



---

---

# MAPIRANJE LOKALNIH KREATIVNIH PODUZEĆA U HRVATSKOJ ZA SVRHE PROJEKTA »CREATIVE START UP«

listopad 2014.

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



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

## SADRŽAJ

MAPIRANJE LOKALNIH KREATIVNIH PODUZEĆA U HRVATSKOJ ZA SVRHE PROJEKTA »CREATIVE START UP« 1

SADRŽAJ 1

UVOD.....	2
1. DEFINICIJA KREATIVNOSTI I TEORIJSKA ISHODIŠTA .....	4
2. ANALIZA STRATEŠKIH DOKUMENATA NA RAZINI EU .....	7
3. MAPA HRVATSKA .....	14
3.1. ANALIZA STRATEŠKIH DOKUMENATA, BAZA PODATAKA I REGULATORNOG OKVIRA KREATIVNIH INDUSTRIJA U HRVATSKOJ.....	14
2. KREATIVNA INDUSTRIJA U BROJKAMA .....	34
3. PREGLED KREATIVNIH INDUSTRIJA I IDENTIFIKACIJA SUBJEKATA KOJI SE BAVE RAZLIČITIM SEGMENTIMA KREATIVNOG SEKTORA .....	38
4. PREGLED USKLAĐENOSTI NACIONALNIH POTICAJA S MEĐUNARODNIM SMJERNICAMA I TRENDOVIMA .....	46
4. ZAKLJUČAK .....	48

## UVOD

Cilj analize je Znanstveno-istraživačkom centru Sveučilišta u Primorskoj regiji osigurati relevantne podatke o stanju lokalnih kreativnih poduzeća u Hrvatskoj za svrhe Eprojekta »Creative Start UP«.

Svrha projekta jest razviti globalnu konkurentnost kreativnog poduzetništva na slovensko – hrvatskom pograničnom području. Specifični prekogranični cilj jest kreirati i implementirati skupni prekogranični sustav upravljanja i podjele resursa kreativnih poduzetnika početnika koji se nalaze u lošijem položaju s ciljem povećanja njihove globalne konkurentnosti na slovensko – hrvatskom tržištu i drugim tržištima EU, što će se postići ispunjenjem sljedećih potciljeva:

- osvijestiti vrijednost sektora i prikazati vrijednost sektora kreativnih industrija
- educirati i informirati ciljane skupine o tome kako povećati konkurentnost poštujući aktualne znanstvene i tehnološke trendove
- izgraditi partnerstva kroz kreiranje skupne strategije razvoja sektora kreativnih industrija na hrvatsko – slovenskom pograničnom području, kao i na tržištima EU
- promicati proizvode i usluge ciljanih skupina kao i rezultate projekta

S tim smo ciljem učinili sljedeće:

1. definirali kreativnost i njene teorijske temelje
2. analizirali strateške dokumente na razini EU
3. analizirali strateške dokumente, baze podataka i regulatornog okvira kreativnih industrija u Hrvatskoj
4. sastavili pregled kreativnih industrija i identificirali subjekte koji se bave različitim segmentima kreativnog sektora u Hrvatskoj
5. ispitali usklađenosti nacionalnih poticaja (Hrvatska) s međunarodnim smjericama i trendovima

Metodologija rada temeljila se na prikupljanju odgovarajućih informacija i dokumenata preko internetskih stranica na razini EU i države/regije.

U prilogu mape Hrvatske nalaze se podaci o broju poduzeća i broju zaposlenih s obzirom na veličinu poduzeća i po djelatnostima u Hrvatskoj i u Primorsko – goranskoj županiji, podaci o prihodima po



djelatnosti u Hrvatskoj i u Primorsko – goranskoj županiji, popis inicijativa na području KKI u Hrvatskoj te popis malih i srednjih poduzeća po općinama i djelatnostima KKI. Neke je podatke prikupio Državni zavod za statistiku, a analizirala ih je Hrvatska gospodarska komora – županija Rijeka. Podatke o svojim članovima u KKI prosljedila je i Obrtnička komora Primorsko – goranske županije.

Mapa Hrvatske sadrži pregled i analizu strateških dokumenata, baza podataka i regulatornog okvira kreativne industrije. Uključen je pregled programa i potpora Ministarstva kulture te Ministarstva gospodarstva, poduzetništva i obrta. Prikazane su inicijative na lokalnim razinama, npr. na razini Zagreba, Rijeke, Zadra i Dubrovnika. Kao zaključak dan je pregled usklađenosti nacionalnih poticaja s međunarodnim smjernicama i trendovima.



## 1. DEFINICIJA KREATIVNOSTI I TEORIJSKA ISHODIŠTA

Izraz »kreativne industrije« počeo se upotrebljavati devedesetih godina prošloga stoljeća. Pojam razumijevanja kulturnih industrija proširio se izvan granica umjetničkih aktivnosti te je predstavljao pomak s obzirom na potencijalne komercijalne aktivnosti koje su prije toga bile razmatrane samo ili prije svega u neekonomskom smislu (<sup>1</sup>).

Pojam »Kulturnih i kreativnih industrija« (dalje u tekstu KKI) nije strateški gledano neutralan. Za političke dionike kulturne i kreativne industrije postupno su postale dijelom strategija modernog postindustrijskog društva koje se temelje na znanju i iskustvima. Sve te djelatnosti, naime, obećavaju više u smislu bržeg rasta i zapošljavanja u usporedbi s brojnim drugim sektorima djelatnosti, dok u isto vrijeme jačaju načela jednakosti i kulturne raznolikosti.

Od kraja 20. stoljeća brojne su zemlje razvile politike koje promiču kreativnu industriju. Međutim, na području kulturne i kreativne industrije postoje različite definicije, ovisno o odabranom pristupu (<sup>2</sup>). Tako možemo govoriti o umjetničkoj i dizajnerskoj industriji, umjetnosti i kulturnoj industriji, umjetnosti i zabavnoj industriji, audiovizualnoj industriji, industriji znanja, industriji multimedijских sadržaja, zabavnoj industriji, fikcionalnoj industriji, industriji slobodnog vremena, medijskoj industriji, industrijama koje se temelje na umjetničkom ili književnom vlasništvu i onima koje se temelje na autorskim i srodnim pravima.

UNCTAD (2010.) ponudio je jednu od šire prihvaćenih definicija kreativnih industrija:

- ciklusi stvaranja, proizvodnje i distribucije robe i usluga koji koriste kreativnost i intelektualni kapital kao primarnu ulaznu vrijednost
- sastoje se od niza aktivnosti temeljenih na znanju te usmjerenih, ali ne i ograničenih, na umjetnost, i koje potencijalno generiraju prihode od trgovine i prava intelektualnog vlasništva

<sup>1</sup>UNCTAD: Creative industries and development, 2010

<sup>2</sup>K. Segers, E. Huijgh 'Clarifying the complexity and ambivalence of the cultural industries', Gent: Re-creatief Vlaanderen, working paper 2006-02, 2006, <http://www.vub.ac.be/SCOM/cemeso/download/cemeso-08-complexity%20ambivalence%20cultural%20industries.pdf>

- obuhvaćaju materijalne proizvode te nematerijalne intelektualne ili umjetničke usluge kreativnog sadržaja koji posjeduju gospodarsku vrijednost i orijentirani su k tržišnim ciljevima
- nalaze se na stjecištu obrtničkog sektora, sektora usluga i industrijskog sektora
- predstavljaju nov dinamičan sektor u globalnoj trgovini

U pokušaju razvoja standardizirane sveeuropske definicije kulturnih i kreativnih industrija bilo je smisljeno pronaći zajednički nazivnik koji mogu koristiti svi ključni dionici u Europi uz poštovanje dosadašnjih različitih regionalnih pristupa.

U okviru konačnog izvješća ESSnet – CULTURE, European Statistical System network on Culture <sup>(3)</sup> bile su predstavljene i ocijenjene tri najvažnije definicije koje se koriste u Europi.

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

»**Kulturne industrije**« su one industrije koje se bave proizvodnjom i distribucijom robe i usluga za koje u trenutku njihovog nastanka smatramo da posjeduju određene značajke, uporabu ili svrhu koji utjelovljuju ili prenose kulturni izraz, bez obzira na svoju komercijalnu vrijednost. Osim tradicionalnih umjetničkih sektora (izvedbene umjetnosti, vizualne umjetnosti, kulturna baština – uključujući javni sektor), uključuju i film, DVD i video, televiziju i radio, video igre, nove medije, glazbu, knjige i tisak. Taj koncept definiran je u odnosu na kulturne izraze u okviru Unescove konvencije iz 2005. godine o zaštiti i promicanju raznolikosti kulturnih izraza.

»**Kreativne industrije**« oni su sektori koji koriste kulturu kao ulaznu vrijednost i posjeduju kulturnu dimenziju, iako su njihovi rezultati uglavnom funkcionalnog značaja. Uključuju arhitekturu i dizajn, koji kreativne elemente uključuju u šire procese, kao i specifične djelatnosti kao što su grafički dizajn, modni dizajn ili oglašavanje. <sup>(4)</sup>

**Europski »Cluster Observatory«** (ECO), koji financira EU, proveo je studiju o europskim KKI radi identifikacije klastera kreativnih industrija u 27 država članica. Ta empirijska studija kreativne i kulturne industrije definira kao one »koje se bave stvaranjem i osiguravanjem utrživih rezultata (roba, usluge i djelatnosti) čija vrijednost ovisi o kreativnom i kulturnim ulaznim vrijednostima«. <sup>(5)</sup>

<sup>3</sup>Bina, V. et. al. (2012), "European Statistical System Network on Culture – final report":

<sup>4</sup>EU Commission (2010): Greenpaper. *Unlocking the potential of cultural and creative industries*, p5.

<sup>5</sup>Priority Sector Report: Creative and Cultural Industries – Methodological Appendix; Dominic Power, Uppsala University, Tobias Nielsén, Volante QNB Research, March 2010 - deliverable D9-1; Conceptual definition, p.3.



**NACE** je alat za razvrstavanje gospodarskih djelatnosti koji čitavoj gospodarskoj strukturi Europske unije omogućuje razvrstavanje u odnosu na jednake klasifikacijske značajke. Taj klasifikacijski sustav svim državama članicama omogućuje određivanje specifičnog stupnja gospodarske djelatnosti (takozvana četiri razreda). Najvažnije gospodarske djelatnosti vezne uz statističku definiciju kulturnih industrija mogu se pronaći u dvije skupine NACE-a – »J« Informacije i komunikacije te »R« – Kulturne, zabavne i rekreacijske djelatnosti. Osim toga, pokazalo se da se neke gospodarske djelatnosti mogu pojaviti izolirano u drugim skupinama. S obzirom na to da one sadrže brojne gospodarske djelatnosti koje nisu kulturne prirode, kao što su telekomunikacijska industrija ili rekreacijske djelatnosti, to zahtijeva veću skupinu gospodarskih djelatnosti koje se posebno bave kulturnim industrijama. Model klasifikacija NACE obično razlikuje općenitije i specifičnije razine: djelatnosti su razvrstane po područjima i odjeljcima (jednoznamenakasta i dvoznamenkasta razina), skupinama (troznamenkasta razina) i razredima (četveroznamenakasta razina). Sustav klasifikacija gospodarskih djelatnosti (NACE) ne pruža mogućnost razlikovanja profitnih i neprofitnih djelatnosti.

KKI, definirane u okviru ESSnet-Culture, uključuju deset kulturnih domena (baština, arhive, knjižnice, knjige i tisak, vizualne umjetnosti, izvedbene umjetnosti, audiovizualno područje i multimedija, arhitektura, oglašavanje, umjetnost i obrt) koje se temelje na gospodarskim funkcijama stvaranja, proizvodnje i izdavaštva, distribucije i trgovine, očuvanja, obrazovanja, upravljanja i regulative. U okviru te definicije, sektori programske opreme i informacijsko-komunikacijske tehnologije nisu uključeni u KKI.



## 2. ANALIZA STRATEŠKIH DOKUMENATA NA RAZINI EU

### Zelena knjiga »Iskorištavanje potencijala kulturnih i kreativnih industrija«

Godine 2010. Evropska komisija objavila je zelenu knjigu naziva »Iskorištavanje potencijala kulturnih i kreativnih industrija« (6) koja je istraživala načine za jačanje međunarodnog i regionalnog sudjelovanja i razvoja učinkovitih djelatnosti u sektoru kulturnih i kreativnih industrija.

Kulturne raznolikosti, globalizacija i digitalizacija ključne su pogonske sile za daljnji razvoj KKI. U okviru Zelene knjige definirani su izazovi za njihovo najučinkovitije iskorištavanje:

- uključivanje pravih aktivatora povećanjem kapaciteta za eksperimentiranje, inovacije i uspješno poduzetništvo te osiguravanjem lakšeg pristupa financijskim sredstvima i kombinaciji vještina
- pomoć razvoju KKI na lokalnoj i regionalnoj razini kao prvi korak pojačanog uključivanja na globalno tržište, uključujući povećanje razmjena i mobilnosti
- prijelaz u kreativno gospodarstvo uz kataliziranje prelijevanja učinaka KKI na više ekonomskih i društvenih konteksta.

Zelena knjiga bila je povod savjetovanju čiji je cilj bio prikupiti mišljenja o različitim pitanjima koja se odnose na kulturne i kreativne industrije u Europi, od poslovne okoline do potrebe za otvaranjem zajedničkog europskog prostora za kulturu te od osposobljavanja do obrazovanja i promidžbe europskih stvaralaca na globalnoj sceni (7).

### Strategija EU 2020.

<sup>6</sup>[http://ec.europa.eu/culture/our-policy-development/doc/GreenPaper\\_creative\\_industries\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/culture/our-policy-development/doc/GreenPaper_creative_industries_en.pdf)

<sup>7</sup>[http://ec.europa.eu/culture/our-policy-development/doc2577\\_en.htm](http://ec.europa.eu/culture/our-policy-development/doc2577_en.htm)



Unija inovacija, vodeća inicijativa strategije Europa 2020. <sup>(8)</sup>, svjesna je važnosti kreativnog potencijala u Evropi, a posebno uloge dizajna, koji pomaže da se ideje uspješno realiziraju na tržištu. S tim ciljem je godine 2011. započela inicijativa (European Design Innovation) za iskorištavanje punog potencijala inovacija temeljenih na dizajnu te za ojačavanje veza između dizajna, inovacija i konkurentnosti <sup>(9)</sup>. Komisija je pozvala 15 stručnjaka iz industrije, MSP, nacionalnih/regionalnih agencija i akademske sfere da pripreme prijedloge za takvu integraciju. Skupina je svoje preporuke predstavila potpredsjedniku Antonijeu Tajaniju u rujnu 2012. godine (European Design Innovation Summit in Helsinki) <sup>(10)</sup>.

U okviru izazova bile su navedene brojne preporuke razvrstane u šest područja za potrebe strateškog djelovanja:

- diferenciranje europskog dizajna na globalnoj sceni
- pozicioniranje dizajna unutar europskog sustava inovacija
- dizajn za inovativna i konkurentna poduzeća
- dizajn za inovativni javni sektor
- pozicioniranje istraživanja dizajna za 21. stoljeće
- dizajn kompetencija za 21. stoljeće

Radi mjerenja napredovanja u ispunjenju ciljeva strategije Europa 2020. <sup>(11)</sup> bili su dogovoreni krovni ciljevi za čitavu EU. Predviđeno je pet općih ciljeva. U nastavku su opisana neka mjerila kojima može doprinijeti i sektor kulture:

1. zaposlenje – Kakav je udio sektora kulture i zanimanja s područja kulture s obzirom na cjelokupnu populaciju? Koja je uloga kulturnog sektora u uključivanju ljudi s višim strukovnim znanjem i obrazovanjem i u unapređenju ravnoteže među različitim socijalnim skupinama (npr. spol)?

---

<sup>8</sup>Commission Staff Working Document: Design as a driver of user-centred innovation, SEC(2009) 501. 5 SEC(2010) 1161, see note 1.

<sup>9</sup>Initiative: [http://ec.europa.eu/enterprise/policies/innovation/policy/design-creativity/index\\_en.htm#h2-3](http://ec.europa.eu/enterprise/policies/innovation/policy/design-creativity/index_en.htm#h2-3).

<sup>10</sup>Design for Growth & Prosperity, Report and Recommendations of the European Design Leadership Board, 2012, [http://ec.europa.eu/enterprise/policies/innovation/policy/design-creativity/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/enterprise/policies/innovation/policy/design-creativity/index_en.htm).

<sup>11</sup>[http://ec.europa.eu/europe2020/targets/eu-targets/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/europe2020/targets/eu-targets/index_en.htm)

2. R&D/inovacije – Kako kultura doprinosi gospodarskom rastu i konkurentnosti Europe? U okviru studije ESSnet – Culture navedeno je da indikatori »spillover« učinaka upućuju na potencijal inovativnih ideja u sektoru kulture koje doprinose istraživanjima i razvoju kao i inovacijama u drugim sektorima
3. klimatske promjene/energija: snižavanje emisija stakleničkih plinova, razvoj obnovljivih izvora energije, povećanje energetske učinkovitosti – doprinos kulture okolišnim promjenama prije svega uključuje širenje ideja za održivi rast i razvoj i snižavanje emisija stakleničkih plinova te poticanje štednje energije i uporabe obnovljivih izvora energije
4. obrazovanje: smanjenje udjela prijevremenog prekida školovanja, obrazovanja i osposobljavanja, povećanje broja osoba u dobi između 30 i 34 godine s tercijskim obrazovanjem – sve veći značaj ima i uloga kulture na području obrazovanja i cjeloživotnog učenja
5. siromaštvo/socijalna isključenost: smanjenje broja siromašnih osoba i onih na rubu siromaštva i rastuća socijalna uključenost – uloga kulture u poticanju socijalne uključenosti tema je koja se tiče kulture u različnim dimenzijama, npr. u sferi zapošljavanja i društvene participacije.

### Izvešće Komisije o konkurentnosti

Raspravi o KKI u Europi znatno je doprinio i strateški poticaj Europske komisije naveden u nedavno objavljenom izvješću Komisije o konkurentnosti (»**Commission's recent competitiveness sreport**«). U izvješću je istaknut inovacijski potencijal KKI kao jedne od vodećih europskih industrija. <sup>(12)</sup>

### Poticanje kulturnih i kreativnih sektora na rast i stvaranje novih radnih mjesta u EU <sup>(13)</sup>

Europska komisija predstavila je strategiju za oslobađanje cjelokupnog potencijala kulturnih i kreativnih sektora u EU s ciljem poticanja rasta i stvaranja radnih mjesta. Sektori koji uključuju

<sup>12</sup>[http://ec.europa.eu/enterprise/policies/industrial-competitiveness/competitiveness-analysis/european-competitiveness-report/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/enterprise/policies/industrial-competitiveness/competitiveness-analysis/european-competitiveness-report/index_en.htm)

<sup>13</sup>EU policy objectives in COM(2012)537, 'Promoting cultural and creative sectors for growth and jobs in the EU'

poduzeća i druge organizacije aktivne na području arhitekture, umjetničkih obrta, kulturne baštine, dizajna, festivalskih izvedbi, filmskih, televizijskih i glazbenih izvedbi, izvedbenih i vizualnih umjetnosti, arhiva i knjižnica te izdavaštva i radija, predstavljaju do 4,5% BDP-a i do 8,5 milijuna radnih mjesta u Europskoj uniji. Međutim, kulturni i kreativni sektor suočava se i s velikim izazovima koji proizlaze iz digitalnog pomaka i globalizacije, kao i zbog visoke razine razlomljenosti na tržištu, što je odraz kulturnih i jezičnih granica. Pristup financiranju jedan je od glavnih problema. U okviru strategije » Poticanje kulturnih i kreativnih sektora na rast i stvaranje novih radnih mjesta u EU« predviđen je niz političkih poticaja i promidžbi suvremenog zakonodavnog okvira. Komisija želi poticati i snažnije partnerske odnose među različitim politikama, osobito na području kulture, obrazovanja, industrije, gospodarstva, turizma, lokalnog i regionalnog razvoja i prostornog planiranja. Isto tako namjerava mobilizirati sva sredstva EU radi povećanja potpore tom sektoru, osobito u okviru predloženog programa »Kreativna Europa« za razdoblje između 2014. i 2020. godine s proračunom od 1,8 milijardi EUR i pomoću sredstava kohezijske politike.

### **Dobre prakse strateških potpora u kulturnom i kreativnom sektoru**

Skupina stručnjaka iz 28 članica EU pripremila je izvješće o dobrim praksama na temelju postojeće literature KKI u EU. Predstavljene su mjere potpora KKI pojedinačnih država EU <sup>(14)</sup>. Dobre prakse potpora KKI predstavljene su na sljedećim područjima: izvozne strategije, općenite potpore poduzetništvu s naglaskom na KKI, internacionalizacije, povezivanje u klastere, potpore za internacionalnu promidžbu, mjere potpora EU, potpore predstavama, festivalima, sajmovima itd. te potpore međuregionalnoj suradnji.

**Provedba akcijskog plana za razvoj inovacija koje se temelje na dizajnu** (Implementing an Action Plan for Design-Driven Innovation, SWD(2013)380). <sup>(15)</sup>

Cilj akcijskog plana za razvoj inovacija na osnovi dizajna jest pospješiti uključivanje dizajna u inovacijske politike na evropskoj, nacionalnoj i regionalnoj razini te stvoriti mogućnosti i kompetencije potrebne za provođenje tih politika.

<sup>14</sup>[http://ec.europa.eu/culture/library/reports/eac-omc-report-ccs-strategies\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/culture/library/reports/eac-omc-report-ccs-strategies_en.pdf)

<sup>15</sup>[http://ec.europa.eu/enterprise/policies/innovation/files/design/design-swd-2013-380\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/enterprise/policies/innovation/files/design/design-swd-2013-380_en.pdf)

Područja djelovanja u tom dokumentu usmjerena su na iskorištavanje uloge dizajna kao alata za dostizanje ciljeva politike EU programa, kao što su Obzor 2020 <sup>(16)</sup> i COSME <sup>(17)</sup>, te strukturnih fondova za razdoblje od 2014. do 2020. godine. Iako se Akcijski plan usredotočuje na mjere politike EU, odgovarajuće mjere uključivanja dizajna u inovacijske politike potrebne su i na nacionalnoj i regionalnoj razini. Naglasak je prije svega na smanjenju razlika među razvijenim regijama i onim regijama koje zaostaju u korištenju dizajna pri razvoju inovacija. Dokument određuje dizajn ondje gdje su usluge i proizvodi razvijeni na temelju potreba korisnika. <sup>(18)</sup>

Za brže uključivanje dizajna u inovacijsku politiku posebno su važna i tri strateška područja djelovanja:

1. poticanje razumijevanja utjecaja dizajna na inovacije
2. poticanje inovativnosti u industriji koja se temelji na dizajnu s ciljem jačanja konkurentnosti Europe
3. poticanje uključivanja dizajna u razvoj javnog sektora

Prvo područje uključuje stvaranje uvjeta i razvoja kompetencija za učinkovitu politiku inovacija koje se temelje na dizajnu, dok su druga dva više usmjerena na postizanje tih politika u europskoj industriji i u javnom sektoru. Na svim područjima djelovanja potrebno je poduzeti mjere koje odgovaraju potrebama na nacionalnoj i regionalnoj razini za povećanje uloge dizajna na području poticanja inovacija i obnove.

#### »European Creative Industries Alliance – ECIA«

Različite glavne uprave Europske komisije nedavno su započele raspravu o pitanju KKI. S obzirom na rezultate i kao odgovor na zaključke navedene zelene knjige, u okviru rasprave zaključili su da je jedna od najprimjerenijih mjera osnivanje Saveza europskih kreativnih industrija – »European Creative Industries Alliance – ECIA«. Glavni cilj je povezivanje svih ključnih dionika kako na europskoj razini tako i na razini država članica.

---

<sup>16</sup>Proposal for a Council Decision establishing the Specific Programme Implementing Horizon 2020 – The Framework Programme for Research and Innovation (2014-2020), COM(2011) 811

<sup>17</sup>Proposal for a regulation establishing a Programme for the Competitiveness of Enterprises and Small and Medium-sized Enterprises (2014-2020), COM(2011) 834.

<sup>18</sup>Definition by the EDLB in Design for Growth & Prosperity Report, 2012, [http://ec.europa.eu/enterprise/policies/innovation/policy/design-creativity/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/enterprise/policies/innovation/policy/design-creativity/index_en.htm).

ECIA je jedinstvena inicijativa politike koja uključuje sljedeće mjere na području znanja: inovacijski vaučer te bolji pristup financijskim sredstvima i klasterima odličnosti i sudjelovanja. ECIA je otvorena platforma koja objedinjava kreatore politika i pratećih poslovnih stručnjaka iz 28 partnerskih organizacija i 12 država. Osnovana je u veljači 2012. na Festivalu inovacija u Milanu. <sup>(19)</sup> Opći cilj platforme jest osnivanje društva u Europi za aktivnu potporu kreativnoj industriji kao pokretaču konkurentnosti, stvaranje novih radnih mjesta i pokretanja strukturnih promjena, uz razvoj i testiranje boljih politika i alata za kreativne industrije.

### **HORIZON 2020, radni program 2014. – 2015.: financijske mogućnosti**

Kao primjer implementacije spomenutih strateških dokumenata, u nastavku Vam predstavljamo dva natječaja:

- a) **Natječaj za nanotehnologiju, napredne materijale i proizvodnju <sup>(20)</sup>** – natječaj u dva stupnja, prvi dio bio je objavljen i nalazi se u zaključnoj evaluacijskoj fazi REA

Inovativan pristup koji uključuje dizajn i dugoročnu perspektivu pri planiranju, razvoju, proizvodnji, upotrebi i uporabi materijala može učinkovito doprinijeti jačanju konkurentnosti i uspješnosti europskih kreativnih industrija povezanih s proizvodnjom (npr. arhitektura, automobilska industrija, umjetnost, obrt, potpora kulturnim programima, dekoracija, moda, namještaj, rasvjeta, unutarnja oprema, materijali i proizvodi, dragulji, luksuz, medijska potpora, izdavaštvo, sport i igračke), kao i dodavanju vrijednosti proizvoda i postupaka i pomoću »nematerijalnih« čimbenika.

Poseban izazov: u okviru EU strategije »Poticanje kulturnih i kreativnih sektora za brži rast i stvaranje novih radnih mjesta u EU« naglašena je konkurentna prednost industrija koje u svoj razvoj uključuju KKI. Najočitiji primjer jest šira uporaba KKI u prerađivačkim djelatnostima, gdje one dodaju vrijednost proizvodima, uslugama, procesima i tržišnim strukturama. Kod poduzeća koja u prosjeku potroše dvostruki prosječni iznos za kreativnu postoji 25 %-tna vjerojatnost da uvedu nove proizvode (COM (2012) 537).

Okvir natječaja: Prijedlozi moraju uključivati opis razvoja inovativnih rješenja važnih za korištenje u kreativnim sektorima industrije koji se temelje na otpadnim materijalima ili nusproizvodima nastalim tijekom procesa proizvodnje novih materijala ili na prihvaćanju »bio-mimetic« pristupa. Pritom je potrebno jasno prikazati dugoročan i društveno odgovoran pristup smanjenju uporabe energije i

<sup>19</sup><http://www.eciaplatform.eu/>

<sup>20</sup><http://ec.europa.eu/research/participants/portal/desktop/en/opportunities/h2020/topics/2513-nmp-18-2014.html>

utjecaja na okoliš. Projekt mora uključivati uvjerljiv dokaz, »Proof of concept«, da je proizvod i/ili postupak (osim za prototipe koji se mogu koristiti za komercijalne svrhe u skladu s nalogom Komisije 2006/C323/01) potreban za uporabu u industriji u širem smislu.

Kao bi se osigurala relevantna uloga u industriji i učinak istraživačkih nastojanja, potrebno je uvjerljivo ocijeniti isplativost i tržišni potencijal inovativnih tehnologija u usporedbi s rješenjima koja trenutačno postoje na tržištu. Aktivno sudjelovanje dizajnera, zainteresiranih društvenih dionika, dobavljača materijala, proizvođača i krajnjih korisnika proizvoda predstavlja dodanu vrijednost, što će se pokazati u drugoj fazi ocjenjivanja.

Predlagatelji moraju predstaviti mogućnosti financiranja iz različitih izvora financiranja (nacionalnih/regionalnih istraživačkih i inovacijskih programa i/ili europskih strukturnih i investicijskih fondova). Natječaj zahtijeva i financijski plan za buduće korake koji će se poduzeti u okviru projekta.

Aktivnosti su, prema očekivanjima, usmjerene na razinu tehnološke spremnosti 5 – 7. Potiče se značajno sudjelovanje malih i srednjih poduzeća koja nude mogućnost istraživanja i razvoja.

Financiranje EU predviđeno je u iznosu od 4 do 8 milijuna eura.

Očekivani učinci:

- inovativna održiva materijalna rješenja za proizvode nižeg ekološkog otiska
- poticanje novih kolaborativnih inovacijskih strategija i praksi u okviru cjelokupnog procesa, uz smanjenje razlika među društvima koja razvijaju materijale, dizajnerima, proizvođačima i potrošačima
- uključivanje dizajna u istraživanje i razvoj radi poticanja komercijalne i društvene primjene snažno usmjerene na korisnika
- nove poslovne prilike za europsku industriju preko rješenja novih materijala primjerenih za korištenje i s kontroliranim utjecajem na okoliš
- doprinos dostizanju odgovarajućih političkih ciljeva EU politika navedenih u COM (2012) 537, »Poticanje rasta kulturnih i kreativnih sektora i otvaranje novih radnih mjesta u EU«.

#### **b) Osposobljavanje za razvoj inovacija na temelju dizajna u EU (21)**

---

<sup>21</sup>WORK PROGRAMME 2014 – 2015, 7. Innovation in small and medium-sized enterprises (European Commission C(2013)8631 of 10 December 2013)

Dizajn je ključan čimbenik kod stvaranja novih konkurentnih proizvoda i usluga privlačnih kupcima. Manjak upravljanja dizajnom jedna je od najvećih prepreka za širu upotrebu dizajna u EU poduzećima i njegovu integraciju. Rezultati u okviru Unije inovacija pokazuju da su neke europske države, pri samom vrhu u uključivanju dizajna, dok druge znatno zaostaju i nemaju razvijenu ni osnovnu infrastrukturu za dizajn.

Mjera se sastoji od poticanja uporabe novih izvora inovacija za pružanje potpore konkurentnosti europskih MSP.

Poduzeća moraju ulagati u razvoj upravljanja dizajnom. Na tržištu nema dovoljno specijaliziranih programa za osposobljavanje i mentorstva za MSP koji se temelje na dizajnu, kao i inovacijskih inkubatora koji u svoje programe uključuju metode dizajna.

Cilj ove mjere jest uspostaviti potporu za razvoj inovacija na temelju dizajnerskih metoda za poduzeća u Europi. Regije koje zaostaju u uključivanju dizajna u razvoj inovacija imat će poseban tretman u smislu uključivanja dizajna u dugoročna rješenja te društvene i okolišne izazove.

Predviđene aktivnosti:

- radionice, osposobljavanja, uzajamno učenje i druge mjere za poboljšanje kompetencija za razvoj inovacija na temelju dizajna u okviru poslovnih subjekata, inkubatora i drugih posrednika
- razvoj pomoćnih materijala za posredničke organizacije, uključujući poslovna udruženja. Pomoćno gradivo bit će namijenjeno radu i osposobljavanju MSP.
- predstavljanje konkretnih primjera poslovnim subjektima i upraviteljima potpornih shema gdje je dizajn osnovni instrument u stvaranju nove vrijednosti i poboljšanju produktivnosti

Vremenski okvir: javni natječaj u prvom tromjesečju 2015. godine. Okvirni proračun: 2,00 milijuna EUR.

### 3. MAPA HRVATSKA

#### 3.1. ANALIZA STRATEŠKIH DOKUMENATA, BAZA PODATAKA I REGULATORNOG OKVIRA KREATIVNIH INDUSTRIJA U HRVATSKOJ

**Nacionalni program**



U Hrvatskoj ne postoji strateški dokument koji na jednom mjestu obuhvaća sve podatke i sadrži smjernice za daljnji razvoj KKI i pružanje potpore KKI. Problematiku KKI u Hrvatskoj kontinuirano i sistematično prati isključivo Odjel za kulturu i komunikacije Instituta za razvoj i međunarodne odnose u Zagrebu. Ministarstvo kulture, Ministarstvo gospodarstva i Ministarstvo poduzetništva i obrta nominalno podupiru KKI putem programa financiranja (*Poduzetništvo u kulturi*, *Poduzetnički impuls*, *Program javnih potreba u kulturi*), no ti izolirani programi i potpore nisu dio šireg plana i programa koji pomaže razvoju KKI. Njihovi programi usmjereni su na pružanje potpore pojedinačnim djelatnostima unutar sektora kulture.

### **Komentar neovisne revizije Ekonomskog fakulteta Sveučilišta u Zagrebu na Razvojnu strategiju PGŽ**

„Pojam „kreativne industrije“ nije bio definiran ni spomenut u tekstu, no pojavio se u problemima. Preporuča se da se pojam definira i da se razjasni kako kreativna industrija može biti „na čelu novih oblika“ gospodarstva (potrebno je i definirati koje sve oblike može imati gospodarstvo i koje oblike još nema jer ne postoji kreativna industrija). U raspravi s proizvođačima pokazalo se da se radi o formulaciji problema koju je jedan od sudionika predložio, no nije objasnio. Proizvođaču je savjetovano da tako formulirane probleme ne uvrštava na popis ako ih ne može obrazložiti. Savjet je prihvaćen, a kreativne industrije ostale su u tekstu nakon što se pojam objasnio na odgovarajući način.“ „Rezultati studije pokazali su velik potencijal kulturnih/kreativnih industrija u Zagrebu, od ljudskih resursa do finansijskih sredstava, iako je za ostvarivanje ograničenih ciljeva potreban sistematičan rad i to prije svega u smislu kulturnog planiranja u Zagrebu i strateškog postavljanja javne uprave u sektoru kulturnih/kreativnih industrija. Tu se ne radi isključivo o kulturnoj politici, nego i o drugim segmentima javne politike koji moraju imati zajedničku razvojnu viziju.“<sup>(22)</sup>

„Studija (koja je bila provedena prije Akcijskog plana, op. a.) zabilježila je i znatno nerazumijevanje, pa čak i djelomičan otpor same struke prema razvoju kulturnih/kreativnih industrija.“<sup>(23)</sup>

Zagrebački Akcijski plan prvenstveno je usmjeren na probleme povezane s javnom upravom i to na: omogućavanje preduvjeta za ostvarivanje ciljeva Studije, osiguravanje praćenja i upravljanja izvedbom, usklađivanje Studije s drugim strateškim programima, pospješivanje iskorištavanja izvora financiranja i nastojanje da dionici KKI razumiju Studiju i sudjeluju u njoj.<sup>(24)</sup>

---

<sup>22</sup>Zagreb kao kulturni proizvod: Akcijski plan poticanja razvoja kulturnih/kreativnih industrija grada Zagreba, studeni 2012., str. 7, p. 4.

<sup>23</sup>Ibid., str. 8, p. 2.

<sup>24</sup>Ibid., p. 3.



KKI nisu regulirane jedinstvenim zakonom nego brojnim posebnim zakonima, dok na području likovne umjetnosti zakon uopće ne postoji. <sup>(25)</sup>

Godine 2008. Ministarstvo gospodarstva i Ministarstvo kulture započela su s projektom „Poduzetništvo u kulturi“ s ciljem poticanja poduzetništva, promicanja kulturnih industrija i poduzetničkih projekata u kulturi. Danas je projekt pod nadležnošću Ministarstva poduzetništva i obrta.<sup>(26)</sup>

U Zagrebu:

- KKI nisu prepoznate ni kao zasebni sektor ni kao statistički sektor ni na razini mjesne javne politike
- ne postoji eksplicitna politika razvoja KKI
- potpora pojedinačnim KKI omogućena je preko postojećih javnih poziva u kulturi, natječaja i nagrada
- problemi KKI ne postoje samo u domeni kulturne politike nego se tiču i ekonomske, socijalne, prostorne, medijske, porezne i drugih sfera javne politike
- ne postoji sustav poticanja kulturnog poduzetništva (lokalni doprinos projektu Ministarstva „Poduzetništvo v kulturi“).
- razvoj KKI stihijski je, raspršen, usitnjen i bez doticaja s javnom upravom
- Zagreb ne ulaže u sistematičnu proizvodnju suvremenih (lokalnih) kulturnih proizvoda ni u promidžbu i „izvoz“ postojećih kulturnih proizvoda
- gospodarski značaj kulturnoga sektora tretira se kao izdatak proračunskih sredstava
- kulturni identitet ne oblikuje se sistematično nego se povezuje s različitim oblicima kulturnih tradicija, baštine i etnološkim osobinama
- kulturom se bavi uglavnom statično i anakronistički, a svaki spomen pojma „industrija“ u kontekstu kulture odbija se

---

<sup>25</sup>Ibid., str. 13-14.

<sup>26</sup>Ibid., str. 14, p. 5.

- iako je središte KKI u RH, kulturni sektor Zagreba ne prepoznaje vlastiti potencijal i mogućnosti
- nerazumijevanje KKI vidljivo je na svim razinama, od lokalne uprave preko strukovnih udruženja i samih kulturnih stvaralaca do ključnih sudionika u poticanju razvoja KKI <sup>(27)</sup>

### Standardna klasifikacija djelatnosti (2008.)

Djelatnosti praćenja poslovnih subjekata u KKI u Hrvatskoj usklađene su sa Standardnom klasifikacijom djelatnosti NACE 2008 na razini EU.

Tablica1: Gospodarske djelatnosti KKI prema NACE 2008

Šifre SKD	KLASIFIKACIJA DJELATNOSTI
G47.610	Trgovina na malo knjigama u specijaliziranim trgovinama
G47.621	Trgovina na malo časopisima i revijama u specijaliziranim trgovinama
G47.622	Trgovina na malo papirom i uredskim priborom u specijaliziranim trgovinama
G47.630	Trgovina na malo glazbenim i video zapisima u specijaliziranim trgovinama
J58.110	Izdavanje knjiga
J58.130	Izdavanje časopisa
J58.140	Izdavanje revija i druge periodike
J58.210	Izdavanje računalnih igara
J59.110	Produkcija filmova, video filmova i televizijskih emisija
J59.120	Postproduksijske djelatnosti kod produkcije filmova, video filmova i televizijskih emisija
J59.130	Distribucija filmova, video filmova i televizijskih emisija
J59.140	Kinematografska djelatnost
J59.200	Snimanje i izdavanje zvučnih zapisa i glazbe
J60.100	Radijska djelatnost
J60.200	Televizijska djelatnost

<sup>27</sup>ibid., str. 19.

J63.910	Djelatnost tiskovnih agencija
M71.111	Arhitektonsko projektiranje
M71.112	Projektiranje krajobrazne arhitekturne, urbanističko i ostalo projektiranje
M73.110	Djelatnost agencija za oglašavanje
M74.100	Dizajn, aranžerstvo, dekoraterstvo
M74.200	Fotografska djelatnost
M74.300	Prevođenje i tumačenje
N77.220	Iznajmljivanje videokazeta i ploča
P85.520	Obrazovanje, usavršavanje i osposobljavanje na području kulture i umjetnosti
R90.010	Izvođačka umjetnost
R90.020	Pomoćne djelatnosti za izvođačku umjetnost
R90.030	Umjetničko stvaralaštvo
R90.040	Vođenje objekata za kulturne priredbe
R91.011	Djelatnost knjižnica
R91.012	Djelatnost arhiva
R91.020	Djelatnost muzeja
R91.030	Zaštita kulturne baštine

Izvor: ESSNetCulture, NACE 2008

### Programi financiranja po pojedinačnim ministarstvima

**Ministarstvo poduzetništva i obrta** 2013. godine je, u okviru Programa poticanja poduzetništva i obrta – Poduzetnički impuls za sektor kreativnih industrija namijenilo 3.000.000,00 HRK u okviru mjere A – Razvoj mikropoduzetništva i obrta, odnosno aktivnosti A2 – Poduzetništvo kreativnih industrija.

Mikro gospodarski subjekti predstavljaju više od 85% ukupnog malog poduzetništva te su u proteklim poslovnim razdobljima pokazali otvorenost za promjene i dinamiku, što je njihova važna značajka, i lakše se prilagođavaju poslovanju i u otežanim tržišnim uvjetima. Za poslovno okruženje koje analitičari ocjenjuju nepovoljnim posebno je važno unaprijediti sustav potpora usmjerenih na razvoj novodobnog gospodarstva («new age economy, creative industries») i inovativnih djelatnosti te poticati osnivanje različitih oblika udruživanja poduzetnika, sufinancirati međunarodno promicanje malih i srednjih gospodarskih subjekata i poticati međunarodnu suradnju malih i srednjih subjekata, te razvoj klastera kao grupa međusobno povezanih gospodarskih subjekata čija je svrha postizanje zajedničkog cilja ili veći stupanj finalizacije proizvoda ili usluga.

U okviru aktivnosti A2 – Poduzetništvo kreativnih industrija potpore se dodjeljuju subjektima malog gospodarstva u djelatnostima informacijsko komunikacijskih tehnologija – IKT (proizvodnja softvera, NKD2007, Područje J, Odjeljak 62, razred 62.01 – Računalno programiranje) u poslovnim djelatnostima multimedijalnih računalnih igara, DVD i video produkciji, novim medijima i medijskim komunikacijama, glazbi i glazbeno scenskoj umjetnosti, arhitekturi, dizajnu, grafici, modnom dizajnu, novoj medijskoj kulturi i modernim načinima oglašavanja.

Projekt „Poduzetništvo u kulturi“ kao poseban program nepovratne državne potpore male vrijednosti godine 2008. počela su provoditi **Ministarstvo kulture i Ministarstvo gospodarstva, rada i poduzetništva**. Projekt su zajedno provodila i razvijala tijekom pet godina, do 2012. godine. Od 2013. godine Ministarstvo poduzetništva i obrta, u sklopu programa Poduzetnički impuls, projekt provodi samostalno pod nazivom „Poduzetništvo kreativnih industrija“ s ukupnim iznosom potpore povećanim s 2 na 3 milijuna kuna za obrte i trgovačka društva s područja djelatnosti multimedijalnih računalnih igara, DVD i video produkcije, novih medija i medijskih komunikacija, glazbe i glazbeno scenske umjetnosti, arhitekture, dizajna, grafike, modnog dizajna, nove medijske kulture i modernih načina oglašavanja. Ministarstvo kulture od 2013. godine samostalno nastavlja s provođenjem projekta „Poduzetništvo u kulturi“ u ukupnom iznosu od 2 milijuna kuna. Cilj projekta jest povećanje kapaciteta kulturnih/kreativnih industrija i poduzetništva na području kulturnog i umjetničkog stvaranja i kulturne proizvodnje. Uključuje poduzetnike kojima su potrebna ulaganja za širenje na nova tržišta, stvaranje novih proizvoda, traženje novih potrošača i novih tehnologija s ciljem povećanja vrijednosti – orijentirane na zapošljavanje, rast i razvoj. Korisnici su mali poduzetnici čija je pretežna/glavna djelatnost prema NKD-u knjiga i izdavaštvo te scenske vizualne (likovne) umjetnosti. Putem programa poticanja poduzetništva u kulturi poticat će se zaposlenje (uz sufinanciranje 50% troškova bruto plaće za novozaposlene, kao dijela troška projekta), nabava novih tehnologija – strojeva i alata, te informacijske i multimedijske opreme i programa namijenjenih isključivo obavljanju

poslovne djelatnosti i promotivnih aktivnosti (ulaganje u povećanje/širenje publike). Povećan broj korisnika potpore i povećana kvaliteta i raznolikost prijavljenih projekata pomoći će rastu poduzetništva u kulturi. <sup>(28)</sup> Jačanje aktivne kulturne suradnje s Europskom unijom i uključivanje u europske aktivnosti i inicijative država članica uključivat će jače promicanje programa Europske unije za kulturni, kreativni i audiovizualni sektor naziva Kreativna Europa za razdoblje od 2014. do 2020. godine. S obzirom na kontinuitet programa EU Kultura 2007. – 2013., u nadolazećem razdoblju naglasak će se staviti na daljnju organizaciju informativnih dana, seminara i internih radionica za potencijalne korisnike novog programa Kreativna Europa te na pružanje tehničke pomoći institucijama koje su zainteresirane za prijavu i financijsko sudjelovanje u realizaciji projektnih prijedloga odobrenih na razini Unije. Nastavit će se sudjelovanje sa svim europskim projektnim partnerima programa Kreativna Europa te s predstavnicima Europske komisije i Izvršne agencije za kulturu, obrazovanje i audiovizualnu djelatnost. <sup>(29)</sup>

Pokazatelji rezultata: <sup>(30)</sup>

---

<sup>28</sup>STRATEŠKI NACRT MINISTARSTVA KULTURE 2014. – 2016., str. 9.

<sup>29</sup>Ibid., str. 10.

<sup>30</sup>Ibid., str. 12.

N a č i n i ostvarenja	Pokazatelj rezultata	Definicija	Jedinica	P o l a z n a vrijednost	Izvor	Ciljna vrijednost (2014.)	Ciljna vrijednost (2015.)	Ciljna vrijednost (2016.)
1 . 1 . 4 . J a č a n j e prisutnosti hrvatske umjetnosti i kulture u svijetu	1.1.4.1. Rast broja hrvatskih kulturnih ustanova i organizacija koje sudjeluju u programu EU Kreativ	Povećanje uspješnosti hrvatskih kulturnih ustanova i organizacija pri dobivanju potpore Europske unije u sklopu programa Kreativna Evropa 2014. – 2020.	Br.	17	Ministarstvo kulture	20	23	25

### Potpore programima likovnih (vizualnih) umjetnosti

Podržavaju se jednogodišnji i trogodišnji programi retrospektivnih, samostalnih, skupnih, tematskih i problemskih izložaba sadržajne inventivnosti, izložbe od nacionalnog značenja, programi/projekti koji uključuju različite oblike multimedijalnog izražavanja i povezivanja s uporabnim umjetnostima, likovne manifestacije koje ukazuju na kontinuitet umjetničkog stvaralaštva i stvaralački potencijal hrvatske umjetnosti te koje predstavljaju tematske cjeline od značaja za Republiku Hrvatsku kao i likovne kolonije, radionice, rezidencijalni programi i ostala likovna događanja.

Podrškom programima arhitekture i dizajna nastoji se potaknuti razvojni stvaralački kapacitet i upoznati javnost s dosezima hrvatske arhitektonske i dizajnerske scene. Kontinuirano se podržavaju programi/projekti pripreme i tiskanja likovnih monografija, zbornika, kataloga izložaba i publikacija iz područja povijesti umjetnosti s posebnim naglaskom na likovne monografije relevantnih umjetnika koji nemaju objavljenu likovnu monografiju od 1945. do danas (prema Bibliografiji likovnih

monografija Nacionalne i sveučilišne knjižnice u Zagrebu) te sintezna i problemska djela vezana uz povijest i suvremenost hrvatske vizualne kulture. <sup>(31)</sup>

### **Poticanje razvoja izvedbenih umjetnosti**

Izvedbene umjetnosti – dramska, glazbeno-scenska, glazbena i plesna umjetnost – predstavljaju visoke dosege suvremenih oblika izražavanja u okviru različitih umjetničkih disciplina. Ta multidisciplinarnost žanrova, tipova, vrsta, formi i tehnika, odraz je vrlo širokoga raspona fenomena performativne kulture, koja je u stalnoj interakciji s publikom, što je ključna karika u strategiji provedbe dostupnosti kulturnih programa na području cijele Republike Hrvatske. Svojim razlikovnim i dinamičnim formatima, čije temeljne organizacijske oblike predstavljaju kazališta, javna i privatna, umjetničke organizacije i udruge, ona potiče i promovira ne samo snažnu nacionalnu autorsku scenu, nego i produkcijsku profiliranost svakoga dijela izvedbenih umjetnosti. Reprezentativnost, kvaliteta, inovativnost, eksperiment te istraživački aspekt kojima se artikuliraju suvremeni oblici kreativnosti kroz njihove specifične oblike i sadržaje, jednako prate stvaralački čin, kao i interpretativne potencijale suvremene hrvatske dramske, glazbene i plesne scene. Upravo ta mogućnost transformacije izvedbenih praksi i kontekstualizacije njihovih umjetničkih sadržaja, ključne su točke u poticanju nove kreativnosti izvedbenih umjetnosti koja svoje potencijale strateški konceptualizira kroz pozitivnu dimenziju različitih medija izražavanja. Stoga je cilj osigurati im stabilnost, razvoj i podršku kako bi se unaprijedila, odnosno afirmirala ne samo nacionalna kultura u specifičnom području živih umjetnosti, nego i potakao složeniji stvaralački proces u oblikovanju individualnih i kolektivnih poetika izraza, kao temeljne platforme kojom se oblikuje interkulturni dijalog, kulturna raznolikost, kulturna proizvodnja, a time i potrošnja, međunarodna suradnja, kreativno stvaralaštvo, produkcija, mrežna struktura distribucije i umjetničko usavršavanje u okviru kreativno – istraživačkih institucija. Sadržajna dimenzija vokabulara izvedbenih umjetnosti jednako obuhvaća mnogovrsne oblike suvremene prakse, njezine nove inicijative i estetske formate, kao i očuvanje umjetničke i tradicijske nacionalne baštine.

U središtu pozornosti nalaze se konceptualno različiti festivali i kulturne manifestacije (dramske, glazbene, plesne, folklorne), mreža gostovanja nezavisnih produkcija i javnih kazališta, majstorske radionice i međunarodna natjecanja, istraživački i eksperimentalni programi nezavisne scene suvremenog plesa i pokreta, međunarodne strukovne konferencije i simpoziji, redovni programi kazališta, narudžbe novih autorskih dramskih i glazbenih djela kroz nagrade i poticaje te projekti nezavisnih nakladnika u okviru glazbene industrije. Poticaji su koncentrirani na autorske rukopise koji

<sup>31</sup>ibid., str. 15-16.



afirmiraju suvremeno hrvatsko dramsko i kazališno stvaralaštvo te na suvremenu umjetničku glazbu u rasponu od glazbeno – scenskih djela do elektro-akustičkih i multimedijalnih skladbi suvremenih hrvatskih skladatelja.

S projektima nezavisnih nakladnika, koji uključuju notna, diskografska, audiovizualna i multimedijalna glazbena izdanja, otvara se mogućnost drugačijeg transfera takozvanih nekomercijalnih, a time i nezaštićenih kulturnih proizvoda.

Načini ostvarenja posebnog cilja:

1. Poticanje razvoja nacionalnih, javnih, privatnih i regionalnih kazališta te umjetničkih organizacija i ansambala

Nacionalna kazališta kao istaknute kulturne institucije repertoarno su vezane uz suvremene dramske, operne i baletne produkcije, kao i one suvremenoga plesa, a također i uz baštinski repertoar hrvatskih i svjetskih klasika. Zbog naglašenog kulturnog, ali i prosvjetiteljsko-edukativnog aspekta njihova djelovanja, dosadašnja manjkava povezanost i nepodudarnost premijernih i repriznih naslova, unaprijedit će se podupiranjem značajnijih oblika programske suradnje. Namjera je u narednom periodu standardizirati sadržaj rada kazališta. Tako bi HNK u Zagrebu, kojemu su suosnivači Republika Hrvatska i Grad Zagreb, bilo jedino nacionalno kazalište kojemu će potpora biti četiri regionalna kazališta u Osijeku, Splitu, Varaždinu i Rijeci. Ostala javna gradska kazališta poticat će se na stvaranje repertoara sukladno interesima njihove publike.

Ostvarenje premijernih naslova javnih i privatnih kazališta, suradnje umjetničkih organizacija i ansambala, poput glazbenih i plesnih, imat će za posljedicu kvalitetan repertoar, stabilnost razvoja, smanjenje troškova, veću mobilnost umjetnika, osobito mladih i bolju suradnju s lokalnom zajednicom. Jednako se odnosi na poticanje djelovanja regionalnih kazališta zbog veće dostupnosti kazališne umjetnosti i stvaranja perspektiva za širenje kvalitetno sondirane programske mreže. Ona je snažno prisutna naročito u primjeru glazbenih i kazališnih gostovanja na cijelom prostoru Republike Hrvatske, čime se pospješuje umjetnička produkcija, stvaralaštvo, interakcija umjetnika i publike te stabilnost mrežnog sustava.

Poticanjem intenzivnijeg djelovanja privatnih kazališta (djeluju kao umjetničke organizacije i trgovačka društva), poticat će se njihova programska raznolikost i kvaliteta, time i stvaralaštvo samostalnih umjetnika, kao i razvoj organizacijskih struktura u provedbi kulturne politike. Pokazatelj rezultata pratit će se brojem novoupisanih privatnih kazališta u Očevidnik kazališta.



## 2. Potpora nakladništvu te poticaji stvaranju novih glazbenih i dramskih djela

Poticaji projektima nezavisnih nakladnika u okviru glazbene industrije obuhvaćaju notna, diskografska, publicistička, audiovizualna i multimedijalna izdanja. Jednako se odnosi na nove glazbene opuse suvremenih hrvatskih skladatelja te izdanja odlikovana Nagradom za dramsko djelo „Marin Držić“. Podrškom takvim programima, s jedne se strane stimuliraju stvaratelji, a s druge, omogućuje lakši put praizvedbama i izvedbama njihovih djela. Time se također promoviraju stvaralački potencijali suvremenih hrvatskih skladatelja, hrvatski klasici, mladi interpreti i drugi glazbeni žanrovi (jazz i etno). Kroz diskografiju i publicistiku te objavljivanje vrijednih partitura, često kapitalne vrijednosti, potiče se dokumentiranje izvedbi, trajno snimanje, pisanje i istraživanje prvenstveno građe vezane uz narodnu glazbenu kulturu. Notnim izdanjima, kao deficitarnoj kulturnoj djelatnosti, problematizira se i sintetizira skladateljsko pismo ovoga vremena, ali i antologijska ostvarenja ranijih stilskih razdoblja. Kako je glazbeno nakladništvo nezaštićeno i destimulirano zbog slabosti sustava podrške lokalne samouprave (također i manjkave podrške drugih izvora financiranja), u predstojećem razdoblju predviđeno je povećanje broja izdanja unutar očekivanih proračunskih vrijednosti, kako bi se očuvala i promovirala nova i starija hrvatska glazbena umjetnost. To se prije svega odnosi na velike i veće glazbeno-scenske cjeline, simfonijsku literaturu, komorni repertoar i slično.

Daljnji razvoj glazbenog i dramskog stvaralaštva poticat će se kontinuiranim nagrađivanjem osobitih postignuća, kao i potporama scenskom postavljanju nagrađenih djela. Stimuliranjem kreativnih disciplina, dat će značajan poticaj autorima i produkciji, ali i kvaliteti suvremenog hrvatskog stvaralaštva.

## 3. Potpora manifestacijama i gostovanjima programa izvedbenih umjetnosti

Veliki broj hrvatskih festivala (uključujući i one nacionalne) te kulturnih manifestacija, s međunarodnim predznakom ili bez njega, podržavaju se kontinuirano. Takvi programi koji promiču izvrsnost stvaralačke, reproduktivne i produkcijske scene panoramski pokazuju raznolikost njihovih profila – festivali nacionalnog statusa, festivali/kulturne priredbe hrvatskog ili međunarodnog značenja, regionalni festivali/kulturne priredbe, festivali/kulturne priredbe posvećene isključivo hrvatskoj glazbi ili jazzu te specijalistički festivali. Znatan dio njih uživa ugled i na svjetskoj sceni. Stabilnost potpora osigurat će njihovu stalnu aktivnost, međunarodnu suradnju te otvoriti mogućnost za ostvarenje koprodukcijskih projekata. Poticanjem gostovanja kroz kazališne, glazbene i plesne mrežne programe podiže se razina intenzivnog profesionalnog djelovanja, ostvaruje se ravnoteža kulturne ponude u svim hrvatskim regijama, kao i suradnja s lokalnim organizatorima. Kako se radi o

mreži kulturnih aktivnosti na području cijele Republike Hrvatske (s naglaskom na područja od posebne državne skrbi i na otoke), cilj je potaknuti programsku raznovrsnost te stimulirati izvedbe suvremenog i klasičnog nacionalnog repertoara. Izvrsnost se potiče stalnim umjetničkim i stručnim usavršavanjem kroz različite oblike kreativno-istraživačkih institucija, majstorskih radionica i profesionalnih natjecanja, čime se razvijaju individualni potencijali i potencijali umjetničkih skupina što u cjelini pridonosi kontinuiranom razvoju izvedbenih umjetnosti i njihovih posebnosti.

#### 4. Potpora glazbenom i kazališnom amaterizmu te očuvanju tradicijske kulture

Amatersko stvaralaštvo potiče se kroz brojne kulturne manifestacije, smotre i festivale, radionice tradicijskih vještina i raznolike vrste programa pojedinačnih amaterskih kazališnih skupina te udruge koje njeguju glazbenu, kazališnu, plesnu i običajnu kulturu. Temeljni cilj – očuvanje regionalnih (zavičajnih) baštinskih vrijednosti – ostvarit će se tako da se kontinuirano podiže stručnost i kvaliteta djelovanja amaterske zajednice, osobito u manjim hrvatskim sredinama. U predstojećem razdoblju očekuje se zadržavanje broja programa kojima će se i nadalje stimulirati razvoj cijele djelatnosti, njezina produktivnost i raznolikost, što su osnovni preduvjeti za očuvanje zavičajnih glazbenih tradicija, kao i tradicije kazališnog amaterizma. <sup>(32)</sup>

#### 5. Poticanje domaćih i stranih ulaganja u audiovizualni sektor

Usvajanjem Zakona o izmjenama i dopuni Zakona o audiovizualnim djelatnostima (NN 90/2011) stvorena je zakonska osnova za uvođenje sveobuhvatnog paketa regulativnih, fiskalnih i promidžbenih mjera nužnih za pozicioniranje Hrvatske kao destinacije za snimanje i oživljavanje jedne od nekoć vodećih izvoznih grana na dobrobit audiovizualnog sektora i domaćeg gospodarstva u cjelini. Taj cjelovit sustav mjera i poticaja namijenjen je domaćim i stranim ekipama koje svoje projekte realiziraju u Republici Hrvatskoj koristeći ovdašnje lokacije te tehničke i kreativne usluge domaće audiovizualne industrije. Uz izravne prihode audiovizualnog sektora, ove mjere omogućuju izravne prihode drugim dijelovima privrede (transport, turizam, trgovina) te neizravne učinke vezane uz globalnu promociju Hrvatske kao turističke destinacije odnosno nove članice Europske unije. Prema članku 9. navedenog Zakona „financijski poticaj“ (za „ulaganja u proizvodnju audiovizualnih djela“) „izvršit će Ministarstvo kulture na teret državnog proračuna u okviru osiguranih sredstava namijenjenih za mjere poticaja.“ U Ocjeni potrebnih sredstava za provođenje Zakona navedeno je da će se potrebna sredstva osigurati „preraspodjelom u državnom proračunu unutar limita predviđenog

<sup>32</sup>Ibid., str. 20-21.

projekcijama državnog proračuna za 2012. i 2013. godinu, a svake godine u iznosu od 20 milijuna kuna godišnje“.<sup>(33)</sup>

Potporna Ministarstva poduzetništva za **Poduzetništvo klastera**.

Predmet ovog Otvorenog javnog poziva jest dodjela bespovratnih sredstava Ministarstva poduzetništva i obrta (u daljnjem tekstu: Ministarstvo) za Prioritet 1: Jačanje konkurentnosti malog gospodarstva,

Mjera A3: Poduzetništvo klastera

Poziv se objavljuje u dnevnim novinama i na mrežnim stranicama Ministarstva poduzetništva i obrta (u daljnjem tekstu: Ministarstvo) i HAMAG INVEST-a ([www.minpo.hr](http://www.minpo.hr), [www.hamaginvest.hr](http://www.hamaginvest.hr)), a prijave se zaprimaju isključivo od 31.03.2014. godine (sukladno točki 8. ovog Otvorenog javnog poziva). Javni poziv otvoren je do iskorištenja sredstava, ali ne dulje od 31.10.2014. godine.

Prioritet ovog Otvorenog javnog poziva jest poticanje povezivanja i umrežavanja gospodarskih subjekata u klastere s ciljem povećanja njihove konkurentnosti te poticanja inovativnosti, uz brži i snažniji izlazak na međunarodna tržišta, te suradnju sa znanstveno-istraživačkim institucijama i jedinicama lokalne i regionalne samouprave.

Ciljevi ovog javnog poziva su:

- Unaprijediti učinkovitost proizvodnje i proizvodnih procesa na tržištu malih i srednjih gospodarskih subjekata umreženih u klastere, te daljnjim povezivanjem omogućiti jačanje njihovih proizvodnih kapaciteta i širenje proizvodnog asortimana
- Poticati klastere i klusterske inicijative na ulaganja u razvojno-istraživačke kapacitete u cilju razvoja i implementacije inovacija i transfera znanja
- Ojačati međunarodnu konkurentnost postojećih klastera na stranim tržištima radi postizanja boljih poslovnih rezultata, gospodarskog rasta te povećanja izvoza
- Razvijati i jačati klusterske inicijative po regijama
- Povećati konkurentnost proizvoda i usluga klastera i članica klastera, njihovu prepoznatljivost, produktivnost, inovativnost te primjenu novih tehnologija
- Otvaranje novih radnih mjesta te zadržavanje postojećih

---

<sup>33</sup>ibid., str. 26.

U proračunu Ministarstva na proračunskoj aktivnosti A817060 planirano je ukupno 3.750.000,00 kuna za dodjelu bespovratnih potpora temeljem ovog javnog poziva.

Poziv je namijenjen malim gospodarskim subjektima koji su definirani Zakonom o poticanju razvoja malog gospodarstva (NN br. 29/02, 63/07, 53/12 i 56/13). S izmjenama Zakona o poticanju razvoja malog gospodarstva (NN br. 29/02, 63/07, 53/12 i 56/13) iz svibnja 2012. kategorizacija veličine poduzeća usklađena je s Preporukom Europske komisije 2003/361/EZ od 06. svibnja 2003.

„Posebni cilj 2.1. Poticanje obrtništva u funkciji razvoja obrtništva

Posebna pažnja pridaje se poticanju i očuvanju manje dohodovnih obrtničkih djelatnosti – tradicijskih obrta koji se pretežito obavljaju ručnim radom, a tehnikama proizvodnje se oslanjaju na tradicijsku kulturu, te umjetničkih obrta koji se odlikuju proizvodima i uslugama visoke estetske vrijednosti i kvalitetnim dizajnom uz naglašenu kreativnost i individualnost majstora obrtnika.“<sup>(34)</sup>

U Strategiji razvoja Poduzetništva 2013. – 2020. ne spominju se KKI.

#### MJERA A: RAZVOJ MIKRO PODUZETNIŠTVA I OBRTA

Ciljevi Mjere A bili su poduprijeti rast i razvoj te povećati konkurentnost mikro-poduzetnika putem ciljane potpore ulaganjima namijenjenim zapošljavanju, rastu i razvoju, zatim poduprijeti konkurentnost proizvoda i usluga zadruga putem poticanja snažnijeg udruživanja i umrežavanja zadruga te poduprijeti rast i razvoj klastera putem ulaganja u transfer znanja i jačanje razvojno-istraživačkih kapaciteta s ciljem razvoja novih proizvoda i usluga.

Mjera A: Razvoj mikro poduzetništva i obrta sastojala se od sljedećih aktivnosti:

1. Aktivnost A1: Mikro poduzetništvo i obrt
2. Aktivnost A2: Poduzetništvo kreativnih industrija
3. Aktivnost A3: Mladi u poduzetništvu i poduzetnici početnici
4. Aktivnost A4: Zadržno poduzetništvo
5. Aktivnost A5: Jačanje poslovne konkurentnosti klastera

Dodijeljene su 124 bespovratne potpore ukupnog iznosa 22.039.108,11 kuna, a prosječan

<sup>34</sup>MINPO, Strateški plan za razdoblje 2012.-2014., str. 22, p. 4. // jednako piše u nacrtu 2013.-2015. // nacrt 2014.-2016. ima unos u tablici potpora kreativnoj industriji, jedina referencija//

iznos dodijeljene potpore bio je 177.735 kuna.

U okviru Aktivnosti A1 Mikro poduzetništvo i obrt zaprimljeno je ukupno 728 prijava od kojih je 66 odobreno, u ukupnom iznosu od 12.177.564,10 kuna. Udio dodijeljenih potpora u ukupnom broju prijava iznosio je 9 %. Prosječan iznos dodijeljene potpore bio je 184.508,55 kuna.

U okviru Aktivnosti A2 Poduzetništvo kreativnih industrija zaprimljeno je ukupno 70 prijava od kojih je 17 odobreno, u ukupnom iznosu od 2.993.662,40 kuna. Udio dodijeljenih potpora u ukupnom broju prijava iznosio je 24 %. Prosječan iznos dodijeljene potpore bio je 176.097,79 kuna.

Prosječan iznos potpore u 2013. godini veći je za 12 % nego u 2012. godini, odnosno za čak više od dva puta nego u 2011. godini. Poduzetnički impuls 2014.

U okviru Aktivnosti A3 Mladi u poduzetništvu i poduzetnici početnici zaprimljeno je 279 prijava od kojih je 28 odobreno, u ukupnom iznosu od 3.753.512,36 kuna. Udio dodijeljenih potpora u ukupnom broju prijava iznosio je 10 %. Prosječan iznos dodijeljene potpore bio je 134.054,01 kuna. Prosječan iznos dodijeljene potpore poduzetnicima početnicima uvećan je za 55 % - s prosječne potpore od 86.150 kuna u 2012. godini na 134.050 kuna u 2013. godini.

U okviru Aktivnosti A4 Zadržno poduzetništvo zaprimljeno je ukupno 25 prijava od kojih je 6 odobreno, u ukupnom iznosu od 1.012.317,18 kuna. Udio dodijeljenih potpora u ukupnom broju prijava iznosio je 24 %. Prosječan iznos dodijeljene potpore bio je 168.719,53 kuna.

U okviru Aktivnosti A5 Jačanje poslovne konkurentnosti klastera zaprimljene su ukupno 23 prijave od kojih je 7 odobreno, u ukupnom iznosu od 2.102.052,07 kuna. Udio dodijeljenih potpora u ukupnom broju prijava iznosio je 30 %. Prosječan iznos dodijeljene potpore bio je 300.293,15 kuna.

MJERA A: Razvoj mikro poduzetništva i obrta

**Tablica 3:** Pokazatelji rezultata za Mjeru A: Razvoj mikro poduzetništva i obrta

PLANIRANI REZULTATI	OSTVARENI REZULTATI
100 dodijeljenih potpora	124 dodijeljene potpore
Potaknuti razvoj 8 zadruga	Potaknuti razvoj 6 zadruga
Potaknuti razvoj 6 klastera	Potaknuti razvoj 7 klastera

Izmjenama i dopunama Državnog proračuna Republike Hrvatske za 2013. godinu i projekcijama za 2014. i 2015. godinu, objavljenima 06.05.2013. godine (NN 53/13), ukupan proračun Aktivnosti A4: Zadržno poduzetništvo smanjen je na 1.000.000 kuna, stoga planirani rezultat nije u cijelosti ostvaren.

U okviru Aktivnosti A2 Poduzetništvo kreativnih industrija zaprimljeno je ukupno 70 prijava od kojih je 17 odobreno, ukupnog iznosa 2.993.662,40 kuna. Udio dodijeljenih potpora u ukupnom broju prijava iznosio je 24 %. Prosječan iznos dodijeljene potpore bio je 176.097,79 kuna (za 2013. godinu). <sup>(35)</sup>

Ministarstvo gospodarstva ima zakonom definirane poticajne mjere, a aktivnosti kreativnih usluga su na popisu onih aktivnosti kojima se odobravaju poticaji. <sup>(36)</sup>

U Zadru je otvoren Centar kreativne industrije koji se financira iz sredstava EU (IPA, iznos od 647.000 EUR), no nisu navedene pojedinosti. <sup>(37)</sup>

Centar kreativne industrije CreatiVA u Varaždinu <http://www.tp-vz.hr/index.php?content=pocetna>

#### „Poduzetnički impuls“ – Program poticanja poduzetništva i obrta u 2013. godini

Na sjednici Vlade RH od 24. siječnja 2013. usvojen je novi Poduzetnički impuls za 2013. godinu. Prvi natječajni bili su objavljeni 2. veljače 2013., a trajat će do iskorištenja sredstava. Ovaj dokument sadrži ciljeve, projekte, korisnike, mjere, aktivnosti i sredstva poticaja poduzetništva i obrta za 2013. godinu sukladno Programu Vlade RH za mandat 2011. – 2015. godine. Izvor: Ministarstvo poduzetništva i obrta <http://www.minpo.hr/default.aspx?id=283>.

Ciljevi za 2014. godinu:

- pojednostavljenje i ubrzanje procedura za osnivanje novih malih gospodarskih subjekata
- stvaranje jeftinih izvora financiranja za poslovne i razvojne planove malog poduzetništva i obrta
- usavršavanje sustava potpora i olakšica za otvaranje i razvoj inovativnih poduzeća
- razvoj učinkovitog djelovanja poduzetničke infrastrukture

<sup>35</sup><http://www.minpo.hr/UserDocsImages/Poduzetni%C4%8Dki%20impuls%202014..pdf>

<sup>36</sup><http://www.mingo.hr/page/poticajne-mjere-1>

<sup>37</sup><http://www.zadra.hr/projekti/regionalni-projekti/>  
<http://www.057info.hr/vijesti/2013-02-09/umjesto-centra-za-mlade-centar-kreativnih-industrija>



- poticanje udruživanja u zadruge
- poticanje umrežavanja kroz klustere
- sufinanciranje međunarodne promocije i suradnje malog gospodarstva
- proširenje organizirane stručne pomoći i obrazovanja
- potpora promicanju poduzetništva

U okviru programa, između ostaloga, predviđena je potpora za poduzetništvo kreativnih industrija (3.000.000 HRK) i potpora za očuvanje tradicijskih i umjetničkih obrta (5.000.000 HRK).

U okviru institucionalne potpore Ministarstva predviđen, je, između ostalog, i Hrvatski klaster konkurentnosti kreativnih i kulturnih industrija. Udruga članova kreativnih i kulturnih industrija u Hrvatskoj nastala na inicijativu Ministarstva gospodarstva RH s ciljem jačanja konkurentnosti. Njihova misija jest jačanje konkurentnosti kreativne i kulturne industrije u cilju promocije pametnog, održivog i uključivog rasta uz stvaranje imidža Republike Hrvatske kao kreativne zemlje s bogatim kulturnim nasljeđem i tradicijom.

Osnovni cilj Hrvatskog klastera konkurentnosti kreativnih i kulturnih industrija jest pridonijeti ostvarivanju misije i stvaranju dugoročno održivog modela jačanja konkurentnosti Sektora kroz provedbu mjera i aktivnosti postavljenih u 5 prioriternih područja:

1. Jačanje institucionalne i infrastrukturne podrške u razvoju kreativne i kulturne industrije
2. Davanje snažnije podrške istraživačko-razvojnim aktivnostima, inovacijama, eksperimentima i poduzetništvu u kreativnoj i kulturnoj industriji
3. Razvoj ljudskih resursa
4. Poboljšanje pristupa financiranju
5. Poticanje učinaka prelijevanja kreativne i kulturne industrije na druge industrije i društvo u cjelini<sup>(38)</sup>

---

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

Kreativnom sektoru u Hrvatskoj bit će dostupan program Europske unije Kreativna Europa 2014. – 2020., vrijedan 1.8 milijardi EUR, ali i sredstva iz fondova Kohezijske politike, a organiziranje klastera svakako je jedan od najbitnijih preduvjeta za povlačenje tih sredstava. <sup>(39)</sup>

### **Jačanje međunarodne prepoznatljivosti Rijeke kao grada kulture i kreativnosti**

Preplitanje srednjoeuropske i mediteranske kulture koje se očituje kako u materijalnoj, tako i u nematerijalnoj baštini posebno je kulturno bogatstvo i razlikovno obilježje Rijeke. U tom smislu, Rijeka treba graditi svoj međunarodni imidž grada koji se asocijativno povezuje s kulturnim obilježjima i vrijednostima. Sastavni dio toga imidža jest predodžba mediteranskog grada koji je svojom povijesnom tradicijom usko vezan uz srednjoeuropski kulturno-civilizacijski krug. Drugim riječima, potrebno je pozicionirati i prepoznati Rijeku kao grad kulture, odnosno kao kreativni grad (brand). Prepoznavanju pridonosi jačanje osobitosti kulturno-turističke ponude po kojoj će Rijeka biti prepoznatljiva u regionalnom, nacionalnom i međunarodnom okruženju. S obzirom na bogatu kulturnu ponudu u širem regionalnom okruženju (Trst-Ljubljana-Zagreb) međunarodna prepoznatljivost Rijeke mora se temeljiti na specifičnosti i izvrsnosti ponude kulturnih sadržaja.

Za veću kulturnu prepoznatljivost Rijeke u europskom okruženju potrebna je sustavna promocija kulturnih manifestacija međunarodnog značaja, kao i promocija iznimnih dosega riječkih umjetnika. Uz to, nužno je pojačati marketinšku promociju programa kulturnih ustanova. Organizatori kulturnih programa morali bi se u većoj mjeri povezivati s ciljem okrupnjivanja kulturnih manifestacija. Velike kulturne manifestacije poput festivala, sajмова i karnevala privlače najveću medijsku pozornost. Promociji Rijeke pridonose i gostovanja eminentnih umjetnika, kao i razvijanje međugranične i međunarodne suradnje te programske razmjene s uglednim stranim kulturnim institucijama.

Kulturni identitet Rijeke utemeljen je i na multikulturalnosti i multietničnosti. Različite nacionalne kulture tijekom povijesti ostavile su prepoznatljive tragove kako u arhitekturi, tako i u specifičnom riječkom mentalitetu. U tom kontekstu, jačanje kulturnih veza i suradnje s gradovima iz Jugoistočne Europe pridonosi većoj prepoznatljivosti Rijeke kao kozmopolitskog grada, otvorenog za različite kulturne utjecaje.“ <sup>(40)</sup>

Potpora kulturnim i kreativnim industrijama grada Rijeke daje se kroz sljedeća dva cilja:

<sup>39</sup><http://www.vecernji.hr/kompanije-i-trzista/osnovan-klaster-konkurentnosti-kreativnih-i-kulturnih-industrija-542429>

<sup>40</sup>Strategija kulturnog razvitka Grada Rijeke 2013. – 2020., str. 22-23.



#### Cilj 1: Izrada i provedba programa bržeg razvoja kulturnih i kreativnih industrija

Obrazloženje: Cilj razvoja kulturnih i kreativnih industrija nije promicanje poduzetničkih projekata u kulturnim djelatnostima koja se redovito financiraju iz gradskog proračuna, jer nije realno očekivati da se kulturni programi na tim područjima mogu temeljiti na tržišnim načelima. Umjesto toga, potrebno je razvijati nove proizvode i sadržaje koji će u sebi sadržavati dodanu vrijednost kao rezultat (umjetnički) stvaralačkog i (tehnološki) inovativnog pristupa. Pritom se misli na proizvode kao što su: proizvodnja softvera, multimedijalnih računalnih igara, video i glazbenu produkciju, arhitekturu, dizajn, nove medije i si. Za ostvarenje ovoga cilja neophodno je najprije napraviti program aktivnosti s konkretnim smjernicama i prioritetnim projektima. U programskom smislu, razvoj kulturnih i kreativnih industrija poticat će se promicanjem svjetskog susreta kreativaca „Republika“ kao međunarodno prepoznatljive godišnje manifestacije.

#### Mjere:

- izrada programa razvoja kulturnih i kreativnih industrija u Rijeci do 2020. godine,
- definiranje nositelja programskih aktivnosti, smjernica i prioritetnih projekata,
- ostvarenje prepoznatljivosti i promocija Rijeke kao „kreativnog grada“ u nacionalnom i međunarodnom okruženju,
- razvijanje svjetskog susreta kreativaca „Republika“ kao međunarodno prepoznatljivi brand,
- jačanje menadžmenta u kulturnim ustanovama

#### Pokazatelji uspješnosti:

- izrađen program razvoja kulturnog i kreativnog sektora do 2020. godine,
- definirani programski nositelji, smjernice i prioritetni projekti,
- broj promotivnih aktivnosti s ciljem razvoja branda „Rijeka - kreativni grad“,
- međunarodna prepoznatljivost festivala kreativnosti „Republika“,
- menadžerska znanja s područja kulturnog menadžmenta u kulturnim ustanovama
- Rok: 2013. – 2015.

#### Cilj 2: Stvoriti poticajno okruženje za mlade kreativce iz uže i šire regije

Obrazloženje: S obzirom na činjenicu da umjetnička djela i kulturna dobra imaju značaj autorskih djela, to jest intelektualnog vlasništva, kultura je jedna od djelatnosti koje mogu pridonijeti bržem oporavku riječkog gospodarstva. Broj mladih, obrazovanih ljudi u Rijeci, s jedne strane, sve je veći, s druge pak strane sve je manje mogućnosti za njihovo zapošljavanje, pa čak i za bilo kakav izvor prihoda u područjima za koja su se obrazovali. Ovim ciljem želimo, prije svega, spriječiti „odljev mozгова“ iz Rijeke, uključujući i odlazak umjetničkih talenata u druge hrvatske i inozemne gradove te istodobno učiniti Rijeku privlačnim gradom za mlade kreativce iz drugih dijelova Hrvatske i susjednih zemalja. Pritom polazimo od spoznaje da je intelektualni i kreativni potencijal ključan ekonomski resurs grada.

#### Mjere:

- izrada plana oblikovanja tzv. „kreativne zajednice“ kao sastavni dio programa razvoja kulturnog i kreativnog sektora
- uspostavljanje partnerskih odnosa sa *start-upovima* i akademskom zajednicom
- pronalaženje prostora primjerenog za istraživanje i stvaranje mladih kreativaca
- analiza mogućnosti smještanja „kreativne zajednice“ unutar kompleksa bivše tvornice Rikard Benčić te programske suradnje s drugim korisnicima
- poticanje poduzetničkih projekata koji povezuju umjetničko stvaralaštvo i tehnološke inovacije

#### Pokazatelji uspješnosti:

- izrađen plan povezivanja mladih kreativaca u riječku „kreativnu zajednicu“
- uspostavljeni partnerski odnosi s dionicima iz područja akademskog i IKT sektora
- pronađen primjeren radni prostor za mlade kreativce
- povećan broj poduzetničkih projekata koji na kreativan način povezuju umjetničku kreaciju i tehnološku inovaciju
- Rok: 2013. – 2015.

### 3.2.KREATIVNA INDUSTRIJA U BROJKAMA

U Hrvatskoj ne postoji sistematično praćenje godišnjih podataka o KKI. Stoga u nastavku navodimo samo neke podatke o KKI koje su prosljedile gospodarska i obrtnička komora riječke županije, koje su podatke prikupile od Državnog zavoda za statistiku.

Tablica 2: Broj pojedinačnih poduzeća u Hrvatskoj u sektorima kreativne industrije, travanj 2007.

Izdavaštvo, tisak, reprodukcija snimljenog materijala	2396
Arhitektura, inženjerstvo i povezane aktivnosti	1971
Oglašavanje i odnosi s javnošću	1255
Radijske i televizijske aktivnosti	298
Filmske i video aktivnosti	274

Izvor: podaci BIZNET-a i HGKAIG-a. (41)

Podaci ukazuju na to da je najveći broj poduzeća KKI u Hrvatskoj godine 2007. (još prije NACE 2008.) bio u sektoru izdavaštva, tiska i reprodukcijskog materijala.

Tablica3: Podaci o obrtnicima na području KKI registriranih u Primorsko-goranskoj županiji

Šifra	SKD	Broj obrta
G4761	Trgovina na malo knjigama u specijaliziranim prodavaonicama	3
G4762	Trgovina na malo časopisima i revijama u specijaliziranim prodavaonicama	12
G4763	Trgovina na malo glazbenim i video zapisima u specijaliziranim prodavaonicama	1
J5811	Izdavanje knjiga	17
J5814	Izdavanje revija i druge periodike	
J5821	Izdavanje računalnih igara	
J5911	Produkcija filmova, video filmova i televizijskih emisija	

<sup>41</sup>Primorac, Jaka; Private sector of Croatian creative industries in virtual sphere, *Connecting Croatia*, str. 25, p. 4, 2008.

J5912	Postproduksijske djelatnosti kod produkcije filmova, video filmova i televizijskih emisija	18
M7111	Arhitektonsko projektiranje	11
M7311	Djelatnost agencija za oglašavanje	96
M741	Dizajn, aranžerstvo, dekoraterstvo	93
M742	Fotografska djelatnost	
M743	Prevođenje i tumačenje	
P8552	Obrazovanje, usavršavanje i osposobljavanje na području kulture i umjetnosti	2
R9002	Pomoćne djelatnosti za izvođačku umjetnost	3
R9003	Umjetničko stvaralaštvo	7
<b>UKUPNO</b>		263

Izvor: Obrtnička komora Primorsko – goranske županije 2014.

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

**U Prilogu 1 i 4** navodi se broj poduzeća KKI, broj zaposlenih i prihodi za razdoblje od 2010. do 2012. u Hrvatskoj i u Primorsko – goranskoj županiji. Te godine je u hrvatskoj županiji najveći broj poduzeća, gotovo 30 % svih poduzeća KKI (1181, od toga 1174 malih poduzeća), bio u djelatnosti oglašavanja, a najveći broj zaposlenih, 22 %, u televizijskoj djelatnosti. Najveće prihode od prodaje (27 %) 2012. godine imala je djelatnost Trgovina na malo papirom i uredskim priborom u specijaliziranim prodavaonicama. U Primorsko – goranskoj županiji 28 % svih poduzeća bilo je u djelatnosti oglašavanja, a najviše zaposlenih, 23 %, na području izdavanja knjiga, gdje je zabilježen i najveći prihod od prodaje (30 %).

**Prilog 3** prikazuje popis malih i srednje velikih poduzeća po općinama i po djelatnostima. Podaci su došli od Hrvatske gospodarske komore.

Grafikon 1: Raspored KKI po županijskim gospodarskim komorama HGK <sup>(42)</sup>:

<sup>42</sup>ibid., str. 29.

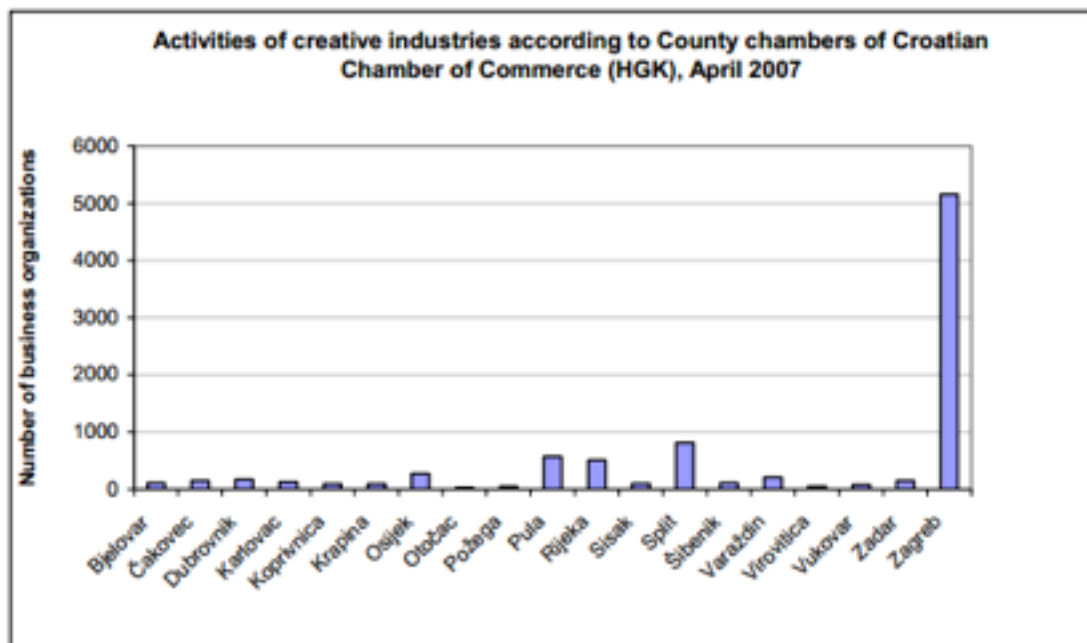


Figure 2. Activities of creative industries according to County chambers of Croatian Chamber of Commerce (HGK), BIZNET, April 2007

Po podacima gospodarske komore, godine 2007. (prije NACE 2008.) najviše poduzeća KKI nalazilo se u Zagrebačkoj županiji.

„Trend rasta kulturnih i kreativnih industrija u Hrvatskoj je prisutan: njihov udjel u ukupnoj bruto dodanoj vrijednosti hrvatskoga gospodarstva povećao se s 12,1 % u 2000. godini na 13,3 % u 2004. godini (Švob-Đokić et al., 2008.: 76).“<sup>(43)</sup>

„O strateškom usmjerenju razvoja grada kroz kulturu, odnosno kroz kulturne i kreativne industrije, promišljalo se od 2004. do 2006. u okviru projekta Gradskog ureda za kulturu Grada Zagreba *Organizacijski razvoj i strateško planiranje u kulturnim ustanovama i organizacijama grada Zagreba* (Dragojević i Žiljak, 2008.). Kulturne i kreativne industrije u okviru tog projekta konkretno se spominju kao zadnja točka na popisu ciljeva kulturne politike. Najveći kreativni potencijal vidi se u „mogućnosti prenamjene objekata rano-industrijske arhitekture (kao što su *Gorica, Paromlin, Zagrepčanka*) u multifunkcionalne (kulturne, informacijske, edukacijske) prostore, uz koje se mogu vezati i kreativne ili kulturne industrije kao područje novih tehnologija“ (Zlatar, 2008). Međutim do danas se nije došlo dalje od idejnog polazišta. Izuzetak su izdvojene inicijative, poput raspisivanja međunarodnog natječaja za izradu idejnog urbanističko-arhitektonskog rješenja Bloka Badel22 i projekta Zagrebački

<sup>43</sup>Što nas čini različitima? Kreativni Zagreb na putu prema kreativnoj Europi, Daniela Angelina Jelinčić, Ana Žuvela, str. 7, p. 3.

kreativni klaster Gredelj<sup>23</sup>. Također pomaci se vide i po tome što Grad Zagreb, Ured za stratejsko planiranje i razvoj grada, od Instituta za razvoj i međunarodne odnose naručuje najprije izradu studije *Zagreb kao kulturni proizvod: Studija potencijala razvoja grada kroz kulturne/kreativne industrije* (Jelinčić i Žuvela, 2010.), a onda i *Akcijski plan poticanja razvoja kulturnih/kreativnih industrija u gradu Zagrebu* (Jelinčić, Žuvela i Polić, 2012.), čime se postavlja temelj za konkretno djelovanje u području kulturnih/kreativnih industrija.“<sup>(44)</sup>

„Također valja napomenuti da je i u Hrvatskoj analiza tog područja bila zanemarena: uz makroanalize područja rađene za potrebe izvještaja o kulturnoj politici Republike Hrvatske (Cvjetičanin i Katunarić, 1998.) i izrade strategije kulturnog razvitka (Katunarić i Cvjetičanin, 2003.), postoje samo sporadična i/ili fragmentarna, ali ne i sustavna istraživanja ove problematike. Uz analizu zaposlenosti u kreativnim djelatnostima unutar konteksta kulturne industrijalizacije (v. Švob-Đokić, Primorac i Jurlin, 2008.), dostupne su i pojedinačne studije o društvenom položaju žena-umjetnica (Kodrnja, 2001.), upravljačicama u kulturnom sektoru (Adamović, 2011.) te društvenom položaju dizajnerica vizualnih komunikacija (Barada, 2012.). Ujedno, potrebno je ovdje spomenuti i istraživanja na ovu temu koja su provedena u regiji jugoistočne Europe kao što je studija o položaju kulturnih radnika/ca u kreativnim industrijama jugoistočne Europe (Primorac, 2008.), te problematizacija fleksibilizacije kulturnog rada u slovenskom kontekstu (Milohnić, 2005.).“<sup>(45)</sup>

Opći strateški ciljevi:

Poticanje razvoja kulturnih i kreativnih industrija

Iako ne postoje službeni podaci o točnom broju poduzeća na području kulturnih i kreativnih industrija, procjenjuje se da je u **Rijeci** samo na području dizajna i arhitekture djeluje 47 poduzeća (24 dizajnerska i 23 arhitektonska poduzeća). Dodamo li tome pojačani razvoj „start-up“ zajednice, možemo reći da Rijeka raspolaže temeljnim potencijalima za razvoj tzv. kulturnog i kreativnog sektora, gdje se kultura povezuje s gospodarstvom, novim tehnologijama i znanošću. U najrazvijenijim europskim zemljama taj je sektor važan dionik gospodarskog razvoja budući da se napredna gospodarstva temelje na znanju, stvaranju i inovacijama.

U Europskoj uniji prevladava mišljenje da su kulturne i kreativne industrije jedna od pokretačkih sila gospodarskog rasta i razvoja. Novi program EU „Kreativna Evropa“ (2014. – 2020.) podržat će kulturni

<sup>44</sup>Ibid., str. 10-12.

<sup>45</sup>Od nesigurnosti do nesigurnosti: rad i zaposlenost u kulturnim i kreativnim industrijama, Jaka Primorac, str. 6-7.

i kreativni sektor s ciljem njihovog doprinosa održivom razvoju i zapošljavanju. Uzmemo li u obzir tu činjenicu te uz razvoj kulturnih i kreativnih industrija, značajno se povećavaju mogućnosti za povlačenje sredstava iz tog programa, što je samo po sebi dovoljan razlog za intenzivnije ulaganje u kulturni i kreativni sektor.

Pro tom valja posebno naglasiti da promicanje kulturnih i kreativnih industrija ne znači poticanje poduzetničkih projekata u tradicionalnim kulturnim djelatnostima koje zbog svojih trajnih vrijednosti i ograničenog broja korisnika ne mogu opstati bez javne potpore nego prije svega poticanje kvalitetne proizvodnje na tržišno zanimljivim područjima kao što su na primjer dizajn i arhitektura te na drugim područjima gdje se razvoj i upotreba novih tehnologija povezuju s nekim oblikom umjetničkih kreacija. Poticanje razvoja kulturnih i kreativnih industrija stoga pretpostavlja raznolik pristup umjesto pojednostavljivanja, kojim se od tradicionalnih kulturnih djelatnosti očekuje da stvaraju kulturna dobra i usluge namijenjene tržištu.

Riječki kulturni i kreativni sektor neupitno ima gospodarske potencijale koji se mogu bolje iskoristiti. Temeljni preduvjet za to jest suradnja među sektorima koja ne smije biti stihijska, nego treba biti rezultat strateškog pristupa. U tom smislu mora se izraditi plan aktivnosti te se moraju povezati ključni dionici s područja kulture, IKT sektora, gospodarstva i znanosti.

### 3. PREGLED KREATIVNIH INDUSTRIJA I IDENTIFIKACIJA SUBJEKATA KOJI SE BAVE RAZLIČITIM SEGMENTIMA KREATIVNOG SEKTORA

#### Hrvatski audiovizualni centar (HAVC)

HAVC je vladina strateška agencija za audiovizualni sektor u Hrvatskoj. Cilj joj je poticanje uspješne audiovizualne industrije te promidžba širokog spektra zabave i razumijevanja audiovizualnog rada u Hrvatskoj. HAVC je osnovan 2008. godine na temelju novog Zakona o audiovizualnim aktivnostima koji je usvojio Hrvatski sabor u srpnju 2007. godine. HAVC se financirao iz državne pomoći i doprinosa korisnika audiovizualnih djelatnosti (kazališta, digitalni, kabelski i satelitski operateri, telekom itd.).



Osigurana su javna sredstva za razvoj, produkciju, promidžbu i prodaju hrvatskog filma u inozemstvu, za festivale, programe za širu publiku, potpore za obrazovanje, za kulturu i arhive, kao i za učenje i osposobljavanje.

### **Poduzetnički inkubator „Tvornica ideja“**

Poduzetnički inkubator „Tvornica ideja“ u **Dubrovniku** potiče usluge koje se temelje na znanju i pod svojim okriljem uključuje mlada poduzeća koja se osposobljavaju za uspješno poslovanje. Dostupna potpora: besplatne pravne, računovodstvene i marketinške usluge i obrazovanje i savjetovanje za traženje financijskih sredstava putem projekata. Od 11 poduzeća u inkubatoru, njih 6 je s područja KKI.

### **Zagrebački kreativni klaster Gredelj**

Ovu projektну ideju zajedno razvijaju Grad Zagreb, Gradski ured za strategijsko planiranje i razvoj Grada, u suradnji sa Zagrebačkim holdingom, Službom za upravljanje imovinom, uz konzultantsku pomoć koju je osiguralo Ministarstvo regionalnog razvoja i fondova EU. Potencijal Grada Zagreba za osnivanje kreativnog klastera ogleda se u činjenici da je Grad Zagreb hrvatsko središte kulturnih/kreativnih industrija (procjena je da je 98 % filmske i glazbene industrije koncentrirano u Zagrebu, a utvrđen je i velik postotak arhitektonskih, dizajnerskih i oglašivačkih tvrtki koje su u Gradu registrirane).

Pod terminom “kreativni klaster” podrazumijeva se i geografska koncentracija kreativnih industrija. Cilj je privući profesionalce iz kreativnih industrija u neiskorištene prostore na lokaciji Gredelj, omogućiti im zajedničku infrastrukturu, međusobno umrežavanje i povezivanje s naručiteljima i modelima implementacije kreativnih zamisli.



Anketa potencijalnih članova klastera, provedena u Udruženju hrvatskih arhitekata i Hrvatskom društvu dizajnera te među tvrtkama čije kreativno područje obuhvaća izradu multimedije i softvera ukazala je na interes i gotovo apsolutnu podršku fizičkom povezivanju kreativnih industrija na lokaciji Gredelj.

Planira se rekonstrukcija i prenamjena dvije postojeće građevine (zaštićene na nacionalnoj razini kao „industrijska baština“) u cilju razvoja gradskog kreativnog klastera.

Ministarstvo regionalnog razvoja i fondova EU financira tehničku (konzultantsku) pomoć pripreme ovoga projekta u sklopu svog Programa pripreme i provedbe razvojnih projekata prihvatljivih za financiranje iz fondova Europske unije, a u najavi je moguće sufinanciranje pripreme arhitektonske projektne dokumentacije, s konačnim ciljem sufinanciranja investicije u okviru budućih operativnih programa financiranih iz fondova EU.

Projekt kreativnog klastera Gredelj jedan je od dva projekta s kojima Grad Zagreb sudjeluje u dvije mrežne projektne ideje Sjeverozapadne Hrvatske, koje je Ministarstvo odabralo za daljnju razradu i tehničku pomoć. Zagrebački kreativni klaster Gredelj zamišljen je kao dio regionalnog projekta „Stvaranje preduvjeta za održivu podršku razvoju konkurentnosti gospodarstva i za daljnji razvoj tehnološke infrastrukture u Sjeverozapadnoj Hrvatskoj“. U regionalnom projektu „Sjeverozapadna Hrvatska – Regija digitalnih muzeja“ Grad sudjeluje s prijedlogom uređenja Muzeja osjeta u tunelu Grič.

### **Cool Industries for the Creative City**

Institut za razvoj i međunarodne odnose (IRMO) u razdoblju od listopada 2013. do travnja 2014. provodio je projekt [Cool Industries for the Creative City \(CICC\)](#) koji je usmjeren na izgradnju kapaciteta kulturnih/kreativnih industrija grada Zagreba. Projekt je istraživačko-konzultantskog tipa i nastavlja se na prethodne aktivnosti Odjela za kulturu i komunikacije IRMO-a u području kulturnih/kreativnih industrija i predstavlja fazu uvođenja kulturnih/kreativnih industrija u javne politike Grada Zagreba.

Rezultati projekta bit će vidljivi kroz sljedeće aktivnosti: uvođenje kulturnih/kreativnih industrija u zagrebačke javne politike, izgradnja ljudskih i institucionalnih kapaciteta putem obrazovnih aktivnosti odnosno osnivanjem središnje točke kulturnih/kreativnih industrija (Centar za kulturne/kreativne industrije), umrežavanje relevantnih dionika te medijska kampanja za promociju kulturnih/kreativnih industrija grada Zagreba i njihovih proizvoda.

Važnost i dobrobit projekta očitovat će se u cjelovitom razvoju grada, prije svega u smislu povećanja prihoda od kulturnih/kreativnih industrija, u urbanom razvoju i razvoju kulturnog turizma te oživljavanju života u gradu. Dodatno, projektom se cilja i na diversifikaciju turističke ponude, povećanje gospodarske konkurentnosti grada te stvaranje novih kreativnih proizvoda.

Projekt financira Unescov Fond za kulturnu raznolikost <sup>(46)</sup>, a koordinatorica projekta jest dr. sc. Daniela Angelina Jelinčić <sup>(47)</sup>.

### **Start-up inkubator za mlade, Rijeka**

„U veljači 2013. godine **Grad Rijeka** otvorio je **Start-up inkubator** za mlade ljude kako bi im pružio poduzetničku infrastrukturu za razvoj njihovih poslovnih ideja. Grad Rijeka je za potrebe *Start-upa* prenamijenio poslovne prostore u Ružičevoj ulici 14/I (134 m<sup>2</sup>) i 14/II (133 m<sup>2</sup>), ukupne površine 267 m<sup>2</sup>. Prostor je prilagođen mladoj populaciji radi stvaranja uvjeta za razvoj novih poduzetničkih ideja. Cilj je *Start-up* inkubatora stvaranje poticajnog okruženja za samozapošljavanje mladih putem realizacije vlastitih poslovnih ideja te podizanje radnih kompetencija za zapošljivost mladih, kao i utjecaj na razvoj poduzetničke kulture mladih.

<sup>46</sup><http://www.unesco.org/culture/cultural-diversity/2005convention/en/internationalfund/project/506/>

<sup>47</sup><http://irmounesco.azurewebsites.net/>

Riječki *Start-up* inkubator je pilot-projekt Grada Rijeke namijenjen studentima Sveučilišta i Veleučilišta te mladim osobama ili timovima do 29 godina. Mladima je u *Start-upu* osiguran prostor, oprema te mentorska i savjetodavna pomoć. U inkubatoru se u razdoblju od šest mjeseci, bez naknade, pruža potpora fizičkim osobama u osmišljavanju i postavljanju poslovnih modela te nude inovativni načini rješavanja problema. Stručnu pomoć pri realizaciji vlastite ideje osigurava mentor te osobni kontakti sa stručnjacima iz gospodarstva ili akademske zajednice. Mentori, njih 28, pružaju pomoć mladim, kreativnim i obrazovanim ljudima u prilagodbi njihovih poslovnih ideja stvarnim tržišnim zahtjevima, u smislu razrade ideje, prava zaštite intelektualnog vlasništva, marketinga, poslovnih kontakata i slično.

Od veljače do kraja lipnja 2013. godine *Start-up* inkubator primio je 15 timova koji broje 35-tero mladih ljudi. Timovi razrađuju svoje ideje iz područja IT tehnologije, turizma i produkt-dizajna. U suradnji sa *Start-upom*, RRA *Porin* izradit će poslovni plan za svaki projekt i time pomoći mladima da svoje ideje realiziraju na tržištu.

Sve navedeno čini *Start-up* inkubator novim oblikom poduzetničke infrastrukture koja mladim osobama bez osnovanog obrta ili trgovačkog društva pruža potporu u početnom osmišljavanju i postavljanju poslovnih modela.“<sup>(48)</sup>

Opći program mjera poticanja razvoja poduzetništva na području grada Rijeke:

Mjera	Programi razvoja poduzetničkih sposobnosti mladih
Ciljevi	Razvoj kreativnosti i inovativnosti te poduzetničkih kompetencija
Nositelji	Grad, Odjel gradske uprave za poduzetništvo s partnerima
Korisnici	Učenici sedmog i osmog razreda osnovnih škola i učenici srednjih škola na području grada
Provedba	Izrada prijedloga kurikuluma i organizacija provedbe

<sup>48</sup>Strategija razvitka Grada Rijeke 2014. – 2020., str. 63, p. 1-4.

Mjera	Startup inkubator
Ciljevi	Stvaranje poticajnog okuženja za samozapošljavanje mladih kroz realizaciju vlastitih poslovnih ideja, jačanje radnih kompetencija za zapošljivost mladih i utjecaj na razvoj poduzetničke kulture mladih
Nositelji	Grad, Odjel gradske uprave za poduzetništvo
Korisnici	Mladi do 29 godina starosti i studenti
Provedba	Provedba programa inkubiranja u trajanju do 6 mjeseci prema posebnom Programu.

Mjera	Program: „Inkubator za kreativne industrije“
Ciljevi	Jačanje konkurentnosti kulturnog i kreativnog sektora kroz razvoj kreativnosti, vještina i talenta pojedinaca ili skupina kao potencijala za stvaranje dobiti, novih radnih mjesta te korištenje intelektualnog vlasništva, koje u konačnici doprinosi gospodarskom rastu i sveukupnom razvoju grada
Nositelji	Grad, Odjel gradske uprave za kulturu i Odjel gradske uprave za poduzetništvo

Korisnici	Pravne osobe, obrtnici i fizičke osobe u slobodnim zanimanjima u djelatnostima: informacijsko komunikacijskih tehnologija – IKT (proizvodnja softvera, NKD2007, Područje J, Odjeljak 62, razred 62.01 – Računalno programiranje multimedijalnih računalnih igara, DVD i video produkcija, novi mediji i medijske komunikacije, glazba i glazbeno-scenska umjetnost, arhitektura, dizajn, grafika, modni dizajn, nova medijska kultura i moderni načini oglašavanja
Izvedba	Pružanje usluga podrške razvoju projekata po poduzetničkim načelima, omogućavanje povoljnijih prostornih uvjeta u fazi razvoja kreativnih ideja te prezentacije rada i postignuća pojedinaca i subjekata kulturnih i kreativnih industrija

### Mreža za razvoj i kreativnost – MRAK

Udruga MRAK-Mreža za razvoj i kreativnost nastala je s ciljem poticanja ljudi na razvijanje prilagodljivosti na promjene, nove oblike razmišljanja i kreativnosti te kako bi ih potaknula da to sve koriste u svakodnevnim situacijama i time prošire svoje mogućnosti i uspješnost.

Brzina kojom se svijet razvija zahtijeva kreativan pristup u svim segmentima kako bi se održao korak s napretkom i inovacijama s kojima se svakodnevno susrećemo. Prije samo nešto više od petnaestak godina nismo imali ni računala, ni faks, ni mobitele, a ni toliku konkurenciju. Neophodnost je poslovnih ljudi na raznim pozicijama u poduzećima različitih profila pojačati kapacitet generiranja inovacija. Jučerašnji pristupi, tehnike i prakse jednostavno ne zadovoljavaju današnje potrebe.

Potaknuta ovom spoznajom nastala je udruga Mreža za razvoj i kreativnost – MRAK. Osnovana je s ciljem promicanja, razvitka, obilježavanja i afirmiranja kreativne mogućnosti svake osobe, obitelji, edukacijske ustanove, poslovnog okruženja, državne strukture ili pak upravnih odbora poduzeća kako bi definirali nove situacije, generirali nove mogućnosti i potom riješili izazove na potpuno nove načine.

Osnovna je misija udruge promicanje kreativnosti i njezine višestruke primjenjivosti kroz promatranje, ocjenjivanje i publiciranje potencijala kreativnosti, promicanje inovacija i dizajna kroz organizaciju izložaba i uređivanja muzejskih prostora te razvijanje programa međunarodne suradnje te uključivanje u rad srodnih udruga, pravnih osoba i institucija.

Činjenica da je u svijetu kreativnost priznata kao važan faktor i u samom poslovanju te da se svake godine obilježava svjetski dan kreativnosti, naglasak je rada udruge na jačanju suradnje sa srodnim organizacijama u Hrvatskoj i izvan nje.

„Danas najkreativniji pojedinci razvijaju sve vidove svoje kreativnosti bez ograničenja postavljenih toj kreativnosti sad već zastarjelim kategorijama. Proizvodi su postali bogati različitim informacijama i kao takvi postali su neprocjenjiv prirodni resurs. Ali ti resursi više nisu zakopani duboko u zemlji kao oni iz prošle industrijske revolucije. Ovi resursi pohranjeni su u ljudskom umu, u njihovom iskustvu, svakodnevnom govoru, načinu odijevanja. Sve je to postalo jedan od najvažnijih resursa jedne nacije. Potpuno je jasno da su danas najuspješnije ekonomije one koje svijetu izvoze svoju kulturu,“ istaknula je predsjednica udruge Ivana Nikolić. <sup>(49)</sup>

### Dan kreativnosti i inovativnosti

Dan kreativnosti i inovativnosti pokrenut je 2008. godine po uzoru na Svjetski dan kreativnosti i inovativnosti koji je prvi put obilježen 2002. godine kako bi potaknuo ljude na intenzivnije korištenje kreativnosti i usmjereno upravljanje kreativnom inteligencijom, kako u privatnom, tako i u korporativnom okruženju.

Dan kreativnosti i inovativnosti izlazi ususret najaktualnijoj temi hrvatske tranzicijske stvarnosti, a to je nužna potreba za bržim, svekolikim i globalnim razvojem. Posve je jasno kako je kreativnost danas najučinkovitiji razvojni generator. Stoga želimo putem godišnjih konferencija akumulirati kreativnu energiju na jednom mjestu i pokrenuti trend sagledavanja, evaluacije i začetak kreativnih i inovativnih koncepata na svim društvenim i gospodarskim područjima u Hrvatskoj. Iz godine u godinu na konferenciji se skupe vodeći hrvatski i inozemni stručnjaci – znanstvenici, gospodarstvenici, kreativci, kulturnjaci, radnici u privatnom i javnom sektoru, djeca i mladi, s ciljem umrežavanja znanja i širenja novih ideja za razvoj našeg društva. <sup>(50)</sup>

<sup>49</sup><http://www.mrak.com.hr/o-mraku.htm>

<sup>50</sup><http://dki.mrak.com.hr/dki.html>

## Klaster konkurentnosti kreativnih i kulturnih industrija

U Puli je u sklopu održavanja 6. Dana kreativnosti i inovativnosti osnovan dugo iščekivani klaster konkurentnosti kreativnih i kulturnih industrija na inicijativu Ministarstva gospodarstva i uz operativnu podršku Agencije za investicije i konkurentnost.

Osnivanje klastera izuzetno je važno ne samo za segment kreativne i kulturne industrije koji formiranjem ovog klastera napokon dobiva priznanje u segmentu gospodarstva već za ekonomiju uopće. Cilj klastera jest ostvariti kvalitetno međusektorsko povezivanje te educirati sve segmente javne uprave o važnosti razvoja identiteta od proizvoda do pametnih i kreativnih gradova te identiteta Hrvatske uopće.

Klaster konkurentnosti kreativne i kulturne industrije četvrti je klaster osnovan na inicijativu Ministarstva gospodarstva s ciljem jačanja konkurentnosti. Ministarstvo gospodarstva dosad je osnovalo drveni, prehrambeni i metaloprerađivački klaster, a u planu ih je još osam.

**U prilogu 2** nabrojene su još neke inicijative na području KKI u Hrvatskoj.

## 4. PREGLED USKLAĐENOSTI NACIONALNIH POTICAJA S MEĐUNARODNIM SMJERNICAMA I TRENDOVIMA

Iako i u Republici Hrvatskoj primjećujemo međunarodne trendove povećanja udjela kreativne industrije u ukupnom BDP-u <sup>(51)</sup> i povećanje broja osoba u toj industriji <sup>(52)</sup>, ne postoji strateški dokument koji na jednom mjestu obuhvaća sve podatke i smjernice za daljnji razvoj KKI i podršku njima.

---

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

<sup>52</sup>Primorac, Jaka; Private sector of Croatian creative industries in virtual sphere, *Connecting Croatia*, str. 28, 2008.



Problematiku KKI u Hrvatskoj kontinuirano i sistematično prati isključivo Odjel za kulturu i komunikacije Instituta za razvoj i međunarodne odnose u Zagrebu (<sup>53</sup>), a njihov znanstveni rad uključen je i u Studiju (<sup>54</sup>) i Akcijski plan (<sup>55</sup>) poticanja razvoja KKI Grada Zagreba. Praćenje podataka o djelatnosti poslovnih subjekata KKI u Hrvatskoj usklađeno je sa Standardnom klasifikacijom djelatnosti NACE 2008. na razini EU.

Ministarstvo kulture, Ministarstvo gospodarstva i Ministarstvo poduzetništva i obrta nominalno podupiru KKI putem programa financiranja (*Poduzetništvo u kulturi, Poduzetnički impuls, Program javnih potreba u kulturi*), no ti izolirani programi i potpore nisu dio šireg plana i programa koji pomaže razvoju KKI. Njihovi programi usmjereni su na pružanje potpore pojedinačnim djelatnostima unutar sektora kulture. npr. izdavaštvo, film itd.), malim i srednjim poduzetnicima u KKI, udruživanju u klustere /grozdove, op. prev./ ili su u obliku inkubatora za start-up poduzeća (*Poduzetništvo kreativnih industrija* (<sup>56</sup>) i *Unapređenje poduzetničkog okruženja: Tehnološki parkovi, poslovni inkubatori i poduzetnički akceleratori* (<sup>57</sup>); *Razvojne agencije, poduzetnički centri i centri kompetencije* (<sup>58</sup>); *Internacionalizacija poslovanja* (<sup>59</sup>). Iako se neki od tih programa, kao što je to „Poduzetništvo u kulturi“, izvode od 2008. godine, ne postoji nikakav napredak u smislu sveukupne analize i plana potpora.

---

<sup>53</sup>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 (ogledni rad, znanstveni)

Jelinčić, Daniela Angelina; Žuvela, Ana. *Što nas čini različitim? Kreativni Zagreb na putu prema kreativnoj Europi*. // *Medijske studije / MediaStudies*. 4 (2013.) , 7; 75-92 (ogledni rad, znanstveni).

<sup>54</sup><http://bib.irb.hr/prikazi-rad?&rad=538769>

<sup>55</sup><http://bib.irb.hr/prikazi-rad?&rad=618367>

<sup>56</sup>Simptomatično je ta mjera ispuštena 2014. godine, kako je uspostavljeno i financiranje drugih programa poticanja zbog pomanjkanja sredstava. Potpore za 2013. godinu: <http://www.minpo.hr/UserDocsImages/73.%20-%202011.pdf>

<sup>57</sup><http://www.minpo.hr/default.aspx?id=553>

<sup>58</sup><http://www.minpo.hr/default.aspx?id=554>

<sup>59</sup><http://www.minpo.hr/default.aspx?id=555>

Od drugih potpora na nacionalnoj razini možemo istaknuti Hrvatski audiovizualni centar i Zakladu Kultura nova, koji u sklopu svojih programa financiraju KKI, no i u tom slučaju s odvojenim djelatnostima (*Proizvodnja audiovizualnih djela; Razvoj domaće umjetničke produkcije i/ili distribucije umjetničkih radova, djela i projekata; Priprema međunarodnih suradničkih projekata; Programska platforma na nacionalnoj razini; Zagovaračka platforma na subnacionalnoj razini*).

U tom kontekstu ne iznenađuje činjenica da su se po čitavoj Hrvatskoj samoinicijativno počele skupljati grupe kreativaca koji svojim angažmanom nastoje potaknuti institucije na poboljšanje sadašnje situacije. Te neformalne skupine, združene u inicijativi Coworking Croatia <sup>(60)</sup>, osim angažmana na lokalnoj razini surađuju i na nacionalnoj razini te, ovisno o situaciji, savjetima i umrežavanjem pomažu manjim inicijativama u drugim gradovima.

Za sada je jedini rezultat, iako nedostatan, prisutan na lokalnim razinama, i to u Rijeci, u Zagrebu i Zadru, gdje su lokalne vlasti prepoznale važnost KKI i izradile načelne smjernice rada i razvoja KKI uz financijsku i logističku potporu u smislu osiguravanja prostora za rad. U Puli je 2005. godine takav pokus (doduše neformalan) neuspješno završio, dok je u dubrovačkom poduzetničkom inkubatoru „Tvornica ideja“ od ukupno 11 poduzeća njih 6 s područja KKI.

#### 4. ZAKLJUČAK

EU politika pridaje veliku važnosti KKI, budući da je na tom području još puno neiskorištenog potencijala za rast i razvoj novih radnih mjesta.

U prvom dijelu dokumenta definirali smo teorijska polazišta i okvir kreativnosti, u skladu sa Zelenom knjigom Europske komisije. Klasifikacija djelatnosti KKI u Hrvatskoj u skladu je sa Standardnom klasifikacijom EU NACE 2008. Problematiku KKI u Hrvatskoj kontinuirano i sistematično prati isključivo Odjel za kulturu i komunikacije Instituta za razvoj i međunarodne odnose u Zagrebu.

U drugom smo dijelu analizirali strateške dokumente i poticaje EU na području KKI, što ukazuje na to da EU pridaje vrlo velik značaj razvoju KKI, prije svega u smislu povezivanja KKI s ostalim sektorima gospodarstva radi poticanja gospodarskog rasta i otvaranja novih radnih mjesta.

Traći dio namijenjen je pregledu strateških dokumenata, provođenju politika po pojedinačnim Ministarstvima i pregledu inicijativa u Hrvatskoj i u pojedinačnim županijama (Zagreb, Rijeka, Zadar...).

<sup>60</sup> U njihovom su fokusu samostalne djelatnosti i slobodni profesionalci u kontekstu umrežavanja i osiguravanja zajedničkog radnog prostora. Kreativci su dio ciljne skupine te su zbog prirode svog rada i lokalne gospodarske situacije i najbrojniji; <http://coworking.hr/>

Možemo zaključiti da u Hrvatskoj trenutno ne postoji ni jedan strateški pristup ni koordinacija u praćenju razvoja kreativne industrije i potpore njoj. Ne postoji određeni nositelj za izvođenje poslova na području KKI koji bi povezivao sve vladine resore i inicijative koje su razvijene po pojedinačnim županijama. Kako bi se to ostvarilo, bilo bi za početak nužno izraditi skupni portal (npr.: Hrvatska Design) koji bi povezivao sve inicijative na području KKI i služio kao platforma za povezivanje sa sličnim inicijativama u EU (npr. Creative Europe, ECIA).

Potrebno je izraditi nacionalni strateški dokument na području KKI koji mora služiti kao živ dokument koji se neprestano prilagođava novim situacijama i promjenama na domaćem, europskom i globalnom tržištu. Po uzoru na EU dokumente, i u Hrvatskoj bi veći naglasak trebao biti na rastu i stvaranju novih radnih mjesta na području KKI. Prije svega, potrebno je temeljito proučiti dobre prakse EU koje su opisane u drugom dijelu dokumenta te na području KKI uvesti mjere i potpore koje odgovaraju nama, kako one vezane uz financiranje, intelektualno vlasništvo, prepoznatljivost, obrazovanje i osposobljavanje te osvještavanje, tako i one vezane uz internacionalizaciju. U okviru strategije KKI bit će nužno uključiti i potpore za održivo osvještavanje i osposobljavanje za razvoj inovacija na osnovi metoda dizajna, alata, dobrih praksi i materijala koje će EU razviti s tom svrhom pozivom koji je predviđen za 2016. godinu.

## PRILOZI:

---

1. **HR – PGŽ: BROJ PODUZEĆA I BROJ ZAPOSLENIH OVISNO O VELIČINI PODUZEĆA**
2. **Inicijative na području KKI u HR**
3. **POPIS MALIH I SREDNJE VELIKIH PODUZEĆA PO OPĆINAMA I DJELATNOSTIMA KKI**
4. **KREATIVNA INDUSTRIJA; HRVATSKA I PRIMORSKO GORANSKA ŽUPANIJA – MAPIRANJE**