati skupni čezmejni sistem upravljanja in delitve resursov kreativnih podjetnikov začetnikov v slabšem položaju s ciljem povečati njihovo globalno konkurenčnost na slovensko-hrvaškem in drugih tržiščih EU, kar se bo doseglo z uresničenjem naslednjih podciljev:

- Ozavestiti vrednosti sektorja in prikazati vrednosti sektorja kreativnih industrij.
- Educirati in informirati ciljane skupine, kako povečati konkurenčnost z upoštevanjem aktualnih znanstvenih in tehnoloških trendov.
- Zgraditi partnerstva skozi kreiranje skupne strategije razvoja sektorja kreativnih industrij v slovensko-hrvaškem obmejnem področju, pa tudi na tržiščih EU.
- Promovirati proizvode in storitve ciljanih skupin, pa tudi rezultate projekta.

V ta namen smo:

1. opredelili kreativnost in teoretična izhodišča,

2. analizirali strateške dokumente na ravni EU,

3. analizirali strateške dokumente, baze podatkov in normativne ureditve kreativnih industrij na Hrvaškem,

4. naredili pregled kreativnih industrij in identificirali subjekte, ki se ukvarjajo z različnimi segmenti kreativnega sektorja na Hrvaškem,

5. pregledali usklajenosti nacionalnih spodbud (Hrvaška) z mednarodnimi usmeritvami in trendi.

Metodologija dela je temeljila na zbiranju ustreznih informacij in dokumentov preko spletnih strani na ravni EU, države/regij.

V prilogi mape Hrvaške so podani podatki o številu podjetij in številu zaposlenih glede na velikost podjetij in po dejavnostih na Hrvaškem in v Primorsko-goranski županiji, podatki o prihodkih po dejavnostih na Hrvaškem in Primorsko-goranski županiji, seznam iniciativ na področju KKI na Hrvaškem, seznam malih in srednje velikih podjetij po občinah in dejavnostih KKI. Nekateri podatki so bili zbrani s strani Državnega Zavoda za statistiko, podatki so bili pa analizirani na Gospodarski zbornici Hrvaške – županija Reka. Podatke o svojih članih KKI je posredovala tudi Obrtna zbornica Primorsko – goranske županije.

Mapa Hrvaška vsebuje pregled in analizo strateških dokumentov, baz podatkov in normativne urejenosti kreativne industrije. Podan je pregled programov in podpor Ministrstva za kulturo, Ministrstva za gospodarstvo, podjetništvo in obrt. Prikazane so iniciative na lokalnih ravneh, kot so Zagreb, Reka, Zadar, Dubrovnik. Kot zaključek je podan pregled usklajenosti nacionalnih spodbud z mednarodnimi usmeritvami in trendi.

1. OPREDELITEV KREATIVNOSTI IN TEORETIČNA IZHODIŠČA

Izraz »**kreativne industrije**« se je pričel uporabljati v devetdesetih letih prejšnjega stoletja. Pojem razumevanja kulturnih industrij je prešel meje umetniških aktivnosti ter pomenil premik v pogledu na potencialne komercialne aktivnosti, ki so bile pred tem obravnavane zgolj ali predvsem v ne-ekonomskem smislu([1]).

Pojem »Kulturnih in kreativnih industrij« (v nadaljevanju KKI) ni strateško nevtralen. Za politične deležnike so kulturne in kreativne industrije postopoma postale del strategij moderne postindustrijske družbe, temelječe na znanju in izkušnjah. Vse te dejavnosti so namreč bolj obetavne v smislu hitrejše rasti in zaposlovanja, v primerjavi s številnimi drugimi sektorji dejavnosti, hkrati pa krepijo načela enakosti in kulturne raznolikosti.

Od konca 20. stoletja, so številne države razvile politike, ki promovirajo kreativno industrijo. Vendar pa na področju kulturne in kreativne industrije obstajajo različne definicije, odvisno od izbranega pristopa([2]). Tako lahko govorimo o umetniški in oblikovalski industriji, umetnosti in kulturni industriji, umetnostni in zabavni industriji, avdiovizualni industriji, industriji znanja, industriji večpredstavne vsebine, zabavni industriji, domišljijski industriji, industriji za prosti čas, medijski industriji, industrijah, ki temeljijo na umetniški ali literarni lastnini in ki temeljijo na avtorskih in sorodnih pravicah.

UNCTAD (2010) je podal eno izmed širše sprejetih definicij kreativnih industrij:

- So cikli ustvarjanja, proizvodnje in distribucije dobrin in storitev, ki kot primarne vložke koristijo kreativnost in intelektualni kapital;

- So sestavljene iz niza, na znanju temelječih aktivnosti, ki so osredotočene, a ne omejene, na umetnost, in ki potencialno ustvarjajo prihodke iz trgovanja in pravic intelektualne lastnine;

[1] UNCTAD: Creativeindustriesanddevelopment, 2010

[2] K. Segers, E. Huijgh 'Clarifyingthecomplexityand ambivalence oftheculturalindustries', Gent: Re-creatief Vlaanderen, workingpaper 2006-02, 2006, http://www.vub.ac.be/SCOM/cemeso/download/cemeso-08-complexity%20ambivalence%20cultural%20industries.pdf

- Obsegajo opredmetene proizvode in neopredmetene intelektualne ali umetniške storitve s kreativno vsebino, ekonomsko vrednostjo in tržnimi cilji;

- Stojijo na križišču rokodelstva, storitvenih in industrijskih sektorjev;

- Predstavljajo nov dinamični sektor v svetovnem trgovanju.

V poskusu razvoja standardizirane vseevropske definicije kulturnih in kreativnih industrij, je bilo smiselno najti skupni imenovalec, ki bi ga lahko uporabljali vsi ključni deležniki v Evropi, z upoštevanjem dosedanjih različnih regionalnih pristopov.

V okviru končnega poročila ESSnet – CULTURE, European statistical Network on Culture ([3]) so bile predstavljene in ocenjene tri najbolj pomembne definicije uporabljene v Evropi.

Zelena knjiga Evropske Komisije opredeljuje kulturne in kreativne industrije, kot sledi:

»Kulturne industrije« so tiste industrije, ki se ukvarjajo s proizvodnjo in distribucijo takšnih dobrin ali storitev, za katere v času njihovega nastajanja smatramo, da imajo določene značilnosti, uporabo ali namen, ki uteleša ali prenaša kulturno izražanje, ne glede na njihovo komercialno vrednost. Poleg tradicionalnih umetniških sektorjev (uprizoritvene umetnosti, vizualne umetnosti, kulturna dediščina – vključujoč javni sektor), vključujejo tudi film, DVD in video, televizijo in radio, video igre, nove medije, glasbo, knjige in tisk. Ta koncept je opredeljen v odnosu do kulturnih izrazov v okviru Unescove konvencije iz leta 2005 o varovanju in spodbujanju raznolikosti kulturnih izrazov.

»Kreativne industrije« so tiste panoge, ki uporabljajo kulturo kot vložek in imajo kulturno razsežnost, čeprav so njihovi rezultati v glavnem funkcionalnega značaja. Vključujejo arhitekturo in oblikovanje, kreativne elemente vključujeta v širše procese, kakor tudi specifične dejavnosti, kot so grafično oblikovanje, moda ali oglaševanje. ([4])

Evropski »Cluster Observatory« (ECO), financiran s strani EU, je izvedel študijo o evropskih KKI z namenom identifikacije grozdov kreativnih industrij v 27 državah članicah. Ta empirična študija opredeljuje kreativne in kulturne industrije, kot tiste, »ki se ukvarjajo z oblikovanjem in

[3] *Bina, V. et. al. (2012), "EuropeanStatisticalSystemNetwork on Culture – finalreport":*
[4] EU Commission (2010): Greenpaper. *Unlockingthepotentialofculturalandcreativeindustries*, p5.

zagotavljanjem tržnih učinkov (blago, storitve in dejavnosti), odvisnih od ustvarjalnih in kulturnih vložkov za povečanje njihove vrednosti«. ([5])

NACE je orodje za razvrščanje gospodarskih dejavnosti, ki omogoča celotni gospodarski strukturi v Evropski uniji, da je razvrščena glede na enake klasifikacijske lastnosti. Klasifikacijski sistem zagotavlja vsem državam članicam specifično stopnjo gospodarske dejavnosti (tako imenovano štirimestno raven). Najpomembnejše gospodarske dejavnosti v zvezi s statistično definicijo kulturnih industrij je mogoče najti v dveh skupinah NACE – »J« Informacije in komunikacije in»R« - Kulturne, razvedrilne in rekreacijske dejavnosti. Poleg tega se je pokazalo, da so nekatere gospodarske dejavnosti lahko izolirane v drugih poglavjih. Glede na to, da le ta vsebujejo številne gospodarske dejavnosti, ki niso kulturne narave, na primer, telekomunikacijska industrija ali rekreacijske dejavnosti, le to zahteva večji nabor gospodarskih dejavnosti, ki se posebej ukvarjajo s kulturnimi industrijami. Model klasifikacija NACE običajno razlikuje med bolj splošno in bolj specifično ravnjo: po sektorjih in odsekih (eno in dvo- mestna raven), skupinah (trimestna raven) in razredih (štirimestna raven). Sistem klasifikaciji gospodarskih dejavnosti (NACE) ne daje možnosti za razlikovanje na profitne in neprofitne dejavnosti.

KKI, opredeljene v okviru ESSnet-Culture, vključujejo deset kulturnih področij (dediščina, arhivi, knjižnice, knjige in tisk, vizualne umetnosti, uprizoritvene umetnosti, avdiovizualno področje in multimedia, arhitektura, oglaševanje, umetnost in obrt), ki temeljijo na gospodarskih osnovahustvarjanja, proizvodnje in založništva, distribucije in trgovine, ohranjanja, izobraževanja, upravljanja in regulacije. V okviru te opredelitve, programska oprema in IKT sektorja nista vključena v KKI.

[5]PrioritySectorReport: CreativeandCulturalIndustries - MethodologicalAppendix; DominicPower, Uppsala University, Tobias Nielsén, Volante QNB Research, March 2010 - deliverable D9-1; Conceptualdefinition, p.3.

2. ANALIZA STRATEŠKIH DOKUMENTOV NA RAVNI EU

Zelena knjiga »Izkoriščanje potenciala kulturnih in ustvarjalnih industrij«

Leta 2010 je Evropska komisija objavila **zeleno knjigo z naslovom »Izkoriščanje potenciala kulturnih in ustvarjalnih industrij«([6]),** ki je raziskala načine za krepitev mednarodnega in regionalnega sodelovanja ter razvoj učinkovitih dejavnosti v tako imenovanem sektorju kulturnih in ustvarjalnih industrij.

Kulturne raznolikosti, globalizacija in digitalizacija so ključne gonilne sile za nadalnji razvoj KKI.V okviru Zelene knjige so opredelejeni izzivi za čimvečji izkoristek le tega:

- Združitev pravih aktivatorjev z povečanjem kapacitete za eksperimentiranje, inovacije in uspešno podjetništvo ter zagotavljanje lažjega dostopa do finančnih sredstev in znanja.
- Pomoč razvoju KKI na lokalnem in regionalnem okolju, kot začetni korak kakanejšega vključevanja na globalnem trgu, vključno z večjo izmenjavo in mobilnostjo.
- Prehod v ustvarjano gospodarstvo z kataliziranjem prelivanja učinkov KKI v širšem ekonomskem in družbenem kontekstu.

Zelena knjiga je odprla posvetovanje, katerega cilj je bil zbrati mnenja o različnih vprašanjih, ki vplivajo na kulturne in ustvarjalne industrije v Evropi, od poslovnega okolja do potrebe za odprtje skupnega evropskega prostora za kulturo, od usposabljanja do izobraževanje in promocijo evropskih ustvarjalcev na svetovnem prizorišču([7]).

Strategija EU 2020

Unija inovacij, vodilna pobuda strategije Evropa 2020 ([8]) se zaveda pomembnosti kreativnega potenciala v Evropi, še posebno vloge dizajna, ki pomaga idejam do uspešne realizacije na trgu. V ta

[6] http://ec.europa.eu/culture/our-policy-development/doc/GreenPaper_creative_industries_en.pdf
[7] http://ec.europa.eu/culture/our-policy-development/doc2577_en.htm
[8] CommissionStaffWorkingDocument: Design as a driverofuser-centredinnovation, SEC(2009) 501.

namen se je v letu 2011 pričela iniciativa (EuropeanDesignInnovation) za doseganje polnega izkoristka potenciala inovacij na osnovi dizajna ter za krepitev povezav med dizajnom, inovacijam in konkurenčnostjo ([9]). Komisija je pozvala 15 strokovnjakov iz industrije, MSP, nacionalnih/regionalnih agencij in akademske sfere za pripravo predlogov le te integracije. Skupina je predstavila svoja priporočila podpredsedniku Tajani v septembru 2012 (EuropeanDesignInnovationSummit in Helsinki)([10]).

V okviru izzivov so bila opredeljena številna priporočila, razvrščena v šest področij za namen strateškega ukrepanja:

- Diferenciranje evropskega dizajna na svetovnem prizorišču;
- Pozicioniranje dizajna znotraj evropskega sistema inovacij;
- Dizajn za inovativna in konkurenčna podjetja;
- Dizajn za inovativni javni sektor;
- Pozicioniranje dizajn raziskav za 21. stoletje;
- Dizajn kompetenc za 21. stoletje.

Za merjenje napredka pri izpolnjevanju ciljev strategije Evropa 2020**([11])**, so bili dogovorjeni krovni cilji za celotno EU. Predvidenih je pet splošnih ciljev. V nadaljevanju je opisanih nekaj meril, h katerim lahko prispeva tudi sektor kulture:

1. Zaposlovanje - Kakšen je delež sektorjev kulture in poklicev s področja kulture na celotno populacijo? Kakšna je vloga kulturnega sektorja pri vključevanju ljudi z višjim strokovnim znanjem in izobraženostjo, kot tudi pri izboljšanju ravnovesja med različnimi socialnimi skupinami (npr. spol);
2. R & R / inovacije - Kako kultura prispeva h gospodarski rasti in konkurenčnosti Evrope? V okviru študije ESSnet -Culture je bilo predstavljeno, da indikatorji »spillover« učinkov kažejo na potencial inovativnih idej v sektorju kulture, ki prispevajo k raziskavam in razvoju kot tudi inovacijam v drugih sektorjih;

---

5 SEC(2010) 1161, see note 1.

[9] Initiative: http://ec.europa.eu/enterprise/policies/innovation/policy/design-creativity/index_en.htm#h2-3.

[10] DesignforGrowth&Prosperity, ReportandRecommendationsoftheEuropeanDesignLeadership Board, 2012, http://ec.europa.eu/enterprise/policies/innovation/policy/design-creativity/index_en.htm.

[11] http://ec.europa.eu/europe2020/targets/eu-targets/index_en.htm

3. Podnebne spremembe/energija: zniževanje emisij toplogrednih plinov, razvoj obnovljivih virov energije, povečanje energetske učinkovitosti - prispevek kulture k podnebnim spremembam je predvsem v širjenju idej za trajnostno rast in razvoj ter zniževanje emisij toplogrednih plinov in spodbujanje varčevanja z energijo in uporabo obnovljivih virov energije;
4. Izobraževanje: Zmanjševanje zgodnjega prenehanja šolanja, izobraževanja in usposabljanja, povečanje odstotka 30-34 -letnikov s terciarno izobrazbo – vse večji pomen je tudi vloga kulture na področju izobraževanja in vseživljenjskega učenja;
5. Revščina / socialna izključenost: zmanjšanje ljudi v ali na robu revščine in rastoča socialna vključenost -Vloga kulture pri spodbujanju socialne vključenosti je tema, ki zadeva kulturo v različnih dimenzijah, npr zaposlovanje in družbeno udejstvovanje.

Poročilo Komisije o konkurenčnosti

K razpravi o evropski KKI je znatno prispevala tudi strateška spodbuda Evropske komisije, predpisana v nedavno objavljenem poročilu komisije o konkurenčnosti »**Commission's recent competitiveness report«.** Poročilo izpostavlja inovacijsko sposobnost KKI, kot primer enega izmed vodilnih evropskih industrij.([12])

Spodbujanje kulturnih in kreativnih sektorjev za rast in ustvarjanje novih delovnih mest v EU([13])

Evropska komisija je predstavila strategijo za sprostitev celotnega potenciala kulturnih in kreativnih sektorjev v EU z namenom spodbujanja delovnih mest in rasti. Sektorji, ki vključujejo podjetja in druge organizacije, ki so aktivni na področju arhitekture, umetniške obrti, kulturne dediščine, oblikovanja, festivalskih prireditev, filmskih, televizijskih, glasbenih predstavitev, uprizoritvene in vizualne umetnosti, arhivov in knjižnic, založništva in radia, predstavljajo do 4,5% BDP in do 8,5 milijona delovnih mest v Evropski uniji. Vendar se kulturni in kreativni sektorji soočajo tudi z velikimi

[12] http://ec.europa.eu/enterprise/policies/industrial-competitiveness/competitiveness-analysis/european-competitiveness-report/index_en.htm

[13] EU policyobjectives in COM(2012)537, 'Promoting cultural and creative sectors for growth and jobs in the EU'

izzivi, ki izhajajo iz digitalnega premika in globalizacije, kakor tudi zaradi visoke razdrobljenosti na trgu, ki so odraz kulturnih in jezikovnih meja. Dostop do financiranja je ena poglavitnih težav. V okviru strategije »Spodbujanje kulturnih in kreativnih sektorjev za rast in novih delovnih mest v EU«, je predvidena vrsta političnih pobud in promocij sodobnega zakonodajnega okolja. Komisija želi spodbuditi tudi močnejše partnerstvo med različnimi politikami, zlasti na področju kulture, izobraževanja, industrije, gospodarstva, turizma, mestnega in regionalnega razvoja in prostorskega načrtovanja. Prav tako namerava mobilizirati vsa sredstva EU, z namenom povečanja podpore sektorju , zlasti v okviru predlaganega 1.8€ programa »Ustvarjalna Evropa« za obdobje 2014-2020 in s sredstvi kohezijske politike.

Dobre prakse strateških podpor v kulturnem in kreativnem sektorju

Skupina strokovnjakov 28 EU članic je pripravila poročilo o dobrih praksah na osnovi obstoječe literature KKI v EU. Predstavljeni so ukrepi posameznih držav EU za podporo KKI **([14]).** Dobre praksepodpore KKI so predstavljene na naslednjih področjih: izvozne strategije, splošne podpore podjetništvu s poudarkom na KKI, internacionalizacije, povezovanja v grozde (clustre), podpore internacionalni promociji, podpornih ukrepov EU, podpore predstavam, festivalom, sejmom, itd., podpore medregionalnega sodelovanja

Izvajanje akcijskega načrta za razvoj inovacij temelječih na dizajnu (Implementing an Action Plan for Design-Driven Innovation, SWD(2013)380). ([15])

Cilj akcijskega načrta za razvoj inovaciji na osnovi dizajna je pospešiti vključevanja dizajna v inovacijske politike na evropski, nacionalni in regionalni ravni ter za ustvarjanje zmogljivosti in kompetenc, potrebnih za izvajanje teh politik.

Področja ukrepanj v tem dokumentu se osredotočajo na izkoriščanje vloge dizajna, kot instrumenta, pri doseganju ciljev politike EU programa, kot so Obzorje 2020 ([16]), COSME ([17]) in strukturnih skladov

[14] **http://ec.europa.eu/culture/library/reports/eac-omc-report-ccs-strategies_en.pdf**

[15] http://ec.europa.eu/enterprise/policies/innovation/files/design/design-swd-2013-380_en.pdf
[16] Proposalfor a CouncilDecisionestablishingtheSpecificProgrammeImplementingHorizon 2020 — TheFrameworkProgrammeforResearchandInnovation (2014-2020), COM(2011) 811
[17] Proposalfor a regulationestablishing a ProgrammefortheCompetitivenessofEnterprisesandSmall

za obdobje 2014-20. Čeprav se Akcijski načrt osredotoča na ukrepe politike EU, so ustrezni ukrepi vključevanja dizajna v inovacijske politike potrebni tudi na nacionalni in regionalni ravni. Poudarek je predvsem na zmanjševanju razlik med razvitimi regijami, in tistimi, ki zaostajajo v uporabi dizajna pri razvoju inovacij. Dokument opredeljuje dizajn, kjer so storitve in proizvodi razviti na osnovi potreb uporabnikov. ([18])

Za hitrejše vključevanje dizajna v inovacijsko politiko so še posebej pomembna tri strateška področja ukrepanja:

1. Spodbujanje razumevanja vpliva dizajna na inovacije;
2. Spodbujanje inovativnosti v industriji temelječe na dizajnu za namen krepitve konkurenčnosti Evrope;
3. Spodbujanje vključevanja dizajna za razvoj javnega sektorja.

Prvo področje vključuje ustvarjanje pogojev in razvoj kompetenc za učinkovito politiko inovacij temelječih na dizajnu, medtem ko sta drugi dve bolj usmerjeni na doseganje teh politik v evropski industriji in javnem sektorju. Pri vseh področij delovanja, so potrebni ukrepi, ki ustrezajo potrebam na nacionalni in regionalni ravni za povečanje dizajna na področju spodbujanja inovacij in obnove.

»**European Creative Industries Alliance-ECIA«**

Različni generalni direktorati Evropske komisije so nedavno pričeli pogovor o vprašanju KKI. Glede na ugotovitve in pa kot odgovor na zaključke omenjene zelene knjige, so se v okviru razprave dogovorili, da je eden od najbolj primernih ukrepov oblikovanje Zveze evropskih kreativnih industriji – »**European Creative Industries Alliance-ECIA«**. Glavni cilj je povezava vseh ključnih deležnikov, tako na evropski kot na ravni držav članice.

ECIA je enotna pobuda politike, ki vključuje naslednje ukrepe na področju znanja: inovacijski vavčer, boljši dostop do finančnih sredstev in grozdov odličnosti in sodelovanja. ECIA je odprta platforma, ki združuje oblikovalce politik in podpornih poslovnih strokovnjakov iz 28 partnerskih organizacij in 12

andMedium-sizedEnterprises (2014-2020), COM(2011) 834.
[18]Definitionbythe EDLB in DesignforGrowth&ProsperityReport, 2012, http://ec.europa.eu/enterprise/policies/innovation/policy/design-creativity/index_en.htm.

držav. Ustanovljena je bila februarja 2012 na Festivalu inovacij v Milanu.**([19])** Splošni cilj platforme je oblikovanje družbe v Evropi za aktivno podporo kreativne industrije kot gonilo konkurenčnosti, ustvarjanja novih delovnih mest in strukturnih sprememb, z razvojem in testiranjem boljših politik in orodji za kreativne industrije.

HORIZON 2020, Delovni program 2014-2015: Finančne priložnosti

Kot primer implementacije predhodno omenjenih strateških dokumentov, vam v nadaljevanju predstavljamo dva razpisa:

a) **Razpis za nanotehnologijo, napredne materiale in proizvodnjo ([20])** – dvostopenjski razpis, prvi del je bil objavljen in je v zaključni evalvacijski fazi REA

Inovativen pristop, ki vključuje dizajn in trajnostni vidik, pri zasnovi, razvoju, proizvodnji, uporabi in recikliranju materialov, lahko učinkovito pripomore h krepitvi konkurenčnosti in uspešnosti evropskih ustvarjalnih industrij, povezanih s proizvodnjo (npr. arhitektura, avtomobilska industrija, umetnost, obrt, podpora kulturnim programom, dekoracija, moda, pohištvo, razsvetljava, notranja oprema materiali in izdelki, dragulji, luksuz, medijska podpora, založništvo, šport in igrače), ter dodajanju vrednosti proizvodov in procesov tudi z »nematerialnimi«.

Poseben izziv: v okviru EU strategije »Spodbujanje kulturnih in ustvarjalnih sektorjev za hitrejšo rast in novih delovnih mest v EU«, je poudarjena konkurenčna prednost industrij, ki v svoj razvoj vključujejo KKI. Najbolj očiten primer je širša uporaba KKI v predelovalnih dejavnostih, ki dodaja vrednost izdelkom, storitvam, procesom in tržnim strukturam. Pri podjetjih, ki v povprečju potrošijo dvakratni povprečni znesek za kreativo, obstoja 25% verjetnost, da uvedejo nove izdelke (COM (2012) 537).

Okvir razpisa: Predlogi morajo obravnavati razvoj inovativnih rešitev, pomembnih za uporabo v kreativnih sektorjih industrije, ki temeljijo na odpadnih materialih ali procesu stranskih proizvodov za proizvodnjo novih materialov ali sprejemanju »bio-mimetic« pristopov. Pri tem je potrebno jasno prikazati trajnostni in družbeno odgovoren pristop k zmanjšanju porabe energije in vpliva na okolje. Projekt mora vključevati prepričljiv dokaz »Proofofconcept«, da je proizvod in / ali proces (razen za

[19] http://www.eciaplatform.eu/
[20] http://ec.europa.eu/research/participants/portal/desktop/en/opportunities/h2020/topics/2513-nmp-18-2014.html

komercialno rabo prototipov v skladu z evropskim Sporočilom Komisije 2006/C323/01) potreben za uporabo v industriji v širšem smislu.

Za zagotovitev relevantne vloge v industriji in učinkov raziskovalnih prizadevanj, je potrebno prepričljivo oceniti stroškovno učinkovitost in komercialni potencial inovativnih tehnologij vprimerjavi z trenutnimi rešitvami na trgu. Aktivna udeležba oblikovalcev, zainteresiranih družbenih deležnikov, dobaviteljev materialov, proizvajalcev in končnih uporabnikov izdelkov, predstavlja dodano vrednost, kar se bo odrazilo v drugi fazi ocenjevanja.

Predlagatelji morajo predstaviti možnosti sinergij financiranja s strani različnih virov financiranja (nacionalnih/regionalnih raziskovalnih in inovacijskih programov in/ali evropskih strukturnih in investicijskih skladov). Razpis zahteva tudi finančni plan za nadaljnje ukrepanje, ki mora biti razvit v okviru projekta.

Aktivnosti so po pričakovanjih osredotočena na ravni tehnološke pripravljenosti 5-7. Zelo pomembno je sodelovanje malih in srednjih podjetij z zmogljivostmi za raziskave in razvoj.

Financiranje EU je predvideno v višini med 4- 8 milijonov evrov.

Pričakovani učinki:

• Inovativne trajnostne materialne rešitve za izdelke z nižjo stopnjo okoljskega onesnaževanja;

• Spodbujanje novih kolaborativnih inovacijskih strategij in praks, v okviru celotne procesa, z zmanjševanjem razlik med razvijalci materialov, oblikovalci, proizvajalci in potrošniki;

• Vključevanje dizajna v raziskave in razvoj z namenom boljše podpore komercialnim in družbenim aplikacijam, ki so močno usmerjene k uporabniku;

• Nove poslovne priložnosti za evropske industrije preko novih materialnih rešitev, primernih za uporabo in k nadzorovanim vplivom na okolje;

• Prispevati k doseganju ustreznih političnih ciljev EU v COM (2012) 537, »Spodbujanje kulturnih in ustvarjalnih sektorjev za rast in nova delovna mesta v EU«.

b) Usposabljanje za razvoj inovacij na osnovi dizajna v EU ([21])

Dizajn je ključni dejavnik pri ustvarjanju novih konkurenčnih izdelkov in storitev privlačnih za kupce.Pomanjkanje management dizajna je ena največjih ovir za širšo uporabo in integracijo dizajna v podjetjih EU.Ugotovitve v okviru Unije inovacij kažejo, da so nekatere evropske države na samem svetovnem vrhu pri vključevanju dizajna, medtem ko druge države zelo zaostajajo in nimajo razvite niti osnovne infrastrukture za dizajn.

Ukrep se nanaša na spodbujanje uporabe novih virov inovacij za podporo konkurenčnosti evropskih MSP.

Podjetja morajo vlagati v razvoj management dizajna. Na trgu obstaja pomanjkanje specializiranega programa za usposabljanje in mentorstvo MSP, temelječega na dizajnu, ter inovacijskih inkubatorjev, ki v svoje programe vključujejo dizajn metode.

Cilj tega ukrepa je vzpostaviti podporo za razvoj inovacij na osnovi dizajn metode za podjetja v Evropi. Regije, ki zaostajajo pri vključevanju dizajna za razvoj inovacij bodo imele posebno obravnavo v smislu vključevanja dizajna za namen trajnostnih rešitev, družbenih in okoljskih izzivov.

Predvidene aktivnosti:

• Delavnice, usposabljanja, vzajemno učenje in drugi ukrepi za izboljšanje kompetenc za razvoj inovacij na osnovi dizajna v okviru poslovnih subjektov, inkubatorjev in drugih podpornih posrednikov.

• Razvoj podpornih gradiv za posredniške organizacije, vključno s poslovnimi združenji. Podporno gradivo bo namenjeno za delo in usposabljanje MSP.

• Predstavitev konkretnih primerov poslovnim subjektom in upravljavcev shem podpor, kjer dizajn predstavlja osnovi instrument pri ustvarjanju nove vrednosti in pospeševanju produktivnosti.

Časovni okvir: javno naročilo v prvem četrtletju 2015. Okvirni proračun: 2,00 milijona EUR.

[21] ***Workprogramme 2014 – 2015,*** *7. Innovation in smallandmedium-sizedenterprises,(EuropeanCommission C(2013)8631 of 10 December 2013)*

3. MAPA HRVAŠKA

3.1. ANALIZA STRATEŠKIH DOKUMENTOV, BAZ PODATKOV IN NORMATIVNE UREDITVE KREATIVNIH INDUSTRIJ NA HRVAŠKEM

Nacionalni program

Na hrvaškem ni strateškega dokumenta, ki bi na enem mestu zajel vse podatke in podal smernice za nadaljnji razvoj in podporo KKI. Problematiko KKI na Hrvaškem kontinuirano in sistematično spremlja izključno Oddelek za kulturo in komunikacije Inštituta za razvoj in mednarodne odnose v Zagrebu. Ministrstvo za kulturo, Ministrstvo za gospodarstvo in Ministrstvo za podjetništvo in obrt nominalno podpirajo KKI s programi financiranja (*Podjetništvo v kulturi*, *Podjetniški impulz*, *Program javnih potreb v kulturi*), vendar ti izolirani programi in podpore niso del širšega načrta in programa, ki bi pomagal razvoju KKI. Njihovi programi so usmerjeni na podpore posameznim dejavnostim znotraj kulturnega sektorja.

Komentar neodvisne revizije Ekonomske fakultete Univerze v Zagrebu na Razvojno strategijo PGŽ

„Pojem „kreativne industrije“ ni bil opredeljen in omenjen v besedilu, pojavil pa se je v težavah. Priporočljivo je, da se pojem opredeli in razjasni, kako je lahko kreativna industrija „na čelu novih oblik“ gospodarstva (potrebno je torej tudi opredeliti, katere oblike vse lahko ima gospodarstvo in katerih oblik še nima, ker nima kreativne industrije). V razpravi izdelovalcem se je pokazalo, da gre za formulacijo problema, ki jo je eden od deležnikov predlagal, vendar je ni razložil. Izdelovalcu je svetovano, da tako formulirane probleme ne uvršča na seznam, če jih ne more obrazložiti. Nasvet je sprejet, kreativne industrije pa so ostale v besedilu, potem ko se je pojem ustrezno pojasnil„.

„Rezultati študije so pokazali velik potencial kulturnih/kreativnih industrij v Zagrebu, od človeških virov do finančnih sredstev, vendar je za uresničitev omenjenih ciljev potrebno sistematično delo, in sicer predvsem v smislu kulturnega načrtovanja v Zagrebu ter strateškega postavljanja javne uprave po sektorju kulturnih/kreativnih industrij. Tu ne gre izključno za kulturno politiko, temveč tudi za druge segmente javnih politik, ki morajo imeti skupno razvojno vizijo.“([22])

[22]Zagreb kot kulturni proizvod: Akcijski načrt spodbujanja razvoja kulturnih/kreativnih industrij v mestu Zagreb, november 2012, str. 7, p. 4.

„Študija (ki je bila opravljena pred Akcijskim načrtom op. a.) je zaznala tudi precejšne nerazumevanje in celo delni odpor same stroke do razvoja kulturnih/kreativnih industrij.“([23])

Zagrebški Akcijski načrt je prvenstveno usmerjen na težave, povezane z javno upravo, in sicer: omogočiti predpogoje za uresničevanje ciljev Študije, zagotoviti spremljanje in upravljanje z izvedbo, uskladiti Študijo z drugimi strateškimi programi, pospešiti uporabo vira financiranja ter prispevati k temu, da deležniki KKI razumejo in sodelujejo v Študiji.([24])

KKI niso regulirane z enotnim zakonom, temveč s številnimi posebnimi zakoni, na področju likovne umetnosti pa zakon sploh ne obstaja.([25])

Leta 2008 sta Ministrstvo za gospodarstvo in Ministrstvo za kulturo pričela s projektom „Podjetništvo v kulturi“ s ciljem spodbujanja podjetništva, promocije kulturnih industrij in podjetniških projektov v kulturi. Danes je projekt pod pristojnostjo Ministrstva za podjetništvo in obrt.([26])

V Zagrebu:

- KKI niso prepoznane ne kot zasebni sektor, ne kot statistični, ne na ravni mestnih javnih politik.
- Ne obstaja eksplicitna politika razvoja KKI.
- Podpora posameznim KKI je omogočena preko že obstoječih javnih razpisov v kulturi, natečajev in nagrad.
- Problemi KKI niso samo v domeni kulturne politike, temveč se dotikajo tudi ekonomske, socialne, prostorske, medijske, davčne in druge javne politike.
- Ne obstaja sistem spodbujanja kulturnega podjetništva (lokalni privesek projektu ministrstva „Podjetništvo v kulturi“).
- Razvoj KKI poteka stihijsko, razpršeno, razdrobljeno in brez stika z javno upravo.
- Zagreb ne vlaga v sistematično proizvodnjo sodobnih (lokalnih) kulturnih proizvodov niti v promocijo in „izvoz“ obstoječih kulturnih proizvodov.
- Gospodarski značaj kulturnega sektorja se obravnava kot izdatek proračunskih sredstev.

[23] Prav tam, str. 8, p. 2.
[24] Prav tam, p. 3.

[25] Prav tam, str. 13-14.
[26] Prav tam, str. 14, p. 5.

- Kulturna identiteta se ne oblikuje sistematično, ampak se povezuje z različnimi oblikami kulturnih tradicij, dediščine in etno vsebinami.
- Kultura se obravnava precej statično in anahronistično, vsaka omemba pojma „industrija“ v kontekstu kulture pa se zavrača.
- Čeprav je center KKI v RH, kulturni sektor Zagreba ne prepoznava lastnih potencialov in moči.
- Nerazumevanje KKI je vidno na vseh ravneh, od lokalne uprave preko strokovnih združenj in samih kulturnih ustvarjalcev do ključnih deležnikov za spodbujanje razvoja KKI.([27])

Standardna klasifikacija dejavnosti (2008)

Dejavnosti spremljanja poslovnih subjektov KKI na Hrvaškem so usklajene s Standardno klasifikacijo dejavnosti NACE 2008 na EU ravni.

Tabela1: Gospodarske dejavnosti KKI po NACE 2008

šifre SKD	KLASIFIKACIJA DEJAVNOSTI
G47.610	Trgovina na drobno v specializiranih prodajalnah s knjigami
G47.621	Trgovina na drobno v specializiranih prodajalnah s časopisi in revijami
G47.622	Trgovina na drobno v specializiranih prodajalnah s papirjem in pisalnimi potrebščinami
G47.630	Trgovina na drobno v specializiranih prodajalnah z glasbenimi in video zapisi
J58.110	Izdajanje knjig
J58.130	Izdajanje časopisov
J58.140	Izdajanje revij in druge periodike
J58.210	Izdajanje računalniških iger
J59.110	Produkcija filmov, video filmov, televizijskih oddaj
J59.120	Post produkcijske dejavnosti pri izdelavi filmov, video filmov, televizijskih oddaj

[27] Prav tam, str. 19.

J59.130	Distribucija filmov, video filmov, televizijskih oddaj
J59.140	Kinematografska dejavnost
J59.200	Snemanje in izdajanje zvočnih zapisov in muzikalij
J60.100	Radijska dejavnost
J60.200	Televizijska dejavnost
J63.910	Dejavnost tiskovnih agencij
M71.111	Arhitekturno projektiranje
M71.112	Krajinsko arhitekturno, urbanistično in drugo projektiranje
M73.110	Dejavnost oglaševalskih agencij
M74.100	Oblikovanje, aranžerstvo, dekoraterstvo
M74.200	Fotografska dejavnost
M74.300	Prevajanje in tolmačenje
N77.220	Dajanje videokaset in plošč v najem
P85.520	Izobraževanje, izpopolnjevanje in usposabljanje na področju kulture in umetnosti
R90.010	Umetniško uprizarjanje
R90.020	Spremljajoče dejavnosti za umetniško uprizarjanje
R90.030	Umetniško ustvarjanje
R90.040	Obratovanje objektov za kulturne prireditve
R91.011	Dejavnost knjižnic
R91.012	Dejavnost arhivov
R91.020	Dejavnost muzejev
R91.030	Varstvo kulturne dediščine

Vir: ESSNet Culture, NACE 2008

Programi financiranja po posameznih ministrstvih

Ministrstvo za podjetništvo in obrt je v letu 2013 v okviru Programa spodbujanja podjetništva in obrti - Podjetniški impulz za sektor kreativnih industrij namenilo 3.000.000,00 kun v okviru ukrepa A – Razvoj mikropodjetništva in obrti oziroma aktivnosti A2 – Podjetništvo kreativnih industrij.

Mikro gospodarski subjekti predstavljajo več kot 85 % skupnega majhnega gospodarstva in v preteklih poslovnih obdobjih so pokazali odprtost za spremembe ter dinamiko, kar je njihova pomembna značilnost in se lažje prilagajajo poslovanju tudi v oteženih tržnih pogojih. Za poslovno okolje, ki ga analitiki ocenjuje kot neugodno, je še posebej pomembno, da se izboljša sistem podpor, usmerjenih na razvoj novodobnega gospodarstva (»new age economy, creative industries«) in inovativnih dejavnosti ter spodbuja osnovanje različnih oblik združevanja podjetnikov, sofinancira mednarodna promocija majhnih in srednjih gospodarskih subjektov ter razvoj clustrov, kot skupine medsebojno povezanih gospodarskih subjektov, katerih namen je doseganje skupnega cilja ali večja stopnja finalizacije proizvoda ali storitev.

V okviru aktivnosti A2 – Podjetništvo kreativnih industrij se podpore dodelijo subjektom majhnega gospodarstva v dejavnostih informacijsko komunikacijskih tehnologij– IKT (proizvodnja programske opreme, NKD2007, Področje J, Oddelek 62, razred 62.01 – Računalniško programiranje) v poslovnih dejavnostih multimedijskih računalniških iger, DVD in video produkcije, novih medijih in medijskih komunikacijah, glasbi in glasbeno scenski umetnosti, arhitekturi, oblikovanju, grafiki, modnem oblikovanju, novi medijski kulturi, modernim načinom oglaševanja.

Projekt „Podjetništvo v kulturi“, kot poseben program nepovratne državne podpore majhne vrednosti, sta leta 2008 začela izvajati **Ministrstvo za kulturo in Ministrstvo za gospodarstvo, delo in podjetništvo**. Projekt sta vključno z letom 2012 skupaj izvajala in razvijala pet let. Od leta 2013 Ministrstvo za podjetništvo in obrt v sklopu programa Podjetniški impulz samostojno izvaja projekt pod nazivom „Podjetništvo kreativnih industrij“ s povečanim skupnim zneskom podpore z 2 na 3 milijone kun za obrti in trgovske družbe s področja dejavnosti multimedijskih, računalniških iger, DVD in video produkcij, novih medijev in medijskih komunikacij, glasbe in glasbeno scenske umetnosti, arhitekture, oblikovanja, grafike, modnegaoblikovanja, novih medijskih kultur in modernih načinov oglaševanja. Ministrstvo za kulturo od leta 2013 samostojno nadaljuje z izvajanjem projekta „Podjetništvo v kulturi“ s skupnim zneskom v višini2 milijona kun. Cilj projekta je krepitev kapacitet

kulturnih/kreativnih industrij in podjetništva na področju kulturnega in umetniškega ustvarjanja in kulturne proizvodnje. Vključuje podjetnike, ki potrebujejo vlaganja za širjenje na nove trge, ustvarjanje novih proizvodov, iskanje novih potrošnikov in novih tehnologij s ciljem povečanja vrednosti – orientirane na zaposlovanje, rast in razvoj. Uporabniki so subjekti majhnega gospodarstva, katerih pretežna – glavna dejavnost po NKD-ju je opravljanje dejavnosti knjige in založništva ter izvajalskih in vizualnih (likovnih) umetnosti. S programom spodbujanja podjetništva v kulturi se bo spodbujalo zaposlovanje (s sofinanciranjem 50% stroškov bruto plače za novozaposlene, kot del stroška projekta), nabavo novih tehnologij – strojev in orodij ter informacijske in multimedijske opreme in programov, namenjenih izključno opravljanju poslovne dejavnosti ter promocijske aktivnosti (vlaganje v povečanje/širjenje publike). Povečano število uporabnikov podpore ter povečana kakovost in raznolikost prijavljenih projektov bo pripomoglo k rasti podjetništva v kulturi.([28]) Krepitev aktivnega kulturnega sodelovanja z Evropsko unijo ter vključevanje v evropske aktivnosti in iniciative držav članic bo potekalo z močnejšim promoviranjem programa Evropske unije za kulturni, kreativni in avdiovizualni sektor z naslovom Kreativna Evropa za obdobje med letoma 2014 in 2020. Glede na kontinuite programa EU Kultura 2007 – 2013 bo v naslednjem obdobju poudarek na nadaljnji organizaciji informativnih dni, seminarjev in internih delavnic za potencialne uporabnike novega programa Kreativna Evropa ter na tehnični pomoči institucijam,ki jih zanima prijava in finančno sodelovanje pri realizaciji projektnih predlogov, odobrenih na ravni Unije. Nadaljevalo se bo sodelovanje z vsemi evropskimi projektnimi partnerji programa Kreativna Evropa ter predstavniki Evropske komisije in Izvršne agencije za kulturo, izobraževanje in avdiovizualno dejavnost. ([29])

Pokazatelji rezultatov:([30])

Načini	Kriteriji	Definicija	Enota	Izhodiščna vrednost	Vir	Ciljna vrednost (2014)	Ciljna vrednost (2015)	Ciljna vrednost (2016)
1.1.4.	1.1.4.1.	Povečanje	Št.	17	Ministrstv	20	23	25

[28]STRATEŠKI NAČRT MINISTRSTVA ZA KULTURO 2014 – 2016, str. 9.
[29]Prav tam, str. 10.
[30]Prav tam, str. 12.

Krepitev prisotnosti hrvaške umetnosti in kulture v svetu	Rast števila hrvaških kulturnih ustanov in organizacij, ki sodelujejo v programu EU Kreativ	uspešnosti hrvaških kulturnih ustanov in organizacij pri pridobivanju podpore Evropske unije v sklopu programu Kreativna Evropa 2014-2020			oza kulturo			

Podpora programom likovnih (vizualnih) umetnosti

Podpirajo se enoletni in triletni programi retrospektivnih, samostojnih, skupnih, tematskih in problemskih razstav vsebinske inventivnosti, razstave nacionalnega pomena, programi/projekti, ki vključujejo različne oblike multimedijskega izražanja in povezovanja z uporabnimi umetnostmi, likovne manifestacije, ki kažejo na kontinuiteto umetniškega ustvarjanja in ustvarjalni potencial hrvaške umetnosti, in ki predstavljajo tematske celote, pomembne za Republiko Hrvaško, ter likovne kolonije, delavnice, programe institucij in druge likovne dogodke.

S podporo programov arhitekture in oblikovanja se teži k spodbujanju razvojne ustvarjalne kapacitete in seznanjanju javnosti z dosežki hrvaške arhitekturne in oblikovalske scene. Kontinuirano se podpirajo programi/projekti priprave in tiskanja likovnih monografij, zbornikov, katalogov razstav in publikacij s področja umetnostne zgodovine s posebnim poudarkom na likovnih monografijah relevantnih umetnikov, ki od leta 1945 do danes nimajo objavljene likovne monografije (po

Bibliografiji likovnih monografij Narodne in univerzitetne knjižnice v Zagrebu) ter sinteznih in problemskih del s področja zgodovine in sodobne hrvaške vizualne kulture.([31])

Spodbujanje razvoja izvajalskih umetnosti

Izvajalske umetnosti - dramska, glasbeno-scenska, glasbena in plesna umetnost – predstavljajo visoke dosežke sodobnih oblik izraznosti v okviru različnih umetniških disciplin. Ta multidisciplinarnost žanrov, tipov, vrst, form in tehnik je odraz zelo širokega razpona fenomena uprizoritvene kulture, ki je v stalni interakciji z občinstvom, kar je ključni člen v strategiji izvajanja dostopnosti kulturnih programov na področju celotne Republike Hrvaške. S svojimi razločevalnimi in dinamičnimi formati, katerih temeljne organizacijske oblike so gledališča, javna in zasebna, umetniške organizacije in društva, spodbuja in promovira močno nacionalno avtorsko sceno in produkcijsko profiliranost vsakega dela izvajalskih umetnosti. Reprezentativnost, kakovost, inovativnost, eksperiment ter raziskovalni aspekt, s katerimi se artikulirajo sodobne oblike ustvarjalnosti skozi njihove specifične oblike in vsebine, v enaki meri spremljajo ustvarjalnost kot tudi interpretativne potenciale sodobne hrvaške dramske, glasbene in plesne scene. Prav ta možnost transformacije izvajalskih praks in kontekstualizacije njihovih umetniških vsebin, so ključne točke pri spodbujanju nove kreativnosti izvajalskih umetnosti, ki svoje potenciale strateško konceptualizira skozi pozitivno dimenzijo različnih medijev izražanja. Zato je cilj zagotoviti jim stabilnost, razvoj in podporo, da bi se izboljšala oziroma afirmirala tako nacionalna kultura v specifičnem področju živih umetnosti, kot tudi spodbudil kompleksnejši ustvarjalni proces v oblikovanju individualnih in kolektivne poetike izraznosti, kot temeljne platforme, s katero se oblikuje interkulturni dialog, kulturna raznolikost, kulturna proizvodnja, s tem pa tudi potrošnja, mednarodno sodelovanje, kreativno ustvarjanje, produkcija, mrežna struktura distribucije in umetniško izpopolnjevanje v okviru kreativno-raziskovalnih institucij. Vsebinska dimenzija besednjaka izvajalskih umetnosti v isti meri zajema mnogovrstne oblike sodobne prakse, njene nove iniciative in estetske formate, kot tudi ohranjanje umetniške in tradicijske nacionalne dediščine.

[31] Prav tam, str. 15-16.

V središču pozornosti so konceptualno različni festivali in kulturne manifestacije (dramske, glasbene, plesne, folklorne), mreža gostovanja neodvisnih produkcij in javnih gledališč, mojstrske delavnice in mednarodna tekmovanja, raziskovalni in eksperimentalni programi neodvisne scene sodobnega plesa in giba, mednarodne strokovne konference in simpoziji, redni gledališki programi, naročila novih avtorskih dramskih in glasbenih delskozi nagrade in spodbude ter projekti neodvisnih založnikov v okviru glasbene industrije. Spodbude so koncentrirane na avtorske rokopise, ki afirmirajo sodobno hrvaško dramsko in gledališko ustvarjanje ter na sodobno umetniško glasbo v razponu od glasbeno-scenskih del do elektro-akustičnih in multimedijskih skladb sodobnih hrvaških skladateljev.

S projekti neodvisnih založnikov, ki vključujejo notne, diskografske, avdiovizualnein multimedijske glasbene izdaje, se odpira možnost drugačnega transferja tako imenovanih nekomercialnih in s tem nezaščitenih kulturnih proizvodov.

Načini uresničevanja posebnega cilja:

1. Spodbujanje razvoja nacionalnih, javnih, privatnih in regionalnih gledališč ter umetniških organizacij in ansamblov

Repertoar narodnih gledališč kot vidnejših kulturnih institucij zajema sodobne dramske, operne in baletne produkcije, produkcije sodobnega plesa ter del repertoarja dediščine hrvaških in svetovnih klasikov. Zaradi poudarjenega kulturnega in tudi prosvetno-izobraževalnega aspekta njihovega delovanja se bo s podporo pomembnih oblik programskega sodelovanja izboljšala dosedanja pomanjkljiva povezanost in neskladje premiernih in repriznih naslovov. Namen je, da se v prihodnjem obdobju standardizira vsebina dela gledališča.Tako bi bilo HNK v Zagrebu, katerega soustanovitelja sta Republika Hrvaška in Mesto Zagreb, edino narodno gledališče, ki ga bodo podpirala štiri regionalna gledališča v Osijeku, Splitu, Varaždinu in na Reki. Ostala javna mestna gledališča se bodo spodbujala k ustvarjanju repertoarja, ki bo v skladu z interesi njihovega občinstva.

Posledica uresničevanja premiernih naslovov javnih in zasebnih gledališč, sodelovanje umetniških organizacij in ansamblov, glasbenih in plesnih, bo kakovosten repertoar, stabilnost razvoja, zmanjševanje stroškov, večja mobilnost umetnikov, predvsem mladih, in boljše sodelovanje z lokalno skupnostjo. Enako velja za spodbujanje delovanja regionalnih gledališč zaradi večje dostopnosti gledališke umetnosti in oblikovanja perspektiv za širjenje kakovostno sondirane programske mreže. Le-ta je močno prisotna predvsem v primeru glasbenih in gledaliških gostovanj na celotnem prostoru

Republike Hrvaške, s čimer se pospešuje umetniška produkcija, ustvarjanje, interakcija umetnikov in občinstva ter stabilnost mrežnega sistema.

S spodbujanjem intenzivnejšega delovanja zasebnih gledališč (delujejo kot umetniške organizacije in trgovske družbe), se bo spodbujala njihova programska raznolikost in kakovost in s tem tudi ustvarjanje samostojnih umetnikov ter razvoj organizacijskih struktur v izvedbi kulturne politike. Pokazatelj rezultata se bo spremljal s številom novo vpisanih zasebnih gledališč v Register gledališč.

2. Podpora založništvu ter spodbude k ustvarjanju novih glasbenih in dramskih del

Spodbude za projekte neodvisnih založnikov v okviru glasbene industrije zajemajo notne, diskografske, publicistične, avdiovizualne in multimedijske izdaje. Enako velja tudi za nove glasbene opuse sodobnih hrvaških skladateljev ter izdaje, odlikovanez Nagrado za dramsko delo „Marin Držić“. S podporo takšnim programom se po eni strani stimulirajo ustvarjalci, po drugi pa je omogočena lažja pot za praizvedbe in izvedbe njihovih del. S tem se prav tako promovirajo ustvarjalni potenciali sodobnih hrvaških skladateljev, hrvaški klasiki, mladi interpreti in drugi glasbeni žanri (jazz in etno). Z diskografijo in publicistiko ter objavljanje dragocenih partitur, pogosto kapitalne vrednosti, se spodbuja dokumentiranje izvedb, trajno snemanje, pisanje in raziskovanje prvenstveno gradiv s področja narodne glasbene kulture. Z notnimi izdajami, kot deficitarno kulturno dejavnostjo, se problematizira in sintetizira skladateljski rokopis tega časa in tudi antologijska ustvarjanja zgodnejših obdobij. Ker je glasbeno založništvo nezaščiteno in destimulirano zaradi slabosti sistema podpore lokalne samouprave (ter pomanjkljive podpore drugih virov financiranja), je v prihodnjem obdobju predvideno povečanje števila izdaj znotraj pričakovanih proračunskih vrednosti, da bi se ohranila in promovirala nova in starejša hrvaška glasbena umetnost. To se predvsem nanaša na velike in večje glasbeno-scenske celote, simfonično literaturo, komorni repertoar in podobno. Nadaljnji razvoj glasbenega in dramskega ustvarjanja se bo spodbujal s kontinuiranim nagrajevanjem posebnih dosežkov ter s podporami scenski postavitvi nagrajenih del. Stimulacija kreativnih disciplin bo pomembno spodbudila avtorje in produkcijein tudi kakovost sodobnega hrvaškega ustvarjanja.

3. Podpora manifestacijam in gostovanjem programa izvajalskih umetnosti

Veliko število hrvaških festivalov (vključnoz nacionalnimi) ter kulturnih manifestacij, z mednarodnim predznakom ali brez njega, ima kontinuirano podporo. Takšni programi, ki promovirajo odličnos tustvarjalne, reproduktivne in produkcijske scene panoramsko prikazujejo raznolikost njihovih

profilov - festivali nacionalnega statusa, festivali/kulturne prireditve hrvaškega ali mednarodnega pomena, regionalni festivali/kulturne prireditve, festivali/kulturne prireditve, posvečene hrvaški glasb iali jazzu ter specialistični festivali. Velik del teh festivalov uživa ugled tudi na svetovni sceni. Stabilnost podpore bo zagotovila njihovo stalno aktivnost, mednarodno sodelovanje ter omogočila uresničitev koprodukcijskih projektov. S spodbujanjem gostovanja skozi gledališke, glasbene in plesne mrežne programe se podpira raven intenzivnega profesionalnega delovanja, doseže se ravnotežje kulturne ponudbe v vseh hrvaških regijah ter sodelovanje z lokalnimi organizatorji. Ker gre za mrežo kulturnih aktivnosti na področju celotne Republike Hrvaške (s poudarkom na področju posebne državne skrbi in s poudarkom na otrocih), je cilj spodbuditi programsko raznovrstnost ter stimulirati izvedbe sodobnega in klasičnega nacionalnega repertoarja.Odličnost se spodbuja s stalnim umetniškim in strokovnim izpopolnjevanjem skozi različne oblike kreativno-raziskovalnih institucij, mojstrskih delavnic in profesionalnih tekmovanj, s čimer se razvijajo individualni potenciali in potenciali umetniških skupin, kar v celoti prispeva h kontinuiranemu razvoju izvajalskih umetnosti in njenih posebnosti.

4. Podpora glasbenemu in gledališkemu amaterizmu ter ohranjanju kulture

Amatersko ustvarjanjese spodbuja skozi številne kulturne manifestacije, smotre in festivale, delavnice tradicijskih veščin in raznolike vrste programa posameznih amaterskih gledaliških skupin ter društev, ki negujejo glasbeno, gledališko, plesno in splošno kulturo. Temeljni cilj – ohranjanje regionalnih (pokrajinskih) dediščinskih vrednosti – se bo dosegel s kontinuiranim dvigom strokovnosti in kakovosti delovanja amaterske skupnosti, posebno v manjših hrvaških sredinah. V prihodnjem obdobju se pričakuje ohranjanje števila programov, s katerimi se bo še dalje stimuliral razvoj celotne dejavnosti, njena produktivnost in raznolikost, kar so osnovni predpogoji za ohranjanje pokrajinskih glasbenih tradicij in tudi tradicije gledališkega amaterizma.([32])

5. Spodbujanje domačih in tujih vlaganj v avdiovizualni sektor

S sprejetjem Zakona o spremembah in dopolnitvi Zakona o avdiovizualnih dejavnostih (NN 90/2011) je vzpostavljena zakonska osnova za uvedbo vseobsegajočega paketa zakonskih, fiskalnih in promocijskih ukrepov za pozicioniranje Hrvaške kot destinacije za snemanje in oživljanje te ene od nekoč vodilnih izvoznih vej za dobrobit audivoizualnega sektorja in domačega gospodarstva v celoti.

[32]Prav tam, str. 20-21.

Ta celovit sistem ukrepov in spodbud je namenjen domačim in tujim ekipam, ki svoje projekte realizirajo v Republiki Hrvaški pri čemer uporabljajo tukajšnje lokacije ter tehnične in kreativne storitve domače avdiovizualne industrije. Poleg neposrednega dohodka avdiovizualnega sektorja, ti ukrepi omogočajo neposredni dohodek drugim delom gospodarstva (transport, turizem, trgovina) ter posredne učinke v zvezi z globalno promocijo Hrvaške kot turistične destinacije oziroma nove članice Evropske unije. Po 9. članku navedenega Zakona bo „finančno spodbudo“ (za „vlaganja v proizvodnjo avdiovizualnih del“) „Ministrstvoza kulturo izvršilo v breme državnega proračuna v okviru zagotovljenih sredstev, namenjenih za ukrepe spodbud.“ V oceni potrebnih sredstev za izvedbo Zakona je navedeno, da bodo potrebna sredstva zagotovljena s „prerazporeditvijo v državnem proračunu znotraj limita, predvidenega s projekcijami državnega proračuna za leto 2012 in 2013, vsako leto pa v višini 20 milijonov kunletno“.([33])

Podpora Ministrstva za podjetništvo za **Podjetništvoclustra**.

Predmet javnega razpisa je dodelitev nepovratnih sredstev Ministrstva zapodjetništvo in obrt (v nadaljevanju: Ministrstvo) za Prioriteto 1: Krepitev konkurenčnosti majhnega gospodarstva.

Ukrep A3: Podjetništvo clustra

Razpis je objavljen v dnevnem časopisu in na spletnih straneh Ministrstva za podjetništvo in obrt (vnadaljevanju: Ministrstvo) in HAMAG INVEST-a (www.minpo.hr, www.hamaginvest.hr), prijave pa se sprejemajo izključnood 31.03.2014 (v skladu z8. točko tega Odprtega javnega razpisa). Javni razpis je odprt do porabe sredstev, vendar ne dlje kot do 31.10.2014.

Prioriteta javnega razpisa je spodbujanje povezovanja in povezovanja gospodarskih subjektov v clustre s ciljem povečanja njihove konkurenčnosti ter spodbujanja inovativnosti, s hitrejšim in močnejšim vstopom na mednarodne trge, insodelovanja z znanstveno-raziskovalnimi institucijami in enotami lokalne in regionalne samouprave.

Cilji razpisa so:

- Izboljšati učinkovitost proizvodnje in proizvodnih procesov na trgu malih in srednjih

[33]Prav tam, str. 26.

gospodarskih subjektov, združenih v clustre, ter z nadaljnjim povezovanjem omogočiti krepitevnjihovih proizvodnih kapacitet in širjenje proizvodnega asortimana

- Spodbujati clustre in clustrske iniciative k vlaganjem v razvojno-raziskovalne kapacitete s ciljem razvoja in implementacije inovacij in transferja znanja
- Okrepiti mednarodno konkurenčnost obstoječih clustrov na tujih trgih z namenom doseganja boljših poslovnih rezultatov, gospodarske rasti ter povečanja izvoza
- Razvijati in krepiti clustrske iniciative po regijah
- Povečati konkurenčnost izdelkov in storitev clustrov in članic, njihovo prepoznavnost, produktivnost, inovativnost ter uporabo novih tehnologij
- Odpiranje novih delovnih mest ter ohranjanje obstoječih.

V proračunu Ministrstva je za proračunsko aktivnost A817060 načrtovanih skupaj 3.750.000,00 kun za dodelitev nepovratnih podpor na podlagi javnega razpisa.

Javni razpisje namenjen subjektom majhnega gospodarstva, ki jih definira Zakon o spodbujanju razvoja majhnega gospodarstva (NN št. 29/02, 63/07, 53/12 in 56/13). S spremembami Zakona o spodbujanju razvoja majhnega gospodarstva (NN št. 29/02, 63/07, 53/12 in 56/13) iz maja 2012 je kategorizacija velikosti podjetnikov usklajena s Priporočilom Evropske komisije 2003/361/EC z dne 6. maja 2003.

„Posebni cilj 2.1. Spodbujanje obrtništva v funkciji razvoja obrtništva

Posebna pozornost je namenjena spodbujanju in ohranjanju manj dohodkovnih obrtniških dejavnosti – tradicijskih obrti, ki pri svojem delu uporabljajo pretežno ročno delo, s tehnikami proizvodnje pa se opirajo na tradicijsko kulturo ter umetniških obrti, ki jih odlikujejo izdelki in storitve visoke estetske vrednosti in kakovostni dizajn s poudarjeno ustvarjalnostjo in individualnostjo mojstrov obrtnikov.“([34])

Strategija razvoja podjetništva 2013-2020 ne omenja KKI.

UKREP A: RAZVOJ MIKRO PODJETNIŠTVA IN OBRTI

[34]MINPO, Strateški plan za obdobje 2012-2014, str. 22, p. 4. // *enako piše v načrtu 2013-2015 // načrt 2014-2016 ima vnos v tabeli podpor kreativne industrije, edina omemba//*

Cilji Ukrepa A so bili podpreti rast in razvoj ter povečati konkurenčnost mikro-podjetnikov s ciljano podporo vlaganjem, namenjenih zaposlovanju, rasti in razvoju, nadalje podpreti konkurenčnost proizvodov in storitev zadrug s spodbujanjem močnejšega združevanja in omreževanja zadrug ter podpreti rast in razvoj clustra z vlaganjem v transfer znanja in krepitev razvojno-raziskovalnih kapacitet s ciljem razvoja novih proizvodov in storitev.

Ukrep A: Razvoj mikropodjetništva in obrti je zajemal naslednje aktivnosti:

1. Aktivnost A1: Mikropodjetništvo in obrt

2. Aktivnost A2: Podjetništvo kreativnih industrij

3. Aktivnost A3: Mladi v podjetništvu in podjetniki začetniki

4. Aktivnost A4: Zadružno podjetništvo

5. Aktivnost A5: Krepitev poslovne konkurenčnosticlustra

Dodeljenih je bilo 124 nepovratnih podpor, skupno v višini 22.039.108,11 kun, povprečen znesek dodeljene podpore je bil 177.735 kun.

V okviru Aktivnosti A1 Mikropodjetništvo in obrt je bilo prejetih vsega 728 prijav, od tega jih je 66 odobrenih, v skupnem znesku 12.177.564,10 kun. Delež dodeljenih podpor v skupnem številu prijav je znašal 9%. Povprečen znesek dodeljene podporeje bil 184.508,55 kun.

V okviru Aktivnosti A2 Podjetništvo kreativnih industrijje bilo prejetih vsega 70 prijav, od tega jih je 17 odobrenih, v skupnem znesku 2.993.662,40 kun. Delež dodeljenih podpor v skupnem številu prijav znaša 24%. Povprečen znesek dodeljene podpore je bil 176.097,79 kun.

Povprečen znesek podpore leta 2013 je bil za 12% večji kot leta 2012 oziroma za kar več kot dvakrat kot leta 2011. Podjetniški impulz 2014.

V okviru Aktivnosti A3 Mladi v podjetništvu in podjetniki začetniki je bilo prejetih 279 prijav, od tega jih je 28 odobrenih, s skupnim zneskom v višini 3.753.512,36 kun. Delež dodeljenih podpor v skupnem številu prijav je znašal 10%. Povprečen znesek dodeljene podporeje znašal 134.054,01 kun Povprečen znesek dodeljene podpore podjetnikom začetnikom je povečan za 55% - s povprečne podporev višini 86.150 kun v letu 2012 na 134.050 kun v letu 2013.

V okviru Aktivnosti A4 Zadružništvo je bilo prejetih skupaj 25 prijav,od tega jih je 6 odobrenih, s skupnim zneskom v višini 1.012.317,18 kun. Delež dodeljenih podpor v skupnem številu prijav je znašal 24%. Povprečen znesek dodeljene podpore je bil 168.719,53 kun.

V okviru Aktivnosti A5 Krepitev poslovne konkurenčnosti clustra je bilo prejetih skupaj 23 prijav, od tega je bilo 7 odobrenih, v skupnem znesku 2.102.052,07 kun. Delež dodeljenih podpor v skupnem številu prijav je znašal 30%. Povprečen znesek dodeljene podpore je bil 300.293,15 kun.

UKREP A: Razvoj mikropodjetništva in obrti

Tabela 3: Pokazatelji rezultata za Ukrep A: Razvoj mikro podjetništva in obrti

NAČRTOVANI REZULTATI	DOSEŽENI REZULTATI
100 dodeljenih podpor	124 dodeljenih podpor
Spodbuditi razvoj 8 zadrug	Spodbujen razvoj 6 zadrug
Spodbuditi razvoj 6 clutrov	Spodbujen razvoj 7 clustrov

S spremembami in dopolnitvami Državnega proračuna Republike Hrvaške za leto 2013 in projekcijami za leti 2014 in 2015, objavljenimi 6. 5. 2013 (NN 53/13), je skupni proračun Aktivnosti A4: Zadružništvo zmanjšan na 1.000.000 kuna, zato načrtovan rezultat ni bil v celoti dosežen.

V okviru Aktivnosti A2 Podjetništvo kreativnih industrijje bilo prejetih skupaj 70 prijav, od tega jih je 17 odobrenih, v skupnem znesku 2.993.662,40 kun. Delež dodeljenih podpor v skupnem številu prijav je znašal 24%. Povprečen znesek dodeljene podpore je bil 176.097,79 kun. (za leto 2013)([35])

Ministrstvo za gospodarstvo ima z Zakonom definirane spodbudne ukrepe, aktivnosti kreativnih storitev so na seznamu tistih aktivnosti, katerim se odobravajo spodbude.([36])

V **Zadru je odprt Center kreativne industrije,** financiran iz EU sredstev (IPA, znesek v višini 647.000 €), ni podrobnosti.([37])

Center kreativne industrije CreatiVA v Varaždinuhttp://www.tp-vz.hr/index.php?content=pocetna

[35] http://www.minpo.hr/UserDocsImages/Poduzetni%C4%8Dki%20impuls%202014..pdf
[36] http://www.mingo.hr/page/poticajne-mjere-1
[37] http://www.zadra.hr/projekti/regionalni-projekti/
http://www.057info.hr/vijesti/2013-02-09/umjesto-centra-za-mlade-centar-kreativnih-industrija

„Podjetniški impulz“ – Program spodbujanja podjetništva in obrti za leto 2013

Na zasedanju Vlade RH dne 24. januarja 2013 je bil sprejet novi Podjetniški impulz za leto 2013. Prvi natečaji so bili objavljeni 2. februarja 2013 in trajajo do porabe sredstev. Ta dokument vsebuje cilje, projekte, uporabnike, ukrepe, aktivnosti in spodbudna sredstva podjetništva in obrti za leto 2013 v skladu s Programom Vlade RH za mandat 2011-2015. Vir: Ministrstvo za podjetništvo in obrt http://www.minpo.hr/default.aspx?id=283.

Cilji 2014:

- Poenostavitev in pospeševanje procedur za ustanovitev novih subjektov majhnega gospodarstva.
- Ustvarjanje poceni virov financiranja za poslovne in razvojne načrte majhnega podjetništva in obrti.
- Izboljšanje sistema podpor in olajšav za vzpostavitev in razvoj inovativnih podjetij.
- Razvoj učinkovitega delovanja podjetniške infrastrukture.
- Spodbujanje združevanja v zadruge.
- Spodbujanje povezovanja v clustre.
- Sofinanciranje mednarodne promocije in sodelovanja majhnega gospodarstva.
- Širitev organizirane strokovne pomoči in izobraževanja.
- Podpora promoviranju podjetništva.

V okviru programa je predvidena med drugim tudi podpora podjetništvu kreativnih industrij (3.000.000 HRK) in podpora ohranjanju tradicijskih in umetniških obrti (5.000.000 HRK).

V okviru institucionalne podpore ministrstva pa je predviden, med drugim, tudi Hrvaški cluster konkurenčnosti kreativnih in kulturnih industrij. Združenje članov kreativnih in kulturnih industrij na Hrvaškem je nastalo na iniciativo Ministrstva za gospodarstvo RH s ciljem krepitve konkurenčnosti. Njihova misija je krepitev konkurenčnosti kreativne in kulturne industrije s ciljem promocije pametnega, trajnostnega in vključujočega razvoja z oblikovanjem izgleda Republike Hrvaške, kot kreativne zemlje z bogato kulturno dediščino in tradicijo.

Osnovni cilj Hrvaškega clustra konkurenčnosti kreativnih in kulturnih industrij je prispevek k uresničevanju misije in ustvarjanju dolgoročnega trajnostnega modela krepitve konkurenčnosti

sektorja z izvedbo ukrepov in aktivnosti, uvrščenih v 5 prioritetnih področij:

1. Krepitev institucionalne in infrastrukturne podpore razvoju kreativne in kulturne industrije.

2. Močnejša podpora raziskovalno-razvojnih aktivnosti, inovacij, eksperimentov in podjetništva v kreativni in kulturni industriji.

3. Razvoj človeških virov.

4. Izboljšanje dostopa do financiranja.

5. Pospešitev učinkov prelivanja kreativne in kulturne industrije na druge industrije in družbo v celoti.([38])

Za kreativni sektor na Hrvaškem bo dostopen program Evropske unije Kreativna Evropa 2014–2020, vreden 1.8 milijard €, in tudi sredstva iz skladov Kohezijske politike, organiziranje clustra je vsekakor eden najpomembnejših predpogojev za črpanje teh sredstev.([39])

Krepitev mednarodne prepoznavnosti Reke kot mesta kulture in kreativnosti

Prepletanje srednjeevropske in sredozemske kulture, ki se kaže tako v materialni, kot tudi v nematerialni dediščini, je posebno kulturno bogastvo in značilnost Reke. V tem smislu mora Reka graditi svoj mednarodni izgled mesta, ki se asociativno povezuje s kulturnimi značilnostmi in vrednotami. Sestavni del tega je podoba sredozemskega mesta, ki je s svojo zgodovinsko tradicijo tesno povezano s srednjeevropskim kulturno-civilizacijskim krogom. Z drugim besedami, treba je pozicionirati in prepoznati Reko kot mesto kulture oziroma kot kreativno mesto (blagovna znamka). K prepoznavnosti prispeva krepitev značilnosti kulturno-turistične ponudbe, po kateri bo Reka prepoznavna v regionalnem, nacionalnem in mednarodnem okolju. Glede na bogato kulturno ponudbo v širšem regionalnem okolju (Trst-Ljubljana-Zagreb) mora mednarodna prepoznavnost Reke temeljiti na specifičnosti in odličnosti ponudbe kulturnih vsebin.

[38] https://www.linkedin.com/company/hrvatski-klaster-konkurentnosti-kreativnih-i-kulturnih-industrija https://www.facebook.com/Klaster.kreativnih.i.kulturnih.industrija/info

[39] http://www.vecernji.hr/kompanije-i-trzista/osnovan-klaster-konkurentnosti-kreativnih-i-kulturnih-industrija-542429

Za večjo kulturno prepoznavnost Reke v evropskem okolju je potrebna sistemska promocija kulturnih manifestacij mednarodnega značaja ter promocija izjemnih dosežkov reških umetnikov. Poleg tega je nujno okrepiti marketinško promocijo programa kulturnih ustanov. Organizatorji kulturnih programov bi se morali v večji meri povezovati s ciljem konsolidacije kulturnih manifestacij. Velike kulturne manifestacije kot so festivali, sejmi in karnevali privlačijo največ medijske pozornosti. K promociji Reke prispevajo tudi gostovanja eminentnih umetnikov ter razvijanje čezmejnega in mednarodnega sodelovanja ter programske izmenjave z uglednimi tujimi kulturnimi institucijami.

Kulturna identiteta Reke temelji tudi na multi kulturnosti in multietničnosti. Različne nacionalne kulture so v zgodovini pustile prepoznavne sledi, tako v arhitekturi, kot tudi v specifični reški mentaliteti. V tem kontekstu krepitev kulturnih vezi in sodelovanje z mesti iz Jugovzhodne Evrope prispeva k večji prepoznavnosti Reke kot kozmopolitanskega mesta, odprtega za različne kulturne vplive.“([40])

Podpora kulturnim in kreativnim industrijam mesta Reke je dana skozi naslednja dva cilja:

Cilj 1: Izdelava in izvedba programa hitrejšega razvoja kulturnih in kreativnih industrij

Obrazložitev: cilj razvoja kulturnih in kreativnih industrij ni promoviranje podjetniških projektov v kulturnih dejavnostih, ki se redno financirajo iz mestnega proračuna, saj ni realno pričakovati, da lahko kulturni programi na teh področjih temeljijo na tržnih načelih. Namesto tegaje potrebno razvijati nove proizvode in vsebine, ki bodo vsebovale dodano vrednost kot rezultat (umetniško) ustvarjalnega in (tehnološko) inovativnega pristopa. Pri tem mislimo na proizvode, kot so: proizvodnja programske opreme, multimedijskih računalniških iger, video in glasbeno produkcijo, arhitekturo, dizajn, nove medije itd. Za doseganje tega cilja je nujno najprej sestaviti program aktivnosti s konkretnimi smernicami in prioritetnimi projekti. V programskem smislu se bo razvoj kulturnih in kreativnih industrij spodbujal s promocijo svetovnega srečanja kreativcev ''Republika'' kot mednarodno prepoznavne letne manifestacije.

Ukrepi:

- Izdelava programa razvoja kulturnih in kreativnih industrij na Reki do leta 2020
- Definiranje nosilcev programskih aktivnosti, smernic in prioritetnih projektov

[40]Strategija kulturnega razvoja Mesta Reka 2013 – 2020, str. 22-23.

- Ustvarjanje prepoznavnosti in promocija Reke kot ''kreativnega mesta'' v nacionalnem in mednarodnem okolju
- Razvijanje svetovnega srečanja kreativcev ''Republika'' kot mednarodno prepoznavne blagovne znamke
- Krepitev menedžmenta v kulturnih ustanovah

Kazalci uspešnosti:

- Izdelan program razvoja kulturnega in kreativnega sektorja do leta 2020
- Definirani programski nosilci, smernice in prioritetni projekti
- Število promocijskih aktivnosti s ciljem razvoja blagovne znamke ''Reka – kreativno mesto''
- Mednarodna prepoznavnost festivala kreativnosti ''Republika''
- Menedžerska znanja s področja kulturnega menedžmenta v kulturnih ustanovah
- Rok: 2013-2015

Cilj 2: Oblikovati spodbudno okolje za mlade kreativce iz ožjih in širših regij

Obrazložitev: glede na dejstvo, da imajo umetniška dela in kulturne dobrine pomen avtorskih del, to je intelektualne lastnine, je kultura ena od dejavnosti, ki lahko prispevajo k hitrejšem okrevanju reškega gospodarstva. Število mladih, izobraženih ljudi na Reki, je po eni strani vse večje, po drugi pa je vse manj možnosti za njihovo zaposlovanje, in tudi za kakršenkoli vir prihodka na področjih, za katera so se izobraževali. S tem ciljem želimo predvsem preprečiti ''beg možganov'' z Reke, vključno z odhodom umetniških talentov v druga hrvaška in tuja mesta ter hkrati spremeniti Reko v mesto, privlačno za mlade kreativce iz drugih delov Hrvaške in sosednjih držav. Pri tem izhajamo iz spoznanja, da je intelektualni in kreativni potencial ključni ekonomski resurs mesta.

Ukrepi:

- Izdelava načrta, oblikovanja t.i. ''kreativne skupnosti'' kot sestavni del programa razvoja kulturnega in kreativnega sektorja
- Vzpostavljanje partnerskih odnosov s ''start-up'' in akademsko skupnostjo
- Iskanje prostora, primernega za raziskovanje in ustvarjanje mladih kreativcev
- Analiza možnosti namestitve „kreativne skupnosti“ znotraj kompleksa bivše tovarne Rikard Benčić ter programskega sodelovanja z drugim uporabniki

- Spodbujanje podjetniških projektov, ki povezujejo ustvarjanje in tehnološke inovacije

Pokazatelji uspešnosti:

- Izdelan načrt povezovanja mladih kreativacev v reško ''kreativno skupnost''
- Vzpostavljeni partnerski odnosi z deležniki s področja akademskega in IKT sektorja
- Najden primeren delovni prostor za mlade kreativce
- Povečano število podjetniških projektov, ki na kreativen način povezujejo umetniško kreacijo in tehnološko inovacijo
- Rok: 2013-2015

3.2 KREATIVNA INDUSTRIJA V ŠTEVILKAH

Hrvaška nima sistematičnega spremljanja letnih podatkov o KKI. Tako v nadaljevanju prikazujemo le nekaj podatkov o KKI, ki so jih posredovale gospodarska in obrtna zbornica županije Reka, ki sta zbrali podatke s strani Državnega zavoda za statistiko.

Tabela 2: Število zasebnih podjetij na Hrvaškem v sektorjih kreativne industrije aprila 2007

Založništvo, tisk, reprodukcija posnetega materiala	2396
Arhitektura, inženirstvo in povezane aktivnosti	1971
Oglaševanje in odnosi z javnostjo	1255
Radijske in televizijske aktivnosti	298
Filmske in video aktivnosti	274

Vir: podatki BIZNET-a in HGKAIG-a.“([41])

Podatki kažejo na to, da je bilo največje število podjetij KKI na Hrvaškem v letu 2007 (še pred NACE 2008) v sektorju založništva, tiska ter reprodukcijskega materiala.

[41]Primorac, Jaka; Private sector of Croatian creative industries in virtualsphere, *ConnectingCroatia*, str. 25, p. 4, 2008.

Tabela 3 : Podatki o obrtnikih na področju KKI registriranih na področju Primorsko-goranske županije

Šifra	SKD	Št.obrti
G4761	Trgovina na drobno v specializiranih prodajalnah s knjigami	3
G4762	Trgovina na drobno v specializiranih prodajalnah s časopisi in revijami	12
G4763	Trgovina na drobno v specializiranih prodajalnah z glasbenimi in video zapisi	1
J5811	Izdajanje knjig	17
J5814	Izdajanje revij in druge periodike	
J5821	Izdajanje računalniških iger	
J5911	Produkcija filmov, video filmov, televizijskih oddaj	18
J5912	Post produkcijske dejavnosti pri izdelavi filmov, video filmov, televizijskih oddaj	
M7111	Arhitekturno projektiranje	11
M7311	Dejavnost oglaševalskih agencij	96
M741	Oblikovanje, aranžerstvo, dekoraterstvo	93
M742	Fotografska dejavnost	
M743	Prevajanje in tolmačenje	
P8552	Izobraževanje, izpopolnjevanje in usposabljanje na področju kulture in umetnosti	2
R9002	Spremljajoče dejavnosti za umetniško uprizarjanje	3
R9003	Umetniško ustvarjanje	7
SKUPAJ		263

Vir: Obrtna zbornica Primorsko-goranske županije 2014

V okviru Obrtne zbornice Primorsko-goranske županije je v letu 2014 registriranih 263 obrtnikov s področja KKI. Največ jih je v dejavnosti oglaševalskih agencij, oblikovanja, aranžerstva, dekoraterstva, fotografska dejavnosti ter na področju prevajanje in tolmačenje.

V Prilogi 1 ter 4 je prikazano število podjetij KKI, število zaposlenih in prihodek 2010-2012 na Hrvaškem in v županiji Primorsko –goranske. V letu je bilo v županiji Hrvaška največje število podjetij, skoraj 30% vseh podjetij KKI (1181, od tega 1174 v malih podjetjih) v oglaševalski dejavnosti in največ zaposlenih, 22% v televizijski dejavnosti. Največ prihodkov od prodaje (27%) je bilo v letu 2012 doseženo v dejavnosti Trgovina na drobno v specializiranih prodajalnah s papirjem in pisalnimi potrebščinami . V Primorsko –goranski županiji je bilo 28% vseh podjetij v oglaševalski dejavnosti ter največ 23% zaposlenih na področju izdajanja knjig, kjer je bil tudi največji prihodek od prodaje (30%).

V Prilogi 3 je prikazan seznam malih in srednje velikih podjetij po občinah in po dejavnostih. Podatki so predloženi s strani Gospodarske zbornice Hrvaške.

Graf 1: Razdelitev KKI po županijskih gospodarskih zbornicah HGK([42]):

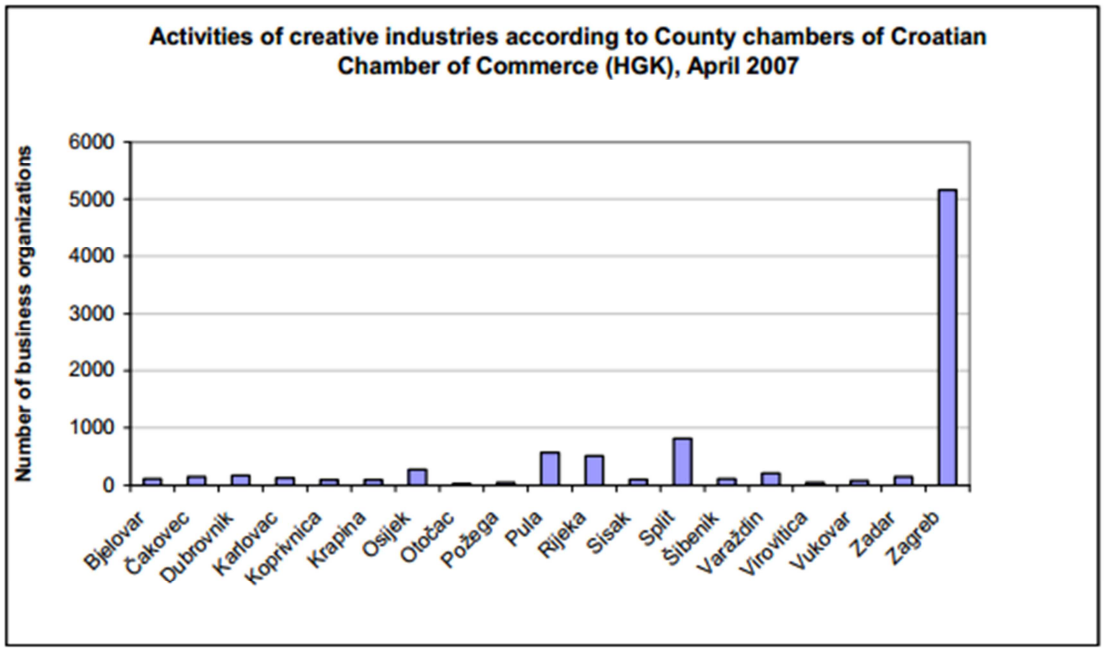

Figure 2. Activities of creative industries according to County chambers of Croatian Chamber of Commerce (HGK), BIZNET, April 2007

[42]Prav tam, str. 29.

Po podatkih gospodarske zbornice je bilo v letu 2007 (pred NACE 2008)največ podjetij KKI v županiji Zagreb.

„Na Hrvaškem je prisoten trend rasti kulturnih in kreativnih industrij: njihov delež v skupni bruto dodani vrednosti hrvaškega gospodarstva se je povečal z 12,1 % v letu 2000 na 13,3 % v letu 2004 (Švob-Đokić in dr., 2008: 76).“([43])

„Med letoma 2004 in 2006 se je razmišljalo o strateškem usmerjenju razvoja mesta skozi kulturo oziroma skozi kulturne in kreativne industrije. V okviru projekta Mestnega urada za kulturo Mesta Zagreb *Organizacijski razvoj in strateško načrtovanje v kulturnih ustanovah in organizacijah mesta Zagreb* (Dragojević in Žiljak, 2008). Kulturne in kreativne industrije se v okviru tega projekta konkretno omenjajo kot zadnja točka na seznamu ciljev kulturne politike. Največji kreativni potencial je viden v „možnosti spremembe namembnosti objektov zgodnje-industrijske arhitekture (kot so *Gorica, Paromlin, Zagrepčanka*) v multifunkcionalne (kulturne, informacijske, izobraževalne) prostore, s katerimi se lahko povežejo tudi kreativne ali kulturne industrije kot področje novih tehnologij“ (Zlatar, 2008). Vendar je do danes ostalo zgolj pri idejnem izhodišču. Izjema so posebne iniciative, kot je razpis mednarodnega natečaja za izdelavo idejne urbanistično-arhitekturne rešitve Bloka Badel 22 in projekta Zagrebški kreativni cluster Gredelj 23. Napredek se kaže tudi v tem, da je Mesto Zagreb, Urad za strateško načrtovanje in razvoj mesta, od Inštituta za razvoj in mednarodne odnose naročil najprej izdelavo študije *Zagreb kot kulturni proizvod: Študija potencialov razvoja mesta skozi kulturne/kreativne industrije* (Jelinčić in Žuvela, 2010) in nato še *Akcijski načrt spodbujanja razvoja kulturnih/kreativnih industrij v mestu Zagreb* (Jelinčić, Žuvela in Polić, 2012), s čimer je postavljen temelj za konkretno delovanje na področju kulturnih/kreativnih industrij.“([44])

„Velja poudariti, da je tudi na Hrvaškem analiza tega področja zanemarjena: ob makroanalizah področja, ki so bile opravljene za potrebe poročila o kulturni politiki Republike Hrvaške (Cvjetičanin in Katunarić, 1998) in izdelave strategije kulturnega razvoja (Katunarić in Cvjetičanin, 2003), obstajajo samo razdrobljene, vendar ne sistematične raziskave te problematike. Razen analize zaposlenosti v kreativnih dejavnostih znotraj konteksta kulturne industrializacije (v. Švob-Đokić, Primorac in Jurlin, 2008), so dostopne tudi posamezne študije o družbenem položaju žensk-umetnic (Kodrnja, 2001),

[43]Što nas čini različitima? Kreativni Zagreb na putu prema kreativnoj Europi, Daniela Angelina Jelinčić, Ana Žuvela, str. 7, p. 3.
[44]Prav tam, str. 10-12.

ženskih vodij v kulturnem sektorju (Adamović, 2011) ter o družbenem položaju oblikovalk vizualnih komunikacij (Barada, 2012). Hkrati je potrebno tukaj omeniti tudi raziskave na to temo, ki so izvedene v regiji jugovzhodne Evrope, kot je študija o položaju kulturnih delavcev v kreativnih industrijah jugovzhodne Evrope (Primorac, 2008) ter problematika fleksibilizacije kulturnega dela v slovenskem kontekstu (Milohnić, 2005).“([45])

Splošni strateški cilji:

Spodbujanje razvoja kulturnih in kreativnih industrij

Čeprav ni uradnih podatkov o točnem številu podjetij s področja kulturnih in kreativnih industrij, se ocenjuje, da na **Reki** samo na področju dizajna in arhitekture deluje 47 podjetij (24 oblikovalskih in 23 arhitekturnih podjetij). Če k temu dodamo pospešeni razvoj „start-up“ skupnosti, lahko rečemo, da Reka razpolaga z bistvenimi potenciali za razvoj t.i. kulturnega in kreativnega sektorja, kjer se kultura povezuje z gospodarstvom, novimi tehnologijami in znanostjo. V najbolj razvitih evropskih državah je ta sektor pomemben dejavnik gospodarskega razvoja, saj napredna gospodarstva temeljijo na znanju, ustvarjanju in inovacijah.

V Evropski uniji prevladuje mnenje, da so kulturne in kreativne industrije ena od gonilnih sil gospodarske rasti in razvoja. Novi program EU „Kreativna Evropa“ (2014-2020) bo podprl kulturni in kreativni sektor s ciljem njunega prispevka k trajnostnemu razvoju in zaposlovanju. Če upoštevamo to dejstvo in z razvojem kulturnih in kreativnih industrij, se bistveno povečujejo možnosti za črpanje sredstev iz tega programa, kar je samo po sebi zadosten razlog za intenzivnejše vlaganje v kulturni in kreativni sektor.

Pri tem velja posebej poudariti, da promoviranje kulturnih in kreativnih industrij ne pomeni spodbujanje podjetniških projektov v tradicionalnih kulturnih dejavnostih, ki zaradi svojih trajnih vrednosti in omejenega števila uporabnikov ne morejo obstati brez javne podpore, temveč predvsem spodbujanje kakovostne proizvodnje na tržno zanimivih področjih, kot sta na primer oblikovanje in arhitektura, ter na drugih področjih, kjer se razvoj in uporaba novih tehnologij povezujeta z neko obliko umetniških kreacij. Spodbujanje razvoja kulturnih in kreativnih industrij torej predpostavlja

[45]Od nesigurnosti do nesigurnosti: rad i zaposlenost u kulturnim i kreativnim industrijama, Jaka Primorac, str. 6-7.

raznolik pristop namesto poenostavljanja, s katerim se od tradicionalnih kulturnih dejavnosti pričakuje, da ustvarjajo kulture dobrine in storitve, namenjene trgu.

Reški kulturni in kreativni sektor nedvomno ima ekonomske potenciale, ki se lahko bolje izkoristijo. Temeljni predpogoj za to je medsektorsko sodelovanje, ki ne sme biti stihijsko, temveč rezultat strateškega pristopa. V tem smislu se mora izdelati načrt aktivnosti in povezati ključne deležnike s področja kulture, IKT sektorjev, gospodarstva in znanosti.

3.3. PREGLED KREATIVNIH INDUSTRIJ IN IDENTIFIKACIJA SUBJEKTOV, KI SE UKVARJAJO Z RAZLIČNIMI SEGMENTI KREATIVNEGA SEKTORJA

Hrvaški avdiovizualni center (HAVC)

HAVC je vladna strateška agencija za avdiovizualni sektor na Hrvaškem. Cilj je podpora uspešni avdiovizualni industriji, kot tudi promocija najširši zabavi in razumevanja avdiovizualnega dela na Hrvaškem. HAVC je bila ustanovljena leta 2008 na osnovi novega Zakona o Avdiovizualnih aktivnostih sprejetega v Hrvaškem Parlamentu Julija 2007. HAVC je bila financirana s strani državne pomoči in prispevkov uporabnikov avdiovizualnega dela (gledališča, digitalni, kabelski in satelitski operaterji, telekom,itd.
Javna sredstva so zagotovljena za razvoj, produkcijo, promocijo in prodajo hrvaškega filma v tujini, festivalov, programov za širšo publiko, podpora izobraževanju, kulturi in arhivom, kot tudi za učenje in usposabljanje.

Podjetniški inkubator „Tvornica ideja“

Podjetniški inkubator „Tvornica ideja“/*Tovarna idej, op. prev.*/ **v Dubrovniku** spodbuja na znanju temelječe storitve in pod svojim okriljem vključuje mlada podjetja, ki se usposabljajo za uspešno poslovanje. Podporo, ki jo dobijo: brezplačno dostopne pravne, računovodske in marketinške storitve ter izobraževanje in svetovanje za iskanje finančnih sredstev preko projektov. Od 11 podjetij v inkubatorju, jih je 6 s področja KKI.

Zagrebški kreativni cluster Gredelj

Projektna ideja, ki jo skupaj razvijajo Mesto Zagreb, Mestni urad za strateško načrtovanje in razvoj Mesta, v sodelovanju z Zagrebškim holdingom, Služba za upravljanje s premoženjem, s svetovalno pomočjo, ki jo je zagotovilo Ministrstvo za regionalni razvoj in EU sklade. Potencial Mesta Zagreb za ustanovitev kreativnega clustra je razvidna iz dejstva, da je Mesto Zagreb hrvaško središče kulturnih/kreativnih industrij (ocenjuje se, da je 98 % filmske in glasbene industrije koncentrirano v Zagrebu, ugotovljen pa je tudi velik odstotek arhitekturnih, oblikovalskih in oglaševalskih podjetij, ki so registrirane v Mestu).

Pod imenom "kreativni cluster" razumemo tudi geografsko koncentracijo kreativnih industrij. Cilj je pritegniti profesionalce iz kreativnih industrij v neizkoriščene prostore na lokaciji Gredelj, jim omogočiti skupno infrastrukturo, medsebojno omreževanje in povezovanje z naročniki in modeli implementacije kreativnih zamisli.

Anketa potencialnih članov clustra, ki je bila opravljena v Združenju hrvaških arhitektov in Hrvaškem društvu oblikovalcev ter med podjetji, katerih kreativno področje zajema izdelavo multimedijske in programske opreme, je pokazala interes in skoraj absolutno podporo fizičnemu povezovanju kreativnih industrij na lokaciji Gredelj. Načrtovana je rekonstrukcija in preoblikovanja dveh obstoječih stavb (zavarovani na nacionalni ravni kot "industrijska dediščina") s ciljem razvoja mestnega kreativnega clustra.

Ministrstvo za regionalni razvoj in EU sklade financira tehnično (svetovalno) pomoč priprave tega projekta v sklopu svojega Programa priprave in izvedbe razvojnih projektov, sprejemljivih za financiranje iz skladov Evropske unije, v najavi pa je možno sofinanciranje priprave arhitekturne projektne dokumentacije, s končnim ciljem sofinanciranja investicije v okviru prihodnjih operativnih programov, financiranih iz EU skladov.

Projekt kreativnega clustra Gredelj je eden od dveh projektov, s katerima Mesto Zagreb sodeluje v dveh mrežnih projektnih idejah Severozahodne Hrvaške, ki ju je Ministrstvo izbralo za nadaljnjo obravnavo in tehnično pomoč. Zagrebški kreativni cluster Gredelj je zamišljen kot del

regionalnega projekta "Ustvarjanje predpogojev za trajnostno podporo razvoja konkurenčnosti gospodarstva in za nadaljnji razvoj tehnološke infrastrukture v Severozahodni Hrvaški". V regionalnem projektu "Severozahodna Hrvaška – Regija digitalnih muzejev" Mesto sodeluje s predlogom ureditve Muzeja čutil v tunelu Grič.

Cool Industries for the Creative City

Inštitut za razvoj in mednarodne odnose (IRMO) je v obdobju od oktobra 2013 do aprila 2014 izvajal projekt CoolIndustriesfortheCreativeCity (CICC). Usmerjen je k izgradnji kapacitet kulturnih/kreativnih industrij mesta Zagreb. To je raziskovalno-svetovalni projekt in je nadaljevanje predhodnih aktivnosti IRMO Oddelka za kulturo in komunikacije na področju kulturnih/kreativnih industrij ter predstavlja fazo uvajanja kulturnih/kreativnih industrij v zagrebške javne politike.

Rezultati projekta bodo vidni skozi naslednje aktivnosti: uvajanje kulturnih/kreativnih industrij v zagrebške javne politike; izgradnja človeških in institucionalnih kapacitet preko izobraževalnih aktivnosti ter osnovanje središčne točke za kulturne/kreativne industrije (Center za kulturne/kreativne industrije); omreževanje relevantnih dejavnikov; medijska kampanja za zagrebške kulturne/kreativne industrije in promocija njihovih proizvodov.

Pomembnost in korist projekta bo razvidna v celotnem razvoju mesta, predvsem v povečanju dohodkov od kulturnih/kreativnih industrij, v urbanem razvoju in razvoju kulturnega turizma, ter v povečanju živahnosti mesta. Poleg tega je cilj projekta raznolikost turistične ponudbe, povečanje ekonomske konkurenčnosti mesta in ustvarjanje novih kreativnih proizvodov.

Projekt financira UNESCO Sklad za kulturno raznolikost([46]), koordinator projekta pa je dr. sc. Daniela Angelina Jelinčić([47]).

[46] http://www.unesco.org/culture/cultural-diversity/2005convention/en/internationalfund/project/506/
[47] http://irmounesco.azurewebsites.net/

Start-up inkubator za mlade, Reka

„Februarja 2013 je **Mesto Reka** odprlo **Start-up inkubator za mlade,**da bi jim tako omogočili podjetniško infrastrukturo za razvoj njihovih poslovnih idej. Mesto Reka je za potrebe *Start-upa* pretvorilo poslovne prostore v Ružićevi ulici 14/I (134 m²) in 14/II (133 m²), skupne površine 267 m². Prostor je prilagojen mlajši populaciji za oblikovanje pogojev za razvoj novih podjetniških idej. Cilj *Start-up* inkubatorja je oblikovanje spodbudnega okolja za samozaposlovanje mladih preko realizacije lastnih poslovnih idej ter dviga delovnih kompetenc za zaposljivost mladih ter vpliv na razvoj podjetniške kulture mladih.

Reški *Start-up* inkubator je pilotni projekt Mesta Reka, namenjen študentom Univerze in Visoke šole, mladim osebam ali timom do 29 let. Mladi imajo v *Start-upu* zagotovljen prostor, opremo ter mentorsko in svetovalno pomoč. V inkubatorju je v obdobju šestih mesecev, brez nadomestila, na voljo podpora fizičnim osebam pri osmišljanju in vzpostavitvi poslovnih modelov ter inovativni načini reševanja problemov. Strokovno pomoč pri realizaciji lastne ideje zagotavljajo mentor ter osebni kontakti s strokovnjaki iz gospodarstva ali akademske skupnosti. 28 mentorjev nudi pomoč mladim, kreativnim in izobraženim ljudem pri prilagajanju njihovih poslovnih idej dejanskim tržnim zahtevam, v smislu razgradnje ideje, pravice do varstva intelektualne lastnine, marketinga, poslovnih kontaktov in podobno.

Od februarja do konca junija leta 2013 je *Start-up* inkubator sprejel 15 timov, ki štejejo 35 mladih ljudi. Timi razgrajujejo svoje ideje s področja IT tehnologije, turizma in produkt-dizajna. V sodelovanju s *Start-upom* bo RRA *Porin*izdelal poslovni načrt za vsak projekt in s tem pomagal mladim, da svoje ideje realizirajo na trgu.

Start-up inkubator vse navedeno omogoča z novo obliko podjetniške infrastrukture, ki mladim osebam brez osnovane obrti ali trgovskega podjetja,nudi podporo pri začetnem razvoju in vzpostavitvi poslovnih modelov“([48]).

Splošni program ukrepov spodbujanja razvoja podjetništva na področju mesta Reke:

[48]Strategija razvoja Mesta Reke 2014 - 2020, str. 63, p. 1-4.

Ukrep	Programi razvoja podjetniških sposobnosti mladih
Cilji	Razvoj kreativnosti in inovativnosti ter podjetniških kompetenc
Nosilci	Mesto, Oddelek mestne uprave za podjetništvo s partnerji
Uporabniki	Učenci sedmega in osmega razreda osnovnih šol in učenci srednjih šol na področju mesta
Izvedba	Izdelava predlogov kurikuluma in organizacija izvedbe

Ukrep	Startup inkubator
Cilji	Ustvarjanje spodbudnega okolja za samozaposlovanje mladih z realizacijo lastnih poslovnih idej, krepitev delovnih kompetenc za zaposljivost mladih in vpliv na razvoj podjetniške kulture mladih
Nosilci	Mesto, Oddelek mestne uprave za podjetništvo
Uporabniki	Mladi do 29 let in študenti
Izvedba	Izvedba programa inkubiranja v trajanju do 6 mesecev po posebnem Programu.

Ukrep	Program: “Inkubator za kreativne industrije”
Cilji	Krepitev konkurenčnosti kulturnega in kreativnega sektorja skozi razvoj kreativnosti, veščin in talentov

	posameznikov ali skupin kot potenciala za ustvarjanje dobička, novih delovnih mest ter uporabe intelektualne lastnine, ki v končni fazi prispeva h gospodarski rasti in celotnemu razvoju mesta
Nosilci	Mesto, Oddelek mestne uprave za kulturo in Oddelek mestne uprave za podjetništvo
Uporabniki	Pravne osebe, obrtniki in fizične osebe svobodnih poklicev na področju dejavnosti: informacijsko komunikacijskih tehnologij – IKT (proizvodnja programske opreme, NKD2007, Področje J, Oddelek 62, razred 62.01 – Računalniško programiranje multimedijskih računalniških iger, DVD in video produkciji, novi mediji in medijske komunikacije, glasba in glasbeno-scenska umetnost, arhitektura, oblikovanje, grafika, modno oblikovanje, nova medijska kultura in moderni načini oglaševanja
Izvedba	Nudenje storitev podpore razvoja projektov po podjetniških načelih, omogočanje ugodnih prostorskih pogojev v fazi razvoja kreativnih idej ter predstavitve dela in dosežkov posameznikov in subjektov kulturnih in kreativnih industrij

Mreža za razvoj in kreativnost – MRAK

Društvo MRAK-Mreža za razvoj in kreativnost je nastalo s ciljem spodbujanja ljudi k razvijanju prilagodljivosti na spremembe, k novim oblikam razmišljanja in kreativnosti ter da bi jih spodbudili, da vse to uporabijo v vsakodnevnih situacijah in s tem razširijo svoje možnosti in uspešnost.

Hitrost, s katero se razvija svet, zahteva kreativni pristop v vseh segmentih, kajti le tako lahko sledimo napredkom in inovacijam, s katerimi smo vsakodnevno soočeni. Pred nekaj več kot petnajstimi leti nismo imeli računalnikov, faksov, mobilnih telefonov in tudi ne takšne konkurence. Poslovni ljudje na različnih pozicijah v podjetjih različnih profilov morajo nujno okrepiti kapacitet o generiranja inovacij. Včerajšnji pristopi, tehnike in prakse preprosto ne zadovoljujejo današnjih potreb.

To spoznanje je spodbudilo nastanek društva Mreža za razvoj in kreativnost – MRAK. Osnovana je s ciljem promoviranja, razvoja, obeleževanja in afirmiranja kreativne možnosti vsake osebe, družine, izobraževalne ustanove, poslovnega okolja, državne strukture ali upravnih odborov podjetij,da bi definirali nove situacije, generirali nove možnosti in nato rešili izzive na popolnoma nove načine.

Osnovna misija društva je promoviranje kreativnosti in njene večkratne uporabnosti skozi opazovanje, ocenjevanje in publiciranje potencialov kreativnosti, promoviranje inovacij in dizajna z organizacijo razstav in urejevanja muzejskih prostorov ter razvijanje programa mednarodnega sodelovanja ter vključevanje v delo sorodnih društev, pravnih oseb in institucij.

Dejstvo, da je v svetu kreativnost sprejeta kot pomemben faktor tudi v samem poslovanju, ter da se vsako leto obeležuje svetovni dan kreativnosti, je poudarek, na katerem temelji delo društva na področju krepitve s sorodnimi organizacijami na Hrvaškem in izven nje.

„Danes najustvarjalnejši posamezniki razvijajo vse vidike svoje kreativnosti brez omejitev,ki jih tej kreativnosti postavljajo zdaj že zastarele kategorije. Proizvodi so postali bogati z različnimi informacijami in so kot takšni postali neprecenljiv naravni resurs. Vendar ti resursi niso več zakopani globoko v zemljo, ko tisti iz pretekle industrijske revolucije. Ti resursi so shranjeni v človekovem umu, v njegovih izkušnjah, vsakodnevnem govoru, načinu oblačenja. Vse to je postalo eden od najpomembnejših resursov enega naroda. Popolnoma je jasno, da so danes najuspešnejše ekonomije tiste, ki svetu izvažajo svojo kulturo,“je poudarila predsednica društva Ivana Nikolić.([49])

[49] http://www.mrak.com.hr/o-mraku.htm

Dan kreativnosti in inovativnosti

Začetek dneva kreativnosti in inovativnosti sega v leto 2008 po vzoru Svetovnega dne kreativnosti in inovativnosti, ki je prvič obeležen leta 2002, da bi spodbudil ljudi k intenzivnejši uporabi kreativnosti in usmerjeno upravljanje s kreativno inteligenco v zasebnem in korporativnem okolju.

Dan kreativnosti in inovativnosti je v skladu z najaktualnejšo temo hrvaške tranzicijske resničnosti– neizogibno potrebo po hitrejšem, univerzalnem in globalnem razvoju. Povsem jasno je, da je kreativnost danes najučinkovitejši razvojni generator. Zato je naš cilj z letnimi konferencami na enem mestu akumulirati kreativno energijo in spodbuditi pregled trendov, evaluacije in pričetek kreativnih in inovativnih konceptov v vseh društvenih in gospodarskih področjih na Hrvaškem. Iz leta v leto se na konferenci zberejo vodilni hrvaški in tuji strokovnjaki – znanstveniki, gospodarstveniki, kreativci, kulturniki, delavci v zasebnem in javnem sektorju, otroci in mladi, s ciljem omreževanja znanja in širjenja novih idej za razvoj naše družbe.([50])

Cluster konkurenčnosti kreativnih in kulturnih industrij

V sklopu 6. Dneva kreativnosti in inovativnosti je bil v Puli ustanovljen dolgo pričakovani cluster konkurenčnosti kreativnih in kulturnih industrij na iniciativo Ministrstva za gospodarstvo, z operativno podporo Agencije za investicije in konkurenčnost.

Ustanovitev clustra je izjemno pomembno tako za segment kreativne in kulturne industrije, ki je s formiranjem tega clustra končno dobil priznanje v segmentu gospodarstva, kot tudi za ekonomijo nasploh. Cilj clustra je uresničiti kakovostno medsektorsko povezovanje ter vse segmente javne uprave izobraziti o pomembnosti razvoja identitete, od proizvodov do pametnih in kreativnih mest, ter identitete Hrvaške nasploh.

Cluster konkurenčnosti kreativne in kulturne industrije je četrti cluster, osnovan na iniciativo Ministrstva za gospodarstvo s ciljem krepitve konkurenčnosti. Ministrstvo za gospodarstvo je do zdaj razvilo lesni ter živilski cluster in cluster za predelavo kovin, v načrtu pa jih še osem.

V prilogi 2 so naštete še nekatere druge iniciative na področju KKI na Hrvaškem.

[50] http://dki.mrak.com.hr/dki.html

3.4. PREGLED USKLAJENOSTI NACIONALNIH SPODBUD Z MEDNARODNIMI USMERITVAMI IN TRENDI

Čeprav lahko tudi v Republiki Hrvaški opazimo mednarodne trende povečevanja deleža kreativne industrije v skupnem BDP-ju([51]) ter povečanje števila oseb znotraj te industrije([52]), ni strateškega dokumenta, ki bi na enem mestu zajel vse podatke in podal smernice za nadaljnji razvoj in podporo KKI.

Problematiko KKI na Hrvaškem kontinuirano in sistematično spremlja izključno Oddelek za kulturo in komunikacije Inštituta za razvoj in mednarodne odnose v Zagrebu([53]), njihovo znanstveno delo pa je vključeno tudi v Študijo([54]) in Akcijski načrt([55]) spodbujanja razvoja KKI mesta Zagreb. Spremljanje podatkov dejavnosti poslovnih subjektov KKI na Hrvaškem je usklajeno s Standardno klasifikacijo dejavnosti NACE 2008 na EU ravni.

Ministrstvo za kulturo, Ministrstvo za gospodarstvo in Ministrstvo za podjetništvo in obrt nominalno podpirajo KKI s programi financiranja (*Podjetništvo v kulturi*, *Podjetniški impulz*, *Program javnih potreb v kulturi*), vendar ti izolirani programi in podpore niso del širšega načrta in programa, ki bi pomagal razvoju KKI. Njihovi programi so usmerjeni na podpore posameznim dejavnostim znotraj

[51] Jelinčić, Daniela Angelina; Žuvela, Ana. Što nas čini različitima? Kreativni Zagreb na putu prema kreativnojEuropi. // *Medijske studije / MediaStudies*. 4 (2013), str. 2, p. 4. (http://bib.irb.hr/prikazi-rad?&rad=639377)

[52] Primorac, Jaka; PrivatesectorofCroatiancreativeindustries in virtualsphere, *ConnectingCroatia*, str. 28, 2008.

[53] Švob-Đokić, Nada; Primorac, Jaka; Jurlin, Krešimir. Kultura zaborava. Industrijalizacija kulturnih djelatnosti. Zagreb: Naklada Jesenski i Turk ; Hrvatsko sociološko društvo, 2008 (monografija).

Primorac, Jaka. Od globalne kulturne industrije do kultura niša: Kulturna potrošnja i kulturna proizvodnja u Hrvatskoj // Kultura/Multikultura / Švob-Đokić, Nada (ur.). Zagreb : Naklada Jesenski i Turk, Hrvatsko sociološko društvo, 2010. Str. 49-67.

Primorac, Jaka. Od nesigurnosti do nesigurnosti: rad i zaposlenost u kulturnim i kreativnim industrijama. // *Revija za sociologiju*. 42 (2012) , 1; 5-30 (pregledno delo, znanstveno)

Jelinčić, Daniela Angelina; Žuvela, Ana. Što nas čini različitima? Kreativni Zagreb na putu prema kreativnojEuropi. // *Medijske studije / MediaStudies*. 4 (2013) , 7; 75-92 (pregledno delo, znanstveno).

[54] http://bib.irb.hr/prikazi-rad?&rad=538769

[55] http://bib.irb.hr/prikazi-rad?&rad=618367

kulturnega sektorja (npr. založništvo, film, itd.), majhnim in srednjim podjetnikom v KKI, združevanju v clustre */grozde, op. prev./* ali v smislu inkubatorja za start-up podjetja (*Podjetništvo kreativnih industrij*[56]*) in Izboljšanje podjetniškega okolja: Tehnološki parki, poslovni inkubatorji in podjetniški akceleratorji*[57]*); Razvojne agencije, podjetniški centri in centri kompetence*[58]*); Internacionalizacija poslovanja*[59]). Čeprav se nekateri od teh programov, kot so ''Podjetništvo v kulturi'', izvajajo od leta 2008, ni nobenega napredka v smislu vseobsegajoče analize in načrta podpor.

Od drugih podpor na nacionalni ravni lahko izpostavimo Hrvaški avdiovizualni center in Fundacijo Kultura nova, ki v sklopu svojih programov financirajo KKI, vendar tudi v tem primeru z ločenimi dejavnostmi (*Proizvodnja avdiovizualnih del; Razvoj domače umetniške produkcije in/ali distribucije umetniških del, dela in projektov; Priprava mednarodnih projektov sodelovanja; Programska platforma na nacionalni ravni; Zagovorniška platforma na pod nacionalni ravni*).

V tem kontekstu ne preseneča dejstvo, da so se po vsej Hrvaški samoiniciativno začele zbirati skupine kreativcev, ki si s svojim angažmajem prizadevajo spodbuditi institucije k izboljšanju sedanje situacije. Te neformalne skupine, zbrane v iniciativi CoworkingCroatia([60]), poleg angažmaja na lokalni ravni sodelujejo tudi na nacionalni, ter, odvisno od situacije, pomagajo manjšim iniciativam v drugih mestih z nasveti in omreževanjem.

Za zdaj je edini rezultat, čeprav nezadosten, prisoten na lokalnih ravneh, in sicer na Reki, v Zagrebu in Zadru, kjer je lokalna oblast prepoznala pomembnost KKI ter izdelala načelne smernice dela in razvoja KKI z finančno in logistično podporo v smislu zagotavljanja prostora dela. V Pulju se je leta 2005 takšen poskus (sicer neformalen) neuspešno končal, medtem ko je v dubrovniškem podjetniškem inkubatorju ''Tvornica ideja'' */Tovarna idej, op. prev./* od skupno 11 podjetij, šest s področja KKI.

[56]Simptomatično je ta ukrep leta 2014 izpuščen, podobno kot je ustavljeno tudi financiranje drugih programov spodbud zaradi pomanjkanja sredstev. Podpore za leto 2013: http://www.minpo.hr/UserDocsImages/73.%20-%2011.pdf
[57]http://www.minpo.hr/default.aspx?id=553
[58]http://www.minpo.hr/default.aspx?id=554
[59]http://www.minpo.hr/default.aspx?id=555
[60]V njihovem fokusu so samostojne dejavnosti in svobodni profesionalci v kontekstu omreževanja in zagotavljanja skupnega prostora za delo. Kreativci so del ciljane skupine, ki pa so zaradi narave dela in lokalne ekonomske situacije tudi najštevilnejši; http://coworking.hr/

4. SKLEP

EU politika daje velik pomen KKI, saj je na tem področju še veliko neizkoriščenega potencila za rast in razvoj novih delovnih mest.

V prvem delu dokumenta smo opredelili teoretična izhodišča in okvir kreativnosti, ki je v skladu z Zeleno knjigo Evropske komisije. Klasifikacija dejavnosti KKI na Hrvaškem je v skladu z Standardno klasifikacijo EU NACE 2008. Problematiko KKI na Hrvaškem kontinuirano in sistematično spremlja izključno Oddelek za kulturo in komunikacije Inštituta za razvoj in mednarodne odnose v Zagrebu.

V drugem delu smo analizirali strateške dokumente in spodbude EU na področju KKI, ki kaže na to, da je EU daje zelo velik pomen razvoju KKI, predvsem v smislu povezovanja KKI z ostalimi sektorji gospodarstva, z namenom spodbujanja gospodarske rasti in odpiranja novih delovnih mest.

Tretji del je namenjen pregledu strateških dokumentov, izvajanju politik po posameznih ministrstvih in pregled iniciativ na Hrvaškem in v posameznih županijah (Zagreb, Reka, Zadar,..).

Lahko zaključimo, da na Hrvaškem trenutno ni nekega enotnega strateškega pristopa in koordinacije pri spremljanju razvoja in podpore kreativne industrije. Ni določenega nosilca za izvajanja nalog na področju KKI, ki bi povezoval vse vladne resorje in pa iniciative, ki so razvite po posameznih županijah. V ta namen bi bilo za začetek nujno izdelati skupni portal (npr.: Hrvaška Design), ki bi povezal vse iniciative na področju KKI in bi lahko služil kot platforma, ki bi se povezovala s podobnimi iniciativami v EU (npr. Creative Europe, ECIA).

Potrebno je izdelati nacionalni strateški dokument na področju KKI, ki mora služiti kot živ dokument, ki se stalno prilagaja novim situacijam in spremembam na domačem, EU in globalnem trgu. Po vzoru EU dokumenta, bi tudi na Hrvaškem bilo potrebno dati večji poudarek rasti in ustvarjanju novih delovnih mest na področju KKI. Predvsem pa temeljito pregledati dobre prakse EU, ki so opredeljene v drugem delu dokumenta in na področju KKI uvesti nam ustrezne ukrepe in podpore, tako glede financiarnaja, intelektualne lastnine, prepoznavnosti, izobraževanja in usposabljanja, ozaveščanja, kot tudi internacionalizacije. V okviru strategije KKI bo nujno vključiti tudi podporo trajnostnega ozaveščanja in usposabljanja za razvoj inovacij na osnovi dizajn metod, orodij, dobrih praks, gradiv, ki jih bo EU razvila v ta namen z predvidenim razpisom v letu 2016.

1. **HR- PGŽ: ŠTEVILO PODJETIJ IN ŠTEVILO ZAPOSLENIH GLEDE NA VELIKOST PODJETIJ**
2. **Iniciative na področju KKI na HR**
3. **SEZNAM MALIH IN SREDNJE VELIKIH PODJETIJ PO OBČINAH IN DEJAVNOSTIH KKI**
4. **KREATIVNA INDUSTRIJA; HRVAŠKA IN ŽUPANIJA PRIMORSKO GORANSKA - MAPIRANJE**