



REPUBLIKA SLOVENIJA
DRŽAVNI SVET

Številka: 610-01/16-4/
Ljubljana, 13. 4. 2016

Državni svet Republike Slovenije je na 39. seji 13. 4. 2016 na podlagi 29. in 67. člena Poslovnika Državnega sveta (Uradni list RS, št. 70/08, 73/09, 101/10, 6/14 in 26/15) ter na podlagi posveta z naslovom Kulturni in ustvarjalni sektorji, ki ga je Državni svet Republike Slovenije organiziral 3. 2. 2016, sprejel naslednji

S K L E P:

Državni svet Republike Slovenije se je seznanil s **Poročilom s posveta Kulturni in ustvarjalni sektorji** z naslednjo vsebino:

Izhodišča posveta

- Učinkovito sožitje med ustvarjalci, misleci, ekonomijo in politiko so poznale že stare civilizacije. Produkti antičnih kultur in renesanse so še danes temelji našega sveta. V številnih okoljih predstavljajo ključno ekonomsko okoliščino, temelj vrednotenja, izhodišče razvoja, v številnih primerih so tudi temelj stabilnih družbenih odnosov. Evropska unija kulturo opredeljuje kot nov steber razvoja.
- Kultura je bila in bo zmeraj temeljna menjalna vrednost nekega okolja v primerjavi z drugimi. Alternativa kulturi je edino vojaška sila. Zgodovina uči, bolj ko je kulturna komponenta odsotna v zavesti in vrednotenju trenutka, bolj se razmere približujejo najbolj mračnim okoliščinam.
- Pojem kulturnih in ustvarjalnih sektorjev je ponovno aktualen v zadnjih dvajsetih letih. V gospodarstvu, turizmu in na drugih področjih sodobne družbe se ponovno odkriva čar unikatnega, izvirnega, rokodelskega, človeku prijaznega, kar se kot svojski antipod zoperstavlja povprečju talilnega lonca univerzalizma. V tem kontekstu se največkrat razume arhitekturo in oblikovanje, ki zaradi svojih nalog, predvsem funkcionalizma, morda najbolj neposredno zrcalita učinke ustvarjalnih sektorjev.
- Evropska unija kulturne in ustvarjalne sektorje prepoznava skozi dinamiko gospodarskega sektorja, saj so pomemben vir zaposlitev za generacije od 15 do 29 let in predstavljajo osnovno dejavnost številnih malih in srednje velikih podjetij. Ustvarjalni potencial teh sektorjev je ključnega pomena za povečanje konkurenčnosti tako gospodarskega kot javnega sektorja. Po Eurobarometru 2015 slaba polovica slovenskih podjetij ne uporablja oblikovanja kot pomembnega elementa ustvarjalnosti; le 4 % podjetij oblikovanje strateško vključuje v svoje poslovne procese, kar je najnižji delež med članicami Evropske unije.

- Večina slovenskih podjetij že desetletja ne uvršča oblikovanja, promocije in trženja v procese svojega dela. Oblikovanje je ključni element pri prestrukturiranju podjetij iz tradicionalnih panog v uspešna izvozna podjetja. V zadnjih 25 letih sta tranzicija in kriza z zemljevida izbrisali mnoga podjetja in opustošila skoraj cele panoge: lesna, usnjarska in tekstilna podjetja so med drugim propadla tudi zato, ker v oblikovanju niso prepoznala strateške funkcije in zanemarila razvoj lastnih blagovnih znamk. S kolapsom teh podjetij pa so izginila in še vedno usihajo mnoga znanja, ki jih bo zelo težko ali sploh nepovratno in prepozno znova vzpostaviti.
- Številni slovenski avtorji, med njimi prejemniki slovenskih nagrad za vizualno ustvarjalnost, so mednarodno zelo uspešni. Nekateri ustvarjajo za elitne svetovne blagovne znamke, a ne v Sloveniji. V Sloveniji namreč ni industrijskega zaledja v ekspertnem polju, za katerega so se izobraževali. Paradoks: Slovenija ima visoko izobražene brezposelne predstavnike kreativnih industrij, ki še nikoli niso videli pravega proizvodnega procesa od blizu.

Poskusi oblikovanja slovenske nacionalne strategije

- Ustvarjalnost je opredeljena v slovenskih strateških dokumentih, in sicer v Operativnem programu izvajanja evropske kohezijske politike v obdobju 2014–2020 ter v Strategiji pametne specializacije, kjer je velik poudarek na povezovanju kulturnih in ustvarjalnih sektorjev z gospodarstvom.
- Ministrstvo za gospodarstvo in razvoj o skupaj z ministrstvom za kulturo pripravlja nacionalno strategijo na področju oblikovanja modelov za spodbujanje menedžmenta slovenskih podjetij k vlaganju v dizajn. Ministrstvo za gospodarstvo in razvoj je že namenilo sredstva za spodbujanje industrijskega oblikovanja v sklopu javnega razpisa za podporo razvojno-inovacijskih projektov v podjetjih. Na osnovi omenjenih strateških dokumentov bodo v prihodnje sledili še ostali konkretni ukrepi s ciljem podpore večji vključitvi ustvarjalnosti v gospodarstvo.
- Ministrstvo za kulturo je področje kulturnega in ustvarjalnega sektorja začelo razvijati 2012 - kot nadgradnjo projekta Silent Revolutions, razstave slovenskega oblikovanja s poudarkom na industrijskem oblikovanju in primerov dobre prakse v svetu kot podlage za krepitev te dejavnosti v Sloveniji. Na podlagi te analize je v medsektorskem sodelovanju z Ministrstvom za gospodarski razvoj in tehnologijo, Ministrstvom za zunanje zadeve, Spiritom in UCOM nastal Akcijski načrt za spodbujanje uporabe oblikovanja v gospodarstvu v Republiki Sloveniji.
- Ministrstvo za kulturo je v letih od 2013 do 2015 z razpisi želelo povezati oblikovalce s podjetji, zagotoviti produktom dodano vrednost in večje zaposlitvene možnosti oblikovalcev v gospodarskem sektorju. Nastal je projekt Društva za sodobno slovensko oblikovanje tekstilij in oblačil Soto z naslovom Narejeno v Sloveniji. Nastalo je 80 prototipov novih izdelkov, ki so bili maloserijsko proizvedeni za tri prodajne razstave na Dunaju, Pragi in Ljubljani. Projekt se nadaljuje z novimi izdelki v okviru projekta Pomlad-poletje v Berlinu, Trstu, Sarajevu in Ljubljani.
- Ministrstvo za kulturo ima za razpis sofinanciranja projektov Ustvarjalne Evrope na voljo neprimerno premalo proračunskih sredstev (manj kot 100.000 evrov na letni ravni).
- Ministrstvo za javno upravo si prizadeva vzpostaviti poseben sklad za nevladne organizacije, ki uspešno sodelujejo v programih Evropske unije iz postavke, ki je predvidena v novem zakonu o nevladnih organizacijah.
- Ministrstvo za kulturo ustanavlja Center za kreativnost z namenom spodbujati nadaljnji razvoj kulturnih in ustvarjalnih sektorjev in ustvariti ustrezno podporno okolje za uspešen razvoj podjetij v zgodnjih fazah rasti. Center bo spodbujal podjetja k povezovanju s kulturnimi in ustvarjalnimi sektorji za razvoj novih in inovativnih produktov; spodbujal bo

podjetništvo na specifičnih in novih področjih uveljavljanja in uporabo tradicionalnih obrti, veščin, tehnologij in materialov za nadgradnjo blagovnih znamk v povezavi s kulturo, varovanimi vrednotami, npr. kulturno krajino, znanjem, tehnikami, ljudskimi običaji. Okvirna višina sredstev za obdobje 2016–2023 je skoraj 11 milijonov evrov. Naložbo bosta sofinancirali Evropska unija iz Evropskega sklada za regionalni razvoj in Republika Slovenija v okviru prednostne naložbe spodbujanja podjetništva, zlasti z omogočanjem lažje gospodarske izrabe novih idej in s spodbujanjem ustanavljanja novih podjetij, vključno s podjetniškimi inkubatorji.

Prepoznavnost pomena kulturnih in ustvarjalnih sektorjev v Evropski uniji

- Slovenija prek Centra za ustvarjalno Evropo tesno sodeluje z Evropsko komisijo za kulturne raznolikosti in inovacije. V evropskem programu v podporo kulturnim in ustvarjalnim sektorjem je Slovenija proporcionalno glede na velikost države uspešnejša od drugih držav.
- Kulturni in ustvarjalni sektorji vključujejo arhitekturo, arhive, knjižnice, umetniške obrti, film, televizijo, video igrice, radio oz. avdio-vizualno področje, digitalno tehnologijo, dediščino, oblikovanje oz. dizajn; glasbo, literaturo, knjige, založništvo, uprizoritvene in vizualne umetnosti, ki največ prispevajo k BDP Evropske unije. V teh sektorjih nastajajo glavni izvozni evropski izdelki. Po Eurostatu Evropska unija največ izvaža umetniška dela.
- Kulturni in ustvarjalni sektorji predstavljajo 4 % BDP in zaposlujejo 3,8 % delovne sile Evropske unije. Prispevajo 2,5-krat več kot klasičen sektor, kot je npr. avtomobilska industrija. Sektorji hitro rastejo in glede na statistiko so odporni na gospodarsko krizo. Ti sektorji povečujejo svoj delež in več prispevajo h gospodarstvu ter zaposlujejo več mladih ljudi kot drugi sektorji.
- Kulturni in ustvarjalni sektorji so zelo heterogeni, od velikih podjetij na področju glasbe, založništva in filma do vrste majhnih in srednje velikih podjetij v drugih sektorjih. Nekatere države jih tudi finančno podpirajo. Vsem sektorjem pa je skupen učinek digitalnega premika, ki bistveno vpliva na celotne proizvodne verige. Vendar ti sektorji težje prepričajo banke za posojila, predvsem zaradi stereotipov, povezanih s kulturo in ustvarjalnostjo, hkrati nimajo opredmetenih sredstev, imajo pa sredstva iz avtorskih pravic, zato banke težje ocenijo premoženje teh podjetij za namene jamstev.
- Leta 2012 sta bila določena dva cilja: povečanje prispevka kulturnih in ustvarjalnih sektorjev k ustvarjanju delovnih mest in rasti ter promocija kulture kot katalizatorja za inovacije. To naj bi se doseglo z izboljšanjem regulativnega okolja in avtorsko zakonodajo.
- Pomembna je izmenjava dobrih praks na ravni Evropske unije. Predstavniki ministrstev, pristojnih za kulturo in gospodarstvo razpravljajo o možnostih izboljšanja dostopa do sredstev oz. podpore tem sektorjem. V okviru projektov Ustvarjalne Evrope, COSME in Obzorja 2020 so zagotovljena nepovratna sredstva, ki jih dopolnjujejo strukturna sredstva, namenjena evropskim regijam za njihov razvoj. Kar 17 regij je kulturne in ustvarjalne sektorje izbralo kot razvojno prednostna.
- Nekatere države, kot npr. Združeno kraljestvo, Estonija in Finska, so razvile zelo prefinjene politike v podporo kulturnim in ustvarjalnim sektorjem. Češka, Bolgarija, Grčija se že pridružujejo, Slovenije pa na tem seznamu še ni. V kulturne in ustvarjalne sektorje samostojno vlagajo nekatere regije, kot npr. Katalonija, Valonija, mesta, kot so Nantes in Lille, Berlin, Hamburg itd. Podpora se vsako leto zagotavlja tudi imenovanju prestolnice kulture.
- Podporni programi kulturnim in ustvarjalnim sektorjem se oblikujejo na podlagi pregleda oz. popisa gospodarskih in kulturnih subjektov, vključno s kadri v določeni državi, v katerih regijah in mestih je največ predstavnikov teh sektorjev.

- Na podlagi Delovnega načrta Evropskega sveta za kulturo 2011–2014 je bila 2014 v okviru "odprte metode koordinacije" ustanovljena Delovna skupina ekspertov članic Evropske unije o dostopu kulturnih in ustvarjalnih sektorjev do finančnih sredstev. Skupino sestavljajo strokovnjaki iz 25 držav članic s področja kulture, podjetništva in financ. V svojem mandatu je na primerih dobrih praks proučila dostopnost finančnih ekosistemov kulturnim in ustvarjalnim sektorjem ter z namenom izboljšati dostopnost do finančnih sredstev poglobila analizo in razumevanje njihovih posebnosti.
- Ekspertna skupina je preučevala različne finančne modele od samofinanciranja do dolžniškega, lastniškega financiranja do množičnega financiranja in sponzorstva, donacij prostovoljstva in financiranja z javnimi sredstvi.
- Zaključki ekspertne skupine: raznolikost instrumentov financiranja, informacijska asimetričnost znotraj sistemov oz. slabo sporazumevanje med podjetji s področja kulturnih in ustvarjalnih sektorjev ter morebitnimi financerji, nezaupanje financerjev glede tržnih možnosti in do podjetniških veščin ter načrtov podjetij, razlike v stopnji razvitosti finančnih ekosistemov za kulturne in ustvarjalne sektorje v različnih državah članic.
- Priporočila ekspertne skupine: testiranje in uveljavitev novih in inovativnih finančnih shem, izboljšanje dostopa do finančnih sredstev z izboljšanjem podpornega poslovnega okolja za podjetja in ozaveščanja pomembnosti vlaganj, spodbujanje partnerstva podjetij v drugih sektorjih, izboljšanje podatkovne baze kulturnih in ustvarjalnih sektorjev in podjetij v teh sektorjih, uporaba intelektualne lastnine kot premoženja, vključno z zavarovanjem.

Primeri dobrih praks in izzivi kulturnih in ustvarjalnih sektorjev v Sloveniji

Program Ustvarjalna Evropa

- Program Evropske unije Ustvarjalna Evropa ima v novem sedemletnem finančnem obdobju na voljo malo manj kot milijardo in pol evrov. Namenjen je promociji kulturnih in ustvarjalnih sektorjev, spodbujanju čezmejnega sodelovanja in povečanju njihovega prispevka k rasti in novim delovnim mestom. Razdeljen je na tri sklope: podprogram Kulture, ki se posveča vsem sektorjem z izjemo filma in avdio vizualnih sektorjev; podprogram Medija in medsektorski sklop, ki spodbuja izmenjavo dobrih praks med državami članicami.
- V Sloveniji za spodbujanje dobrih praks po tem programu deluje Center Ustvarjalna Evropa v Sloveniji (v okviru Motovile, Centra za spodbujanje sodelovanja v kulturnih in ustvarjalnih sektorjih). Center organizira različne dogodke, posreduje informacije o programu, promovira podprte projekte, svetuje uporabnikom pri prijavih na razpise in pri iskanju partnerjev in koproducentov ter spodbuja čezmejno sodelovanje in mreženje znotraj sektorja.
- Najpomembnejša lastnost vseh podprtih projektov in spodbud je vključevanje mednarodnih partnerstev. Leta 2014 jih je bilo podprtih več kot 1.000. Sodelovalo je 35 držav. Slovenija je v prvem letu pridobila kar 61 podprtih projektov, kar predstavlja 5,6 % vseh odobrenih projektov (proporcionalno glede na sodelujoče bi Sloveniji pripadlo le 25 projektov). Skladno z delovnim načrtom za leto 2014 je bilo na voljo 142 milijonov evrov in Slovenija je za svojih 61 projektov pridobila 2 milijona evrov (proporcionalno bi Sloveniji glede na prebivalce pripadalo le 0,34 % proračuna). leta 2015 se je tak trend uspešnosti celo povečal: v 61 podprtih projektih s pridobljenimi 2,9 milijona evrov sodeluje 37 različnih slovenskih organizacij.
- Projekti Centra za ustvarjalnost:

- prevodni projekti v okviru podprograma Kultura, na katerem kandidirajo knjižne založbe. Na razpisu za leto 2015 je kar 8 slovenskih založb pridobilo to podporo oz. 73 % slovenskih založb je bilo uspešnih na razpisih;
 - evropske mreže v podporo evropskim združenjem, ki zastopajo interese posameznih sektorjev oz. podsektorjev. Leta 2014 je združenje Neta kot prvo v Sloveniji dobilo sedež v Sloveniji. To je Nova evropska gledališka akcija, združenje evropskih gledališč in festivalov iz 18 držav. Shema razpisa je namenjena krepitvi zmogljivosti in profesionalizaciji sektorja s pomočjo mreženja, vzajemnega učenja, izmenjave informacij in dobrih praks;
 - nova shema, ki se izvaja v Ustvarjalni Evropi; na prvi razpis 2014 je prispelo 24 prijav, odobrenih je bilo pet platform, med njimi založbi Beletrina s pesniško platformo Verzopolis. Leta 2015 je bilo prijav 47 iz cele Evrope, odobrene so bile tri platforme, skupni koordinator je iz Velike Britanije, Nizozemske in Slovenije. V Sloveniji je uspelo Muzeju za arhitekturo in oblikovanje;
 - filmski festivali: festival animiranega filma Animateka, ki je edini slovenski filmski festival v družbi približno 80-ih eminentnih evropskih filmskih festivalov.
- Pomemben segment znotraj sektorjev so video igre, ki ga podpira podprogram Medij. Leta 2015 je izmed 31 podprtih projektov uspelo tudi Sloveniji, ki je ena od zgolj dveh t. i. držav z nizko avdio vizualno zmogljivostjo, ki so uspele na tem razpisu. Ostalih 29 projektov so prijavile države s t. i. visoko avdio vizualno zmogljivostjo.
 - Slovenija pri razpisih za projekte sodelovanja in platforme znotraj podprograma Kultura sodeluje s 36 različnimi evropskimi državami: največkrat z Veliko Britanijo, Nemčijo, Hrvaško, Italijo, Francijo in Poljsko.

Vloga in povezanost turizma s kulturnimi in ustvarjalnimi sektorji

- Turizem je povezovalac kulture in gospodarstva. V prelomnem letu 2012 je bilo na mednarodnem turističnem polju zabeleženih več kot milijardo potovanj, največ v Evropo, v Sloveniji 500 milijonov. Potuje prek milijardo turistov, projekcija za leto 2030 predvideva 1,8 milijarde.
- V Sloveniji turizem predstavlja 13 % BDP in 40 % izvoza storitev. Leto 2015 je rekordno z več kot 10 milijoni nočitev.
- Pričakovanja slovenskega turističnega gospodarstva: povečanje prihodkov v turizmu in ustvarjanje večje dodane vrednosti, trženje na tujih trgih, vključujoč vse inovativne, predvsem pa trajnostne proizvode; povečanje dostopnosti Slovenije, razvoj kadrov v turizmu, lastniška konsolidacija itd.
- Uspešnost je povezana s sledenjem vsem sodobnim trendom. Delovanje nacionalne turistične organizacije bo v prihodnje bolj usmerjeno v smer digitalizacije. Uspešnost digitalnih promocijskih aktivnosti bo odvisna od kakovostnih vsebin (tekstov, fotografij, zgodb, drugih avdio-vizualnih elementov), inovacij, drugačnosti in osredotočenosti, da se Slovenija uveljavi kot zelena, aktivna in zdrava destinacija, vključujoč državno znamko Slovenijo čutim oz. I feel Slovenia.
- Letne teme: 2016 in 2017 zdrave vode, 2017, 2018 in 2019 kultura; leta 2016 je Ljubljana postala zelena prestolnica Evrope.
- Načrt trženja slovenskega turizma: kreativne, inovativne in digitalne kampanje; uporaba vseh socialnih družbenih omrežij, poslovno komuniciranje v povezavi s turističnim gospodarstvom na številnih sejmi, borzah in drugih poslovnih dogodkih po celem svetu;

povezovanje na področju kulture z gospodarsko diplomacijo, promocija Slovenije ob obiskih pomembnejših uradnih delegacij visokih predstavnikov države.

Nacionalna znamka I feel Slovenia

- Kultura in umetnost sta kot pomemben del nacionalne identitete hkrati tudi pomemben del nacionalne znamke I feel Slovenia. Slovenija kot država lahko z močno nacionalno znamko predstavlja svojo inovativnost, ustvarjalnost in kredibilnost, ki lahko konkurira na mednarodnem področju.
- Znamka I feel Slovenia je namenjena promociji Slovenije v svetu. Znamko opismenjujejo zgodbe države, znamka je zrcalo kulture in ustvarjalnosti, ambasador gospodarstva, znanosti, pospešuje razvoj v tej državi, jo dela bolj konkurenčno, odseva varnost, kaže na zaupanje v državo; izraža vrednote, cilje, usmeritve, naravna bogastva, dediščino in zanimivosti. Znamka je živa stvar in tako, kot se razvija družba, se razvija tudi identiteta te znamke. Pod okriljem znamke se razvija skupna identiteta ustvarjalnih idej, gospodarstva, znanosti in kulture.
- Barvna shema znamke je bistvo Slovenije: zelena predstavlja gozdove, travnike, neokrnjeno naravo; modra predstavlja vodo in bela sneg. V njej se odseva butičnost Slovenije.

Rokodelstvo med dediščino in prihodnostjo

- Leta 2015 so se na prvem rokodelskem festivalu predstavile štiri temeljne skupine, ki so se ukvarjale z:
 - nadaljevanjem dediščine rokodelskih znanj (dediščine Unesco označuje kot Intangible Cultural Heritage kot nesnovno dediščino);
 - repliciranjem oz. ponovitvami zgodovinskih spominov iz različnih obdobj zgodovinskega razvoja;
 - interpretacijo rokodelske dediščine oz. redizajna in
 - sodobno rokodelsko ustvarjalnostjo (unikatno in malo serijsko oblikovanje t. i. Designed Craft ali pa Designed Art).
- V drugi polovici 80-ih let 20. stoletja je bila zasnovana blagovna znamka Rokodelstvo Art and Craft Slovenia. Povezana je s sistemom strokovnega ocenjevanja (od leta 1986 je vsak mesec ocenjenih okoli 100 izdelkov).
- Vzpostavljen je sistem rokodelskih centrov z regionalnimi centri kot ustvarjalnimi središči (npr. v Veržetu, v Škofji Loki, v Ribnici, v Moravški dolini). Leta 2015 je bil ustanovljen konzorcij rokodelskih centrov.
- Centri so različni tipi ustvarjalnih središč: bivalne rokodelske delavnice ali rokodelski ateljeji (pomembno za turizem), rokodelske delavnice in ateljeji odprtih vrat. Povezani so z rokodelsko dejavnostjo na področju izobraževalnega sistema (npr. šolska delavnica na področju kamnoseštva v Sežani, pri kovaškem rokodelstvu v Kropi, čipkarska šola v Idriji, ki je najstarejša stalno delujoča rokodelska šola v Evropi od leta 1873).

Vloga arhitekture in oblikovanja

- Arhitektura in oblikovanje sta pomembni ustvarjalni disciplini, s katerima kultura najbolj prežema vsakdanje življenje. To je kultura poslovanja, upravljanja, načrtovanja, ki opisujejo presežno v podjetništvu in so gospodarstvu dodana vrednost.

- Zbirke arhitektov in oblikovalski predmeti so banka idej, ki jo je vedno znova možno uporabiti za rešitev problema.
- Muzej za arhitekturo in oblikovanje je 2016 gostitelj Svetovnega kongresa mednarodne konfederacije arhitekturnih muzejev, organiziran v obliki potujočega kongresa po Sloveniji.
- Pomembne so razstave, ki odpirajo možnosti za nove produkte ali inovativne prenovе obstoječih v originalno stanje (avtobusno postajališče oblikovalca Saše Mächtiga iz začetka 70-ih).
- Muzej za arhitekturo in oblikovanje je organizator Bienala oblikovanja, ki je najstarejši bienale oblikovanja v Evropi (prvič organiziran leta 1964). Ob 50-letnici bienala je bilo v sodelovanju z belgijskim kustosom Janom Bolnom oblikovanih enajst tem, mdr. so pokrivalе javni prostor, vode v javnem prostoru, hrano, obrti (sodelovanje z rokodelskim centrom Ribnica). Bienale se je nadaljeval v kreativne discipline in nastalo je 54 projektov. Skupina Spoznaj svojo hrano je razvila nov projekt Japonski dresnik – skriti sovražnik, invazivna rastlina je bila prepoznana mdr. kot barvilo za tekstil, kot vir industrijske celuloze; projektu se je pridružil tudi Inštitut za celulozo in papir.
- Platforma Future Architecture povezuje 13 organizacij po Evropi, od Lizbone do Kijeva in od Tirane do Kopenhagna. Združuje arhitekturne festivale in arhitekturne muzeje. Te organizacije v skupnem programu skrbijo za promocijo mladih ustvarjalcev.

Kreativni center Poligon

- Prvi kreativni center v Sloveniji, ki je nastal kot odgovor na izzive ekonomske krize, povečevanja populacije samozaposlenih predvsem na področju kreativnih industrij. Poligon zasebni zavod neprofitne narave predstavlja avtonomno platformo skupnosti, v kateri delujejo različni ustvarjalci in uporabniki z različnih ustvarjalnih sektorjev.
- V okviru koncepta "co-workinga" / sodela (deljenja skupnega delovnega in produkcijskega prostora) je bila ustanovljena iniciativa "Slovenija co-working", ki je z multidisciplinarnim sodelovanjem, pristopom "bottom up" / od spodaj navzgor in prek različnih dogodkov v to skupnost pripeljala znanje in hkrati mrežila skupne deležnike in različne skupnosti v Ljubljani in širše.
- Center je za Ministrstvo za gospodarstvo in razvoj izvedel raziskavo, v kateri je ocenjeval stanje in potencial "co-workinga", multidisciplinarne platforme za sodelovanje in razvoj projektov na področju kreativnih industrij in socialnega podjetništva ter zlasti razvoj opolnomočenja skupnosti za uspešne "crowdfunding" kampanje.

Ugotovitve

- Potencial povezovanja med kulturnim ustvarjanjem in gospodarstvom v najširšem smislu, potencial kulture kot dodane vrednosti samostojne panoge ter sodelovanje na področjih gospodarstva, turizma in socialne kohezije omogoča številne priložnosti pri odzivanju na tržne niše in oblikovanju novih delovnih mest.
- Kultura je generator ustvarjalnosti in inovativnosti. Zaradi svoje interdisciplinarnosti kultura ni strošek, ampak investicija, ki se večkratno povrne, daje multiplikativne učinke ter posledično ustvarja pomemben delež v BDP.
- Blagovna znamka ovrednoti uporabnost izdelkov, zato napredne države po svetu že dolgo načrtno vlagajo v razvoj in promocijo lastnih znamk. Timi v sodobnih produkcijah pogosto združujejo inženirje in umetnike, njihova vrednost pa se lahko meri z vrhunskimi umetniškimi stvaritvami.

- Za uspešno uveljavitev slovenskih znamk se je treba nasloniti tudi na pretekla znanja, kot v oblikovanje lesa, keramike, kamna, slame, čipk in tako naprej. Slovenija se ponaša z dolgo in kakovostno tradicijo v izdelavi smuči, v rezbarstvu in podobarstvu, pasarstvu, ilustraciji, steklarstvu, arhitekturi. Uveljavljena imena in blagovne znamke so med drugimi Jože Plečnik, Niko Kralj, Lara Bohinc, Nika Zupanc, Elan, Alpina, Trimo, Rogaška itd.
- Dizajn je kljub različnim razumevanjem in tolmačenjem temeljno orodje razvoja. Dizajn je kompleksen načrtovalski proces za izboljšanje človekovega stanja. Lahko se nanaša na produkt ali karkoli drugega, kar morda celo nima fizične manifestacije. Pojem dizajna v vsesplošnem potrošniškem kaosu in populističnem medijskem nesmislu je pogosto zlorabljen, saj se bolj manifestira kot globalizacijski tržni proces in je agresivno prisoten v različnih površinskih posegih za povečanje všečnosti množicam ob vse manjši učinkovitosti predragega, a manj kakovostnega izdelka.
- Ustvarjalnost in kultura je skupna valuta, s katero lahko še naprej samostojno razpolagamo, pomemben del slovenske suverenosti. Edinstvena je Slovenija, ki praznuje državni praznik kulture in edinstvena je kultura, brez kulture je in bo slovenska menjalna vrednost le še razprodaja, najnižja cena vsega nacionalnega. Za kompleksen dizajn naše prihodnosti je treba vzpostaviti celovit in dobro organiziran proces, ki mora potekati na vseh ravneh - od posameznika do vlade in obratno.
- V okviru projekta Evropske unije Ustvarjalna Evropa je opazen trend rasti uspešnosti Slovenije - kljub nihanju zaradi finančne krize. Opazna je centralizacija države: dve tretjine podprtih organizacij ima sedež v Ljubljani; glede na status podprtih organizacij so to osebe zasebnega prava, nevladne organizacije oz. pri medijih pa mikro in mala podjetja (šestkrat več predstavnikov zasebnega sektorja v primerjavi z javnim). Slovenski kulturni in ustvarjalni sektorji so prek nevladnih organizacij (80 % vseh podprtih organizacij) mikro ter malih podjetij uspešni v programih Evropske unije že od začetka.
- Razpisom na evropske projekte je namenjeno premalo virov sofinanciranja na nacionalni ravni, kar zlasti velja za prekerni in podfinancirani nevladni sektor, saj je težko zagotoviti nujno sofinanciranje iz drugih virov, njihov delež npr. pri programu Ustvarjalna Evropa dosega visokih od 40 do 50 % vrednosti projekta.
- Zmanjševanje slovenskega državnega proračuna, vse slabši pogoji za ustvarjanje ter vedno večja socialna neenakost kulturi omejujejo možnosti, da bi lahko udeležila svoje širše ustvarjalne potenciale in jih umestila v različne razvojne dejavnosti. Premalo je zavedanja, da se s siromašenjem sredstev za kulturo zmanjšujejo njene možnosti za vključevanje v strateški razvoj Slovenije.
- Stanje na področju rokodelstva v Sloveniji je zaskrbljujoče zaradi nestimulativnih davčnih ukrepov. Od 500 registriranih samostojnih rokodelcev jih je danes manj kot 100. Obrtno-podjetniška zbornica Slovenije je spodbudila pripravo zaščitnega zakona za rokodelce in rokodelska znanja. Zakon bo vključeval vsa temeljna področja, ki so pomembna za razvoj rokodelskih dejavnosti.
- Pomembna je ustanovitev krovnega oblikovalskega centra, ki bi nudil administrativno in strokovno podporo podjetjem, oblikovalcem, ustanovam in drugim udeležencem produkcijskih procesov, ter skrbel za domačo in mednarodno promocijo, povezoval izobraževalne institucije z gospodarstvom, nudil pomoč pri razpisih itd.

Mitja Bervar, mag. manag.
predsednik