

KULTURNÍ A KREATIVNÍ PRŮMYSLY VE VYBRANÝCH ZEMÍCH EVROPSKÉ UNIE

Vymezení, ekonomický přínos, strategická podpora

Marcel Kraus
Eva Žáková



● ● ● Mapování kulturních a
● ● ● kreativních průmyslů v ČR

Obsah

1 ÚVOD	3
1.1 Zdroje a metodika	3
2 VÝZNAM KULTURNÍCH A KREATIVNÍCH PRŮMYSLŮ	5
2.1 Kultura a kreativita jako strategický zdroj pro inovace	5
2.2 Význam kreativních průmyslů pro národní ekonomiku	6
2.3 Koncepty pro čerpání kulturního a kreativního potenciálu do národních ekonomik	6
3 KREATIVNÍ PRŮMYSLY VE VYBRANÝCH ZEMÍCH EVROPSKÉ UNIE	9
3.1 Velká Británie	9
3.2 Slovensko	16
3.3 Polsko	21
3.4 Maďarsko	24
3.5 Estonsko, Litva a Lotyšsko	29
3.6 Německo	35
3.7 Rakousko	43
3.8 Španělsko	47
3.9 Evropská unie	50
3.10 Česká republika	57
4 ZÁVĚR	64
5 SUMMARY	68
6 ZDROJE A LITERATURA	74

1 ÚVOD

Přibližně před půl stoletím se začaly objevovat teorie o zásadním významu znalostí a informací pro konkurenceschopnou ekonomiku, a to např. v pracích Petera Druckera (1966, 1993) nebo Alvina Tofflera (1980, 1990). Tento koncept tzv. znalostní ekonomiky navázal na ekonomiku založenou na přírodních zdrojích a na průmyslové výrobě fordovského typu¹. V současnosti musí dle Arayi a Peterse (2010) čelit rozvinuté ekonomiky dalším novým výzvám:

1. šíření informačních a komunikačních technologií a následné proměně ve fordisticím systému výroby
2. zvyšujícímu se významu globálního trhu a globálně roztržitého produkčního řetězce
3. rostoucímu významu vysoce vzdělaných pracovníků a lidského kapitálu v rámci inovačních cyklů
4. vzestupu alternativních center výroby mimo tradiční vyspělé ekonomiky

Anglosaské a evropské ekonomiky stojí před otázkou – stejně jako před půl stoletím –, jak tuto vznikající mezeru pro zachování konkurenceschopnosti zaplnit. Dan Pink (2005) si všímá, že na zásadním významu získává tzv. kreativita. Ta bývá označována jako „nemateriální strategická surovina nadcházejícího tisíciletí“ (srov. ARAYA & PETERS 2010; HILL 2007). Ekonomický koncept, který s kreativitou zachází jako se surovinou, Pink nazývá „kreativní ekonomika“. Pro udržení konkurenceschopnosti tak vzrůstá význam inovací, práv duševního vlastnictví a „chytrých řešení“, jejichž nositeli jsou vysoce vzdělaní pracovníci, umělci a kreativci. Jejich význam potvrzuje Florida (2002), dle kterého jsou tito lidé novou hnací silou rozvinutých ekonomik.

Kreativní ekonomika a z ní vycházející užší koncept kulturních a kreativních průmyslů jako generátoru ekonomického růstu upoutaly v průběhu posledních desetiletí pozornost zemí, regionů, měst i politiků po celém světě. Zvyšuje se povědomí společnosti o schopnosti zužitkovat kulturní a kreativní potenciál, který je zásadním předpokladem pro hospodářský růst, inovace a konkurenceschopnost. V tomto kontextu se vynořuje řada strategických konceptů a teorií, jakým způsobem zdroje v podobě kultury a kreativity přecházejí do národních ekonomik. Mezi ně se řadí např. kulturní a kreativní průmysly (KKP)

¹ Systém řízení průmyslové masové výroby, založené na repetitivním opakování manuálních úkonů jako základní princip zvyšování konkurenceschopnosti (snížování výrobních nákladů). Srov. PAVLÍNEK, P. (1997): Vybrané teoretické interpretace současné transformace kapitalismu. *Sociologický časopis*, roč. 33, č. 2, s. 41–56.

založené na autorských právech, obsahový průmysl (content industry), kreativní ekonomika, zážitkový průmysl či ekonomika (experience industry, or economy), kreativní města, kreativní třída aj.

Vybrané země popisované v této studii vykazují odlišné přístupy ke kulturním a kreativním průmyslům (a dalším konceptům) a rozdílné stupně zralosti v přístupu k jejich podpoře. Je patrné, že neexistuje jednotný koncept ani definice užívaných pojmů. Přesto podstata zůstává stejná. Jedná se o novodobé pojetí oblasti kulturní a inovační politiky ve smyslu provázanosti kultury s ekonomikou a tržním prostředím.

Za jednu z nejrozšířenějších definic kreativních průmyslů je považována britská definice, kde jsou kreativní průmysly charakterizovány jako „průmyslová odvětví, jejichž základem je individuální lidská kreativita, lidské dovednosti a talent a která mají potenciál vytvářet bohatství a pracovní místa zejména prostřednictvím využití duševního vlastnictví“ (*Mapping Document*, 2001). V této studii, která je jedním z výstupů výzkumného projektu podpořeného ministerstvem kultury, bude nejčastěji užíván pojem kulturní a kreativní průmysly v souladu s názvem projektu realizovaného Institutem umění.

Hlavním cílem předkládané studie je vytvořit přehled o přístupu ke KKP ve vybraných zemích Evropské unie, který bude následně sloužit ke zpracování dalších výstupů zmíněného výzkumného projektu, především pak návrhu vymezení KKP pro Českou republiku. Studie však může sloužit i jako inspirace pro potřeby praktické politiky, a to zejména pro přijímání strategických opatření pro podporu KKP v ČR.

1.1 Zdroje a metodika

Úvodní kapitola *Význam kulturních a kreativních průmyslů* je věnována vysvětlení jednotlivých pojmů a konceptů týkajících se využití potenciálu kultury především pro ekonomický růst. Témata, jakými jsou inovace, kreativita, kreativní průmysly, zážitkový průmysl a další, reflektují současný vývoj a revoluční změnu společnosti, jež opouští průmyslovou etapu a směřuje k informační a znalostní fázi založené na rozvoji informačních a komunikačních technologií a digitalizaci.

Následující kapitoly jsou pak věnovány jednotlivým zemím a popisu jejich přístupu ke KKP. Země byly vybrány s ohledem na jejich geografické umístění vzhledem k České republice i vzhledem k dostupnosti relevantních informací vztahujících se k jednotlivým podkapitolám. Do přehledu byly zařazeny všechny sousedící země s Českou republikou (Slovensko, Rakousko, Německo, Polsko) a Maďarsko jako členská země visegrádské

skupiny. Dále byla do přehledu zařazena Velká Británie, která byla průkopníkem v politickém prosazení a podpoře kreativních průmyslů v Evropě. Tři pobaltské země (Estonsko, Litva, Lotyšsko) jsou zařazeny do jedné kapitoly nejen z důvodu velikosti zemí, ale zejména kvůli obdobnému přístupu a spolupráci v oblasti KKP. Španělsko poté pro docílení kontrastu reprezentuje velkou a poměrně vzdálenou zemi. Samostatná kapitola byla věnována i Evropské unii (EU), resp. Evropské komisi, která v poslední době výrazně usiluje o prosazení podpory KKP nejen na úrovni Evropské unie, ale hlavně na úrovni členských zemí prostřednictvím využití evropských strukturálních fondů. Součástí kapitoly o EU je i přehled vymezení kultury iniciovaný EK, z níž čerpá Česká republika, která byla zařazena na závěr přehledu vybraných zemí.

Medailony jednotlivých zemí jsou strukturovány jednotně a každý z nich obsahuje část věnovanou VYMEZENÍ, spočívající (tam, kde je to možné) v uvedení definice a výčtu kódů NACE označující třídy ekonomických činností jednotné klasifikace ekonomických činností používané ve všech uvedených zemích (s výjimkou Velké Británie). Další část medailonů je věnována dostupným makroekonomickým či detailnějším datům, kterými disponují jednotlivé země a jež poskytují základní představu o EKONOMICKÉM PŘÍNOSU KKP.

Poslední část medailonů je věnována STRATEGICKÉ PODPOŘE. Informace o strategické podpoře jsou čerpány jednak ze zpráv, které jsou každoročně zpracovávány a zveřejněny v rámci projektu *Compendium of Cultural Policies and Trends in Europe* (Kompendium kulturních politik a trendů v Evropě), jež představuje neustále aktualizovaný monitorovací systém kulturních politik evropských zemí. Projekt byl iniciován Radou Evropy a je realizován ve spolupráci s European Institute for Comparative Cultural research (ERICarts) od roku 1998. Struktura zpráv za jednotlivé země obsahuje i speciální téma KKP².

Součástí *Strategické podpory* je u každé země také text věnovaný *Využití strukturálních fondů*. Tyto stati představují vesměs shrnutí studií vypracovaných experty z relevantních zemí pro organizaci European Expert Network on Culture (EENC; Evropská expertní síť pro kulturu) na zakázku Evropské komise. Studie na téma kultura a strukturální fondy vznikly na základě požadavku Evropské komise (Vrchní ředitelství pro vzdělávání a kulturu) analyzovat způsob, jakým mohou kulturní a kreativní odvětví přispívat k regionálnímu rozvoji. Tento požadavek byl navázán na přípravu *Politiky soudržnosti a operačních programů pro období let 2014–2020* a mandát EK vyjednávat se zeměmi o možném využití SF pro využití potenciálu kulturních a kreativních odvětví. Studie, které vznikly v letech 2012 a 2013, analyzovaly situaci v následujících zemích: Německo, Itálie, Polsko, Španělsko, Bulharsko, Francie, Řecko, Maďarsko, Irsko, Slovinsko, Slovensko, Česká republika. Pro účely předkládané komparativní studie pak byly využity texty vztahující se k Německu,

Polsku, Španělsku, Maďarsku, Slovensku, Polsku a České republice. Všechny studie jsou zveřejněny na stránkách EENC³.

Pokud jde o využití dalších materiálů, komparativní studie využívá též již vypracovaných obsáhlých studií na téma přístupu ke KKP, které byly zpracovány v předcházejících letech výzkumného projektu pro Německo a Rakousko⁴.

² Dostupné [on-line] na: <http://www.culturalpolicies.net> [cit. 2. 11. 2013].

³ Dostupné [on-line] na: <http://www.eenc.info/category/eencdocs/papers-2> [cit. 2. 11. 2013].

⁴ Dostupné [on-line] na: <http://www.idu.cz/cs/publikace-7> [cit. 2. 11. 2013].

2 VÝZNAM KULTURNÍCH A KREATIVNÍCH PRŮMYSLŮ

2.1 Kultura a kreativita jako strategický zdroj pro inovace

Pro konkurenceschopnost národních ekonomik jsou důležité kontinuální inovační aktivity⁵, tedy uplatnění výsledků výzkumu a vývoje, nových poznatků, myšlenek a individuální kreativity v praxi. Tyto inovace vedou k rozvoji nejen technologickému, ale třeba i sociálnímu, prodejnímu či produktovému. Strategickým zdrojem ekonomiky založené na inovacích jsou kvalifikovaní pracovníci, odborníci a vzdělaní občané. Ačkoli jsou tyto lidé rozptýleni po celém světě, nejpravděpodobnější místa, kde se koncentrují, jsou tzv. inovační ekosystémy (též kreativní ekosystémy). Jedná se o prostředí s vysokou koncentrací znalostí a příznivými možnostmi pro rozvoj kreativity (HAUTAMÄKI 2010, s. 6).

Kreativita je charakterizována jako schopnost spojovat stávající vědomosti, generovat nové nápady a transformovat je do užitečného výsledku – inovací (UNCTAD 2010, s. 4). Kreativita tak ovlivňuje myšlenky, produkty, služby, ale i rozvoj konkrétní lokality a ve výsledku vede ke konkurenční výhodě (URBACT II 2008, s. 7). Platí za strategickou nemateriální surovinu, která je na rozdíl od tradičních přírodních zdrojů nevyčerpatelná. Roste tak vědomí toho, že schopnost společnosti zužitkovat svůj kreativní potenciál, tedy svou „surovinu nadcházejícího tisíciletí“ (ARAYA & PETERS 2010; HILL 2007), je zásadním předpokladem pro inovační sílu a konkurenceschopnost lokalit, měst, regionů i národních ekonomik.

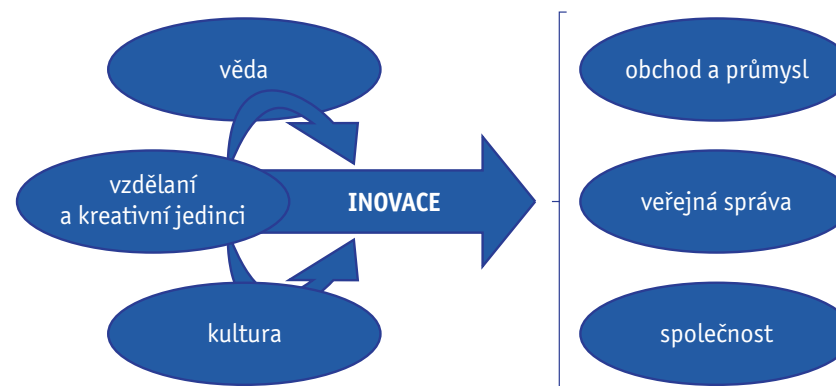
Studie UNCTAD 2010 (s. 1–2) rozlišuje několik druhů této „suroviny nadcházejícího tisíciletí“:

- kulturní kreativita – zahrnuje představivost a schopnosti generovat originální nápady a nové způsoby, jak interpretovat svět, vyjádřené v textu, zvuku a obrazu
- vědecká kreativita – obsahuje zvědavost a ochotu experimentovat a vytvářet nová propojení stávajících vědomostí k řešení určitého problému
- ekonomická kreativita – je dynamický proces vedoucí k inovacím v oblasti technologií, obchodních praktik, marketingu atd. a je úzce spojena se získáním konkurenční výhody v ekonomice
- technologická kreativita – všechny výše uvedené druhy kreativity zahrnují ve větší či menší míře technologickou kreativitu a jsou ve vzájemném vztahu

⁵ Inovacemi se rozumí nový vynález, produkt, služba nebo proces obchodního či socioekonomického významu ku prospěchu obchodu a průmyslu, veřejné správy a občanské společnosti.

Dle Hautamäkiho se inovace a kultura do určité míry překrývají, kreativní průmysly (či kreativní ekonomika) se vyskytují právě na jejich rozhraní (HAUTAMÄKI 2010, s. 16). Kultura může být charakterizována jako realita a intelektuální sféra společnosti vytvořená lidmi se všemi svými projevy, které čerpají z historie a regionální příslušnosti. Kulturní kreativita je schopnost lidí (zejména umělců) kreativně myslet a vyjadřovat se v obrazech bez ohledu na konvenční pravidla (KEA 2011, s. 2–3). Konvence se tak prolamují, rozvíjejí se nové vize, nalézají nové cesty, a tím se vytvářejí inovativní produkty nebo služby. Kulturní kreativita tak jde nad rámec tvorby kulturních produktů a služeb. Vede např. k zvýšenému používání informačních a komunikačních technologií v rámci prodeje hudby, knih nebo novin prostřednictvím internetu, k inovacím v oblasti filmové techniky nebo v obchodních modelech, k tvorbě aplikací do mobilních telefonů, designu výrobků, zdokonalování počítačových sítí a hardwarového vybavení aj.

Význam kreativní ekonomiky pro národní hospodářství lze popsat prostřednictvím následujícího znázornění (obrázek 1), kde jsou inovace tvořeny vzdělanými a kreativními jedinci pomocí vědeckých a kulturních vstupů (srov. DAVID 2008; POTTS 2007; BAKSHI A KOL. 2008).



Obrázek 1: Vztah kultury, kreativity a ekonomiky

Zdroj: HAUTAMÄKI 2010, s. 17. Dostupné [on-line] na: <http://www.minedu.fi/export/sites/default/OPM/Julkaisut/2010/liitteet/OPM13.pdf> [cit. 3. 9. 2013].

2.2 Význam kreativních průmyslů pro národní ekonomiku

K nejdůležitějším zdrojům každé země nebo regionu patří jeho lidé, jejich individuální kreativita, dovednosti a talent (srov. FLORIDA 2002). Hospodářská odvětví, která jsou založena na těchto zdrojích, se etablojí od osmdesátých let 20. století a jsou známa jako kreativní průmysly. Jsou tvořena paletou dílčích trhů, jež vytvářejí bohatství a pracovní místa prostřednictvím rozvoje a využívání duševního vlastnictví. Tato ekonomická odvětví spojují nejrůznější podniky od tvůrců počítačových i divadelních her, přes designéry, architektky, umělce a softwarové inženýry až po vědce a výzkumné pracovníky.

Odvětví kreativních průmyslů je považováno za zásadní komponent inovačního systému země. Trüby a kol. (2008, s. 3) systematizuje přínos kreativních průmyslů národní ekonomice těmito základními proudy:

- kreativní odvětví jsou významným dodavatelem inovačních myšlenek, přispívají k ekonomickému a inovačnímu potenciálu a vytvářejí nové produkty a služby
- kreativní průmysly nabízejí služby, které jsou popudem k inovačním aktivitám ostatních podniků a organizací
- kreativní průmysly jsou intenzivní uživateli nových technologií a svými aktivitami urychlují inovační impulzy výrobců nových technologií

Studie Trübyho a kol. (2008) udává na příkladě rakouských kreativních odvětví vysokou míru jejich inovačního potenciálu. Subjekty kreativních průmyslů jsou podporovatelé mnoha dalších odvětví prostřednictvím kreativních vstupů, jakými jsou např. nápady na nové výrobky (tj. inovace obsahu), doplňkových produktů a služeb (kupř. software) nebo marketingové podpory pro inovace produktů. Podnikatelé a zaměstnanci kreativních odvětví jsou důležitými uživateli nových technologií a poptavateli nových inovací zejména informačních a komunikačních technologií. Řada zemí se proto intenzivně věnuje tvorbě politik a strategií na rozvoj a uvolnění této strategické suroviny – kreativity – i podpoře tohoto ekonomického odvětví.⁶

Rovněž finská *Pracovní skupina pro budoucnost podnikání* identifikovala změnu, kdy stále větší část inovací bude „kulturně orientovaná“ nebo bude obsahovat silnou

⁶ Přínosu kreativních průmyslů k hrubému národnímu produktu země a k zaměstnanosti se věnuje řada studií, např. ANDARI, R., BAKHSHI, H., HUTTON, W., O'KEEFE, A., SCHNEIDER, P. (2007): *Staying Ahead: The economic performance of the UK's Creative Industries*. The Work Foundation. London. Nebo OECD (2007): *International Measurement of the Economic and Social Importance of Culture*. OECD. Paris.

kulturní složku (např. design). Tato změna je označována jako „intelektualizace výroby“. Znamená to, že se kulturní složka produktů bude zvyšovat na úkor složky materiální (srov. HAUTAMÄKI 2010, s. 17)⁷. Hautamäki proto odhaduje, že význam kreativních odvětví následkem rozšiřování kulturní složky v inovacích poroste.

2.3 Koncepty pro čerpání kulturního a kreativního potenciálu do národních ekonomik

Kreativitu lze označit též za výrobní faktor (UNCTAD 2010, s. 3, citováno dle KEA 2006, s. 42), který ale lze plně zužitkovat pouze ve specifickém prostředí. Během posledních deseti až patnácti let vznikla pro rozvoj takového prostředí řada strategických konceptů a teorií, které si kladou za cíl přečerpat kulturní a kreativní potenciál do lokálního, regionálního a národního ekonomického rozvoje s cílem podpořit socioekonomický rozvoj, inovace a konkurenceschopnost. Postupně se tak etabluje nové hospodářské odvětví zahrnující v sobě heterogenní oblasti, jakými jsou design, software, hudební a filmový průmysl, umělecká řemesla, trh s architekturou, tisk, reklamní trh, kulturní cestovní ruch nebo výsledky výzkumu a vývoje.

Konceptů pro přečerpání kulturního a kreativního potenciálu společnosti se vyvinulo několik. Tak např. Justin O'Connor (2007, s. 26–27) si všímá postupného přechodu od pojmu „kulturní průmysly“ k pojmu „kreativní průmysly“ z důvodu nabalování dalších příbuzných trhů. Stejným způsobem došlo ve Švédsku k etablování pojmu zážitkový průmysl (experience industry), který zahrnuje podstatnou část cestovního ruchu, ale vyjímá trh se softwarem (NIELSEN 2004). Jak zdůraznili Power a Jansson (2006), pokus přijít s univerzální definicí tohoto konceptu s sebou nese nebezpečí, že bude některá místně specifická oblast s vysokým potenciálem přehlédnuta.

Stručné definice těchto a dalších konceptů budou představeny v následujícím textu. Mezi ty, které jsou založeny na kulturních a kreativních činnostech, patří především kreativní průmysly (DCMS 1998), kulturní průmysly (UNACT 2004), průmysly založené na autorských právech (WIPO 2003) a obsahové průmysly (KEA 2006).

⁷ Citováno dle HAUTAMÄKI, A. (2008): *Kestävä innovointi, Innovaatiopolitiikka uusien haasteiden edessä*. Sitra.

KREATIVNÍ EKONOMIKA⁸

Termín kreativní ekonomika se poprvé objevil v roce 2001 v knize Johna Howkinse *Kreativní ekonomika: jak lidé vydělávají peníze z nápadů* (The Creative Economy: How People Make Money From Ideas; viz HOWKINS 2001), v níž definoval kreativní ekonomiku jako „kreativní produkty a služby, které pramení z kreativity a které mají ekonomickou hodnotu“ (HOWKINS 2001, s. 8). Howkinsova definice spojuje různé druhy kreativity do jediného konceptu. Součástí kreativní ekonomiky se tak stávají i vědecké a výzkumné aktivity, neboť jejich produkty jsou – stejně jako ty umělecké – pod ochranou práva duševního vlastnictví. Podle Howkinse (2001, s. XIII) je kreativní ekonomika založena na čtyřech oblastech: autorská práva, patenty, ochranné známky a design. Dílčími průmyslovými odvětvími kreativní ekonomiky (HOWKINS 2001, s. 116) pak jsou: výzkum a vývoj, vydavatelství, software, rozhlas a televize, design, hudba, film, hračky a hry, reklama, architektura, živé umění, řemesla, videohry, módní průmysl a umění.

KREATIVNÍ PRŮMYSLY

Pro potřeby rozlišení obchodní kulturní činnosti a rozvíjejících se nových médií poháněných technologickými změnami byl poprvé použit v Austrálii pojem *kreativní průmysly* (creative industries; FOORD 2008, s. 941). Ve Velké Británii bylo v devadesátých letech chápání kreativních průmyslů rozšířeno o ekonomický přínos komerční kulturní produkce, volnočasových aktivit a zábavy, stejně jako o ekonomický potenciál mnoha dotovaných kulturních aktivit (*Mapping Document*, 2001). Právě tato definice je považována za jednu z nejrozšířenějších a nejvíce využívaných definic kreativních průmyslů: jedná se o „průmyslová odvětví, jejichž základem je individuální lidská kreativita, lidské dovednosti a talent. Zároveň jsou kreativní průmysly odvětvími s potenciálem vytvářet bohatství a pracovní místa zejména prostřednictvím využití duševního vlastnictví.“ (*Mapping Document*, 2001) Tato definice pochází z aktualizované verze materiálu *Mapping Document*, který byl poprvé zpracován za labouristické vlády Tonyho Blaira v roce 1997. Do kreativních průmyslů jsou zahrnovány tyto ekonomické oblasti: reklama, architektura, umění a trh s uměním a starožitnostmi, počítačové hry a videohry, řemesla, design, módní návrhářství, film a video, hudba, scénická umění, nakladatelství, software a počítačové služby, rozhlasové a televizní vysílání. Ve svém vymezení de facto kreativní průmysly zahrnují i oblast kulturních průmyslů a pojem kreativní tak vlastně představuje zkrácení pojmů kulturní a kreativní.

⁸ Pojem *kreativní ekonomika* je v současnosti stále častěji užíván i jako holistický, zastřešující pojem, který označuje změnu paradigmatu celostního společensko-ekonomického rozvoje.

KULTURNÍ PRŮMYSLY

Živá diskuse je i o rozdílech kreativních a kulturních průmyslů. Dle Organizace spojených národů (UNACT 2004) jsou *kreativními průmysly* ty, jejichž výstupy plynou z práv duševního vlastnictví (copyright) a z šíření kreativního obsahu. *Kulturní průmysly* pak generují výstupy v rámci tradičního umění, např. vizuální a jevištní umění, literatura či kulturní dědictví. Zelená kniha kulturních a kreativních odvětví (*Zelená kniha. Uvolnění potenciálu kulturních a tvůrčích odvětví*, EK 2010) pak charakterizuje kulturní průmysly jako ta odvětví, jež produkují a šíří produkty nebo služby, které se v okamžiku svého vzniku vyznačují určitou povahou, zamýšleným využitím nebo účelem a jež jsou výrazem nebo prostředkem kulturních projevů, a to nezávisle na obchodní hodnotě, již mohou tyto produkty nebo služby mít (srov. CIKÁNEK A KOL. 2013).

PRŮMYSLY ZALOŽENÉ NA AUTORSKÝCH PRÁVECH

Světová organizace duševního vlastnictví (WIPO 2012) používá pojem *průmysly založené na autorských právech* (copyright industries) od roku 2002. Do těchto průmyslů patří odvětví, která se přímo nebo nepřímo podílejí na vytváření, produkci, výrobě, vysílání a distribuci děl chráněných autorským právem. Podle tohoto konceptu náleží do průmyslů založených na autorských právech tisk a literatura, hudba, divadelní představení, opery, rozhlas a televize, fotografování, tvorba softwaru a databází, vizuální a grafické umění, reklamní služby a kolektivní správa autorských práv.

OBSAHOVÉ PRŮMYSLY

KEA (2006) definuje další koncept, a sice *obsahové průmysly*, které jsou založeny na informačních a komunikačních technologiích (ICT). Jde o odvětví produkující informační (digitální i jiné) obsahy. Řadí se sem informační technologie (zboží a služby včetně jejich výroby), telekomunikace (zboží a služby včetně jejich výroby) a informační obsahové činnosti (filmová produkce, informační služby, média atd.). K dalším příbuzným konceptům podporujícím socioekonomický růst a regeneraci na základě vztahů mezi kulturou, ekonomikou, kreativitou a lokalitou – ať už na celonárodní, regionální, či lokální úrovni – patří např. kreativní města (LANDRY 2000), kreativní třída (FLORIDA 2002), kulturní čtvrti (EVANS 2009), kreativní ekonomika venkova (WOOD & TAYLOR 2004; MCGRANAHAN & WOJAN 2007), kreativní ekologie (HOWKINS 2009) nebo kreativní klustry (PRATT 2004, s. 50–66).

KREATIVNÍ TŘÍDA

Koncept kreativní třídy je založen na lidech a jejich zaměstnáních. Dle původce teorie kreativní třídy Richarda Floridy se tato třída skládá z lidí tvořících přidanou ekonomickou hodnotu prostřednictvím své kreativity (FLORIDA 2002, s. 68). Kreativní třída zahrnuje

kvalifikované pracovníky, analytiky i odborné a technické pracovníky. Její přítomnost podporuje hospodářskou, sociální a kulturní dynamiku města či regionu. Funkcí kreativní třídy je tvorba nových myšlenek, technologií nebo nových kreativních obsahů. Vlastnostmi kreativní třídy jsou kreativita, podnikavý duch nebo ochota riskovat a zakládat živnosti či podniky. Pro nalákání a udržení kreativní třídy hrají významnou roli tzv. tři T: technologie, talent a tolerance (FLORIDA 2002, s. 249). Podle Floridy je kreativní třída složena ze dvou částí. Za prvé ze superkreativního jádra, jež zahrnuje vědce a inženýry (včetně programátorů), univerzitní profesory, básníky a spisovatele, umělce, baviče, herce, filmaře, designéry i architektky, redaktory, výzkumníky, analytiky aj. (FLORIDA 2002, s. 69) Za druhé pak z kreativních profesionálů, kteří pracují ve znalostně náročných odvětvích, jako jsou odvětví vyspělých technologií, finanční služby, právní a zdravotní péče, řízení podniku, tedy představitelů povolání, jakými jsou lékaři, právníci, manažeři, ale také technici a jiní, kteří uplatňují komplexní znalosti.

KREATIVNÍ MĚSTA

Koncept kreativního města je založen na místě (lokalitě), na tzv. kreativním prostředí, které je příznivé k uvolnění kreativního potenciálu společenství a jeho převedení do socioekonomického rozvoje (LANDRY 2000). Koncept kreativního města je rozprostřen do několika oblastí a zdůrazňuje roli následujících komponentů:

- inovativní technologické podniky
- produkci kulturního zboží a služeb
- sítě pro výměnu informací a znalostí mezi jednotlivci, podniky a veřejným sektorem
- umělecké a kreativní aktivity
- vazby mezi podniky a poskytovateli či zprostředkovateli nových technologií a znalostí (např. výzkumné instituty a podniky, centra transferu technologií, inovační centra)
- kvalitu architektonických záměrů a veřejného prostoru
- širokou nabídku pro volnočasové aktivity, zábavu a pro rozvoj individuální kreativity
- efektivní dopravní infrastrukturu
- sociální soudržnost komunity (podporu zapojení občanů do rozhodovacích mechanismů)

Landry přistupuje k městům jako k ekosystémům, v nichž je všestranný rozvoj hnán kulturou a lokálními symbolickými hodnotami.

EKONOMIKA KULTURY

Podle Scotta (2004, s. 3) lze ekonomiku kultury popsat jako skupinu odvětví kulturní produkce, jejichž subjektivní hodnota je ve srovnání s jejich uživatelskou hodnotou vyšší. Scott zdůrazňuje, že nelze oddělit odvětví specializující se čistě na produkci

kulturních produktů a služeb od těch, jejichž výstupy jsou čistě utilitární. Dle Scottovy publikace (2001, s. 12) patří do ekonomiky kultury zboží a služby, jež slouží jako nástroj zábavy, komunikace, sebekultivace, sociální pozice aj., které existují jak ve své nehmotné kulturní podobě (film, hudba, divadlo), tak v podobě hmotné (nábytek, oděvy aj.). Pratt (1997) navrhuje několik kulturních odvětví, které dohromady tvoří tzv. produkční systém kulturních průmyslů (Cultural Industries Production System – CIPS). Jedná se o jevištní umění, výtvarné umění a literaturu a o jejich způsob rozmnožování: knihy, časopisy, noviny, film, rozhlas, televizi, nahrávky a činnosti slučující několik uměleckých disciplín, jako je reklama. Dále i o výrobu, distribuci tisku, televizního a rozhlasového vysílání nebo o muzea, knihovny, divadla, noční kluby nebo galerie (PRATT 1997, 1958).

ZÁŽITKOVÁ EKONOMIKA

Zážitková ekonomika byla poprvé popsána Pinem a Gilmorem (1999) jako příští ekonomické paradigma následující v řadě agrární ekonomika–průmyslová ekonomika–ekonomika služeb. Zážitková ekonomika je založena na postulátu, že způsob nabízených služeb je důležitou součástí řetězce přidané hodnoty. Jde o nehmotnou přidanou hodnotu ke službám, která utkví v paměti. Paměť sama se tak stává koncovým produktem – zážitkem. Tím je ovlivňován marketing služeb a řízení, jenž si uvědomuje, že hodnota veškerého zboží a služeb je spoluvytvářena interakcí mezi spotřebiteli a výrobcí. Dle této teorie je hospodářský růst poháněn spotřebiteli, kteří pátrají po nezapomenutelných zážitcích. Zážitek nastává, když firma záměrně užívá své služby a zboží jako rekvizity pro vytvoření nezapomenutelné události svým zákazníkům. Na zážitek tak není pohlíženo jako na amorfní konstrukt, ale na skutečnou součást veškerých služeb, zboží a komodit (HBR 1998). Ačkoli byl tento koncept vyvinut pro obor řízení podniku a marketing služeb, a netýká se tedy konkrétních ekonomických odvětví, zážitková ekonomika překračuje tuto hranici do oblastí, jako je cestovní ruch, architektura, ošetrovatelství, urbanismus, a do dalších oborů.

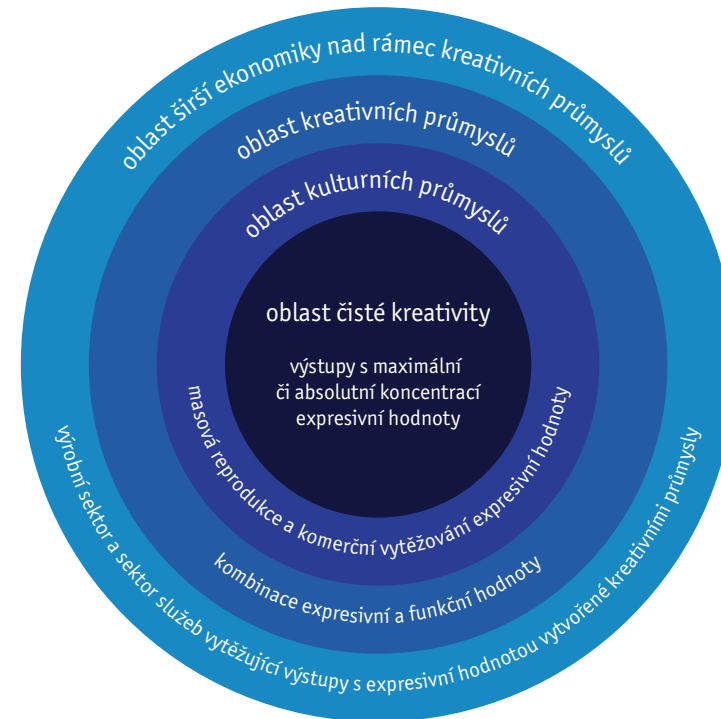
3 KREATIVNÍ PRŮMYSLY VE VYBRANÝCH ZEMÍCH EVROPSKÉ UNIE

3.1 Velká Británie

VYMEZENÍ

Mezi nejčastěji citované definice kreativních průmyslů patří ta, která se poprvé objevila v mapovacím dokumentu Velké Británie v roce 1998 (*Creative Industries Mapping Document*, 1998⁹) a jež byla aktualizována v mapovacím dokumentu v roce 2001 (*Creative Industries Mapping Documents*, 2001¹⁰). Aktualizovaná a dodnes platná definice zní: Kreativní průmysly jsou průmyslová odvětví, jejichž základem je individuální lidská kreativita, lidské dovednosti a talent. Zároveň jsou kreativní průmysly odvětvími s potenciálem vytvářet bohatství a pracovní místa zejména prostřednictvím využití duševního vlastnictví. Do kreativních průmyslů je zahrnuto třináct odvětví: reklama, architektura, knihy a tisk, rozhlas a televize, design, film a video, hudba, software, počítačové hry, módní návrhářství, řemesla, scénická umění a trh s uměním a starožitnostmi. Tyto sektory byly poprvé definovány jako kreativní průmysly pracovní skupinou při Oddělení pro kulturu, média a sport (DCMS)¹¹ založenou premiérem Tonym Blairem v roce 1997 a výstupy jejich zmapování byly publikovány v mapovacích dokumentech v roce 1998 a 2001 (DCMS 1998, 2002). Tak se Velká Británie stala průkopníkem konceptu kreativních průmyslů v Evropě. Nicméně je nutné poznamenat, že britský koncept kreativních průmyslů navázal na australské teoretické i strategické pojetí kultury a kreativity, které bylo reflektováno ve zprávě *Creative Nation* (viz DCA 1994). Z pohledu metodiky je britský mapovací dokument velmi často uváděn jako referenční text pro definici kreativních či kulturních a kreativních průmyslů.

Model kreativních průmyslů vytvořený pracovní skupinou z DCMS je zobrazen jako série soustředných kruhů, v jejichž středu je jádro kreativity (obrázek 2).



Obrázek 2: Model kreativních průmyslů Velké Británie

Zdroj: Model Work Foundation, převzato z CIKÁNEK A KOL. 2013.

Na základě tohoto konceptu mohou být všechny aktivity, které se vztahují ke každému sektoru, nahlíženy ze tří hledisek: hlavní činnosti, související činnosti a související odvětví (tabulka 1: Činnosti kreativních průmyslů ve Spojeném království).

⁹ Dostupné [on-line] na: <http://www.creativitycultureeducation.org/creative-industries-mapping-document-1998> [cit. 7. 11. 2013].

¹⁰ Dostupné [on-line] na: <https://www.gov.uk/government/publications/creative-industries-mapping-documents-2001> [cit. 7. 11. 2013].

¹¹ DCMS – Department for Culture, Media & Sport. Dostupné [on-line] na: <https://www.gov.uk/government/organisations/department-for-culture-media-sport> [cit. 7. 11. 2013].

Tabulka 1: Činnosti kreativních průmyslů ve Spojeném království

SEKTOR	HLAVNÍ ČINNOSTI	SOUVISEJÍCÍ ČINNOSTI	SOUVISEJÍCÍ ODVĚTVÍ
1. Reklama	spotřebitelský průzkum a postřehy spotřebitelů, řízení marketingu/ komunikační plány, určení vkusu a reakcí spotřebitelů, tvorba reklam a propagačních materiálů, PR kampaně, mediální plánování, nákup a vyhodnocování, výroba reklamních materiálů	kreativní studia a jednotlivci, editační zařízení, brožury, publikace, fotografie, filmové a digitální záznamy, vznik a výroba digitálního obsahu, multimediální a internetová produkce, marketingové poradenství, výstavy	vztahy s veřejností, propagační akce, přímý marketing, design, televizní a rozhlasové vysílání, film, průzkum trhu
2. Architektura	projektování staveb, stavební řízení, informace o produkci	strukturální, environmentální, krajinařské a jiné specializované projektování/design, územní plánování; plánování a kontrola stavebních nákladů, památková péče, psaní zpráv, studie proveditelnosti, projektové řízení, posuzování tendrové dokumentace, stavební dozor, internet/elektronický obchod	stavebnictví, inženýring, oceňování a posudky, služby ve stavebnictví

SEKTOR	HLAVNÍ ČINNOSTI	SOUVISEJÍCÍ ČINNOSTI	SOUVISEJÍCÍ ODVĚTVÍ
3. Trh s uměním a starožitnostmi	obchod s uměním a starožitnostmi zahrnující: obrazy, sochy, práce na papíře, další druhy výtvarného umění (např. tapiserie), nábytek, sběratelství (kupř. sériově vyráběná keramika a sklo, panenky a domečky pro panenky, reklamy/obaly atd.), návrhářství (včetně šperků), textil, starožitnosti, zbraně a brnění, kovodělné práce, knihy, vazby, autogramy, mapy, maloobchod prostřednictvím aukcí, galerií, specializovaných veletrhů, obchody, sklady, obchodní domy a internet		veletrhy a výstavy, přeprava, restaurování, tisk, fotografie, pojišťovnictví, bankovníctví, právo, cestovní ruch
4. Řemesla	tvorba, výroba a prezentace řemesel: textil, keramika, šperky, kov, sklo	dodávka materiálů, distribuce, maloobchod, on-line maloobchod, balení a expedice; řemeslné veletrhy; řemeslné časopisy a knihy; nástroje a stroje	design, móda, trh s uměním a starožitnostmi, cestovní ruch

SEKTOR	HLAVNÍ ČINNOSTI	SOUVISEJÍCÍ ČINNOSTI	SOUVISEJÍCÍ ODVĚTVÍ
5. Design	designové poradenství (služby zahrnující např. identitu značky, firemní identitu, informační design, vývoj nových produktů), designové komponenty průmyslu, interiérový a environmentální design	výtvarné umění, grafický design, módní design, řemesla (kupř. drobní výrobci nábytku), multimediální design, design webových stránek a digitálních médií, televizní grafika, interaktivní design a design digitálních televizí, design zpracovatelského průmyslu, výzkum a vývoj v oblasti průmyslu, modeling a výroba prototypů	vztahy s veřejností a poradenství v oblasti managementu, architektura, obaly, módní návrhářství, reklama, nábytek a bytové zařízení, produkty osobní péče, doprava, medicína, elektronika, móda/luxusní zboží, finance, telekomunikace, léčiva, veřejný sektor, jídlo a pití, spotřební zboží, maloobchod
6. Módní návrhářství	oděvní návrhářství, výroba oděvů pro přehlídky, poradenství a „diffusion lines“ (speciální maloobchod)	vydávání časopisů, designové vzdělávání, grafický design, produktový design, módní fotografie, péče o vlasy a kosmetika, design doplňků, design parfémů, modeling	textil, výroba oděvů, maloobchod značkových oděvů

SEKTOR	HLAVNÍ ČINNOSTI	SOUVISEJÍCÍ ČINNOSTI	SOUVISEJÍCÍ ODVĚTVÍ
7. Film a video	tvorba scénářů, výroba, distribuce, projekce	hudební soundtracky, propagace, stavba scén, catering, výroba zařízení, videopůjčovny, fotografování, osvětlení, záznam zvuku, kostýmní design, prodej distribučních práv v oblasti filmu a videa, dodávky a skladování filmů a pásek, video na vyžádání, digitální distribuce filmů, filmové webové stránky, postprodukce a speciální efekty, počítačové hry, multimédia a digitální média	televize, televizní filmová produkce, hudba, vydavatelství, reklama, digitální média, scénická umění, školení a výchova
8. Interaktivní zábavní software	vývoj her, vydávání, distribuce, maloobchod	videosekvence (s použitím herců, režisérů, realizačního týmu), hudební soundtracky, digitální televizní hry, hraní on-line, hry pro mobilní telefony, výroba, distribuce a maloobchod počítači, výroba, distribuce a maloobchod herními konzolemi, merchandising	televize, software, internet, film a video, hudba, maloobchod, vydavatelství, sport

SEKTOR	HLAVNÍ ČINNOSTI	SOUVISEJÍCÍ ČINNOSTI	SOUVISEJÍCÍ ODVĚTVÍ
9. Hudba	výroba, distribuce a maloobchodní prodej zvukových nahrávek, správa autorských práv za skladby a nahrávky, živá vystoupení (neklasičké hudby), management, zastoupení a propagace, psaní textů a skladeb	hudební tisk, multimediální obsah, digitální média, internetový maloobchod a distribuce digitální hudby, hudba pro počítačové hry, umělecká a kreativní studia, výroba, distribuce a maloobchodní prodej notovin, výroba, maloobchod a distribuce hudebních nástrojů, výroba jinglů, fotografování, vzdělávání a odborná příprava	internet/elektronický obchod, nakladatelství, televize a rozhlas, film a video, reklama, scénická umění, interaktivní zábavní software, softwarové a počítačové služby
10. Scénická umění	tvorba obsahu, produkce představení, živá vystoupení baletu, současného tance, činohry, hudebního divadla a opery, design a výroba kostýmů, svícení	cestovní ruch, hostince a restaurace, firemní sponzorování, management festivalů, management scén, divadel, sálů, míst veřejné zábavy, vzdělávání, community music, merchandising, catering, soundtracky, vydávání programů	hudba, televize a rozhlas, design, film a video, nakladatelství, speciální efekty

SEKTOR	HLAVNÍ ČINNOSTI	SOUVISEJÍCÍ ČINNOSTI	SOUVISEJÍCÍ ODVĚTVÍ
11. Nakladatelství	tvorba, vydávání knih: obecné (beletrie a literatura faktu), pro děti a naučná literatura, publikace naučných odborných časopisů, vydávání novin (národních a regionálních), publikování časopisů: consumer – business to business, spotřebitelských (B2B), zákaznických, vydávání digitálního obsahu	internet a digitální média, mediální produkce, elektronické ukládání, knihovny a vzdělávání, průzkum trhu, manažerské poradenství, akademický výzkum, distribuce, tisk, výroba papíru a tiskařských barev, výstavy a konference, masthead programming (vytváření značek nakladatelství)	televize a rozhlas, hudba, interaktivní zábavní software, softwarové a počítačové služby, film a video, internet a digitální média
12. Software a počítačové služby	vývoj softwaru: systémový software, zákaznický software, firemní software, integrace systémů, analýza a design systémů, architektura a design softwaru, projektový management, tvorba infrastruktury	správa zařízení, poradenství a školení, dodání smluvních zaměstnanců, kancelářský software a zařízení, údržba softwaru, návrh, výroba a údržba hardwaru, dodávky a distribuce informací, komunikační služby, výzkum a vývoj	poradenství v oblasti řízení, telekomunikace, internet a digitální média, interaktivní zábavní software, nakladatelství, televize a rozhlas, hudba, film a video, design, reklama, architektura

SEKTOR	HLAVNÍ ČINNOSTI	SOUVISEJÍCÍ ČINNOSTI	SOUVISEJÍCÍ ODVĚTVÍ
13. Televize a rozhlas	výroba, vytváření programů a programových balíčků (nabídky, prodeje a kanály), vysílání (plánování a mediální prodej), přenos	internetový a digitální rozhlas, vysílání digitálních médií, digitální a interaktivní televize, počítačové hry, multimédia a digitální média, osobní videorekordéry, video na vyžádání, umělecká a kreativní studia, PR společnosti, výroba televizních reklam, fotografování, výroba hardwaru	reklama, film a video, scénická umění, softwarové a počítačové služby, nakladatelství (včetně hudebního tisku), interaktivní zábavní software, merchandising, cestovní ruch

Zdroj: *Creative Industries Economic Estimates*, DCMS 2011.

EKONOMICKÝ PŘÍNOS

Data ve Velké Británii se sledují podle klasifikace ekonomických činností SIC – Standard Industrial Classifications¹². K výsledným datům za oblast kreativních průmyslů se dospívá na základě řady odhadů a dopočítávání. Metodika sledování ekonomických dat je ve fázi vývoje a je nadále zpřesňována.

Data za rok 2009 udávají, že kreativní průmysly Velké Británie (tabulka 2) přispěly k národní HPH (hrubá přidaná hodnota) 2,89 % (36,3 mld. £). Vydavatelství, reklama, jakož i oblast TV a rozhlasu patřily mezi největší přispěvatele. Export služeb kreativních průmyslů dosáhl v roce 2009 hodnoty 8,9 mld. £ (10,6 % exportní kvóty UK). Vydavatelský sektor vykázal nejvyšší výsledek (2,6 mld. £), následován byl televizním a rozhlasovým trhem (2,2 mld. £).

Roku 2010 nabízely kreativní průmysly na 1,5 mil. pracovních míst, což představovalo 5,1 % zaměstnanosti UK, přičemž 1 % připadlo na sektor hudby, vizuálního a jevištního umění, 0,92 % na sektor reklamy a 0,84 % na vydavatelský sektor.

V roce 2011 bylo v UK zjištěno 106 700 podniků v rámci kreativních průmyslů, což představovalo 5,1 % všech podniků. Oblast hudby, vizuálních a scénických umění vykazala 30 500 podniků (1,5 % podniků Velké Británie).

¹² Jedná se o jedinou zemi ve výběru studie, která nepoužívá systém NACE – viz dále v textu.

Tabulka 2: Makroekonomické ukazatele kreativních průmyslů Velké Británie (2011)

ODVĚTVÍ	HPH (V % ¹ ; 2009)	EXPORT KREATIVNÍCH SLUŽEB (V % ² ; 2009)	ZAMĚSTNANCI (2010)	PODNIKY (2011)
1. Reklama	0,48	1,8	268 254	16 010
2. Architektura	0,26	0,4	136 298	11 700
3. Umění & starožitnosti	0,02	–	8818	2580
4. Řemesla	–	–	91 983	–
5. Design	0,14	0,1	208 810	14 720
6. Oděvní design	0,01	0,01	25 583	970
7. Film, video a fotografie	0,24	1,9	71 731	10 360
9. & 10. Hudba & Vizuální a scénická umění	0,32	0,3	292 536	30 460
11. Vydavatelství	0,92	3,1	243 809	9700
8. & 12. Software & Elektronická vydavatelství	0,04	0,3	23 205	1810
8. & 12. Digitální & Zábavní média	0,03	0,1	13 179	440
13. TV a rozhlas	0,42	2,6	113 966	7960
CELKEM	1 053 900 £	84 120 mil. £	1 498 173	106 700
Celkem v %	2,89 %	10,6 %	5,14 %	5,13 %

Poznámky: ¹ 100 % = VB. ² 100 % = VB, bez exportu zboží.

Zdroj: *Creative Industries Economic Estimates*, DCMS 2011, s. 14–29. Dostupné [on-line] na: https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/77959/Creative-Industries-Economic-Estimates-Report-2011-update.pdf [cit. 27. 8. 2013].

V roce 2012 vydala NESTA¹³ studii s názvem *A Dynamic Mapping of the UK's Creative Industries*¹⁴, která kritizuje dosavadní způsob vymezení kreativních průmyslů ve Velké Británii a přináší návrh nového způsobu měření zaměstnanosti založeného na metodice

¹³ NESTA (National Endowment for Science, Technology and Arts; <http://www.nesta.org.uk>) je organizace, která pracuje na zvýšení inovační kapacity UK. NESTA se specializuje mj. na výzkum a realizaci podpůrných programů pro kreativní průmysly ve Velké Británii.

¹⁴ BAKHSHI, H., FREEMAN, A., HIGGS, P. (2012): *A Dynamic Mapping of the UK's Creative Industries*. NESTA.

tzv. Creative Trident¹⁵. Tato metodika dělí zaměstnance z hlediska jejich příspěví ke kreativním sektorům dle tohoto klíče – zaměstnanci vykonávají:

- a) kreativní činnost v rámci kreativních průmyslů
- b) nekreativní činnost v rámci kreativních průmyslů
- c) kreativní činnost mimo kreativní průmysly

STRATEGICKÁ PODPORA

Jak již bylo uvedeno, termín kreativní průmysly se poprvé objevil ve Velké Británii roku 1997, v roce, kdy Tony Blair nastoupil k moci a začal prosazovat strategii New Labour, jejímž cílem bylo navrátit Británii do vedoucí pozice v Evropě. V rámci této strategie bylo vyjádřeno uznání úlohy kulturní tvorby v řetězci přidané hodnoty britské ekonomiky.

„Nástup nového milénia je vhodná doba k opětovnému ujištění, že na sebe bereme odpovědnost za ochranu a zlepšování našeho prostředí s cílem zajistit našim dětem a vnoučatům lepší místo k životu. Milénium představuje nejen vhodnou příležitost k oslavě, ale i k zvýšení přínosu umění, kultury a sportu pro naši zemi. Potřebujeme nový a dynamický přístup ke kreativní ekonomice. Ministerstvo národního dědictví vytvoří strategickou vizi, která bude odpovídat skutečné síle a energii britského umění, médií a kulturních průmyslů.“ (Labour Party 1997)

Aktivity DCMS

Na státní úrovni je za oblast kultury včetně kulturních a kreativních průmyslů, tedy i podpory podnikání, odpovědné Oddělení pro kulturu, média a sport (DCMS)¹⁶.

Mezi jeho aktivity patří mimo jiné:

- realizace programu *Kreativní ekonomiky* (Creative Economy Programme) – vývoz zboží a služeb na zahraniční trhy
- podpora vzdělání a dovedností: vláda nabízí celou řadu iniciativ a nástrojů financování, které podporují rozvoj dovedností a školení v kreativních odvětvích
- podpora podnikání a financování: DCMS spolupracuje s ostatními ministerstvy a dalšími organizacemi, aby zajistily kreativním odvětvím podporu potřebnou k úspěchu

¹⁵ Metodika „Creative Trident“ byla vyvinuta Australskou vědeckou radou Centra excelence pro kreativní průmysly a inovace (Australian Research Council Centre of Excellence for Creative Industries and Innovation). Tato metodika předchází dvojímu započítávání a podává ucelenější přehled zaměstnanosti v kreativních odvětvích. Dostupné [on-line] na: http://eprints.qut.edu.au/11958/1/Creative_Workforce_Information_Sheet_2008.pdf [cit. 1. 9. 2013].

¹⁶ Dostupné [on-line] na: <https://www.gov.uk/government/organisations/department-for-culture-media-sport> [cit. 7. 11. 2013].

- zajištění vládní podpory – DCMS úzce spolupracuje s hlavními představiteli v rámci celé vlády v oblasti řešení a sledování politiky s vlivem na kreativní odvětví
- daně a regulace: DCMS spolupracuje v otázkách daňové a regulační politiky, které ovlivňují kreativní odvětví, jako např.:
 - daňové úlevy pro britský filmový průmysl
 - zavádění směrnic v oblasti elektronického obchodu
 - definice výzkumu a vývoje pro daňové účely
- podpora ochrany duševního vlastnictví – k dispozici je komplexní vládní portál, který poskytuje podnikům a vynálezci nezbytné informace o autorských právech, patentech a ochranných známkách nebo průmyslových vzorech včetně návodů, jak je využívat

Program Creative Economy (2005–2011)

V roce 2005 vznikl program pro podporu kreativní ekonomiky s cílem vytvořit a realizovat vládní strategii pro kreativní průmysly. Strategie byla posléze přijata v březnu 2008 a zveřejněna pod názvem *Creative Britain: New Talents for the New Economy (Kreativní Británie: nové talenty pro novou ekonomiku)*.¹⁷ Strategie obsahuje 26 závazků (konkrétních opatření) zacílených na zařazení kreativních průmyslů do hlavního proudu britské ekonomiky. Strategie byla realizována DCMS ve spolupráci s Oddělením pro obchod, inovace a dovednosti (Department for Business, Innovation and Skills; DBIS) a řadou dalších organizací.¹⁸ Strategie se zabývala následujícími tématy:

1. vzdělání a dovednosti
2. konkurenceschopnost a duševní vlastnictví
3. technologie
4. podpora podnikání a přístup k financím
5. rozmanitost
6. infrastruktura
7. strategie a analýzy

V DCMS byly pro každé ze sedmi témat vytvořeny expertní pracovní skupiny, které využívaly odborných znalostí partnerů ze všech veřejných institucí i ze všech třinácti kreativních odvětví a koncipovaly následující konkrétní opatření:

¹⁷ Viz dostupné [on-line] na: <http://webarchive.nationalarchives.gov.uk> + <http://www.culture.gov.uk/images/publications/CEPFeb2008.pdf> [cit. 23. 8. 2013].

¹⁸ Dostupné [on-line] na: <http://webarchive.nationalarchives.gov.uk> + http://www.culture.gov.uk/what_we_do/creative_industries/3275.aspx [cit. 7. 11. 2013].

- a) Poskytnout všem dětem kreativní vzdělání
- Vedle vládkového vládního projektu *Kreativní partnerství* (Creative Partnerships)¹⁹ a dalších vládních projektů závazek spočívá v založení nového programu *Najdi svůj talent*; leží tedy v deseti pilotních programech zajišťujících dotaci pěti hodin týdně v oblasti umění a kultury pro děti a mládež různými formami.
- b) Využít talent v zaměstnání
- Vytvořit schéma nasměrování talentovaných mladých lidí k pracovním místům v kreativních odvětvích.
 - Zajistit různorodější pracovní síly pro kreativní odvětví prostřednictvím rozšíření nabídky vzdělávání a pestřejší nabídkou pro potenciální zaměstnavatele.
 - Uskutečnit výzkum s cílem zjistit, jakými dovednostmi má akademická obec vybavit své studenty, aby co nejefektivněji přispěli ke kreativní ekonomice.
 - Podporovat zaměstnavatele a poskytovatele dalšího vzdělávání v nastavení nových, převratných a inovativních výukových systémů.
 - Prozkoumat dopad projektu *Akademický hub* podporujícího spolupráci mezi základními, středními a vysokými školami s cílem poskytnout rozvoj tvůrčích dovedností pro lidi ve věku od 14 do 25 let.
 - Zajistit staže v kreativních průmyslech pro 5 tis. osob ročně do roku 2013.
- c) Podpora výzkumu a inovací
- Výbor pro technologickou strategii (Technology Strategy Board) poskytne 10 mil. £ na podporu inovativní spolupráce mezi výzkumnými organizacemi a podniky v kreativních průmyslech.
 - NESTA²⁰ zahájí prorůstový program pro kreativní inovátory (Creative Innovators Growth Programme) s rozpočtem 3 mil. £ s cílem posílit inovační kapacitu kreativních malých a středních podniků. Tři sektorové pilotní programy budou zaměřeny na využití nových technologií a dalších zdrojů významné strukturální změny podniků.
 - Výbor pro technologickou strategii (Technology Strategy Board) bude realizovat program s názvem *Síť znalostního transferu* (Knowledge Transfer Network) pro kreativní průmysly s cílem posílit inovace zpřístupněním znalostí a informací. Nová síť umožní navázat spojení mezi klíčovými hráči z řad kreativních firem, technických expertů, dodavatelů, zákazníků, univerzit, výzkumných a technologických organizací a dalších zprostředkovatelů.
- d) Podpora růstu kreativních podniků a jejich přístupu k financím
- Umělecká rada Anglie (Arts Council England) bude spolupracovat při naplňování cílů programu pro kreativní ekonomiku.
 - Regionální rozvojové agentury vytvoří síť pěti regionálních „majáků pro kreativní odvětví“ po celé Anglii.
 - Budou podpořeny nabídky na vytvoření kapitálových fondů pro kreativní odvětví.
- e) Podpora ochrany duševního vlastnictví
- Budou zajištěny konzultace v oblasti legislativy týkající se poskytovatelů internetových služeb a držitelů duševního vlastnictví s cílem přijmout opatření pro zamezení nelegálního sdílení obsahu.
 - Kancelář pro duševní vlastnictví ve Velké Británii (Intellectual Property Office UK) bude prosazovat ochranu duševního vlastnictví.
 - Podporovat lepší porozumění hodnotám a významu duševního vlastnictví.
- f) Podpora kreativních klastrů
- Regionální rozvojové agentury uskuteční pilotní strategické platformy pro regionální kreativní ekonomiku ve dvou regionech.
 - Vláda zjistí, jaké existují překážky pro investice do nové generace širokopásmového připojení.
 - Prostřednictvím Asociace místních samospráv a ve spolupráci s regionálními rozvojovými agenturami bude vytvořen manuál pro optimalizaci místní infrastruktury.
 - Filmová rada Spojeného království (UK Film Council) ve spolupráci s Uměleckou radou Anglie a s Radou pro výzkum v oblasti umění a společenských věd podpoří rozvoj „smíšených mediálních center“.
 - V souladu s doporučeními Fóra živé hudby se bude podporovat ochrana míst pro živá hudební vystoupení na základě příkladového projektu realizovaného pod záštitou primátora Londýna.
- g) Podpora Velké Británie jako světového kreativního hubu
- Organizace Obchod a investice Spojeného království (UK Trade and Investment) bude realizovat pětiletou marketingovou strategii pro posílení mezinárodní konkurenceschopnosti kreativních odvětví ve Velké Británii.

¹⁹ Dostupné [on-line] na: <http://www.creative-partnerships.com> [cit. 7. 11. 2013].

²⁰ NESTA (National Endowment for Science, Technology and Arts, <http://www.nesta.org.uk>). Op. cit.

- Bude iniciováno založení Světové konference o kreativním podnikání.
 - Bude podpořena spolupráce s primátorem Londýna a dalšími partnery na propojování londýnských kreativních festivalů s podobnými akcemi po celé zemi v zájmu vytvoření lepších vazeb a vzájemné výhodnosti.
- h) Zajištění aktuálnosti strategie
- Pro zajištění aktuálnosti programu kreativní ekonomiky budou nastaveny správné struktury a procesy.

Rada pro kreativní průmysly

Vláda Velké Británie ustanovila v roce 2011 Radu pro kreativní průmysly, která je společným fórem zástupců kreativních odvětví a britské vlády²¹. Posláním rady je řešit oblasti, v kterých se vyskytují překážky pro rozvoj kreativních odvětví, jakými jsou např. přístup k financím, dovednosti, zahraniční trhy, regulace, duševní vlastnictví a infrastruktura. Rada se dělí na tři pracovní skupiny...

1. Pracovní skupina pro všeobecnou kvalifikaci (Skills)

Účelem této expertní skupiny je pomáhat a poskytovat doporučení Radě pro kreativní průmysly, navrhnout řešení k posílení růstu a konkurenceschopnosti kreativních odvětví v otázkách využití dovedností a talentu.²²

Tato pracovní skupina klade hlavní důraz na potřeby malých a středních podniků s kreativním obsahem (hry, hudba, film a televize, nakladatelství, inovativní interdisciplinární, sociální a digitální podniky).²³

2. Pracovní skupina pro přístup k finančním prostředkům (Access to Finance)

Tato pracovní skupina klade hlavní důraz na potřeby malých a středních podniků s kreativním obsahem (hry, hudba, film a televize, nakladatelství, inovativní interdisciplinární, sociální a digitální podniky).²⁴

²¹ Dostupné [on-line] na: <https://www.gov.uk/government/policy-advisory-groups/creative-industries-council> [cit. 7. 11. 2013].

²² Výstupy skupiny jsou dostupné [on-line] na: http://cicskills.skillset.org/data/the_creative_industries_council_skillset_skills_group_report [cit. 2. 9. 2013].

²³ Výstupy této skupiny lze najít [on-line] na: <http://www.creativeengland.co.uk/wp-content/uploads/2012/12/CE-ReportDec2012e-without-Registration1.pdf> [cit. 3. 9. 2013].

²⁴ Výstupy skupiny je možné [on-line] najít na adrese: <http://www.creativeengland.co.uk/wp-content/uploads/2012/12/CE-ReportDec2012e-without-Registration1.pdf> [cit. 3. 9. 2013].

3. Pracovní skupina pro rozvoj

Úkolem této pracovní skupiny je zabývat se otázkami podpory exportu produktů a služeb kreativních průmyslů, podpory infrastruktury a otázkami práv duševního vlastnictví.

Kreativním průmyslům je věnována čím dál větší pozornost i na úrovni jednotlivých zemí, tedy Anglie, Walesu, Skotska a Severního Irsku, kde funguje řada speciálních organizací s posláním přispívat k rozvoji kreativních průmyslů.

SHRNUTÍ

Velká Británie je bezesporu první evropskou zemí, která se intenzivně začala věnovat KKP. V roce 1997, v období labouristické vlády, byla ustanovena první mezíresortní pracovní komise pro kreativní průmysly na vládní úrovni, a KKP se tak dostaly do hlavního politického proudu. Od té doby Velká Británie realizovala řadu strategických postupů a programů na podporu KKP a neustále pokračuje v jejich cílené podpoře na celostátní i regionálních a místních úrovních. Pro další evropské země tak Velká Británie představuje vzor a inspiraci. Je nicméně nutné podotknout, že díky angličtině, která se stala globálním jazykem, má tato země v porovnání s jinými státy velkou výhodu především v exportu svých produktů a služeb z oblasti KKP.

3.2 Slovensko

VYMEZENÍ

V *Programovém prohlášení vlády Slovenské republiky pro období let 2010–2014* bylo Ministerstvu kultury Slovenské republiky uloženo zajistit do konce roku 2012 podporu iniciativ zaměřených na kreativitu a vytváření součinnosti mezi kulturou, vzděláváním a průmyslem²⁵. Za tímto účelem byla Ministerstvem kultury Slovenské republiky zřízena pracovní skupina. V roce 2011 předložilo Ministerstvo kultury Slovenské republiky materiál do programu jednání vlády s názvem: *Východiská koncepcie na podporu kultúrneho a kreatívneho priemyslu v Slovenskej republike*²⁶. V tomto dokumentu byly vládě Slovenské republiky představeny současné trendy pro podporu kreativních průmyslů, podána charakteristika subjektů kreativních průmyslů a navrženo jejich statistické členění, a to v následujícím složení (tabulka 3):

²⁵ Viz dostupné [on-line] na: http://www.rra.dopohody.sk/attachments/040_18_programove-vyhlasenie-2010.pdf [cit. 28. 8. 2013].

²⁶ Viz „vlastný materiál“. Dostupné [on-line] na: <http://www.rokovania.sk/Rokovanie.aspx/BodRokovaniaDetail?idMaterial=20575> [cit. 2. 9. 2013].

Tabulka 3: KKP na Slovensku dle ministerstva kultury

ODVĚTVÍ	CHARAKTERISTIKA
1. Architektura	interiérový design a zahradní architektura
2. Divadlo	dramatikové, choreografové a další autoři dramatických a hudebnědramatických děl, jakož i nehupební interpretační umění (herci, tanečníci, mimové atd.)
3. Design	průmyslový design a umělecký design, jakož i užité umění
4. Film a video	audiovizuální průmysl včetně filmového průmyslu (výrobci originálů audiovizuálních děl a vydavatelé jejich rozmnoženin), jakož i související povolání a poskytování audiovizuálních mediálních služeb na vyžádání
5. Hardware a související služby	vývoj, výroba, dovoz, vývoz a prodej hardwaru (mj. PC, mobilní zařízení, televizory), nosičů a poskytování související technologické základny (mj. webhosting)
6. Podpůrné služby	umělecké agentury, eventové agentury, organizace pro kolektivní správu práv, poradenské společnosti, copyright clearing apod.
7. Hudba	hudební skladatelé a hudební interpreti (zpěváci, hudebníci), jakož i textaři; stejně tak i hudební průmysl (výrobci zvukových záznamů hudebních děl a vydavatelství hudebních děl)
8. Informačně-komunikační technologie	elektronické komunikace a poskytování služeb informační společnosti, jakož i specifických obsahových služeb (mj. přenos, direct to home /DTH/, multiplex)
9. Komunikační média	mediální průmysl včetně rozhlasového a televizního vysílání, tiskových agentur, vydávání periodického tisku a poskytování e-news, jakož i související povolání (mj. novináři, reportéři, dokumentární a reportážní fotografie); <u>nezahrnuje</u> audiovizuální mediální služby na vyžádání (např. video na vyžádání /VoD/ a služby informační společnosti)
10. Kulturní dědictví a přírodní dědictví	památkové rezervace, památkové zóny, nemovitě kulturní památky, movité kulturní památky, nehmotné kulturní dědictví, archeologické nálezy, archeologická naleziště, přírodní památky, chráněné krajinné prvky, jeskyně, přírodní vodopády, hvězdárny a planetária, skanzeny, arboreta, botanické zahrady, městské zahrady a parky, hrady, zámky, zámečky a významné sakrální stavby
11. Literatura a knižní trh	spisovatelé, editoři, překladatelé, redaktoři a vydavatelé neperiodických publikací, jakož i vydavatelé audioknih
12. Módní průmysl	haute couture a parfumerství, jakož i návrhářství v souvisejících oblastech (např. nehtový design) a související povolání (stylisté, aranžéři, floristé apod.)
13. Multimediální průmysl	herní průmysl, jakož i vydávání multimediálních děl a počítačových a konzolových her

ODVĚTVÍ	CHARAKTERISTIKA
14. Paměťové instituce	sbírkové předměty a fondy muzeí, knihoven, galerií, archivů, Slovenského filmového ústavu, Ústavu paměti národa a rozhlasu a televize Slovenska
15. Reklamní průmysl	reklamní agentury, mediální agentury, marketing a public relation
16. Řemesla	řemesla tradiční lidové a městské kultury
17. Software	vývoj a výroba softwaru; <u>nezahrnuje</u> vývoj a výrobu počítačových her a konzolových her
18. Trh s uměním	legální trh se starožitnostmi a aukční společnosti, jakož i související povolání (např. restaurátoři)
19. Vizualní umění	všechny formy výtvarného umění, umělecké fotografie a světelného designu, jakož i nové formy multimediálních instalací ad.
20. Zábavní průmysl	zoologické zahrady a volnočasové aktivity jinde neuvedené (mj. varieté, kabaret, cirkus, lunapark, zábavné a sportovní akce, amatérská umělecká tvorba, kurzy dovednosti), vývoj hraček

Zdroj: Východiská koncepcie na podporu kultúrneho a kreatívneho priemyslu v Slovenskej republike, materiál programu jednání vlády, 2011

Statistický úřad Slovenské republiky poprvé představil strukturu statistických údajů ke kreativním průmyslům na konferenci *Svoboda tvořivosti – Freedom of Creativity* v listopadu 2009. Tento úřad zpracoval následující přeskupení dílčích statistických skupin podle jednotlivých trhů kreativních průmyslů (tabulka 4).

Tabulka 4: KKP na Slovensku dle statistického úřadu

SK-NACE ¹	EKONOMICKÉ ČINNOSTI
Hudební průmysl	nezávislí hudebníci, skladatelé; hudební a taneční soubory; vydavatelství nahraných nosičů a hudební vydavatelství; organizátoři divadelních a koncertních představení; provoz činohry, opery, divadla; jiné podpůrné služby odvětví kultury a zábavy; maloobchod hudebními nástroji a hudebninami
Knižní trh	nezávislí spisovatelé; knižní vydavatelství; maloobchod knihami
Trh s uměním	nezávislí výtvarní umělci; obchod s uměleckými předměty (oceňování); prodejny při muzeích a uměleckých výstavách
Filmový průmysl	nezávislí jevištem umělci; filmová tvorba, televizní tvorba, videofilmy; půjčovny filmů a nabídka videoprogramů; kina
Rozhlasový trh	tvorba a výroba rozhlasových a televizních programů

SK-NACE ¹	EKONOMICKÉ ČINNOSTI
Trh výtvarného umění	nezávislí jevištěm umělci; nezávislí umělci; divadelní soubory; organizátoři divadelních a koncertních představení; provoz činohry, opery, divadla; varieté a divadla malých jevištních forem; jiné podpůrné služby odvětví kultury a zábavy; taneční školy; jiné kulturní a zábavní zařízení (cirkus, akrobati, loutková divadla)
Průmysl designu	průmyslový design; design výrobku, módy, grafiky; komunikační design, reklamní tvorba
Trh architektury	kanceláře architektů pro výstavbu a vnitřní architekturu; kanceláře architektů pro místní, regionální a krajinné plánování; kanceláře architektů pro zahradní a krajinnářskou tvorbu
Trh tisku	nezávislí novináři; korespondenční a tiskové kanceláře; vydavatelé knižních adresářů; vydavatelství novin; vydavatelství časopisů; ostatní vydavatelství
Reklamní trh	reklama, reklamní tvorba; reklama, zprostředkování reklamy
Průmysl softwaru a her	vydavatelství softwaru; poradenství a vývoj softwaru
Ostatní	nezávislí restaurátoři; knihovny, archivy; provoz pamětihodností; botanické a zoologické zahrady, přírodní parky, jeskyně; hvězdárny a planetária; vystavovatelé a zábavní parky

Poznámka: ¹ Studie neobsahuje kódy ekonomických jednotek NACE ani jejich případné procentuální zastoupení.

Zdroj: Ministerstvo kultúry Slovenskej republiky: Východiská koncepcie na podporu kultúrneho a kreatívneho priemyslu v Slovenskej republike, 2011.

EKONOMICKÝ PŘÍNOS

Statistický úřad Slovenské republiky nevede zjišťování v oblasti kulturních a kreativních průmyslů, které by umožnilo určit podíl těchto odvětví na HDP. Úřad nabídl v roce 2011 na základě dostupných údajů statistická data k počtu podniků, tržbám nebo k počtu zaměstnanců jednotlivých odvětví kulturních a kreativních průmyslů. Pro toto šetření byly užity kódy NACE (tabulka 5), které ovšem neodpovídají vymezení dílčích statistických skupin kreativních průmyslů podle tabulky č. 7.

Na prvních třech příčkách, co do počtu podniků, se v roce 2010 ocitla tvorba softwaru a počítačového poradenství (1374), která dalece předstihla zbývající dvě pozice: ostatní sportovní a rekreační činnosti (270) a telekomunikace (208). V oblasti tržeb mají největší přínos telekomunikace (2187 mil. €), tvorba softwaru a počítačové poradenství (1232 mil. €) a výroba počítačů a elektroniky (1209 mil. €). Nejvíce zaměstnanců bylo v roce 2010 zjištěno v oblastech tvorba softwaru a počítačové poradenství (14 833), telekomunikace (9658) a výroba počítačů a elektroniky (8182).

Tabulka 5: Makroekonomické ukazatele KKP na Slovensku dle NACE (2010)

NACE	AGREGOVANÝ NÁZEV	POČET PODNIKŮ		TRŽBY (MIL. €)		ZAMĚSTNANCI	
		2009	2010	2009	2010	2009	2010
581	Vydavatelské činnosti	108	224	221,9	198,2	2500	2781
26	Výroba počítačů a elektroniky	86	109	1140,9	1209,1	8970	8182
61	Telekomunikace	147	208	2264,1	2186,8	9542	9658
62	Tvorba softwaru a PC poradenství	1322	1375	1061,8	1231,9	11 089	14 833
59	Tvorba a distribuce filmů	252	124	103,7	117,1	549	708
60	Činnosti rozhlasu a televize	16	26	104,9	94,9	585	619
90	Umělecká a kulturní tvorba	70	63	8,3	5,8	321	309
91	Činnosti TK, muzeí, knihoven, zahrad	62	39	12,3	13,2	368	473
93	Ostatní sportovní a rekreační činnosti	491	276	129,4	98,1	3541	3054
	CELKEM	2554	2444	5047,4	5155,4	37 465	40 617
	Podíl na ekonomice (v %)	–	–	4,4	3,7	3,3	3,5

Zdroj: Statistický úřad Slovenské republiky 2011, převzato MK SR 2011, příloha 1, s. 1–3 („příloha 1“). Dostupné [on-line] na: <http://www.rokovania.sk/Rokovanie.aspx/BodRokovaniaDetail?idMaterial=20575> [cit. 2. 9. 2013].

STRATEGICKÁ PODPORA

Creative Industry Forum – Fórum kreativního priemyslu (CIF)

Zlepšování podmínek pro rozvoj kulturních a kreativních průmyslů na Slovensku se věnuje organizace Creative Industry Forum – Fórum kreativního priemyslu (CIF)²⁷, která byla založena v roce 2008. Zakládajícími členy fóra jsou společnosti: Bontonfilm, a. s., Magic Box Slovakia, s. r. o., Palace Cinemas Slovak Republic, s. r. o., Public Research, s. r. o., a Slovak Telekom, a. s., později se k fóru přidaly: Klub reklamných agentúr Slovenska, Asociácia nezávislých producentov, spoločnosť Neulogy a Asociácia nezávislých rozhlasových a televizných stanic.

²⁷ Dostupné [on-line] na: <http://www.ciforum.sk> [cit. 7. 11. 2013].

Do předmětu činnosti CIF patří:

- vytváření komunikační platformy pro oblast kreativních průmyslů a jeho propagace na Slovensku
- ochrana zájmů kreativních odvětví a prosazování společných zájmů členů fóra
- vytváření prostředí pro uplatnění a ochranu práv duševního vlastnictví zejména protipirátskými aktivitami a ochranou archivů
- monitoring přípravy a implementace regulačních nástrojů v rámci Slovenské republiky a EU
- spolupráce s třetími osobami, především v oblasti technologického výzkumu
- vytváření statistických a informačních databází v oblasti kreativních průmyslů a vzájemné sdílení těchto informací
- vytváření platformy pro technologické, obchodní a etické standardy kreativního průmyslu a kodexu chování na vnitrostátní úrovni a jejich hodnocení
- spolupráce s regulačními orgány a jinými orgány veřejné moci, zejména při přípravě legislativního prostředí
- zastupování členů při mezinárodních organizacích kreativních průmyslů
- přispívání k vytváření kodexů chování na úrovni EU a jejich hodnocení
- popularizace fóra a výsledků jeho činnosti

V červnu 2013 získala na základě výběrového řízení společnost Neulogy ve spolupráci s CIF zakázku od ministerstva kultury na vytvoření *Zprávy o stavu a potenciálu kreativních průmyslů na Slovensku*, která by měla obsahovat vymezení sektoru, popis existujících klasifikací a formálních přístupů k definici kreativních průmyslů, definici rámců kreativních průmyslů na Slovensku s přihlédnutím k historickému vývoji a kontextu veřejných politik, návrh vymezení sektoru v kontextu minulého a budoucího vývoje na Slovensku, doporučení pro programové období let 2014–2020, popis stavu jednotlivých oblastí kreativních průmyslů na Slovensku s přihlédnutím k příkladům dobré praxe, popis struktury sektoru kreativních průmyslů a vzájemné vztahy zúčastněných subjektů, pojmenování základních problémů a výzev sektoru kreativních průmyslů, existující data definující sektor kreativních průmyslů z hlediska ekonomických ukazatelů a investičního potenciálu, návrh dalších kroků a strategických opatření na podporu a rozvoj kreativních průmyslů na Slovensku²⁸.

Evropské hlavní město kultury Košice 2013

Konceptu kreativních průmyslů a kreativní ekonomice se v praktické rovině věnoval projekt *Evropské hlavní město kultury (EHMK) Košice 2013*. Jedním z jeho cílů je pomoci

²⁸ Zpráva měla být odevzdána začátkem prosince 2013, do ukončení této publikace v lednu 2014 však nebyla ještě zpráva k dispozici.

kreativní ekonomiky přetvořit Košice na ekonomicky aktivnější a atraktivnější místo pro život. Jednou ze základních strategií na podporu kreativních odvětví jsou inkubátory pro malé a střední subjekty působící v odvětvích kreativních průmyslů (kupř. design, média, architektura, hudební produkce, film, informační technologie, počítačové hry). Součástí projektu *EHMK* se tak stalo vytvoření Centra podpory kultury a kreativity (CPKK) v Kasárnách/Kulturparku. Jeho záměrem je podpora firem, organizací, občanských sdružení a uměleckých skupin, které se věnují nejrůznějším kreativním činnostem v rámci projektu *Escelator*, který poskytuje vybraným kreativním subjektům tzv. inkubační služby.²⁹

VYUŽITÍ STRUKTURÁLNÍCH FONDŮ PRO PODPORU KKP (2007–2012)³⁰

Na Slovensku jsou v rámci programového období strukturálních fondů v letech 2007–2013 za priority v oblasti kultury považovány výstavba a modernizace veřejné kulturní infrastruktury (především fyzické), jež je chápána jako hlavní faktor k zvyšování atraktivity regionů a nástroj konvergence. Kulturní infrastrukturou se v rámci SF rozumí pouze infrastruktura veřejných institucí typu galerií, muzeí, knihoven a kulturní památky. Kultura je de facto chápána pouze v souvislosti s uchováváním kulturního dědictví. Investice do kulturního dědictví jsou považovány za důležité pro zvýšení konkurenceschopnosti regionů a odvolávají se na špatný stav památek na Slovensku (pouze 6 % rekonstruovaných, 25 % zničených nebo v dezolátním stavu). Kulturní a historické dědictví je vnímáno jako potenciál pro rozvoj cestovního ruchu.

V prioritní ose informační společnosti je kladen důraz na digitalizaci kulturních obsahů v rámci národních kulturních institucí a jejich zpřístupnění na internetu. Oblast kultury není zmíněna v souvislosti s výzkumem ani v souvislosti s podporou konkurenceschopnosti podniků a služeb prostřednictvím inovace.

Kulturní dědictví

V rámci Regionálního operačního programu (ROP) existuje prioritní osa 3 zaměřená na posílení kulturního potenciálu regionů a rozvoje cestovního ruchu. Podpora je omezena na důležité archivní a památkové instituce na místní a regionální úrovni, nehmotné kulturní dědictví s cílem posílit kulturní znalosti a městský i ostatní cestovní ruch. V rámci programu je možné podpořit: rekonstrukce a modernizace institucí typu knihoven, muzeí, galerií atd.; revitalizaci nedostatečně využívaných nehmotných veřejných kulturních památek s cílem jejich využití pro poznávací turismus a ve výjimečných případech

²⁹ Dostupné [on-line] na: <http://www.kosice2013.sk/projekty/kreativna-ekonomika> a www.creativeindustry.sk [cit. 7. 11. 2013].

³⁰ Následující text je shrnutím studie: JAUROVÁ, Z. (2012): *Culture and the Structural funds in Slovakia*. European Expert Network on Culture (zář).

i pro sociální a komunitní aktivity; zadávání veřejných zakázek na vybavení archivních a paměťových institucí na místní a regionální úrovni a vybavení kulturně sociálních a komunitních zařízení v souvislosti s jejich rekonstrukcí, rozšířením a modernizací, včetně vybavení v oblasti IKT; nekomerční veřejnou infrastrukturu (veřejná prostranství, parkování, orientační systémy, chodníky, odpočinková místa, veřejné toalety atd.) napojenou na nejdůležitější a nejvyužívanější turistické destinace; prezentaci cestovního ruchu, turistická informační centra, vytváření partnerství na úrovni samosprávy a soukromého sektoru a regionálních klastrů; komplexní nabídku turistických produktů prostřednictvím kulturně poznávacích turistických tras.

Prioritní osa 3 ROP měla k dispozici 189 mil. €.

Během čerpání SF došlo k významné revizi programu a některé prostředky byly realokovány. V oblasti kultury došlo k snížení alokace v rámci prioritní osy 3 ROP z důvodu malého zájmu potenciálních příjemců podpory, především kvůli obtížnosti zajistit dofinancování projektů ze strany příjemců.

V rámci revize programu, která se významně dotkla oblasti kultury, došlo k vytvoření nové prioritní osy 7, která je přímo navázána na projekt *Evropské hlavní město kultury Košice 2013*. Na tuto novou prioritní osu bylo vyčleněno 60 mil. €, díky kterým jsou podporovány dva druhy aktivit: obnova, rekonstrukce, rozšíření a modernizace budov a revitalizace a úprava veřejných prostor, prvků malé architektury, veřejné zeleně a rekonstrukce a dokončení místní dopravní infrastruktury.

Podle autorky studie ROP v souvislosti s kulturou podporuje pouze státní infrastrukturu (na úrovni státu, kraje či města) a naprosto ignoruje ostatní kulturní služby, aktivity a prostory. Současný stav kulturní infrastruktury na Slovensku je výsledkem neefektivně reformovaného starého sovětského modelu (kulturní domy, státní kulturní instituce s množstvím stálých zaměstnanců, velké neefektivní budovy, starý způsob programace), který žije vedle nových typů aktivit a prostor, jež stojí převážně mimo státní systém. Proto velká část kulturního sektoru neměla možnost využít alokované fondy.

Operační program Konkurenceschopnost a hospodářský růst sice zmiňuje potřebu inovací, rozvoje kreativních lidských zdrojů a kreativních služeb, ale opomíjí oblast kulturních a kreativních průmyslů nebo kreativní ekonomiky. Strategie na podporu vzniku podnikatelských inkubátorů, zakládání podnikatelských inovačních center, rozvoj klastrů a revitalizaci existujících průmyslových zón tudíž není na kulturní sektor zaměřena. Kultura je zahrnuta v programu věnovaném cestovnímu ruchu, opět však především v souvislosti s kulturním dědictvím. Hlavním cílem strategie turismu je poskytovat komplexní služby s vysokou přidanou hodnotou. Prioritní osa 3 „cestovní ruch“ je zaměřena na podporu soukromého sektoru a na projekty související s kulturou je alokována částka 82 mil. €. Ve skutečnosti jsou však podporovány především projekty, které s kulturou nesouvisí (jedná se zejména o ubytovací kapacity wellness a sportovní centra, lyžařské areály, bazény).

Digitalizace

Jedna ze čtyř prioritních os operačního programu Informatizace společnosti je věnována rozvoji paměťových a fondových institucí a obnově jejich národní infrastruktury. Cílem této osy je zlepšení systému akvizice, zpracování, ochrany a užití znalostí a digitálního obsahu i modernizace infrastruktury paměťových a fondových institucí na národní úrovni. Cíl osy byl formulován před vytvořením obsáhlé studie proveditelnosti na téma digitalizace kulturního obsahu v roce 2009, což zapříčinilo některé problémy v průběhu realizace programu (především ohrožení termínů realizace a tím i čerpání prostředků). Roku 2012 program identifikoval deset národních projektů a příjemců s tím, že v roce 2013 bylo zřejmé, že se nepodaří všechny projekty realizovat a dokončit:

1. *Digitální knihovna a digitální archiv* (Slovenská národní knihovna)
2. *Digitální galerie* (Slovenská národní galerie)
3. *Digitální muzeum* (Muzeum Slovenského národního obrození)
4. *Digitální památkový fond* (Rada pro památky Slovenské republiky)
5. *Digitální audiovizuální fond* (Slovenský filmový institut)
6. *Centrální registr* (Národní kulturní centrum)
7. *Centrální datový archiv* (Univerzitní knihovna Bratislava)
8. *Harmonizace informačních systémů* (Národní kulturní centrum)
9. *Dokumentační a informační centrum romské kultury* (Státní vědecká knihovna v Prešově)
10. *Digitalizace kulturního dědictví v paměťových institucích* (otevřená výzva)

Z Evropského sociálního fondu jsou financovány dva operační programy (Vzdělávání a Zaměstnanost a sociální inkluze). Z těchto programů dle studie nebylo podpořeno mnoho projektů z oblasti kultury a např. kultura není chápána jako nástroj pro zvýšení interkulturních kompetencí a kulturní organizace nemohou být příjemci.

V rámci evropské přeshraniční spolupráce byly identifikovány ojedinělé projekty v rámci programu INTERREG IVC týkající se podpory KKP: jedná se o projekt *InCompass - Zlepšení regionální politiky pro finančně udržitelné kreativní inkubátory*, v kterém je jedním z partnerů město Bratislava, a projekt *ORGANZA - síť středně velkých kreativních měst*, kterého se účastní město Prešov a Technická univerzita v Košicích.

SHRNUTÍ

Na vládní úrovni se sice v programovém prohlášení pro období let 2010–2014 vyskytl úkol zajistit do konce roku 2012 podporu iniciativ zaměřených na kreativitu, ale tento úkol nebyl tehdy splněn. Zřejmým oživením této snahy je skutečnost, že v roce 2013 získala na základě výběrového řízení společnost Neulogy ve spolupráci s Creative Industry Forum zakázku od ministerstva kultury na vytvoření *Zprávy o stavu a potenciálu kreativních*

průmyslů na Slovensku. Slovenskou specialitou v rámci střeoevropského prostoru je fungování nezávislé platformy Creative Industry Forum, kterou založili představitelé soukromých firem za účelem propagace kreativních průmyslů.

Bohužel ani v přehledu kulturních politik (COMPENDIA) Slovensko neuvádí konkrétní příklady podpory KKP, nicméně na Slovensku jistě existuje podpora dílčích odvětví, především filmu a designu, o čemž svědčí existence Slovenského filmového institutu a Slovenského centra designu. Zajímavé projekty na podporu kreativity a KKP byly realizovány v rámci projektu *EHMK Košice 2013*. V rámci SF je podporována především oblast kulturního dědictví (památek) v návaznosti na cestovní ruch a tzv. tvrdé investice do státní kulturní infrastruktury.

3.3 Polsko

VYMEZENÍ

Studie z oblasti kulturních a kreativních průmyslů jsou v Polsku prováděny již několik let, nicméně dosud nebyla přijata závazná definice těchto odvětví (KOSZAREK 2013, s. 11). První komplexní zprávu o stavu kulturních a kreativních průmyslů s názvem *Analýza potřeb a rozvoj kreativního průmyslu* (MACKIEWICZ A KOL. 2009³¹) vypracovalo Ministerstvo hospodářství Polské republiky. Do této studie byly zařazeny ekonomické činnosti dle klasifikace NACE včetně poměrného zastoupení převzatého z větší části ze studie z DCMS (2001). Statistickou analýzu pak provedl *Institut pro strukturální výzkum* (LEWANDOWSKI A KOL. 2010) a byla prezentována v roce 2010 (tabulka 6).

Tabulka 6: KKP v Polsku dle NACE

NACE 2008	ODVĚTVÍ A JEJICH SLOŽENÍ	KULTURNÍ PRŮMYSLY ¹	KREATIVNÍ PRŮMYSLY	PODÍL ²
58.1	Vydavatelská činnost	•	•	1
18.2	Rozmnožování nahraných nosičů	•	•	0,25
32.4	Výroba her a hraček		•	0,25
47.7	Ostatní maloobchod – maloobchod starožitnostmi	•	•	0,05
47.61, 47.62 47.63	Prodej novin, knih, hudby a videa	•	•	1

³¹ Dostupné [on-line] na: <http://www.mg.gov.pl/files/upload/10147/Analiza%20potrzeb%20i%20rozwoju%20przemyslow%20kreatywnych.pdf> [cit. 2. 11. 2013].

NACE 2008	ODVĚTVÍ A JEJICH SLOŽENÍ	KULTURNÍ PRŮMYSLY ¹	KREATIVNÍ PRŮMYSLY	PODÍL ²
61.1 61.3	Kabelové TV služby	•	•	0,13
58.2	Vydávání softwaru		•	1
74.1	Specializovaný design/ostatní návrhářské služby		•	1
74.81	Profesionální fotografické služby		•	0,25
71.1	Architektonické služby		•	0,25
73.1	Reklama		•	1
82.3	Pořádání veletrhů, výstav a kongresů		•	1
59.1	Tvorba, distribuce a šíření filmů, videa a TV programů	•	•	1
59.2	Nahrávání zvukových a hudebních záznamů	•	•	1
60.0	Tvorba programů a vysílání	•	•	1
90.0	Tvůrčí, umělecké a zábavní činnosti	•	•	1
63.91	Tiskové agentury		•	1
91.0	Knihovny, muzea a památky	•	•	1

Poznámky: ¹ Odvětví náležející do sektoru kultury. ² Podíly byly převzaty ze statistických analýz Velké Británie *Creative Industries Economic Estimates*, s. 25–31. Dostupné [on-line] na: https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/77514/CIEE_Full_Release_Dec2010.pdf [cit. 3. 9. 2013].

Zdroj: LEWANDOWSKI A KOL. 2010, s. 17. Dostupné [on-line] na: http://www.obserwatoriumkultury.pl/files/2011-01-04/znaczenie_gospodarce_sektora_kultury.pdf [cit. 23. 8. 2013].

EKONOMICKÝ PŘÍNOS

V roce 2010 připravil *Institut pro strukturální výzkum* (Institut Badań Strukturalnych; IBS) zprávu o ekonomickém výkonu polských kulturních a kreativních odvětví (LEWANDOWSKI A KOL. 2010). Tato zpráva poskytuje první přehled o celkovém ekonomickém výkonu těchto odvětví. Podle autorů činila hrubá přidaná hodnota kulturních průmyslů 1,6 % HPH a kreativních průmyslů 2,5 % HPH (tabulka 7).

Tabulka 7: Makroekonomické ukazatele KKP v Polsku (2010)

ODVĚTVÍ	HPH (V MIL. PLZ)	HPH NA ZAMĚŠTNANCE (V TIS. PLZ)	ZAMĚŠTNANOST (POČET OSOB)
Vydavatelská činnost	5051	110,9	45 542
Reklama	5097	92,9	54 846
Tvorba programů a vysílání	3896	219,6	17 741
Knihovny, muzea a památky	3567	159,4	58 261
Architektonické služby	2016	76,6	26 306
Kabelové TV služby	1156	273,3	5732
Vydávání softwaru	1151	106,3	10 829
Tvorba, distribuce a šíření filmů, videa a TV programů	1021	82,6	12 363
Prodej novin, knih, hudby a videa	801	22,2	36 142
Tvůrčí, umělecké a zábavní činnosti	679	28,2	62 800
Ostatní maloobchod – obchod starožitnostmi	601	32,6	18 442
Tiskové agentury	543	121,3	4477
Specializovaný design/ostatní návrhářské služby	511	62,1	8215
Nahrávání zvukových a hudebních záznamů	428	127,8	3348
Organizování veletrhů, výstav a kongresů	337	74,5	4524
Produkce hraček	152	42,7	3552
Profesionální fotografické služby	123	49,1	2494
Rozmnožování nahrávaných nosičů	15	63,6	244

Zdroj: LEWANDOWSKI A KOL. 2010, s. 17. Dostupné [on-line] na: http://www.obserwatoriumkultury.pl/files/2011-01-04/znaczenie_gospodarcze_sektora_kultury.pdf [cit. 23. 8. 2013].

Pokud jde o hrubou přidanou hodnotu, jsou nejvýkonnějšími trhy vydavatelská činnost (5051 mil. PLZ), reklama (5097 mil. PLZ) a tvorba programů a vysílání (3896 mil. PLZ). Hrubá přidaná hodnota přepočtená na zaměstnance přinesla největší podíl v kabelových TV službách (více než 273 tis. PLZ), v tvorbě programů a vysílání (téměř 220 tis. PLZ) a v oblasti knihoven, muzeí a památek (159 tis. PLZ). Nejvyšší zaměstnanost zaznamenala studie v oblasti tvůrčí, umělecké a zábavní činnosti (62 800 zaměstnanců) následována zaměstnanci v oblasti knihoven, muzeí a památek (více než 58 000) a v oblasti reklamy (téměř 55 000).

STRATEGICKÁ PODPORA

Podobně jako v dalších zemích střední Evropy neexistuje speciální strategie na celostátní úrovni zaměřená na rozvoj kreativních průmyslů, nicméně jsou k dispozici nástroje na podporu některých odvětví. Jedná se především o podporu filmového a nakladatelského průmyslu a podporu designu.

Hlavním nástrojem podpory knižního trhu byla v historii nulová sazba DPH pro knihy a tisk – domácí prodej knih, novin a časopisů s čísly ISBN a ISSN a publikací v Braillově písmu. Nicméně od roku 2011 byla sazba zvýšena na 5 % (zboží bez označení ISSN a ISBN a dovezené zboží má 7% sazbu DPH).

Polský knižní institut financuje překlady polské literatury do cizích jazyků v rámci překladatelského programu © POLAND.³²

Polský filmový institut, který byl zřízen díky zákonu o kinematografii z roku 2005, zajišťuje polskému filmovému průmyslu moderní podpůrné mechanismy – od vývoje filmových projektů, přes výrobu až po propagaci, distribuci a zajištění dostupnosti polských a evropských filmů se zvláštním důrazem na mezinárodní koprodukci.³³

Podle nařízení ministerstva kultury a národního dědictví, které vstoupilo v platnost v roce 2003, producenti a nakladatelé literárních, hudebních, výtvarných, fotografických a kartografických děl, kteří nejsou ze zákona povinni hradit poplatky za autorská práva, musí odvádět 5 % ze všech prodejů do fondu pro podporu kreativní činnosti.

Aktivní je rovněž *Institut průmyslového designu*, který organizuje vzdělávací programy, výstavy a soutěže pro firmy, organizace a místní správní orgány.

VYUŽITÍ STRUKTURÁLNÍCH FONDŮ PRO PODPORU KKP (2007–2012)³⁴

Polsko je vůbec největším příjemcem strukturálních fondů v programovém období 2007 až 2013. Na kulturu je v Polsku věnováno 17 % finančních prostředků v rámci celé Evropské unie (1014 mil. € z celkových 5966 mil. €). Operační program Infrastruktura a životní prostředí má speciální prioritní osu s názvem Kultura a kulturní dědictví a je spravován polským ministerstvem kultury a národního dědictví. Na tuto osu je vyčleněno zhruba 400 mil. € (101 pro kulturní dědictví, 304 na infrastrukturu), což představuje 1,5 % celkového financování SF.

Vedle toho též všechny polské regiony podporují kulturní aktivity prostřednictvím regionálních operačních programů a Evropského regionálního rozvojového fondu,

³² Dostupné [on-line] na: <http://www.bookinstitute.pl/en.ik.site.42.87.php> [cit. 3. 11. 2013].

³³ Dostupné [on-line] na: <http://www.pisf.pl> [cit. 3. 11. 2013].

³⁴ Následující text je shrnutím studie: ILCZUK, D., NOWAK, M. (2012): *Culture and the Structural funds in Poland*. European Expert Network on Culture (červen).

nicméně přístup ke kultuře je v tomto případě velmi rozmanitý. Nejčastěji se jedná o ochranu kulturního dědictví, kulturní cestovní ruch, rozvoj měst nebo rekreaci. Procento financí věnovaných v rámci regionálních programů na kulturu se pohybuje mezi 3–8 %. Některé z 16 regionů, spravujících regionální operační program, se rozhodly vytvořit speciální program pro kulturu. V jiných regionech je kultura spjata s cestovním ruchem, městskou regenerací a rozvojem sociální infrastruktury.

V rámci programu spravovaného ministerstvem kultury a národního dědictví existují tři specifické cíle: ochrana a zachování kulturního dědictví nadregionálního významu, rozvoj a zlepšení stavu kulturní infrastruktury nadregionálního významu a infrastruktura uměleckého vzdělávání.

I když programy Inovační ekonomika ani Lidský kapitál nealokují finance speciálně pro oblast kultury, některé z podpořených projektů mají silný kulturní prvek. Jako příklad lze uvést projekt *Sledování evropské identity Krakova – turistická trasa v podzemí hlavního náměstí*, který je spolufinancován z programu Inovační ekonomika.

Studie³⁵ dále uvádí příklady využití SF pro oblast kultury. Jedním z nich je projekt *Vytvoření centra filmové kultury v Zamošči (2008–2010)*, financovaný v rámci regionálního operačního programu. Cílem nově vybudovaného prostoru s třemi plně vybavenými kinosály je popularizace filmové kultury, organizování filmových akcí, vytváření filmových edukačních programů a podpora filmové amatérské tvorby. Centrum navazuje na téměř stoletou tradici původního kina ve františkánském klášteře, disponuje knihovnou, pořádá dva filmové festivaly, výstavy, koncerty a konference. Jako další příklady jsou uvedeny dva projekty realizované ve Varšavě v rámci národního programu spravovaného ministerstvem kultury. Jedná se o vybudování Koperníkova vědeckého centra a modernizaci Chopinova muzea v paláci Ostrogski.

Nicméně závěrem autorka studie uvádí, že ekonomický potenciál kulturních a kreativních průmyslů není v Polsku zatím plně rozpoznán. V roce 2009 vznikla zpráva s názvem *Kultura v krizi nebo krize v kultuře* zpracovaná pro ministerstvo kultury a národního dědictví. Zpráva obsahuje informace o možnostech a příkladech využití SF pro kulturu. Podle SWOT analýzy patří mezi slabé stránky nedostatečné manažerské dovednosti a schopnosti dlouhodobého plánování. Efektivní implementace projektů financovaných z více zdrojů vyžaduje speciální manažerské schopnosti a mnoho příjemců jednoduše nemá dostatek dobře vyškolených pracovníků. Tento problém souvisí i s finanční realitou většiny veřejných institucí, které fungují v rigidním režimu ročních rozpočtů. Nedostatek stabilní, dlouhodobé perspektivy a škrty ve financování přispívají k nedostatku vizí a strategického plánování. Na druhou stranu může nedostatek financí vyzkoušet efektivnost

institucí a donutit je vytvářet nové inovativní rozvojové strategie. Jednou z velkých nástrah je schopnost (spíše neschopnost) naplňovat naplánované indikátory a využít nové prostory vytvořené v rámci projektů. Nová pracovní místa a rozšířená kulturní nabídka jsou zřejmým finančním břemenem pro organizátory, jež v době krize stupňují požadavky na dotace stejně jako na získávání zdrojů od soukromých sponzorů. Po třech letech jsou stále závěry této analýzy aktuální.

Neziskový sektor je rovněž důležitým příjemcem finanční podpory pro kulturní aktivity a investice. Podle zprávy o využití SF a fondu soudržnosti nevládními organizacemi v roce 2010, připravené ministerstvem místního rozvoje, je podíl neziskových organizací na čerpání SF významný co do počtu i výše finančních dotací. Do konce roku 2010 bylo podepsáno 150 smluv ve výši 114 mil. €, což představuje 10 % podpory nasmlouvané ve všech projektech neziskové sféry. Přes 80 % těchto aktivit byly iniciativy náboženských organizací zaměřených na ochranu a uchování kulturního dědictví. Tyto projekty vyčerpaly zhruba 92 % finančního objemu. Zbytek odčerpaly další asociace a nadace. Za pozornost stojí skutečnost, že neziskové nevládní organizace jsou uznatelnými příjemci ve všech regionálních operačních programech i v národním programu Infrastruktura a prostředí.

Ojedinelým projektem z oblasti kreativních průmyslů, který je uveden v publikaci *V4 - Creative Incubators*³⁶, je projekt *Lodž tvoří - Centrum kreativních průmyslů*, který je financován v rámci prioritní osy III: ekonomika, inovace a podnikání regionálního operačního programu regionu Lodž, jehož cílem je zvýšení konkurenceschopnosti podniků, marketing a propagace produktů a branding regionálních a místních orgánů.³⁷ Jako součást tohoto projektu byl podpořen i dílčí projekt *Umělecký inkubátor v rámci Továrny umění v Lodži*, spočívající v revitalizaci bývalých průmyslových budov a vytvoření konceptu jejich budoucího využití. V bývalé továrně byly vybudovány kanceláře, co-workingové a konferenční prostory i umělecká studia. Klienti inkubátoru budou moci využít i několik jevištních prostor a počítá se i s restaurací a butiky. Inkubátor nebude sloužit pouze podnikatelům (počítá se s inkubací deseti nových podnikatelských projektů), ale též jako otevřená platforma pro neziskové umělecké projekty a jejich profesionalizaci.

SHRNUTÍ

V Polsku vznikají studie na téma KKP od roku 2009, nicméně komplexní strategie na podporu KKP na celostátní úrovni zatím neexistuje. Existují speciální strategie zaměřené na podporu dílčích odvětví: filmu, nakladatelského průmyslu a designu. Pokud jde

35 Dostupné [on-line] na: <http://www.eenc.info/wp-content/uploads/2012/07/DIlczuk-MNowak-Culture-and-the-Structural-Funds-in-Poland.pdf> [cit. 7. 11. 2013].

36 Dostupné [on-line] na: www.creativeincubators.eu [cit. 7. 11. 2013].

37 Dostupné [on-line] na: <http://www.kreatywna.lodz.pl> [cit. 7. 11. 2013].

o využití SF, jako v případě dalších středoevropských zemí nebyl zatím potenciál KKP v Polsku dostatečně rozpoznán a podpora směřuje do „tradičních“ oblastí prostřednictvím investic do infrastruktury (kulturní dědictví, veřejné služby, umělecké vzdělávání). Nicméně v Polsku lze mezi podpořenými projekty ze SF nalézt i zajímavé iniciativy, které se vztahují i k podpoře kreativity, inkubace a podnikání.

3.4 Maďarsko

VYMEZENÍ

Maďarský přístup k využití kulturního a kreativního potenciálu ekonomiky je založen na autorském právu – na průmyslech založených na právech duševního vlastnictví (copyright industries). V roce 2005 byla Maďarským úřadem duševního vlastnictví publikována analýza ekonomického přínosu průmyslů založených na autorských právech za rok 2002. Tyto informace byly doplněny a porovnány s daty z roku 2006 a publikovány v roce 2011 v publikaci s názvem *Odvětví autorského práva a jejich ekonomická váha v Maďarsku*.³⁸

Maďarské průmysly autorského práva (viz PENYIGEY & MUNKÁCSI 2005, s. 5) jsou definovány jako výsledek:

- veškeré duševní tvůrčí činnosti v oblasti literatury, umění nebo vědy
- původního charakteru a individuality
- vyjadřující jasnou myšlenku
- vnímatelné pozorovatelem
- obvykle prezentované ve formě záznamu

Příjemci ochrany autorských práv jsou autoři, tvůrci originálních děl literatury, vědy a umění, kteří mají nárok na morální a ekonomická práva. Předmětem ochrany autorského práva jsou díla těchto autorů. Autorská díla lze rozdělit podle původu: mohou být originálem nebo sekundárním derivátem. Do sekundárního derivátu patří předělávky nebo překlady originálů za předpokladu, že výsledek má individualistické, originální rysy.

Díla pod ochranou autorských práv nenesou stejnou váhu ve všech odvětvích ekonomiky. Existují odvětví, která se téměř zcela zakládají na autorských právech chránících kreativní dílo (např. literatura, hudba), zatímco v jiných odvětvích je tvorba chráněná autorskými právy zastoupena jen částečně (kupř. oděvní průmysl, šperkařství) nebo vůbec (strojná výroba apod.). Pro procentuální poměr vyjadřující podíl autorských práv daného ekonomického odvětví se užívá tzv. copyrightový faktor, jenž vyjadřuje míru

³⁸ Dostupné [on-line] na: <http://www.sztnh.gov.hu/kiadv/szakkonyvek/szerzoi jogi-alapumegrendelo.pdf> [cit. 7. 11. 2013].

závislosti daného odvětví na autorských právech. Význam dílčích odvětví průmyslu autorského práva je pak zjištěn multiplikací copyrightového faktoru se statistickými výsledky mj. v oblasti hrubé přidané hodnoty, tržeb nebo v počtu zaměstnanců.

Metodická příručka WIPO (WIPO 2004) rozlišuje následující čtyři hlavní kategorie v závislosti na míře autorského práva. Jedná se o:

- I. Jádru průmyslu autorského práva
- II. Závislá odvětví průmyslu autorského práva
- III. Dílčí odvětví průmyslu autorského práva
- IV. Nevyhrazené podpůrné průmysly

Všechny čtyři kategorie maďarských průmyslů autorského práva s dílčími ekonomickými činnostmi dle kódu NACE (Rev. 2)³⁹ včetně copyrightového faktoru jsou znázorněny níže (tabulka 8).

Tabulka 8: Odvětví založená na autorských právech dle NACE v Maďarsku

NACE REV. 2 ¹ POPIS		COPYRIGHTOVÝ FAKTOR
Jádru průmyslu autorského práva		
Tisk a literatura		1,000
18.11	tisk novin	
18.12	tisk ostatní, kromě novin	
18.13	příprava tisku a digitálních dat	
18.14	vázání a související činnosti	
47.61	maloobchod knihami	
47.62	maloobchod novinami, časopisy a papírnickým zbožím	
58.11	vydávání knih	
58.13	vydávání novin	
58.14	vydávání časopisů a ostatních periodických publikací	
63.91	činnosti zpravodajských tiskových kanceláří a agentur	
91.01	činnosti knihoven a archivů	
Hudba, divadelní produkce, opera		1,000
18.20	rozmnožování nahranych nosičů	
59.20	pořizování zvukových nahrávek a hudební vydavatelské činnosti	
79.90	ostatní rezervační a související činnosti	
85.52	umělecké vzdělávání	

³⁹ Původní kódy NACE Rev. 1 byly převedeny autorem na kódy NACE Rev. 2.

NACE REV. 2 ¹	POPIS	COPYRIGHTOVÝ FAKTOR
90.01	scénická umění	
90.02	podpůrné činnosti pro scénická umění	
93.29	ostatní zábavní a rekreační činnosti j. n.	
Film a video		1,000
18.20	rozmnožování nahranych nosičů	
59.11	produkce filmů, videozáznamů a televizních programů	
59.12	postprodukce filmů, videozáznamů a televizních programů	
59.20	pořizování zvukových nahrávek a hudební vydavatelské činnosti	
59.13	distribuce filmů, videozáznamů a televizních programů	
59.14	promítání filmů	
Telekomunikace, rozhlas a televize		1,000
59.11	produkce filmů, videozáznamů a televizních programů	
59.20	pořizování zvukových nahrávek a hudební vydavatelské činnosti	
60.10	rozhlasové vysílání	
60.20	tvorba televizních programů a televizní vysílání	
61.10	činnosti související s pevnou telekomunikační sítí	
61.20	činnosti související s bezdrátovou telekomunikační sítí	
61.30	činnosti související se satelitní telekomunikační sítí	
61.90	ostatní telekomunikační činnosti	
Fotografie		1,000
74.20	fotografické činnosti	
Software a databáze		1,000
58.21	vydávání počítačových her	
58.29	ostatní vydávání softwaru	
62.01	programování	
62.02	poradenství v oblasti informačních technologií	
62.03	správa počítačového vybavení	
62.09	ostatní činnosti v oblasti informačních technologií	
63.11	činnosti související se zpracováním dat a hostingem	
Reklama		1,000
73.11	činnosti reklamních agentur	
73.12	zastupování médií při prodeji reklamního času a prostoru	
Činnosti profesních organizací		1,000
94.12	činnosti profesních organizací	

NACE REV. 2 ¹	POPIS	COPYRIGHTOVÝ FAKTOR
Závislá odvětví průmyslu autorského práva		
Výroba televizních přijímačů, radiopřijímačů, videorekordérů, přehrávačů CD a DVD aj.		1,000
26.11	výroba elektronických součástek	
26.20	výroba počítačů a periferních zařízení	
26.30	výroba komunikačních zařízení	
26.40	výroba spotřební elektroniky	
26.70	výroba optických a fotografických přístrojů a zařízení	
28.23	výroba kancelářských strojů a zařízení, kromě počítačů a periferních zařízení	
33.13	opravy elektronických a optických přístrojů a zařízení	
Výroba počítačů a příslušenství		1,000
26.20	výroba počítačů a periferních zařízení	
62.09	ostatní činnosti v oblasti informačních technologií	
Výroba hudebních nástrojů		1,000
33.19	opravy ostatních zařízení	
95.29	opravy ostatních výrobků pro osobní potřebu a převážně pro domácnost	
Výroba fotografického a filmového příslušenství		1,000
26.70	výroba optických a fotografických přístrojů a zařízení	
27.31	výroba optických kabelů	
28.99	výroba ostatních strojů pro speciální účely	
32.50	výroba lékařských a dentálních nástrojů a potřeb	
33.13	opravy elektronických a optických přístrojů a zařízení	
Výroba kopírek		1,000
28.23	výroba kancelářských strojů a zařízení, kromě počítačů a periferních zařízení	
Výroba magnetických a optických médií		1,000
26.80	výroba magnetických a optických médií	
Výroba papíru		1,000
17.12	výroba papíru a lepenky	
17.23	výroba kancelářských potřeb z papíru	
58.19	ostatní vydavatelské činnosti (pohlednice, blahopřání, obrázky a podobné tiskoviny)	
Pronájem		1,000
77.21	pronájem a leasing rekreačních a sportovních potřeb	
77.22	pronájem videokazet a disků	

NACE REV. 2 ¹	POPIS	COPYRIGHTOVÝ FAKTOR
77.29	pronájem a leasing ostatních výrobků pro osobní potřebu a převážně pro domácnost	
77.33	pronájem a leasing kancelářských strojů a zařízení, včetně počítačů	
Dílní odvětví průmyslu autorského práva		
Výroba oděvů, textilu a obuvi		0,005
13.20	tkaní textilií	
13.91	výroba pletených a háčkových materiálů	
13.92	výroba konfekčních textilních výrobků, kromě oděvů	
13.95	výroba netkaných textilií a výrobků z nich, kromě oděvů	
13.96	výroba ostatních technických a průmyslových textilií	
13.99	výroba ostatních textilií	
14.11	výroba kožených oděvů	
14.13	výroba ostatních svrchních oděvů	
14.14	výroba osobního prádla	
14.19	výroba ostatních oděvů a oděvních doplňků	
14.20	výroba kožešinových výrobků	
15.20	výroba obuvi	
16.29	výroba ostatních dřevěných, korkových, proutěných a slaměných výrobků, kromě nábytku	
17.22	výroba domácích potřeb, hygienických a toaletních výrobků z papíru	
22.19	výroba ostatních pryžových výrobků	
22.29	výroba ostatních plastových výrobků	
32.50	výroba lékařských a dentálních nástrojů a potřeb	
33.19	opravy ostatních zařízení	
95.29	opravy ostatních výrobků pro osobní potřebu a převážně pro domácnost	
Výroba šperků		0,250
32.11	ražení mincí	
32.12	výroba klenotů a příbuzných výrobků	
32.13	výroba bižuterie a příbuzných výrobků	
Ostatní řemeslná výroba		0,400
16.29	výroba ostatních dřevěných, korkových, proutěných a slaměných výrobků, kromě nábytku	
25.71	výroba nožířských výrobků	
25.72	výroba zámků a kování	
25.99	výroba ostatních kovodělných výrobků j. n.	
32.99	ostatní zpracovatelský průmysl j. n.	
32.99	ostatní zpracovatelský průmysl j. n.	

NACE REV. 2 ¹	POPIS	COPYRIGHTOVÝ FAKTOR
33.11	opravy kovodělných výrobků	
33.19	opravy ostatních zařízení	
Výroba nábytku		0,050
28.23	výroba kancelářských strojů a zařízení, kromě počítačů a periferních zařízení	
29.32	výroba sedadel pro automobily	
30.11	výroba sedadel pro lodě a plavidla	
30.20	výroba sedadel pro železnice	
30.30	výroba sedadel pro letadla	
31.01	výroba sedadel a židlí pro kanceláře a obchody	
31.01	výroba kancelářského nábytku a zařízení obchodů	
31.02	výroba kuchyňského nábytku	
31.09	výroba ostatního nábytku	
95.24	opravy nábytku a bytového zařízení	
Domácí potřeby, porcelán a sklo		0,005
23.13	výroba dutého skla	
23.31	výroba keramických obkládaček a dlaždic	
23.41	výroba keramických a porcelánových výrobků převážně pro domácnost a ozdobných předmětů	
Tapety a koberce		0,020
13.93	výroba koberců a kobercových předložek	
17.24	výroba tapet	
Hračky a počítačové hry		0,500
26.40	výroba zábavních videoherních konzolí	
28.99	výroba ostatních strojů pro speciální účely	
32.40	výroba her a hraček	
33.19	opravy hracích automatů a ostatních automatických her, automatických vybavení kuželkářských drah a podobných vybavení	
Architektura, inženýrské práce a průzkum		0,100
71.11	architektonické činnosti	
71.12	inženýrské činnosti a související technické poradenství	
74.20	fotografické činnosti	
74.90	ostatní profesní, vědecké a technické činnosti j. n.	
Muzea a památky		0,500
91.02	činnosti muzeí	
91.03	provozování kulturních památek, historických staveb a obdobných turistických zajímavostí	

NACE REV. 2 ¹ POPIS		COPYRIGHTOVÝ FAKTOR
Velkoobchodní a maloobchodní prodej dílčích odvětví autorských práv		0,050
46.16	zprostředkování velkoobchodu a velkoobchod v zastoupení s textilem, oděvy, kožesinami, obuví a koženými výrobky	
46.43	velkoobchod elektrospotřebiči a elektronikou	
46.44	velkoobchod porcelánovými, keramickými a skleněnými výrobky a čistícími prostředky	
46.45	velkoobchod kosmetickými výrobky	
46.47	velkoobchod nábytkem, koberci a svítidly	
46.48	velkoobchod hodinami, hodinkami a klenoty	
46.49	velkoobchod ostatními výrobky převážně pro domácnost	
46.52	velkoobchod elektronickým a telekomunikačním zařízením a jeho díly	
46.73	velkoobchod dřevem, stavebními materiály a sanitárním vybavením	
47.41	maloobchod počítači, počítačovým periferním zařízením a softwarem	
47.42	maloobchod telekomunikačním zařízením	
47.53	maloobchod koberci, podlahovými krytinami a nástěnnými obklady	
47.59	maloobchod nábytkem, svítidly a ostatními výrobky převážně pro domácnost ve specializovaných prodejnách	
47.64	maloobchod sportovním vybavením	
47.65	maloobchod hrami a hračkami	
47.71	maloobchod oděvy	
47.72	maloobchod obuví a koženými výrobky	
47.76	maloobchod květinami, rostlinami, osivy, hnojivy, zvířaty pro zájmový chov a krmivy pro ně	
47.77	maloobchod hodinami, hodinkami a klenoty	
47.78	ostatní maloobchod novým zbožím ve specializovaných prodejnách	
Nevyhrazené podpůrné průmysly		
Celkový obchod		0,057
G	velkoobchod a maloobchod; opravy a údržba motorových vozidel	
Celková přeprava, skladování a komunikace		0,057
I	doprava a skladování	
JB	telekomunikační činnosti	

Poznámka: ¹ Původní kódy NACE Rev. 1 byly převedeny autorem na kódy NACE Rev. 2.

Zdroj: PENYIGEY & MUNKÁCSI 2005, s. 19, 91–94. Dostupné [on-line] na:

http://www.wipo.int/export/sites/www/copyright/en/performance/pdf/econ_contribution_cr_hu.pdf [cit. 2. 9. 2013].

EKONOMICKÝ PŘÍNOS

Podle zjištění studie z roku 2011, HDP široce pojaté oblasti průmyslů založených na autorském právu v roce 2006 činil 7,4 % HDP národní ekonomiky, což představuje zhruba 1% nárůst oproti roku 2002 (roku 2002 činila celková hrubá přidaná hodnota odvětví autorského práva 987 mld. HUF, a dosáhla tak 6,6 % HDP; z toho jádro průmyslu autorských práv – tisk a literatura; hudba, divadelní produkce, opera; film a video; telekomunikace, rozhlas a televize, fotografie; software a databáze, reklama, činnosti profesních organizací – dosáhlo 3,9 % HDP /PENYIGEY & MUNKÁCSI 2005, s. 26/). V obou letech srovnání činila zaměstnanost v tomto sektoru více než 7 %. Příjem jádra průmyslů autorského práva činil 4,2 % národního HDP, což odpovídá stejnému procentu celkové zaměstnanosti v Maďarsku.

STRATEGICKÁ PODPORA

V Maďarsku k dnešnímu dni nebyla přijata žádná komplexní strategie na podporu kreativních průmyslů ani koordinovaná strategie spolupráce mezi státní kulturní a hospodářskou agendou.⁴⁰

V oblasti nakladatelského průmyslu (trh s knihami) byla v roce 2004 snížena sazba DPH z 12 na 5 % a od ledna 2010 byla též zrušena 1% kulturní daň. Nicméně průměrný náklad knih se snížil (ze zhruba 10 tis. z devadesátých let na současné 3 tis.) a v letech 2009 a 2010 poprvé poklesla produkce i objem prodeje. Podíl nakladatelství v zahraničním vlastnictví se ustálil na přibližně 24 % v roce 2010. Po sedmi letech příprav byl Národním kulturním fondem zahájen program *Márai* (nesoucí jméno novelisty 20. století), který podporuje nákup knih do knihoven (v roce 2013 bylo vybráno 600 knih, z nichž se každá dostala ve sto výtiscích do knihoven).

Podpora filmového průmyslu byla v Maďarsku v roce 2004 ukotvena filmovým zákonem zavedením daňových kreditů a komplexní regulací filmové výroby. Zákon zavedl registraci organizací působících v oblasti filmu. Registraci a certifikáty pro daňové úlevy stejně jako označování filmů vhodných pro děti má na starosti Národní filmový úřad⁴¹. Díky tomuto opatření výrazně vzrostly finanční prostředky na natáčení filmů, především pro zahraniční koprodukcce (daňová úleva ve výši 20 %), ale daňové úlevy mají význam i pro částečné či zcela plně maďarské produkce.

⁴⁰ Viz dostupné [on-line] na: <http://www.culturalpolicies.net/web/hungary.php?aid=515&cid=1220&lid=en&curl=423> [cit. 2. 9. 2013].

⁴¹ Dostupné [on-line] na: www.filmalap.hu [cit. 7. 11. 2013].

Rovněž subjekty ze sektoru scénických umění – jmenovitě divadla a orchestry – mohou využívat daňové úlevy, až do výše 80 % příjmů ze vstupného.⁴²

VYUŽITÍ STRUKTURÁLNÍCH FONDŮ PRO PODPORU KKP (2007–2012)⁴³

V programovém období let 2007–2013 Maďarsko v rámci strukturálních fondů realizuje dva doplňující se národní operační programy zaměřené na obnovu společnosti, jeden je financován z Evropského sociálního fondu a druhý z Evropského fondu regionálního rozvoje. Jednou z prioritních os obou programů je rozvoj vzdělávání a oba programy disponují opatřeními v rámci tří propojených rozvojových strategií kulturního sektoru. Poté, co se Maďarsko vzdalo samostatného operačního programu pro kulturu, představují tyto programy nejdůležitější intervence v oblasti kultury v rámci SF. Jedná se o podpůrná opatření pro celoživotní učení, inovační řešení a spolupráci zlepšující efektivitu veřejného vzdělávání. Jde o pečlivě připravené rozvojové kulturní programy zaměřené na posílení a zdokonalení struktury veřejných knihoven, pedagogických aktivit muzeí a sítě místních komunitních kulturních center. Do poloviny roku 2012 bylo podpořeno zhruba 600 projektů zahrnujících 1600 kulturních organizací. Některé z výzev motivují žadatele ke spolupráci se školami, čímž vzniklo na 3000 projektů spolupráce. Projekty zahrnují spolupráci mezi školami a knihovnami, muzei, uměleckými organizacemi nebo kulturními centry. Obsah těchto aktivit je zaměřen na zdokonalení efektivitu veřejného vzdělávání. Oba programy se vzájemně doplňují. Příjemce může profitovat z obou programů, o čemž nejlépe svědčí knihovnické projekty. Veřejné knihovny mohou vedle realizace vzdělávacích aktivit zdokonalit i své technické, hlavně IT-vybavení. V případě muzeí je hlavní důraz kladen na vzdělávací aktivity, nicméně tzv. tvrdé investice také splňují tento účel kupř. prostřednictvím nákupu zobrazovacích technologií či vytvářením edukačních místností. Místní kulturní centra (ekvivalent českých kulturních domů) disponují v Maďarsku hustou sítí a od devadesátých let hledají nové poslání. Množství prostředků z výše zmíněných programů bylo vynaloženo na přeměnu těchto center na akreditovaná vzdělávací centra pro dospělé.

V rámci sedmi regionálních operačních programů je kladen největší důraz na rozvoj turistických atrakcí. V oblasti kultury jsou vynakládány značné prostředky na ochranu a modernizaci kulturních památek. Vedle rekonstrukce památek jsou fondy směřovány i na vytváření pamětních míst, budov historických kulturních osobností a míst historických událostí. Obvyklým kritériem je alespoň roční 15tisícová návštěvnost. V rámci regionálních operačních programů jsou také podporovány projekty modernizace muzeí, zařízení

a infrastruktury pro scénická umění. Největší investici do infrastruktury v hodnotě 18 mil. € představoval projekt *Kodályho centra v Pécsi* (Pětikostelí), Evropském hlavním městě kultury 2010. Pravidlem pro městské regenerační projekty je zahrnutí modernizace alespoň jedné kulturní instituce (muzea, knihovny, divadla, nejčastěji kulturního centra).

V rámci programu zaměřeného na rozvoj venkova je podporována ochrana kulturního dědictví, v jejímž rámci byla podpořena obnova a modernizace menších kulturních památek ve stovkách vesnic a malých měst. V rámci programu bylo podpořeno i budování multifunkčních komunitních center v místech s počtem do 5000 obyvatel. Vznikly tak stovky tzv. integrovaných komunitních a servisních prostor (reformovaných kulturních center).

Specifický operační program pro oblast Jižní Zadunají vznikl mimo jiné i pro potřeby financování investic projektu *Evropské hlavní město kultury Pécs 2010*. Z plánovaných pěti velkých investičních projektů zůstaly čtyři (rekonstrukce Zsolnay keramických dílen na multifunkční kulturní komplex, výstavba Kodályho koncertního a konferenčního centra, nová regionální knihovna a regenerace náměstí a dalších veřejných prostranství v centru města).

S výjimkou knihovnických a částečně i muzejních rozvojových programů je většina kulturních projektů financovaných ze SF odrazem mentality 20. století – bez ohledu na to, jak jsou některé projekty úspěšné a prospěšné. Kreativní průmysly jako zdroj růstu a nových míst nebyly v Maďarsku v rámci SF brány na zřetel. V rámci příprav byl připraven komplexní program digitalizace kulturního dědictví, nicméně tento program se nikdy nedostal do fáze implementace v rámci SF.

SHRNUTÍ

Maďarský přístup ke KKP v rámci odborných studií, které vznikají od roku 2005, je založen na autorském právu – na poměrně komplikovaném systému tzv. copyrightového faktoru. Pokud jde o praktickou politiku, nebyla v Maďarsku dosud přijata žádná komplexní strategie na podporu KKP ani koordinovaná strategie spolupráce mezi státní kulturní a hospodářskou agendou. Existují dílčí strategie a opatření v oblasti nakladatelství (např. snížená sazba DPH na knihy, nákup publikací do knihoven), filmu (daňové kredity) a scénických umění (daňové úlevy). Co se týče využití SF v období let 2007–2013, Maďarsko realizuje zajímavý program v rámci podpory vzdělávání zaměřený na posílení a zdokonalení struktury veřejných knihoven, pedagogických aktivit muzeí a sítě místních komunitních kulturních center. Důležitým rysem programu je možnost využití jak prostředků z ERDF na tvrdé investice, tak i z ESF na měkké investice do oblasti lidských zdrojů. Za zmínku stojí i realizace specifického programu na podporu projektu *EHMK Pécs 2010*. Nicméně v rámci SF nebyl podpořen rozvoj potenciálu KKP jako zdroj růstu a nových míst.

⁴² Dostupné [on-line] na: <http://www.eloadomuveszetiroda.hu> [cit. 7. 11. 2013].

⁴³ Následující text je shrnutím studie: INKEI, P. (2012): *Culture and the Structural funds in Hungary*. European Expert Network on Culture (srpen).

3.5 Estonsko, Litva a Lotyšsko

Estonsko, Litva a Lotyšsko se na samém začátku 21. století a hlavně po svém vstupu do Evropské unie začaly velmi usilovně zajímat o kreativní průmysly. V přístupu k těmto odvětvím se inspirovaly především ve Velké Británii. Velkou rolí při šíření povědomí o konceptu kreativních průmyslů ve všech třech zemích sehrála organizace British Council, která poskytla expertní pomoc na vládní úrovni. Díky tomu ministerstva kultury ve všech třech zemích začlenila rozvoj kreativních průmyslů do svých kulturněpolitických agend. Neaktivnější z těchto zemí je Estonsko, které v roce 2006 založilo síť tvůrců strategií ve spolupráci s Lotyšskem, Litvou a Finskem.⁴⁴ Jedná se o první síť, jež sdružuje tvůrce politik, úředníky a odborníky z různých zemí s cílem sdílet osvědčené postupy v podpoře kreativních odvětví a formulovat společná stanoviska směrem k Evropské unii. Série ročních zpráv *Kreativní průmysly v Estonsku, Lotyšsku a Litvě 2010*⁴⁵, *2011*⁴⁶ je koordinovaným projektem, který analyzuje přístup k rozvoji kreativních odvětví a podává přehled o jejich nejnovějším vývoji v pobaltských státech.

VYMEZENÍ

Ve všech třech zemích je definice kreativních průmyslů založena na britském konceptu kreativních průmyslů (viz definice na straně 9), nicméně Estonsko a Lotyšsko učinily v této definici drobné změny spočívající především v začlenění pojmu „kolektivní kreativita“. Estonsko tedy za kreativní průmysly považuje „ta odvětví, jejichž základem je individuální a kolektivní kreativita, lidské dovednosti a talent a mají potenciál vytvářet bohatství a pracovní místa zejména prostřednictvím využití duševního vlastnictví“. Lotyšská vláda britskou definici ještě dále rozvinula: „... (kreativní průmysly zahrnují) aktivity, jejichž základem je individuální a kolektivní kreativita, lidské dovednosti a talent a které za využití práv duševního vlastnictví zvyšují blahobyt a vytvářejí pracovní místa. Kreativní průmysly vytvářejí, rozvíjejí, produkují, využívají, zobrazují, šíří a uchovávají produkty ekonomické, kulturní anebo rekreační hodnoty.“ (*Creative Industries in Estonia, Latvia and Lithuania*, 2011, s. 6)

Vymezení kreativních průmyslů všech tří zemí je znázorněno v tabulce č. 9.

⁴⁴ V jednotlivých zemích dochází k úzké spolupráci mezi ministerstvy kultury, průmyslu, školství a vědy a financí.

⁴⁵ *Creative Industries in Estonia, Latvia and Lithuania 2010*. Dostupné [on-line] na: http://www.esa.ee/cms-data/upload/files/CreativeIndustries_EstLatLit.pdf [cit. 7. 11. 2013].

⁴⁶ *Creative Industries in Estonia, Latvia and Lithuania 2011*. Dostupné [on-line] na: http://www.creativeindustries.ee/files/CreativeIndustries_EstLatLit2011.pdf [cit. 7. 11. 2013].

Tabulka 9: Vymezení kreativních průmyslů v Estonsku, Litvě a Lotyšsku

ESTONSKO (2009)	LOTYŠSKO (2008)	LITVA (2009)
Umění (vizuální a užité)	Vizuální umění	Vizuální a užité umění a kulturní dědictví
Scénická umění (divadlo, tanec, festivaly)	Scénická umění (divadlo, tanec, festivaly)	Scénická umění (divadlo, tanec, festivaly)
Hudba (interpretace, komponování, produkce, vydávání, výroba hudebních nástrojů, festivaly aj.)	Hudba (interpretace, komponování, produkce, vydávání, výroba hudebních nástrojů, festivaly aj.)	Hudba (interpretace, komponování, produkce, vydávání, výroba hudebních nástrojů, festivaly aj.)
Architektura	Architektura	Architektura
Design (produktový design, oděvní design, grafický design)	Design	Oděvní a grafický design
Film a video	Film a video	Film a video
Rozhlas a televize	Televize, rozhlas a interaktivní média	Televize, rozhlas a interaktivní média
Zábavní informační technologie (on-line a počítačové hry, zábavní internetové stránky)	Počítačové hry a vydávání interaktivního softwaru	Počítačové hry a vydávání interaktivního softwaru
Nakladatelství (knihy, periodika, noviny, katalogy aj.)	Nakladatelství (knihy, periodika, noviny, katalogy aj.)	Nakladatelství (knihy, periodika, noviny, katalogy aj.)
Kulturní dědictví (muzea, knihovny, archivy, řemesla)	Kulturní dědictví	Kulturní dědictví (muzea, knihovny a archivy)
Reklama (reklamní a mediální agentury)	Reklama	Reklama, vztahy s veřejností a komunikační aktivity
	Kulturní vzdělávací aktivity	Vzdělávací aktivity
	Rekreace, zábava a další kulturní aktivity	Botanické a zoologické zahrady
		Cestovní agentury a operátoři

Zdroj: Creative Industries in Estonia, Latvia and Lithuania, 2011

EKONOMICKÝ PŘÍNOS

Přestože všechny tři země spolupracují na politice podpory kreativních průmyslů, výzkum a mapování těchto odvětví nebyly provedeny na základě stejné metodiky. Srovnání makroekonomických dat je proto nemožné (jako ostatně u všech ostatních prezentovaných zemí v této práci). Ve všech zemích bylo problematické shromažďování relevantních

statistických dat. Dílčí trhy nejsou v existujících databázích precizně definovány a příslušná data jsou neúplná nebo zcela chybějí, jako např. statistické údaje o estonském hudebním a výtvarném umění (*Creative Industries in Estonia, Latvia and Lithuania 2011*, s. 8). Statistické členění ekonomických jednotek NACE končí na čtyřmístné úrovni, takže mnoho subjektů z řad kreativních průmyslů spadá pod skupiny „ostatní aktivity“ (případ Litvy) nebo nejsou definovány vůbec.

Všechny země nicméně shromáždily data k počtu zaměstnanců, počtu podniků, výnosům, HDP a k procentuálnímu zastoupení kreativních průmyslů v jednotlivých hlavních městech (tabulka 10).

Tabulka 10: Makroekonomické výsledky kreativních průmyslů v Litvě, Lotyšsku a Estonsku

UKAZATEL	ESTONSKO (2007)	LOTYŠSKO (2006)	LITVA (2006, 2007)
Počet zaměstnanců (% všech zaměstnanců)	28 000 (4,3 %)	63 511 (5,8 %)	61 297 (4,02 %)
Počet podniků (% všech podniků)	více než 5000 (9,4 %)	9327 (8,9 %)	6149 (4,02 %)
Celkové výnosy kreativního průmyslu (v mil. €)	1146	1014	1256
Podíl na HDP	2,9 %	–	5,2 %
Koncentrace kreativních průmyslů v hlavních městech	47,1 % podniků	54,8 % podniků	70 % výnosů

Zdroj: *Creative Industries in Estonia, Latvia and Lithuania 2011*, s. 8. Dostupné [on-line] na: http://www.looveesti.ee/attachments/141_Creative_Industries_2011.pdf [cit. 24. 8. 2013].

VYMEZENÍ A EKONOMICKÝ PŘÍNOS – LOTYŠSKO

V květnu 2013 vydal lotyšský úřad vlády *Zprávu o sektoru kreativních průmyslů v Lotyšsku a předběžné podmínky pro jeho cílený rozvoj*⁴⁷. Zpráva byla vypracována organizacemi Baltijas Konsultācijas Ltd. a Konsorts Ltd. a byla plně hrazena z Evropského sociálního fondu

⁴⁷ Shrnutí studie je k dispozici v angličtině *Report: The performance of the Creative Industries Sector of Latvia and Preconditions for its Targeted Development*. Dostupné [on-line] na: www.km.gov.lv, <http://www.km.gov.lv/starpozares/radosa/petijumi.html> [cit. 7. 11. 2013]. Odkaz pod názvem *Latvijas rodeo industriju...*, odkaz se stejným názvem níže upozorňuje na celou studii v lotyštině.

v rámci strukturálních fondů. Studie přináší vymezení sektoru kreativních průmyslů dle kódů NACE, které jsou rozděleny do dvou skupin: kreativní průmysly a příbuzné průmysly. Je nutné zdůraznit, že studie zahrnuje do vymezení a výpočtů pouze podnikatelské subjekty z oblasti kreativních průmyslů.

Tabulka 11: Výčet 37 klasifikačních kódů NACE spadajících do kategorie kreativních průmyslů

NACE SEKCE	NACE KÓDY	NACE ODDÍLY
Zpracovatelský průmysl (C)	1419	výroba ostatních oděvů a oděvních doplňků
Zpracovatelský průmysl (C)	1520	výroba obuvi
Zpracovatelský průmysl (C)	2341	výroba keramických a porcelánových výrobků převážně pro domácnost a ozdobných předmětů
Zpracovatelský průmysl (C)	2652	výroba časoměrných přístrojů
Zpracovatelský průmysl (C)	3109	výroba ostatního nábytku
Zpracovatelský průmysl (C)	3212	výroba klenotů a příbuzných výrobků
Zpracovatelský průmysl (C)	3213	výroba bižuterie a příbuzných výrobků
Zpracovatelský průmysl (C)	3220	výroba hudebních nástrojů
Zpracovatelský průmysl (C)	3240	výroba her a hraček
Informační a komunikační činnosti (J)	5811	vydávání knih
Informační a komunikační činnosti (J)	5813	vydávání novin
Informační a komunikační činnosti (J)	5814	vydávání časopisů a ostatních periodických publikací
Informační a komunikační činnosti (J)	5819	ostatní vydavatelské činnosti
Informační a komunikační činnosti (J)	5911	produkce filmů, videozáznamů a televizních programů
Informační a komunikační činnosti (J)	5912	postprodukce filmů, videozáznamů a televizních programů
Informační a komunikační činnosti (J)	5920	pořizování zvukových nahrávek a hudební vydavatelské činnosti
Informační a komunikační činnosti (J)	6010	rozhlasové vysílání
Informační a komunikační činnosti (J)	6020	tvorba televizních programů a televizní vysílání
Informační a komunikační činnosti (J)	6201	programování

NACE SEKCE	NACE KÓDY	NACE ODDÍLY
Informační a komunikační činnosti (J)	6312	činnosti související s webovými portály
Informační a komunikační činnosti (J)	6391	činnosti zpravodajských tiskových kanceláří a agentur
Profesní, vědecké a technické činnosti (M)	7021	poradenství v oblasti vztahů s veřejností a komunikace
Profesní, vědecké a technické činnosti (M)	7111	architektonické činnosti
Profesní, vědecké a technické činnosti (M)	7311	činnosti reklamních agentur
Profesní, vědecké a technické činnosti (M)	7312	zastupování médií při prodeji reklamního času a prostoru
Profesní, vědecké a technické činnosti (M)	7410	specializované návrhářské činnosti
Profesní, vědecké a technické činnosti (M)	7420	fotografické činnosti
Vzdělávání (P)	8552	umělecké vzdělávání
Kulturní, zábavní a rekreační činnosti (R)	9001	scénická umění
Kulturní, zábavní a rekreační činnosti (R)	9002	podpůrné činnosti pro scénická umění
Kulturní, zábavní a rekreační činnosti (R)	9003	umělecká tvorba
Kulturní, zábavní a rekreační činnosti (R)	9004	provozování kulturních zařízení
Kulturní, zábavní a rekreační činnosti (R)	9102	činnosti muzeí
Kulturní, zábavní a rekreační činnosti (R)	9103	provozování kulturních památek, historických staveb a obdobných turistických zajímavostí
Kulturní, zábavní a rekreační činnosti (R)	9321	činnosti lunaparků a zábavních parků
Kulturní, zábavní a rekreační činnosti (R)	9329	ostatní zábavní a rekreační činnosti j. n.

Zdroj: Report: *The performance of the Creative Industries Sector of Latvia and Preconditions for its Targeted Development, 2013*. Dostupné [on-line] na: <http://www.km.gov.lv/lv/starpmozares/radosa/petijumi.html> [cit. 7. 11. 2013]. Anglicky zde: [PDF](#).

Tabulka 12: Výčet 50 klasifikačních kódů NACE spadajících do kategorie příbuzných průmyslů

NACE SEKCE	NACE KÓDY	NACE ODDÍLY
Zpracovatelský průmysl (C)	1310	úprava a sprádání textilních vláken a příze
Zpracovatelský průmysl (C)	1320	tkaní textilií
Zpracovatelský průmysl (C)	1330	konečná úprava textilií
Zpracovatelský průmysl (C)	1391	výroba pletených a háčkových materiálů
Zpracovatelský průmysl (C)	1392	výroba konfekčních textilních výrobků, kromě oděvů
Zpracovatelský průmysl (C)	1399	výroba ostatních textilií j. n.
Zpracovatelský průmysl (C)	1411	výroba kožených oděvů
Zpracovatelský průmysl (C)	1412	výroba pracovních oděvů
Zpracovatelský průmysl (C)	1413	výroba ostatních svrchních oděvů
Zpracovatelský průmysl (C)	1414	výroba osobního prádla
Zpracovatelský průmysl (C)	1420	výroba kožešinových výrobků
Zpracovatelský průmysl (C)	1431	výroba pletených a háčkových punčochových výrobků
Zpracovatelský průmysl (C)	1439	výroba ostatních pletených a háčkových oděvů
Zpracovatelský průmysl (C)	1511	činění a úprava usní (vyčiněných kůží); zpracování a barvení kožešin
Zpracovatelský průmysl (C)	1512	výroba brašnářských, sedlářských a podobných výrobků
Zpracovatelský průmysl (C)	1724	výroba tapet
Zpracovatelský průmysl (C)	1811	tisk novin
Zpracovatelský průmysl (C)	1812	tisk ostatní, kromě novin
Zpracovatelský průmysl (C)	1813	příprava tisku a digitálních dat
Zpracovatelský průmysl (C)	1814	vázání a související činnosti
Zpracovatelský průmysl (C)	1820	rozmožování nahraných nosičů
Zpracovatelský průmysl (C)	2331	výroba keramických obkládaček a dlaždic
Zpracovatelský průmysl (C)	3101	výroba kancelářského nábytku a zařízení obchodů
Zpracovatelský průmysl (C)	3102	výroba kuchyňského nábytku
Zpracovatelský průmysl (C)	3103	výroba matrací
Zpracovatelský průmysl (C)	3211	ražení mincí
Zpracovatelský průmysl (C)	3299	ostatní zpracovatelský průmysl j. n.

NACE SEKCE	NACE KÓDY	NACE ODDÍLY
Velkoobchod a maloobchod (G)	4616	zprostředkování velkoobchodu a velkoobchod v zastoupení s textilem, oděvy, kožesinami, obuví a koženými výrobky
Velkoobchod a maloobchod (G)	4641	velkoobchod textilem
Velkoobchod a maloobchod (G)	4642	velkoobchod oděvy a obuví
Velkoobchod a maloobchod (G)	4647	velkoobchod nábytkem, koberci a svítidly
Velkoobchod a maloobchod (G)	4648	velkoobchod hodinami, hodinkami a klenoty
Velkoobchod a maloobchod (G)	4665	velkoobchod kancelářským nábytkem
Velkoobchod a maloobchod (G)	4743	maloobchod audio- a videozařizováním
Velkoobchod a maloobchod (G)	4751	maloobchod textilem
Velkoobchod a maloobchod (G)	4759	maloobchod nábytkem, svítidly a ostatními výrobky převážně pro domácnost ve specializovaných prodejnách
Velkoobchod a maloobchod (G)	4761	maloobchod knihami
Velkoobchod a maloobchod (G)	4762	maloobchod novinami, časopisy a papírnickým zbožím
Velkoobchod a maloobchod (G)	4763	maloobchod audio- a videozáznamy
Velkoobchod a maloobchod (G)	4771	maloobchod oděvy
Velkoobchod a maloobchod (G)	4772	maloobchod obuví a koženými výrobky
Velkoobchod a maloobchod (G)	4777	maloobchod hodinami, hodinkami a klenoty
Velkoobchod a maloobchod (G)	4778	ostatní maloobchod novým zbožím ve specializovaných prodejnách
Informační a komunikační činnosti (J)	5821	vydávání počítačových her
Informační a komunikační činnosti (J)	5829	ostatní vydávání softwaru
Informační a komunikační činnosti (J)	5913	distribuce filmů, videozáznamů a televizních programů
Informační a komunikační činnosti (J)	5914	promítání filmů
Kulturní, zábavní a rekreační činnosti (R)	9101	činnosti knihoven a archivů

Zdroj: Report: The performance of the Creative Industries Sector of Latvia and Preconditions for its Targeted Development, 2013. Dostupné [on-line] na <http://www.km.gov.lv/lv/starpnozares/radosa/petijumi.html> [cit. 7. 11. 2013]. Anglicky zde: [PDF](#).

Studie přináší zároveň přehlednou tabulku nejdůležitějších charakteristik kreativních průmyslů a uvádí jejich nárůst či pokles mezi lety 2008 a 2011.

Tabulka 13: Statistické charakteristiky kreativních průmyslů

POČET PODNIKŮ	
počet podniků kreativních průmyslů a jeho nárůst	7484 (+1944)
počet podniků příbuzných kreativních podniků a jeho nárůst	5520 (+369)
podíl počtu podniků kreativních průmyslů na celkovém počtu podniků v Lotyšsku a jeho nárůst	6 % (+1 %)
podíl počtu podniků příbuzných kreativních průmyslů na celkovém počtu podniků v Lotyšsku a jeho nárůst	4 % (0 %)
ČISTÝ OBRAT	
čistý obrat kreativních průmyslů a jeho pokles (v mil. LVL)	758,3 (-147,8)
čistý obrat příbuzných kreativních průmyslů a jeho pokles (v mil. LVL)	909,1 (-199,1)
podíl čistého obratu kreativních průmyslů na celkovém čistém obratu podniků v Lotyšsku a jeho nárůst/pokles	3 % (0 %)
podíl čistého obratu příbuzných kreativních průmyslů na celkovém čistém obratu podniků v Lotyšsku a jeho pokles	2 % (-1 %)
průměrný obrat kreativních průmyslů na podnik a jeho pokles (LVL)	101 323 (-62 233)
průměrný obrat příbuzných kreativních průmyslů na podnik a jeho pokles (LVL)	164 692 (-50 451)
průměrný obrat kreativních průmyslů na zaměstnance a jeho nárůst (LVL)	20 478 (+2105)
průměrný obrat příbuzných kreativních průmyslů na zaměstnance a jeho nárůst (LVL)	24 627 (+3441)
EXPORT	
objem exportu kreativních průmyslů a jeho nárůst (v mil. LVL)	78,6 (+10,2)
objem exportu příbuzných kreativních průmyslů a jeho nárůst (v mil. LVL)	285,1 (+24,3)
podíl exportu kreativních průmyslů na celkovém objemu exportu podniků v Lotyšsku a jeho pokles	1 % (-1 %)
podíl exportu příbuzných kreativních průmyslů na celkovém objemu exportu podniků v Lotyšsku a jeho pokles	5 % (-1 %)
průměrný objem exportu kreativních průmyslů na podnik a jeho pokles (LVL)	10 502 (-1844)
průměrný objem exportu příbuzných kreativních průmyslů na podnik a jeho nárůst (LVL)	51 649 (+1018)

POČET ZAMĚŠTNANČŮ	
počet zaměstnanců v kreativních průmyslech a jejich pokles	37 030 (-12 287)
počet zaměstnanců v příbuzných kreativních průmyslech a jejich pokles	36 915 (-15 394)
podíl počtu zaměstnanců v podnicích kreativních průmyslů na celkovém počtu zaměstnanců v podnicích v Lotyšsku a jejich nárůst/pokles	4 % (0 %)
podíl počtu zaměstnanců v podnicích příbuzných kreativních průmyslů na celkovém počtu zaměstnanců v podnicích v Lotyšsku a jejich pokles	4 % (-1 %)
průměrný počet zaměstnanců v kreativních průmyslech na podnik a jeho pokles	5 (-4)
průměrný počet zaměstnanců v příbuzných kreativních průmyslech na podnik a jeho pokles	7 (-3)
vytvořená přidaná hodnota kreativních průmyslů a její pokles (v mil. LVL)	549,7 (-79,5)
vytvořená přidaná hodnota příbuzných kreativních průmyslů a její pokles (v mil. LVL)	548,0 (-119,4)
podíl vytvořené přidané hodnoty v kreativních průmyslech a jeho nárůst/pokles v porovnání s celkovou hodnotou vytvořené přidané hodnoty v Lotyšsku	4 % (0 %)
podíl vytvořené přidané hodnoty v příbuzných kreativních průmyslech a jeho pokles v porovnání s celkovou hodnotou vytvořené přidané hodnoty v Lotyšsku	4 % (-1 %)
vytvořená přidaná hodnota kreativních průmyslů na zaměstnance a její nárůst (LVL)	14 845 (+2086)
vytvořená přidaná hodnota příbuzných kreativních průmyslů na zaměstnance a její nárůst (LVL)	14 845 (+2086)

Zdroj: Report: *The performance of the Creative Industries Sector of Latvia and Preconditions for its Targeted Development, 2013*. Dostupné [on-line] na <http://www.km.gov.lv/lv/starpnozares/radosa/petijumi.html> [cit. 7. 11. 2013]. Anglicky zde: PDF.

EKONOMICKÝ PŘÍNOS – ESTONSKO

Estonsko vydalo již tři zprávy o výkonu kreativních průmyslů ve své zemi (2005, 2009, 2013⁴⁸). Tyto zprávy zahrnují třináct kreativních sektorů, kterými jsou architektura, film a video, knihy a tisk, design, scénická umění, knihovny, řemesla, muzea, hudba, umělecká zábava, informační technologie, reklama a vysílání. Zprávy zpracoval Estonský

⁴⁸ Dostupné [on-line] na: <http://www.ndpculture.org/blog/the-third-creative-industries-mapping-in-estonia> [cit. 7. 11. 2013].

výzkumný ústav ekonomiky a podle poslední zprávy kreativní průmysly zaměstnávaly 29 200 osob, což je 4,8 % všech zaměstnaných osob v Estonsku. Během pěti let (2007–2011) se počet zaměstnanců zvýšil (v roce 2007 to bylo 4,3 %). Počet podniků a organizací v kreativních průmyslech činil 7066, což představuje 11,4 % celkového počtu estonských podniků v roce 2011 (roku 2007 byl podíl počtu podniků pod 10 %). Obrat kreativních průmyslů a příjem státních dotací organizací v roce 2011 převyšoval 1 mld. €, což představuje 2,3 % celkového obratu podniků v Estonsku (v roce 2007 to bylo 2,6 %). Podniky a organizace v kreativních průmyslech jsou menší než v jiných odvětvích. Průměrný počet osob zaměstnaných ve firmě či organizaci se snížil z 5,7 osoby v roce 2007 na 4,1 osoby v roce 2011. Roku 2011 přispěly kreativní průmysly k HDP 2,7 %. Během posledních pěti let podíl zaznamenal mírný pokles (2,9 % na HDP v roce 2007). Podle zprávy to svědčí o tom, že se kreativní firmy a organizace ještě zcela nevymanily z ekonomické krize.

STRATEGICKÁ PODPORA Lotyšsko

Rozpoznání kreativních průmyslů jako důležitého hospodářského odvětví Lotyšska se datuje k roku 2005 a o tuto skutečnost se zasloužilo ministerstvo kultury⁴⁹. Definice odvětví se poprvé objevila v *Průvodci k Národní kulturní politice Lotyšska 2006–2015*⁵⁰ a od té doby jsou kreativní průmysly nedílnou součástí strategických dokumentů státu (Národní rozvojový plán, Národní lisabonský program, Národní strategický referenční rámec). Kulturněpolitické dokumenty prioritně deklarují komerční podporu pro tyto podnikatelské sektory: design, audiovizuální a multimédia. Strategie se snaží řešit následující okruhy: kvalitu a přístup k vzdělávání, rozvoj podnikání, nové technologie a výzkum a rozvoj regulačního rámce.

Lotyšské ministerstvo kultury při poskytování podpory kreativním odvětvím úzce spolupracuje s ministerstvem hospodářství, ministerstvem pro vědu a vzdělávání a ministerstvem financí. Na ministerstvu kultury byla v roce 2006 založena poradní skupina pro design, která je od roku 2008 v gesci ministerstva hospodářství. Od roku 2011 existuje poradní skupina pro kreativní průmysly v působnosti ministerstva kultury.

Existují též nepřímá opatření pro podporu kulturních a kreativních průmyslů. Jedná se především o sníženou sazbu DPH (12 % oproti běžné sazbě 22 %) pro knihy a tisk. DPH není uplatňována u divadelních a cirkusových představení, koncertů a akcí organizovaných kulturními institucemi a dalšími subjekty.

⁴⁹ Dostupné [on-line] na: http://www.km.gov.lv/en/cross_sector/creative.html [cit. 7. 11. 2013].

⁵⁰ Dostupné [on-line] na: www.km.gov.lv/en/doc/ministry/vadlinijas_eng.pdf [cit. 7. 11. 2013].

V roce 2006 Lotyšská investiční a rozvojová agentura zahájila státní podporu oblasti průmyslového designu. (COMPENDIUM 2012, Latvija)⁵¹

Litva

V Litvě se problematika kreativních průmyslů poprvé objevila roku 2003 na konferenci *Kreativní průmysly: příležitost pro Evropu*. V roce 2007 byla přijata *Strategie pro podporu a rozvoj kreativních průmyslů v působnosti ministerstva kultury s cílem zvýšit podíl na HDP kulturních a kreativních průmyslů, stimulovat finanční investice do tohoto sektoru včetně využití strukturálních fondů, podpořit litevskou filmovou produkci a vytvořit podpůrnou strategii těchto odvětví integrací oblastí umění, vědy, vzdělávání a podnikání*. (COMPENDIUM 2012, Lithuania)⁵²

Estonsko

Expertní skupina zabývající se otázkami kreativních průmyslů byla v Estonsku založena v roce 2004 při ministerstvu kultury. Za přispění Estonské technologické univerzity a Institutu pro studium budoucnosti byla roku 2006 prezentována mapovací studie kreativních průmyslů Estonska. V tomtéž roce bylo při ministerstvu kultury založeno nové Oddělení pro podporu kreativních průmyslů, v němž našlo zaměstnání několik mladých expertů. Politika pro podporu estonských kulturních průmyslů se zaměřuje na konkrétní projektovou podporu, místo paušálně zavedených subvencí. Právní status kulturních anebo kreativních organizací nehraje při státních intervencích roli, stejně jako příslušnost k soukromému nebo veřejnému sektoru. (COMPENDIUM 2012, Estonia)⁵³

VYUŽITÍ STRUKTURÁLNÍCH FONDŮ PRO PODPORU KKP (2007–2012) Estonsko⁵⁴

Kreativní průmysly byly zahrnuty do Národní strategie pro evropské strukturální fondy 2007–2013. Operační program pro rozvoj ekonomického prostředí podporuje podnikání prostřednictvím zvyšování inovační a růstové kapacity podniků. Podpora kreativních průmyslů je jednou ze sedmi prioritních oblastí strategického cíle vedle

51 Viz dostupné [on-line] na: <http://www.culturalpolicies.net/web/latvia.php?aid=423> [cit. 3. 8. 2013].

52 Viz dostupné [on-line] na: <http://www.culturalpolicies.net/web/lithuania.php?aid=423> [cit. 3. 8. 2013].

53 Viz dostupné [on-line] na: <http://www.culturalpolicies.net/web/estonia.php?aid=423> [cit. 23. 8. 2013].

54 Následující text je shrnutím dostupných informací [on-line] na: <http://www.creativeindustries.ee> [cit. 7. 11. 2013].

internacionalizace, inovace, přístupu k financím, vytváření nových podniků, znalostního a technologického transferu a rozvoje turismu. Opatření na podporu kreativních průmyslů jsou koordinována v úzké spolupráci ministerstva kultury a ministerstva hospodářství a dopravy. Programy jsou realizovány v rámci dvou kategorií organizací *Enterprise Estonia*⁵⁵, která je největší estonskou státní agenturou pro podporu podnikání. První kategorie opatření není určena výhradně pro kreativní odvětví, ale je otevřena všem sektorům. Díky úsilí věnovanému zvyšování povědomí se daří úspěšně čerpat prostředky z této kategorie i představitelům kreativních odvětví. Programy této kategorie zahrnují programy na podporu klastrů (podporu čerpal např. filmový průmyslový klastr), export a společné marketingové programy (kupř. *Tallinský hudební týden – „showcase“* estonské hudby, Black Market – filmový koprodukční trh), znalostní a dovednostní rozvojové programy (tréninkové kurzy pro „design management“) a zvyšování povědomí a programy na propagaci podnikání (iniciativa Creative Estonia ad.), program na podporu inovací, vývoje produktů a školení.

Vedle těchto obecných podpůrných opatření byl vytvořen specifický program pro financování rozvoje různých druhů podpůrných struktur, včetně kreativních inkubátorů, hubů a center. Cílem programu je posílit systémy, jejichž prostřednictvím se mohou kreativní podniky rozvíjet. Celkový rozpočet pro tento program činí 6,3 mil. €. V prvním kole bylo možné financování využít jak na provozní náklady, tak na investice do infrastruktury a technologií. V druhém kole budou pravděpodobně financovány pouze provozní náklady. První kolo žádostí specifického programu se uskutečnilo do konce roku 2009 a v lednu 2010 bylo podpořeno sedm kreativních center a inkubátorů částkou 4,9 mil. € (kreativní inkubátor v Tallinnu, Centrum kreativních průmyslů v Tartu, Estonské design centrum, Estonské centrum architektury, Rozvojové centrum pro kreativní průmysly v rámci tallinského Cultural Cauldron, kreativní inkubátor ve Viljandi a Estonské centrum digitalizace filmů – postprodukce). Kreativní inkubátor v Tartu funguje od roku 2009 a jeho služeb využívá přibližně devět začínajících firem a dvacet dalších společností v předinkubační fázi. Tallinský inkubátor slouží 26 začínajícím firmám a 37 dalších firem prošlo předinkubačním výcvikem.

V roce 2009 Enterprise Estonia rovněž zahájila integrovaný program k zvýšení povědomí nazvaný *Creative Estonia*. Cílem programu je propagace kreativního podnikání a kreativity ve společnosti. Snaží se svést dohromady různé aktéry a zprostředkovat kontakty mezi kreativními profesionály a firmami, politiky, studenty a firmami z dalších odvětví. Aktivity Creative Estonia zahrnují provoz webového portálu (www.looveesti.ee), poskytování komplexních relevantních informací o kreativních průmyslech, on-line

55 Dostupné [on-line] na: <http://www.eas.ee> [cit. 12. 11. 2013].

poradenství, podporu síťování a propagační i marketingové možnosti. Vedle portálu Creative Estonia publikuje příklady dobré praxe, zprávy o studiích a mapovacích projektech, organizuje konference a semináře napříč Estonskem, poskytuje mediální podporu kreativním iniciativám.

Kromě podpory podnikání Estonsko využívá i řadu dalších strategických opatření, která přispívají k rozvoji kulturních a kreativních průmyslů. Estonsko investuje množství financí ze SF do kulturní infrastruktury s cílem posílit regionální konkurenceschopnost a cestovní ruch. Dále disponuje množstvím programů pro rozvoj lidských zdrojů (školení nezaměstnaných ve vývoji produktů a podnikání v oblasti řemesel) a digitální společnosti (zhruba 2 mil. € pro digitalizaci kulturního dědictví a přístup veřejnosti k digitálnímu obsahu). Estonské ministerstvo kultury a Estonská kulturní nadace také podporují kulturní a kreativní průmysly a uchovávání unikátních kulturních výrazů prostřednictvím několika regionálních programů. Roku 2010 estonská vláda přijala zákon umožňující alokování 1 % rozpočtu z výstavby veřejných budov na akvizice uměleckých a designových objektů k obohacení veřejného prostoru.

Estonsko je též velmi aktivní v navazování mezinárodních kontaktů. Přeshraniční spolupráce je důležitá pro sdílení příkladů dobré praxe a rozvíjení již ověřených metodik a programů na podporu kulturních a kreativních průmyslů. Estonsko spolupracuje s Evropskou komisí, Finskem, Švédskem, Norskem, Islandem, Dánskem, Německem, Polskem, Litvou, Lotyšskem a Ruskem na vytvoření Severního partnerství pro kulturu (Northern Dimension Partnership on Culture; NDPC). Jeho hlavním cílem je stát se ústředním bodem pro sítě, projekty a další kulturní aktivity severní oblasti a podporovat spolupráci kulturních aktérů a firem.

SHRNUTÍ

Estonsko, Litva a Lotyšsko patří mezi menší členské státy, jež se začaly intenzivně zajímat o koncept KKP a možnosti jejich strategické podpory velmi záhy po svém vstupu do Evropské unie v roce 2004. Významnou roli pro začlenění KKP do vládní politiky sehrála ve všech třech zemích organizace British Council. Estonsko v roce 2006 iniciovalo mezi vládní součinnost na téma KKP ve spolupráci s Lotyšskem, Litvou a Finskem. Série ročních zpráv *Kreativní průmysly v Estonsku, Lotyšsku a Litvě 2010, 2011* je koordinovaným projektem, který analyzuje přístup k rozvoji kreativních odvětví a podává přehled o jejich nejnovějším vývoji v pobaltských státech. Tato koordinace nicméně nezajistila společný přístup k vymezení KKP, takže není možné jednoduše ekonomický výkon těchto tří zemí srovnávat. Všechny tři země přijaly strategie pro podporu KKP či založily speciální odbory pro KKP na kulturních ministerstvech. Významným faktem je, že na strategiích pro KKP též na vládní úrovni spolupracují napříč ministerstvy.

Ukázkovým příkladem využití SF je Estonsko, které zahrnuje podporu kreativních průmyslů do Národní strategie pro evropské strukturální fondy v letech 2007–2013. Podpora kreativních průmyslů je jednou ze sedmi prioritních oblastí vedle internacionalizace, inovace, přístupu k financím, vytváření nových podniků, znalostního a technologického transferu a rozvoje turismu. Podpora KKP je zaměřena zejména na podporu podnikání. Opatření na podporu KKP jsou koordinována v úzké spolupráci ministerstva kultury a ministerstva hospodářství a dopravy. Vedle obecných podpůrných opatření, z nichž úspěšně čerpají i KKP, byl též vytvořen specifický program pro podporu infrastruktury, včetně kreativních inkubátorů, hubů a center. V roce 2009 rovněž Enterprise Estonia zahájila integrovaný program pro zvýšení povědomí nazvaný Creative Estonia, jehož hlavním cílem je propagace kreativního podnikání a kreativity ve společnosti.

3.6 Německo

Kulturní a kreativní průmysly na německém území byly již popsány ve studii Marcela Krause *Kulturní a kreativní průmysl v Německu*⁵⁶ s tím, že byla rozšířena o kapitolu *Využití strukturálních fondů pro podporu KKP (2007–2012)*.

VYMEZENÍ

Kulturní a kreativní průmysly v Německu zahrnují ty podniky, které jsou převážně orientovány na vykazování zisku a zabývají se tvorbou, produkcí, zprostředkováním anebo mediálním šířením kulturních nebo kreativních statků a služeb (SÖNDERMANN A KOL. 2009). Do tohoto odvětví spadají takové aktivity, které se zabývají tvorbou, produkcí, distribucí nebo mediálním šířením kulturních anebo kreativních produktů či služeb. Důležitým kritériem je příslušnost jeho aktérů k soukromému sektoru s převážující orientací na zisk a hospodářskou soběstačnost. Mezi kulturní a kreativní průmysly nespádají zařízení, podniky nebo spolky, které jsou financovány z veřejných rozpočtů, poplatků anebo obecných zdrojů, tedy instituce veřejného sektoru. Z toho důvodu se na německé kulturní a kreativní průmysly orientuje především hospodářská politika, kdežto kulturní politika je vnímá jako součást komplexnější kulturní infrastruktury země (KRAUS 2012a, s. 13–14). Tato hospodářská odvětví se skládají ze dvou subsektorů: kulturních průmyslů a kreativních průmyslů (tabulka 14). Ty obsahují jedenáct dílčích trhů. Do subsektoru kulturních průmyslů patří devět dílčích trhů a do subsektoru kreativních průmyslů dva

56 KRAUS, M. (2012a): *Kulturní a kreativní průmysl v Německu*. Institut umění – Divadelní ústav, Praha. Dostupné [on-line] na: <http://www.idu.cz/cs/kulturni-a-kreativni-prumysly-v-nemecku-narodohosp> [cit. 15. 11. 2013].

dílčí trhy (tabulka 14). Kategorie *Ostatní* je určena zvláštním statistickým potřebám nebo novým hospodářským aktivitám, jež se v průběhu času mohou v rámci politiky EU objevit (např. výroba mincí, provozování zoologických zahrad, fotolaboratoře).

Tabulka 14: Dílčí trhy KKP v Německu

SEKTOR SUBSEKTORY DÍLČÍ TRHY	KULTURNÍ A KREATIVNÍ SEKTOR			
	I. Kulturní průmysl		II. Kreativní průmysl	
	1.	Hudební průmysl	10.	Reklamní trh
	2.	Knížní trh	11.	Trh softwaru a počítačových her
	3.	Trh výtvarného umění		
	4.	Filmový průmysl		
	5.	Televizní a rozhlasový trh		
	6.	Trh scénického umění		
	7.	Trh designu		
	8.	Trh architektury		
	9.	Trh s tiskem		
	(*)	Ostatní ¹		

Poznámka: ¹ Do statistického členění je přidána kategorie *Ostatní*, která slouží k zvláštním potřebám statistického šetření, popř. umožní pozdější přidání nového dílčího trhu.

Zdroj: *Enquetekommission* 2007.

Spojujícím elementem jednotlivých kulturních a kreativních trhů je tzv. tvůrčí akt. Tvůrčím aktem se rozumí veškeré umělecké, literární, kulturní, hudební, architektonické a tvůrčí obsahy, produkty a služby, jež tvoří ekonomický výstup jedenácti dílčích trhů.

Následující tabulka (tabulka 15) předkládá aktuální verzi členění kulturních a kreativních ekonomických činností podnikatelského sektoru z ledna 2012 se znázorněním procentuálního odhadu podílu u jednotlivých sledovaných veličin (podnikatelé s daňovou povinností, obrat, zaměstnanci a miniúvazky).

Tabulka 15: Podíly vybraných ukazatelů německých KKP

KÓD NACE A SKUPINY KKP		PODÍL (V %)			
		PODNIKATELÉ S DAŇOVOU POVINNOSTÍ ¹	OBRAT ²	ZAMĚST- NANCI ³	MINI- ÚVAZKY ⁴
Nakladatelství a vydavatelství					
58.1	vydávání knih, periodických publikací a ostatní vydavatelské činnosti	100	100	100	100
58.2	vydávání softwaru	100	100	100	100
Filmový průmysl a hudební vydavatelství					
59.1	činnosti v oblasti filmů, videozáznamů a televizních programů	100	100	100	100
59.2	pořizování zvukových nahrávek a hudební vydavatelské činnosti	100	100	100	100
Televizní a rozhlasový trh					
60	tvorba programů a vysílání	100	100	40	40
Software a počítačové hry					
62.0	poskytování služeb v oblasti informačních technologií	39	39	47	50
Architektura					
71.1	architektonické a inženýrské činnosti	29	18	18	26
Reklama					
73.1	reklamní činnosti	100	100	100	100
Design					
74.1	specializované návrhářské činnosti	100	100	100	100
74.2	fotografické činnosti	100	100	100	100
74.3	překladatelské a tlumočnické činnosti	100	100	100	100
Umělecké činnosti					
90.0	kreativní, umělecká a zábavní činnost	100	100	38	60
Knihovny a muzea					
91.0	knihovny, archivy, muzea, botanické a zoologické zahrady	100	100	8	8
Výroba šperků a hudebních nástrojů					
32.1	výroba klenotů, bižuterie a příbuzných výrobků	100	100	100	100

KÓD NACE A SKUPINY KKP		PODÍL (V %)			
		PODNIKATELÉ S DAŇOVOU POVINNOSTÍ ¹	OBRAT ²	ZAMĚSTNANCI ³	MINI-ÚVAZKY ⁴
32.2	výroba hudebních nástrojů	100	100	100	100
Obchodování s uměním					
47.6	maloobchod výrobky pro kulturní rozhled a rekreaci ve specializovaných prodejnách	89	75	83	96

Poznámky: Německé KKP zahrnují pouze subjekty financované z více než 50 % trhem.

¹ Podnikatel s daňovou povinností = roční obrat větší než 17 500 €. ² Obrat = daň z přidané hodnoty na výstupu, tedy daň z vykonávání dodávek a jiných výkonů za úplatu (DPH).

³ Zaměstnanci = zaměstnanci na plný i částečný úvazek s povinností platit sociální pojištění, bez miniúvazků. ⁴ Miniúvazky = příjem do 400 €/més. a vedlejší úvazky.

Zdroje: SÖNDERMANN 2012b: Statistische Anpassung der Kultur- und Kreativwirtschaft in Deutschland, s. 9. Dostupné [on-line] na: http://www.kulturwirtschaft.de/wp-content/uploads/2011/01/Kurzanleitung-KKW_20120124.pdf [cit. 30. 8. 2013]. – CZ-NACE 2008; Český statistický úřad, Klasifikace ekonomických činností CZ-NACE.

Složení jedenácti tržních odvětví kulturních a kreativních průmyslů podle kódů WZ 2008 (DE-NACE) z ledna 2012 je předloženo v tabulce č. 16.

Tabulka 16: Statistické členění KKP v Německu dle NACE

DE-NACE	EKONOMICKÉ ČINNOSTI
Hudební průmysl	
90.03.1	skladatelská a aranžérská činnost
90.01.2	balety, orchestry, kapely a sbory
59.20.1	nahrávací studia
59.20.2	vydávání zvukových nosičů
59.20.3	vydavatelství hudebnin
90.04.1	divadelní a koncertní pořadatelství
90.04.2	operní a činoherní provozy, koncertní haly a další zařízení
90.02	podpůrné činnosti pro scénická umění
47.59.3	maloobchod hudebními nástroji a hudebninami
47.63	maloobchod audio- a videozáznamy
32.2	výroba hudebních nástrojů

DE-NACE	EKONOMICKÉ ČINNOSTI
Knížní trh	
90.03.2	spisovatelská činnost
74.30.1	překladačské činnosti (bez tlumočnických činností)
58.11	vydávání knih
47.61	maloobchod knihami
47.79.2	antikvariáty
18.14	vázání (knih) a související činnosti
Trh výtvarného umění	
90.03.3	výtvarná činnost
47.78.3	maloobchod uměleckými předměty, obrazy a výtvarnými potřebami (cca 20 %)
91.02	činnosti muzeí (jen obrat muzejních obchodů)
47.79.1	maloobchod starožitnostmi
Filmový průmysl	
90.01.4	jevištní, televizní, filmové a rozhlasové umělci na volné noze a další performativní umělci
59.11	filmová a televizní produkce
59.12	postprodukce filmů a filmová technika
59.13	půjčovny filmů a distribuce
59.14	promítání filmů (kina)
47.63	maloobchod audio- a videozáznamy
77.22	pronájem videokazet a disků
Rozhlasový a televizní trh	
90.03.5	novinářská a fotografická činnost pro tisk
60.10	příprava, realizace, výroba a vysílání rozhlasových pořadů
60.2	příprava, realizace, výroba a vysílání televizních pořadů
Trh scénického umění	
85.52	umělecké vzdělávání a taneční školy
90.01.1	divadelní společnosti
90.01.3	artisté a cirkusové skupiny
90.01.4	jevištní, televizní, filmové a rozhlasové umělci a další performativní umělci
90.02	podpůrné činnosti pro scénická umění
90.04.1	divadelní a koncertní pořadatelství
90.04.2	operní, činoherní a muzikálové provozy, koncertní haly a další zařízení
90.04.3	varieté a malá divadla
Trh designu	
74.10.1	industriální, produktový a módní design
74.10.2	grafický a komunikační design
74.10.3	design interiérů a uspořádání vnitřních prostor
71.11.2	architektonická studia pro vnitřní architekturu
73.11	tvorba reklamy (odhadem 50 %)
32.12	výroba klenotů a příbuzných výrobků
74.20.1	fotografové

DE-NACE	EKONOMICKÉ ČINNOSTI
Trh architektury	
71.11.1	architektonická studia nadzemních staveb
71.11.2	architektonická studia interiérové architektury
71.11.3	architektonická studia místního, regionálního a zemského územního plánování
71.11.4	architektonická studia zahradní a krajinné architektury
90.03.4	restaurátorské činnosti
Trh s tiskem	
90.03.5	novinářská a fotografická činnost pro tisk
63.91	činnosti zpravodajských tiskových kanceláří a agentur
58.12	vydávání adresářů a jiných seznamů
58.13	vydávání novin
58.14	vydávání časopisů a ostatních periodických publikací
58.19	ostatní vydavatelské činnosti (<i>bez softwaru</i>)
Trh reklamy	
73.11	činnosti reklamních agentur
73.12	zastupování médií při prodeji reklamního času a prostoru
Trh softwaru a počítačových her	
58.21	vydávání počítačových her
58.29	ostatní vydávání softwaru (<i>bez počítačových her</i>)
62.01.1	vývoj a programování internetových prezentací
62.01.9	ostatní vývoj softwaru
62.02	zpracování softwaru
Ostatní	
91.01	činnosti knihoven a archivů
91.03	provozování kulturních památek, historických staveb a obdobných turistických zajímavostí
91.04	činnosti botanických a zoologických zahrad, přírodních rezervací a národních parků
74.30.2	tlumočnické činnosti
74.20.2	činnosti fotografických laboratoří
32.11	ražení mincí
32.13	výroba bižuterie a příbuzných výrobků

Poznámky: Německé KKP zahrnují pouze subjekty financované z více než 50 % trhem. Zařazeno i do jiných dílčích trhů.

Zdroj: SÖNDERMANN 2012b, s. 4.

EKONOMICKÝ PŘÍNOS

Tabulka 17: Makroekonomické ukazatele KKP v Německu (2009–2011)

KATEGORIE	2009	2010	2011	ZMĚNA 2010*/2011
Počet podnikatelů ¹ (v tis.)				
kulturní a kreativní průmysly (KKP)	238,0	240,0	244,0	2,0 %
podíl KKP na národním hospodářství	7,6 %	7,6 %	7,5 %	–
Obrat (v mld. €)				
kulturní a kreativní průmysly (KKP)	134,3	137,3	143,4	4,4 %
podíl KKP na národním hospodářství	2,7 %	2,6 %	2,6 %	–
Počet zaměstnanců ² (v tis.)				
kulturní a kreativní průmysly (KKP)	723,0	720,0	740,0	2,7 %
podíl KKP na národním hospodářství	2,6 %	2,6 %	2,6 %	–
Počet výdělečně činných ³ (v tis.)				
kulturní a kreativní průmysly (KKP)	704,0	714,0	711,0	-0,4 %
podíl KKP na národním hospodářství	6,2 %	6,2 %	6,9 %	–
Hrubá přidaná hodnota (HPH; v mld. € ⁴)				
kulturní a kreativní průmysly (KKP)	61,5	61,4	62,4	2,2 %
podíl KKP na HDP	2,6 %	2,5 %	2,4 %	–
HDP	2374,5	2496,2	2592,6	3,9 %

Poznámky: * Odhady/předběžné údaje. ¹ Podnikatelé s daňovou povinností od 17 500 € ročního obratu a více. ² Zaměstnanci s povinností platit sociální pojištění na plný a částečný úvazek, avšak bez zaměstnanců na miniúvazek a bez vedlejších úvazků. ³ Výdělečně činní zahrnují: podnikatele s daňovou povinností (OSVČ) a zaměstnance s povinností sociálního pojištění. Dalších minimálně 280 tis. osob je zaměstnáno formou miniúvazků bez povinnosti platit sociální pojištění. ⁴ Odhady HPH čerpají z aktualizovaného šetření provedeného v roce 2011.

Zdroj: SÖNDERMANN 2012a.

Německé kulturní a kreativní průmysly jsou v rámci německé národní ekonomiky silným hospodářským sektorem. K hrubé přidané hodnotě (HPH) přispěly trhy KKP v roce 2011 více než 62 mld. €, což činilo 2,4 % celkového výkonu německé ekonomiky (tabulka 17: Makroekonomické ukazatele KKP v Německu /2009–2011/). Trhy KKP nabízejí na 740 tis. pracovních míst a v jejich rámci působí 244 tis. podnikatelů. Jejich obrat činil 143 mld. €. Podle údajů za léta 2010 a 2011 se počet zaměstnanců zvýšil o 2,7 %, čímž význam KKP pro ekonomiku země dále stoupl.

STRATEGICKÁ PODPORA**Iniciativa spolkové vlády pro podporu kulturních a kreativních průmyslů**

Pro podporu konkurenceschopnosti sektoru KKP v Německu byla roku 2007 založena spolkovou vládou Iniciativa pro podporu kulturních a kreativních průmyslů.⁵⁷ Financována je z rozpočtu Spolkového ministerstva průmyslu a technologií a je spoluorganizována Spolkovým úřadem pro kulturu a média. V roce 2010 spolková vláda podpořila tuto iniciativu 4,18 mil. €. Iniciativa se zasazuje o podporu čtyř klíčových opatření:

- I. zakládání a podporu kulturních a kreativních podniků
- II. síťování uvnitř KKP i vně
- III. podporu inovačního potenciálu plynoucí z činnosti KKP
- IV. podporu exportu KKP

Dále se politická podpora zaměřuje na čtyři průřezová témata zasahující do všech výše uvedených oblastí:

- i. zprostředkování informací a poradenství
- ii. výzkumnou a analytickou činnost
- iii. tvorbu podpůrných programů a modelových projektů
- iv. tvorbu rámcových legislativních opatření

Iniciativa koordinuje síť regionálních center⁵⁸, která jsou provozována prostřednictvím Racionalizačního a inovačního centra (RKW) v Eschbornu. Po celém Německu je tak k dispozici síť osmi regionálních center zajišťujících poradenství pro jednotlivce, mikro-podniky a malé a střední podniky z oblasti kulturních a kreativních průmyslů. V praxi jsou podporována tato opatření:

- etablovat KKP jako samostatné a rostoucí hospodářské odvětví a posílit jeho konkurenceschopnost
- zavést národohospodářský monitoring za účelem sestavení ročních přehledů o vývoji v sektoru KKP
- pokračovat v započatém dialogu o struktuře, výzvách, jakož i v potřebách jednotlivých trhů KKP
- zlepšit hospodářské propojení mezi trhy KKP

⁵⁷ Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie. Dostupné [on-line] na: <http://www.kultur-kreativ-wirtschaft.de> [cit. 28. 11. 2013].

⁵⁸ Dostupné [on-line] na: <http://www.kultur-kreativ-wirtschaft.de/KuK/Navigation/Initiative/kompetenzzentrum.html> [cit. 28. 11. 2013].

- vystavět sítě mezi aktéry KKP pro lepší informovanost např. o možnostech financování či o podpoře při zakládání firem
- zrevidovat a popř. přizpůsobit dosavadní programy podpory (hospodářské, technologické, regionální atd.), aby z nich mohli být podporováni i podnikatelé z oblasti KKP
- zjednodušit přístup k cizímu kapitálu zvláště pro osoby samostatně výdělečně činné a pro malé podnikatele z oblasti KKP
- vylepšit přístup k programům podpory zahraničního obchodu pro prezentaci potenciálu KKP v zahraničí
- udržet sociální pojištění pro umělce a dále je stabilizovat
- vyvíjet legislativu pro autorská práva v rámci digitálních médií pro zachování rovnováhy mezi autorem a konzumentem

Aktivita a podpora kulturních a kreativních průmyslů na úrovni spolkových zemí⁵⁹

Téměř každá spolková země má k dispozici podpůrné finanční instrumenty pro kulturní oblast ve formě stipendií, finanční spoluúčasti na projektech aj. Stále více zemí poskytuje specializované informační služby pro kulturní a kreativní odvětví za účelem posílení jejich podnikatelských kompetencí. Formami podpory mohou být informační brožury, přednášky a také zakládání vlastních iniciativ jako v případě spolkových zemí Berlín a Severní Porýní-Vestfálsko.

Pro kvalifikaci podnikatelů v kulturní oblasti jsou k dispozici i další zařízení či nabídky poskytované a financované spolkovými zeměmi, jako např. Kulturní kancelář Severního Porýní-Vestfálska, Kulturní nadace Svobodného státu Sasko nebo Kulturní management – konzultace a poradenství v Hamburku.

Následující aktivity jsou nejvýznamnějšími podpůrnými projekty zaměřenými na lokální sektor kulturních a kreativních průmyslů (KKP), jež jsou v působnosti jednotlivých spolkových zemí:

- Bádensko-Württembersko: *Kreativní země Bádensko-Württembersko*
- Berlín: *Projekt Budoucnost*

Příspěvkem do oblasti kulturního a kreativního trhu a trhu informačních technologií byla výstavba sítě podnikatelských kontaktů za podpory Evropského fondu regionálního rozvoje (ERDF). Uskutečněna byla Mediální a filmovou společností B-W, s. r. o., jakožto nositelem projektu s názvem *Kreativní země Bádensko-Württembersko*.

Berlínský *Projekt Budoucnost* vedený Senátním výborem pro hospodářství, technologie a ženy podporuje informační a komunikační technologie a kreativní hospodářství již od

⁵⁹ SÖNDERMANN, M. (2012a): *Monitoring zu ausgewählten wirtschaftlichen Eckdaten der Kultur- und Kreativwirtschaft 2011*. BMWI. Berlin, s. 96.

roku 1997. Tato zemská iniciativa optimalizuje podmínky pro růst dílčích trhů KKP, vyvíjí strategie a podporuje nejrůznější projekty. Pořádáním akcí a vydáváním publikací iniciuje dialog s veřejností a propojuje kontakty mezi aktéry z průmyslové, vědecké a politické oblasti.

- Brémy: *Podpora hospodářství v Brémách*

Z pověření Svobodného hanzovního města Brémy je za oblasti kreativního průmyslu a médií z hlediska jejich vývoje, posilování a konkurenceschopnosti odpovědná firma Podpora hospodářství v Brémách, s. r. o. Podporovaným formátem je Klub dialog, který slouží především k propojování aktérů této oblasti.

- Hamburk: *Hamburská kreativní společnost*

Hamburská kreativní společnost je založena městem a slouží k podpoře hamburského kreativního hospodářství. Tento iniciační a informační servis zkoumá možnosti podpory jak klasických kulturních programů, tak i programů na podporu hospodářství. Tato společnost funguje jako zprostředkovatel a poradce při problémech spojených s podnikáním. Věnuje se rozšiřování perspektivy, zaplňování vědomostních mezer, pomáhá překonávat byrokratické překážky a obecně přispívá k vylepšování podnikatelské situace jednotlivých kreativců v Hamburku. Nabízí vzdělávací akce a poradenství pro začínající firmy.

- Hesensko: *Kulturní a kreativní průmysly v Hesensku*

Hesenské ministerstvo hospodářství založilo internetovou platformu určenou pro podnikatele, osoby svobodného povolání, začínající společnosti, iniciativy, komuny a pro další zájemce, kterým prezentuje existující možnosti podpory včetně kontaktů na odpovědné partnery. Dále jsou zde k dispozici příklady dobrých praxí, odkazy na relevantní síť v Hesensku a na aktuální informace z oblasti KKP.

- Severní Porýní-Vestfálsko: *CREATIVE.NRW – Klastř kulturních a kreativních průmyslů*
- Severní Porýní-Vestfálsko předložilo jako první spolková země zprávu o kulturním a kreativním hospodářství již v roce 1992. Ta významně ovlivnila diskusi o tomto tématu jak na národní, tak i mezinárodní úrovni. Strategii pro podporu kulturních a kreativních průmyslů v této zemi je tzv. clustermanagement. Pod značkou *CREATIVE.NRW* byly po celé zemi založeny platformy pro podporu KKP. Ministerstvo pro hospodářství, energetiku, stavebnictví, bydlení a dopravu Severního Porýní-Vestfálska nabízí na vlastních internetových stránkách informace o jednotlivých trzích KKP, poradenství, podporu, klastrové zprávy a informace o regionálních projektech⁶⁰.

- Porýní-Falc: *Umělecké, kulturní a kreativní hospodářství*

V rámci rýnsko-falckého rozvojového plánu *Zukunftinitiative Rheinland-Pfalz* (ZIRP) je kladen důraz na kreativitu jako lokální faktor. V řadě workshopů v letech 2009 a 2010 byly

analyzovány možnosti úspěchů a potřeby v prosazování kreativních jednání. Výsledky byly představeny veřejnosti a nadále jsou diskutovány možnosti jejich prosazení.

- Sasko: *Země služeb Sasko – kulturní průmysly*

Tato platforma slouží jako místo setkání sektoru služeb s jeho zákazníky, kde jsou shromažďovány informace o možnostech podpory a financování. Podpora kulturních průmyslů je ze zákona o kulturním prostoru Saska vnímána jako povinný úkol okresních a komunálních samospráv.

- Sasko-Anhaltsko: *Kreativní hospodářství Saska-Anhaltska*

Investiční a marketingová společnost Saska-Anhaltska (IMG) spravuje z pověření Zemského ministerstva průmyslu a práce informační portál pro aktéry KKP. On-line nabídka obsahuje zprávy a informace o akcích a dále data i fakta o kulturním a kreativním sektoru v zemi. Své nabídky zde mohou prezentovat kreativní podnikatelé, poradci nebo školitelé.

- Sársko: *Tematický portál kreativního sektoru*

Vedle regionálních údajů a informací z oblasti KKP tento portál nabízí poradenství pro oblast Sársko.⁶¹

VYUŽITÍ STRUKTURÁLNÍCH FONDŮ PRO PODPORU KKP (2007–2012)⁶²

Protože je kultura v Německu chápána jako horizontální téma, ve většině spolkových zemí jsou zapojena do realizace operačních programů ministerstva kultury a/nebo vědy prostřednictvím mezisektorových pracovních skupin. Odpovědnost za kreativní průmysly je v rukou ministerstva ekonomiky na základě skutečnosti, že od roku 2007 existuje na úrovni federální vlády společná iniciativa federálního ministerstva ekonomiky a technologie a federálního komisaře pro kulturu a média. Administrativní systém pro koncepci a realizaci programů SF v Německu v souvislosti s kulturou představuje velmi rozmanitou a komplexní strukturu. Z celkového rozpočtu SF na léta 2007–2013 (ve výši 25,5 mld. € z ESF i ERDF) bylo oficiálně alokováno na oblast kultury 258 mil. €, což představuje 1 % celkového rozpočtu. Finance jsou určeny především na ochranu a uchování kulturního dědictví (143 mil. €), rozvoj kulturní infrastruktury (86 mil. €) a další kulturní služby (29 mil. €). Nicméně tato částka neodpovídá skutečné výši dotací, které plynou na oblast kultury a kreativních průmyslů. Jak bylo zjištěno u konkrétních regionálních operačních programů, některé spolkové země mají alokováno vyšší procento na oblast kultury (např. Bavorsko a Sársko 4,9 %, Hamburk 4,7 %, Severní Porýní-Vestfálsko 5,3 %), některé země naopak nemají alokovány žádné prostředky (Brandenburgsko, Sasko, Dolní Sasko). Tematické cíle a klíčové aktivity

⁶¹ Dostupné [on-line] na: <http://www.saarland.de/kreativwirtschaft.htm> [cit. 28. 11. 2013].

⁶² Následující text je shrnutím studie: DUMCKE, C. (2012): *Culture and the Structural funds in Hungary*. European Expert Network on Culture (červen).

⁶⁰ Dostupné [on-line] na: <http://creative.nrw.de> [cit. 28. 11. 2013].

operačních programů neodkazují explicitně na oblast kultury nebo kreativních průmyslů. Tematická priorita 3 cíle konvergence nicméně zahrnuje odkaz na využití potenciálu kulturní infrastruktury a cestovního ruchu a tematické priority 1 a 3 cíle regionálního rozvoje obsahují odkaz na podporu technické, sociální a kulturní infrastruktury.

V případě tematických priorit, jako jsou rozvojové znalostní a inovační strategie, posílení konkurenceschopnosti podniků, optimalizace lidského kapitálu, zvýšení zaměstnanosti, je důležité zmínit, že v dokumentech není odkaz na oblast kultury a kreativní průmysly, což svědčí o tom, že v době vytváření strategických dokumentů nebyl význam kultury a jejího přínosu ještě rozpoznán.

Operační programy v Německu jsou až na výjimky řízeny a administrovány spolkovými zeměmi. Tato skutečnost ovlivňuje individuální přístup jednotlivých zemí k vytyčení cílů na základě místních potřeb. Kultura ani kreativní průmysly nejsou konkrétně zmiňovány v daných programových dokumentech, nicméně v rámci realizace programů bylo podpořeno množství projektů z oblasti kultury i kreativních průmyslů, avšak na základě rozdílných strategií. Kultura a kreativní průmysly jsou podporovány operačními programy v rámci velmi rozmanitých tematických cílů a tato podpora není na první pohled zjevná. Další problém spočívá v tom, že podpora institucionalizované kultury je v gesci ministerstva kultury, zatímco strategie na podporu kreativních průmyslů jsou realizovány ministerstvem ekonomiky.

Studie nabízí přehled o využití prostředků z ESF a ERDF ve třech regionech.

Berlín

Berlín se strategicky chopil mnoha příležitostí, jak využít finance pro podporu kultury a kreativity. V rámci samostatného berlínského operačního programu Posílení mezinárodní konkurenceschopnosti a atraktivity Berlína byla oblast kultury a kreativních průmyslů velmi silně zastoupena. Na základě první berlínské zprávy o kreativních průmyslech z roku 2005 vznikla spolupráce ekonomického a kulturního odboru a byly vytvořeny specifické programy směřující k rozvoji Berlína jako kreativního města. Opatření se týkala posilování kapacit, síťování a klastrových iniciativ, rozvoje mechanismů finanční podpory a investic do fyzické infrastruktury. Zpráva *Kreativní průmysly v Berlíně – rozvoj a potenciál* z roku 2008 poskytuje komplexní informace o kreativních průmyslech Berlína a jejich rozvoji od roku 2000. Odbor pro ekonomiku, technologii a výzkum realizuje několik programů spolufinancování projektů podpořených SF, jakými např. jsou *Projekt Zukunft*⁶³, který přispívá v oblasti médií, informačních a komunikačních technologií a kreativních průmyslů a jehož cílem je jejich propojení s výzkumnou, politickou a manažerskou strukturou. Ve

63 Dostupné [on-line] na: <http://www.berlin.de/projektzukunft> [cit. 28. 11. 2013].

spolupráci s Berlínskou investiční bankou⁶⁴ vzniklo několik opatření pro podporu kreativních průmyslů, jakými jsou kupř. Centrum kreativního koučování⁶⁵, fond rizikového kapitálu Kreativwirtschaft či mikrokreditní fondy⁶⁶. V roce 2010 bylo investováno 82 mil. € v rámci komunikačního, mediálního a kulturněpolitického klastru v Berlíně.⁶⁷

V rámci odboru pro kulturní aktivity je realizováno několik dalších programů, spolufinancovaných ze SF. Jejich cílem je posílit roli umělců, tvůrců a interpretů jakožto tvůrců obsahů kreativních průmyslů, podpořit jejich zaměstnatelnost prostřednictvím vzdělávacích programů a investovat do veřejné městské kulturní infrastruktury. Z fondu ERDF jsou financovány čtyři programy: kulturní investiční program (29,6 mil. €), knihovní investiční program (6,7 mil. €), vzdělávací program pro představitele kreativních průmyslů (3 mil. €) a INP inovační program (3 mil. €). Celkový rozpočet těchto programů činí 45,7 mil. € a jeho podíl na celkovém financování z ERDF v Berlíně je 4,6 %. V rámci ESF existují dva programy: *Lernort Kultur* a *Kvalifikace v kulturních průmyslech*; jedná se o podpůrné programy počáteční profesní orientace v oblasti kultury a posílení celoživotního učení prostřednictvím základních kompetencí. Celkový rozpočet obou programů dosahuje 7,6 mil. € a jeho podíl na celkovém financování z ESF v Berlíně činí 2,4 %. Financování z ERDF je navázáno na zvýšení turistického potenciálu Berlína a zlepšení veřejné kulturní infrastruktury. Financování z ESF pomáhá podpořit projekty zaměřené na profesní orientaci a posílení rozvoje klíčových kompetencí prostřednictvím vzdělávacích aktivit.

Dolní Sasko

Podporu kreativních průmyslů v Dolním Sasku má na starosti ministerstvo ekonomiky, zaměstnanosti a dopravy, které přispívá KKP třeba propagací možností využití již existujících programů na podporu MSP, pomocí klastrování a síťování, posílením podnikatelských dovedností. Kultura, která je v gesci ministerstva vědy a kultury, disponuje dvěma programy spolufinancovanými ze SF. Jedná se o program *Kino a média* s rozpočtem 3,8 mil. € a program *Kulturní dědictví* s rozpočtem 58 mil. €.

64 Dostupné [on-line] na: <http://www.ibb.de/desktopdefault.aspx/tabid-424> [cit. 28. 11. 2013].

65 Dostupné [on-line] na: <http://tcc-berlin.de/kcc.phtml> [cit. 28. 11. 2013].

66 Dostupné [on-line] na: <http://www.ibb.de/desktopdefault.aspx/tabid-29/> [cit. 28. 11. 2013].

67 Viz dostupné [on-line] na Kulturförderbericht Berlin 2011 a <http://www.creative-city-berlin.de/en> [cit. 28. 11. 2013].

Sasko-Anhaltsko

V Sasku-Anhaltsku jsou věnována na kulturně zaměřené projekty dvě strategická opatření pod správou ministerstva kultury. V rámci prioritní osy směřované na podnikatelskou ekonomickou infrastrukturu existuje *Kulturní investiční program (KIP)* zacílený na podporu infrastrukturních projektů a udržitelných konceptů kulturního cestovního ruchu. Jako součást prioritní osy zaměřené na udržitelný rozvoj měst včetně vzdělávací infrastruktury existuje program kulturního vzdělávání – *ProKultur*, zacílený na podporu kulturněvzdělávacích projektů, rozvoj sítí a zlepšení technických předpokladů. Oba programy čerpají rozpočet 32,6 mil. €, který převyšuje deklarované 1 % na kulturu z ERDF pro spolkové země. V roce 2012 byl v přípravné fázi program *Dobrovolně společenský rok kultury (FSJ Kultur)*, který má být spolufinancován z ESF. V rámci obecné inovační strategie podpořilo ministerstvo vědy a ekonomiky několik programů s využitím SF.⁶⁸ Hlavní oblasti programu zahrnují založení internetové platformy⁶⁹, rozvoj kontaktních míst a regionálních konzultačních kanceláří a založení pracovních prostor pro představitele kreativních průmyslů (jako třeba Mitteldeutsches Multimedia Zentrum Halle⁷⁰, Design Haus Halle⁷¹) s cílem podpořit informovanost, síťování a výzkum. Několik programů regionální investiční banky⁷² je otevřeno pro podniky z kreativních oblastí. Specifické programy jako např. ProMI a ImpulsMedia poskytují podporu regionálnímu mediálnímu a filmovému průmyslu. Projekt *Businessarte*⁷³ nabízí podnikatelské a obchodní poradenství a další služby absolventům univerzit regionu.

V Německu jsou SF využívány na podporu kultury a kreativních průmyslů především pro posílení regionálního rozvoje. Existují specifické strategie a programy pro města, regiony a spolkové země. Výdaje na kulturně zaměřené projekty převyšují původně alokované částky. Z ERDF je financováno nejvíce projektů z oblasti kulturního dědictví v souvislosti s rozvojem cestovního ruchu a vytvářením infrastruktury a služeb v souvislosti se zvyšováním místní atraktivit. Z ESF jsou nejvíce podporovány projekty celoživotního učení, zaměstnanosti, kreativního podnikání. Příjemce podpory lze nalézt jak v oblasti umění a kultury, tak i v sektorech kreativních průmyslů. Nicméně i autorka studie pokládá rozpoznání potenciálu kulturně založených opatření za nedostatečné a podceňované. Za

pozitivní fakt pak považuje propojení kulturního a ekonomického rozměru rozvojových koncepcí. Mnoho regionů vytvořilo strategické aliance různých forem napříč sektory, více-sektorové pracovní skupiny, ad hoc skupiny partnerů z ekonomických, kulturních a dalších odborů uvnitř a napříč ministerstvy či dalšími správními orgány. Tyto aliance představují hybnou sílu pro rozvoj kulturních a kreativních průmyslových strategií na místní, regionální a národní úrovni.

SHRNUTÍ

Německo přistupuje k vymezení i podpoře KKP velmi systematicky. Do KKP zahrnuje pouze podniky, které jsou převážně orientovány na generování zisku, a vylučuje subjekty, jež jsou financovány z veřejných rozpočtů. Díky tomuto zúženému vymezení je strategická podpora KKP součástí hospodářské politiky. Kulturní politika se pak zaměřuje na podporu především veřejných subjektů a neziskových aktivit. Pro podporu konkurenceschopnosti KKP byla v Německu v roce 2007 založena spolkovou vládou Iniciativa pro podporu kulturního a kreativního průmyslu, která je financována z rozpočtu Spolkového ministerstva průmyslu a technologií a je spoluorganizována Spolkovým úřadem pro kulturu a média. Iniciativa podporuje kulturní a kreativní podniky, jejich síťování, inovace založené na kreativitě a export. V rámci iniciativy existuje síť regionálních center. Kromě toho téměř každá spolková země disponuje strategií a podpůrnými opatřeními na podporu KKP.

Pokud jde o využití SF, ve většině spolkových zemí jsou zapojena do realizace operačních programů ministerstva kultury anebo vědy prostřednictvím mezisektorových pracovních skupin. Odpovědnost za kreativní průmysly je pak v rukou ministerstva hospodářství. Administrativní systém pro koncepci a realizaci programů SF v Německu v souvislosti s kulturou představuje velmi rozmanitou a komplexní strukturu. Finance jsou určeny zejména na ochranu a uchování kulturního dědictví, rozvoj kulturní infrastruktury a další kulturní služby. V podkladových dokumentech SF většinou chybí odkaz na oblast kultury a kreativní průmysly, což svědčí o tom, že v době vytváření strategických dokumentů nebyl význam kultury a KKP ještě rozpoznán. Nicméně lze identifikovat množství projektů zaměřených na podporu KKP financovaných ze SF.

68 Dostupné [on-line] na: <http://www.sachsen-anhalt.de/index.php?id=29264> [cit. 28. 11. 2013].

69 Dostupné [on-line] na: <http://www.kreativ-sachsen-anhalt.de> [cit. 28. 11. 2013].

70 Dostupné [on-line] na: <http://mmz-halle.de> [cit. 28. 11. 2013].

71 Dostupné [on-line] na: <http://designhaushalle.de> [cit. 28. 11. 2013].

72 Dostupné [on-line] na: <http://www.ib-sachsen-anhalt.de> [cit. 28. 11. 2013].

73 Dostupné [on-line] na: http://hoffmann-und-partner.de/cms/front_content.php?idart=10 [cit. 28. 11. 2013].

3.7 Rakousko

Tato kapitola čerpá v částech nastiňujících vymezení a ekonomický přínos ze studie Marcela Krause *Kreativní průmysl v Rakousku*⁷⁴ a z příkladového projektu týkajícího se analýzy využití SF uvedeného v příručce *Jak strategicky využívat evropské podpůrné programy včetně strukturálních fondů* (2013).

VYMEZENÍ

Podle páté zprávy o rakouských kreativních průmyslech jsou do této oblasti zahrnuty ty podnikatelské subjekty, které jsou orientovány na zisk a zabývají se tvorbou, produkcí a (mediální) distribucí kreativních a kulturních produktů nebo služeb (*Fünfter Österreichischer Kreativwirtschaftsbericht* 2013, s. 139⁷⁵). Rakouský přístup ke kreativním průmyslům se od první zprávy neustále vyvíjí. První dvě zprávy o kreativních průmyslech (2003 a 2006) ještě zohledňovaly všechny tři sektory: vedle soukromého i veřejný a intermediární⁷⁶. Třetí zpráva (2008) zahrnovala již jen ty aktéry, jejichž nabídka se vyznačovala „originalitou, individuální kreativitou a zaměřením na zákazníky“. Čtvrtá zpráva (*Vierter Österreichischer Kreativwirtschaftsbericht* 2010, s. 39⁷⁷), stejně jako zpráva pátá a prozatím poslední (2013), obsahuje přepracovanou definici kreativních průmyslů na základě nové statistiky rakouských ekonomických činností NACE (tabulka 18).

Tabulka 18: Dílčí trhy KKP v Rakousku

OBLASTI	TRHY
1. Architektura	architektonické kanceláře
2. Design	textilní designéři, šperkaři, grafici atd.

74 KRAUS, M. (2012b): *Kreativní průmysl v Rakousku*. Institut umění – Divadelní ústav, Praha. Dostupné [on-line] na: <http://www.idu.cz/media/document/kp-v-rakousku.pdf> [cit. 21. 11. 2013].

75 Dostupné [on-line] na: http://www.kulturdokumentation.org/download/5KWB-web_2.pdf [cit. 21. 11. 2013].

76 Do intermediárního a veřejného sektoru patří všechny aktivity a subjekty, které nesledují komerční cíle. K soukromému sektoru naproti tomu patří všechny ekonomické činnosti, které vykazují zisk z tvorby, produkce, distribuce nebo šíření uměleckých či kreativních děl a služeb a jsou plátcí daně z obrátu (DPH).

77 Dostupné [on-line] na: http://www.creativwirtschaft.at/document/4_Kreativwirtschaftsbericht-kurz-deutsch_Web.pdf [cit. 21. 11. 2013].

OBLASTI	TRHY
3. Hudba, knihy a umělecké činnosti	maloobchod knihami, hudebními nástroji a uměleckými díly nahrávací studia umělecké a výtvarné vyučování umělecké a spisovatelské činnosti
4. Rozhlas a televize	rozhlasová a televizní podnikatelé
5. Software a počítačové hry	programování IT-sloužby vydávání počítačových her a dalšího softwaru
6. Vydavatelství	vydávání knih, časopisů, novin aj.
7. Video a film	výroba a zpracování filmů a televizních programů kina
8. Reklama	tvorba a rozšiřování reklamy
9.* Knihovny, muzea, botanické a zoologické zahrady	knihovny, muzea, botanické a zoologické zahrady

Poznámka: * Do čtvrté zprávy o rakouském kreativním průmyslu není tato oblast již zahrnuta.

Zdroj: *Vierter Österreichischer Kreativwirtschaftsbericht* 2010, s. 41. Dostupné [on-line] na: <http://m.bmwfj.gv.at/Presse/AktuellePresseMeldungen/Documents/Vierter%20Kreativwirtschaftsbericht.pdf> [cit. 3. 9. 2013].

Rakouská aktualizovaná definice kreativních průmyslů byla ovlivněna výstupy z konference německých ekonomických ministrů, jež vychází ze studie Evropské komise. Tím, že rovněž Švýcarsko přebralo téměř kompletně definici německou, bylo docíleno možnosti srovnání těchto sektorů alespoň v německy hovořících zemích. Rozdíly v národní kategorizaci ekonomických činností NACE však neumožňují 100% jednotu obsahu dílčích trhů kreativních průmyslů. Celkově jsou nicméně pozorovány stejné sektory, ač mnohdy jinak seskupené do statistických jednotek NACE (tabulka 19).

Tabulka 19: Vymezení kreativních průmyslů v Rakousku dle NACE

NACE 2008	EKONOMICKÉ ČINNOSTI
Architektura	
71.11.0	architektonické kanceláře
Design	
74.10.0	ateliéry textilního, šperkařského, grafického a dalšího designu
Hudba, knihy a umělecké činnosti	
47.59.1	maloobchod hudebními nástroji a hudebninami
47.61.0	maloobchod knihami
47.78.9	maloobchod uměleckými předměty (19% podíl ze statistické jednotky ostatní maloobchod; bez starožitností a spotřebního zboží)
59.20.0	zvuková studia, výroba rozhlasových příspěvků, vydávání zvukových nosičů, vydávání hudebnin
85.52.1	taneční školy
85.52.9	ostatní umělecká vyučování
90.01.0	scénická umění
90.02.0	podpůrné činnosti pro scénická umění
90.03.0	umělecká tvorba a spisovatelská tvorba
90.04.0	provozování kulturních zařízení
Rozhlas a televize	
60.10.0	provozovatelé rozhlasových stanic
60.20.0	provozovatelé televizních stanic
Trh softwaru a počítačových her	
58.21.0	vydávání počítačových her
58.29.0	ostatní vydávání softwaru
62.01.0	programovací činnosti
62.02.0	poradenské služby v oblasti informačních technologií
62.09.0	poskytování ostatních služeb v oblasti informačních technologií
Vydavatelství	
58.11.0	vydávání knih
58.12.0	vydávání adresářů a jiných seznamů
58.13.0	vydávání novin
58.14.0	vydávání časopisů a ostatních periodických publikací
58.19.0	ostatní vydavatelské činnosti
Video a film	
59.11.0	produkce filmů, videozáznamů a televizních programů
59.12.0	postprodukce filmů, videozáznamů a televizních programů
59.13.0	půjčovny a distribuce filmů, videozáznamů a televizních programů
59.14.0	kina

NACE 2008	EKONOMICKÉ ČINNOSTI
Reklama	
73.11.1	tvorba reklamy
73.11.2	šíření reklamy
73.12.0	zastupování médií při prodeji reklamního času a prostoru
Knihovny, muzea, botanické a zoologické zahrady	
91.01.0	činnosti knihoven a archivů
91.02.0	činnosti muzeí
91.03.0	provozování kulturních památek, historických staveb a obdobných turistických zajímavostí
91.04.0	činnosti botanických, zoologických zahrad a přírodních parků

Zdroj: *Fünfter Österreichischer Kreativwirtschaftsbericht* 2013, s. 139–140. Dostupné [on-line] na: http://www.kulturdokumentation.org/download/5KWB-web_2.pdf [cit. 2. 9. 2013].

EKONOMICKÝ PŘÍNOS

Aktéři kreativních průmyslů dosáhli v roce 2010 obratu kolem 18,2 mld. €, což bylo oproti roku 2008 sice o 1 % méně, ovšem v rámci celého hospodářství (5 %) tento propad nebyl tak markantní (*Fünfter Österreichischer Kreativwirtschaftsbericht* 2013, s. 11). Hrubá přidaná hodnota činila 6,9 mld. €, což odpovídá téměř 3 % přidané hodnoty rakouského hospodářství. Do kreativních průmyslů lze zařadit každého desátého podnikatele v Rakousku. Roku 2013 bylo identifikováno přibližně 38 400 podnikatelských jednotek, jež tvoří více než 10 % všech podniků. Nabízeno bylo na 130 500 pracovních míst (4% podíl na celkovém hospodářství), z čehož 93 100 osob bylo činných v závislých povoláních.

Mezi tři nejvýkonnější oblasti rakouských kreativních průmyslů patřila podle zprávy v roce 2010 co do HPH oblast softwaru a počítačových her s 2180 mil. €, následovaná sektorem hudby, knih a uměleckých činností ve výši 1588 mil. € a reklamním trhem s téměř 1 mld. € (983 mil.).

Tabulka 20: Makroekonomické ukazatele kreativních průmyslů v Rakousku (2010)

DÍLČÍ TRH	PODNIKY	VÝDĚLEČNĚ ČINNÍ	Z TOHO ZÁVISLÉ ČINNOSTI	VÝSLEDEK HOSPO-DÁŘSKÉ ČINNOSTI (V MIL. €)	HPH V NÁKLADĚ NA VÝROBNÍ ČINITELE (V MIL. €)
Architektura	5535	14 924	9466	1561	790
Design	1398	2183	762	135	63
Hudba, knihy a umělecké činnosti	11 355	33 532	21 537	3529	1588
Rozhlas a televize	84	4964	4915	1245	437
Software a počítačové hry	8746	35 667	27 899	4594	2180
Vydavatelství	969	9793	9049	2324	728
Video a film	1721	5695	4080	680	229
Reklama	8605	23 713	15 409	4164	983
Kreativní průmysl	38 413	130 471	93 117	18 232	6998

Zdroj: *Fünfter Österreichischer Kreativwirtschaftsbericht* 2010, s. 28. Dostupné [on-line] na: http://www.kulturdokumentation.org/download/5KWB-web_2.pdf [cit. 2. 9. 2013].

STRATEGICKÁ PODPORA

Kreativním průmyslům je věnována v poslední době zvýšená pozornost, což dokládá i množství výzkumných studií a zpráv. Jedná se o pět zpráv o kreativních průmyslech na národní úrovni (viz výše) a studie o městech Vídní, Linci, Štýrském Hradci a dalších, stejně jako o regionech Burgenlandsko, Dolní Rakousko, Horní Rakousko, Štýrsko, Voralbersko a Tyrolsko.

V posledních letech vzniklo několik podpůrných programů na federální úrovni, které jsou spravovány různými agenturami:

- Iniciativa *Evolve* pro podporu inovací v oblasti kreativních průmyslů federálního ministerstva hospodářství, rodiny a mládeže započala svou činnost v roce 2008. Ve spolupráci s ARGE *creativ wirtschaft austria* (cwa)⁷⁸ a *Austria Wirtschaftsservice* (AWS)⁷⁹ měla k dispozici do roku 2013 rozpočet ve výši 25 mil. €. Iniciativa nabízí služby v oblasti vzdělávání a odborné přípravy, poradenství a síťování. Dále spravuje program *Impulse* podporující experimentální vývoj produktů z oblasti kreativních průmyslů a jejich uvedení na trh.

⁷⁸ Dostupné [on-line] na: <http://www.creativwirtschaft.at> [cit. 21. 11. 2013].

⁷⁹ Dostupné [on-line] na: <http://www.awsg.at> [cit. 21. 11. 2013].

- Počínaje rokem 2014 Rakouská módní asociace přebírá grantový federální program i grantový program na podporu módy města Vídně. Asociace bude podporovat rakouský módní design prostřednictvím propagačních akcí. Jejím cíle je posílit mezinárodní konkurenceschopnost, zvyšovat povědomí a posílit módní trh na národní i mezinárodní úrovni.
- Od roku 2004 je podporován export produktů a služeb kreativních průmyslů prostřednictvím *Außenwirtschaft Österreich* (AWO⁸⁰; agentura zahraničního obchodu) a Rakouské obchodní komory (WKO)⁸¹. Od roku 2004 bylo podpořeno téměř 100 mezinárodních projektů a více než 1 tis. rakouských firem z oblasti designu, architektury, hudby, módy, výtvarného umění, multimediální a filmové tvorby bylo poskytnuto poradenství v souvislosti s jejich působením ve dvaceti zemích na pěti kontinentech.
- Cílem pracovní skupiny *creativ wirtschaft austria* (cwa) při Rakouské komoře práce je hájit zájmy rakouských kreativních průmyslů na národní, evropské i mezinárodní úrovni. Aktivity zahrnují:
 - rozvoj dovedností s cílem podpořit ekonomický úspěch kreativních lidí prostřednictvím konkrétních služeb a síťování podniků a zprostředkovatelů
 - zastupování zájmů kreativních průmyslů, informování a zvyšování povědomí
 - výzkum a zviditelnění úspěchů kreativních odvětví

Důležité iniciativy se odehrávají též na úrovni spolkových zemí a jednotlivých měst.

- *Departure - Kreativní agentura města Vídně*

Agentura byla založena v roce 2003 městem Vídní jako první rakouské nezávislé a servisní centrum pro podporu podnikání v kreativních odvětvích s cílem podporovat podniky kreativních průmyslů ve Vídni. Finanční dotace jsou poskytovány na základě výběrových řízení a od svého založení podpořila 402 projektů (z 1751 žádostí) částkou 25,4 mil. € v rámci 76 různých programů především v oblastech módy, hudby, designu, nakladatelského průmyslu, trhu s uměním a architektury.

Mezi programy např. patří:

- *Classic* – podpora inovací, a to v oblasti rozvoje podnikání, marketingu a prodejních strategií
- *New Sales* – podpora provozu, prodeje a získávání nových zákazníků
- *Pioneer* – podpora zakládání nových podniků
- *Experts* – podpora expertních poradenských služeb⁸²

⁸⁰ Dostupné [on-line] na: <http://www.awo.org> [cit. 21. 11. 2013].

⁸¹ Dostupné [on-line] na: <https://www.wko.at> [cit. 21. 11. 2013].

⁸² Dostupné [on-line] na: <http://www.departure.at/de> [cit. 21. 11. 2013].

- *VINCI – Vouchery pro kreativní průmysly*

Projekt byl realizován v Salcburku v roce 2012 jako jeden z pilotních projektů Evropské aliance kreativních průmyslů⁸³, která je financována Evropskou unií. V Rakousku projekt realizovala organizace AWS s finanční podporou federálního ministerstva ekonomiky, rodiny a mládeže. V rámci projektu obdrželo dvacet malých a středních podniků z oblasti kreativních průmyslů dotaci po 5 tis. € na realizaci inovativních projektů. Na základě výsledků tohoto pilotního projektu rakouské federální ministerstvo pokračovalo v realizaci projektu s tím, že převzalo koncept financování a poskytlo 300 voucherů rakouským firmám. Na základě velké poptávky byl v únoru 2013 zdvojnásoben rozpočet na přidělení 600 voucherů v hodnotě 3 mil. €, které byly rozděleny během roku 2013. Na rok 2014 ministerstvo plánuje vyhodnocení programu⁸⁴.

- *CreativeDepot – iniciativa Rakouské hospodářské komory*

Projekt zahájený v roce 2009 spočívá v existenci on-line databáze děl všech žánrů (fotografie, poezie, open-source software, blogy atd.), které jsou nahrány za účelem ochrany a zviditelnění autorských práv.⁸⁵

- *AustriaDesignNet – otevřená platforma pro design*

V roce 2012 nejdůležitější rakouské designové iniciativy založily společnou platformu s cílem společně prezentovat rakouský design na mezinárodních akcích a lépe koordinovat aktivity. Platforma je podporována ministerstvem ekonomiky, rodiny a mládeže a AWS.⁸⁶

- *Filmstandort Austria (FISA, Filmová lokace Rakousko)*

Ministerstvo ekonomiky, rodiny a mládeže zahájilo v roce 2011 iniciativu na podporu rakouského filmového průmyslu (pobídky pro zahraniční produkce).⁸⁷

Další iniciativy na podporu kreativních průmyslů se uskutečňují na úrovni spolkových zemí. Patří mezi ně např. *Zentrum für Kreativwirtschaft Burgenland*⁸⁸, *Creative Industries Styria (CIS)*⁸⁹, *Creative Region Oberösterreich*⁹⁰, *Create Standortagentur Tirol*⁹¹, *Hafen 11 Kreativwirtschaft in Klagenfurt*⁹².

⁸³ Dostupné [on-line] na: <http://www.howtogrow.eu/ecia> [cit. 21. 11. 2013].

⁸⁴ Dostupné [on-line] na: <http://www.howtogrow.eu/ecia/project/vinci> [cit. 21. 11. 2013].

⁸⁵ Dostupné [on-line] na: <https://www.creativdepot.at> [cit. 21. 11. 2013].

⁸⁶ Dostupné [on-line] na: <http://www.austriadesign.net> [cit. 21. 11. 2013].

⁸⁷ Dostupné [on-line] na: <https://www.filmstandort-austria.at> [cit. 21. 11. 2013].

⁸⁸ Dostupné [on-line] na: <http://www.kreativwirtschaft.net> [cit. 21. 11. 2013].

⁸⁹ Dostupné [on-line] na: www.cis.at [cit. 21. 11. 2013].

⁹⁰ Dostupné [on-line] na: <http://creativeregion.org> [cit. 21. 11. 2013].

⁹¹ Dostupné [on-line] na: <http://www.standort-tirol.at> [cit. 21. 11. 2013].

⁹² Dostupné [on-line] na: <http://www.kreativwirtschaft-klagenfurt.at> [cit. 21. 11. 2013].

VYUŽITÍ STRUKTURÁLNÍCH FONDŮ PRO PODPORU KKP (2007–2013)

Rakouské spolkové ministerstvo vzdělání, umění a kultury zadalo studii *Kreativní motor regionálního rozvoje: Projekty v oblasti umění a kultury a strukturální fondy EU v Rakousku*⁹³. Její hlavní poznatky jsou pozoruhodné. S rakouskou účastí bylo v období let 2007–2010 schváleno 534 projektů v rámci regionálních programů podporovaných EU. Celkový objem jejich rozpočtu na projekty dosahuje 139 mil. €, z toho 78,8 mil. € je z fondů ERDF, ESF a EAFRD, což je více než 56 %. Částka 78,8 mil. € na projekty v oblasti KKP představuje podíl 5,7 % z celkové sumy 1,38 mld. € schválené pro všechny regionální programy EU v Rakousku na léta 2007–2010. Z těchto prostředků byla určitá část rozdělena na projekty, které mají pro KKP okrajový význam; podíl na projekty s ústředním významem pro KKP činí 3,15 %, tj. 43,5 mil. €. Tyto podíly překonávají očekávání uvedená v úvodu k této studii, protože dotace ze zvláštních programů EU pro oblast kultury a médií přidělené Rakousku byly výrazně nižší: do roku 2010 bylo z programu pro oblast médií a kultury dotováno 230 projektů v celkové částce 21,8 mil. €. V rámci regionálních programů tedy bylo mnoho kulturních projektů realizováno, nicméně jako kulturní nebyly často uznány, protože kulturní oblast je stále v kontextu regionálního rozvoje prakticky „neviditelná“ a přes jistý základ nebyl její potenciál zatím v plném rozsahu využit. V Rakousku je využíváno 25 regionálních vývojových programů. Co se týká oblasti KKP, největší podíl představují přeshraniční projekty dotované z ERDF (215) a vedoucí projekty (Leader Projects, 149) z fondu EAFRD, zatímco ESF je využíván jen v omezeném rozsahu. Podrobnější analýza ukazuje, že podle studie je 83 % projektů z oblasti umění a kultury a pouze 17 % z oblasti KKP. KKP v Rakousku tudíž nyní využívají regionální programy rozvoje stále relativně málo. Mezi projekty v oblasti umění a kultury je sice kulturní dědictví nejrozsáhlejší tematickou oblastí, ale projekty napříč oblastmi, to znamená projekty kulturních iniciativ a center v oblasti vzdělávání, dalšího vzdělávání, mezinárodní kulturní výměny a velké akce nebo festivaly, jsou také běžné, což je slibnou skutečností, protože to je základem pro větší podporu současného umění a kultury v budoucnu. Jedním z hlavních zjištění studie je, že regionální politika může dosáhnout svých cílů pouze tehdy, pokud bere v úvahu a podporuje všechny společenské podseky – KKP a jejich vedlejší účinky na jiné sektory. Pro vytvoření lepších předpokladů musí být KKP v budoucnu mnohem lépe integrovány do evropských směrnic a cílů a do regionálních operačních programů.

⁹³ *Jak strategicky využívat evropské podpůrné programy včetně strukturálních fondů (2013). Český překlad strategické příručky expertní pracovní skupiny členských států EU Otevřeně metody koordinace pro kulturní a kreativní průmysly. Evropská komise. Brusel, s. 25, 26.*

SHRNUTÍ

Rakousko se věnuje KKP již od roku 2003, kdy vyšla první zpráva o kreativních průmyslech. Po vzoru Německa se i Rakousko postupně přiklonilo k vymezení KKP, které zahrnuje subjekty s převažujícím podílem tržních (ziskových) aktivit. Kromě celostátních pravidelných zpráv o KKP bylo zpracováno i množství studií o KKP v konkrétních městech a spolkových zemích. Na federální úrovni je realizováno několik podpůrných programů: *Evolve* pro podporu inovací v KKP, *Impulse* podporující experimentální vývoj produktů KKP a jejich uvedení na trh, program pro podporu módního průmyslu, program podpory exportu produktů a služeb kreativních průmyslů. Důležité iniciativy se odehrávají též na úrovni spolkových zemí a jednotlivých měst. Ukázkový příklad strategické podpory KKP na úrovni měst představuje program města Vídně *Departure*. Pokud jde o využití SF, Rakousko je jedinou zemí z uvedených v této studii, která si nechala vypracovat podrobnou analýzu využití SF pro oblast umění a kultury. Podle této analýzy bylo 83 % podpořených projektů z oblasti umění a kultury a pouze 17 % z oblasti KKP. Mezi projekty v oblasti umění a kultury je sice kulturní dědictví nejrozsáhlejší tematickou oblastí, ale projekty kulturních iniciativ a center v oblasti vzdělávání, mezinárodní kulturní výměny a velké akce nebo festivaly jsou také běžné, což je slibnou skutečností, protože to je základem větší podpory současného umění a kultury v budoucnosti. Analýza do budoucna doporučuje, aby regionální politika pro dosažení cílů zvýšení konkurenceschopnosti a zaměstnanosti vzala do úvahy a podporovala všechny KKP i jejich pozitivní dopady na další odvětví.

3.8 Španělsko

VYMEZENÍ

Ve Španělsku byl v roce 2011 přijat vládní *Plán pro podporu kulturních a kreativních průmyslů*, který oproti předchozím strategickým materiálům rozšířil svůj záběr i o kreativní průmysly, avšak stále neexistuje oficiální definice kulturních a kreativních průmyslů. Plán nicméně zabírá širší sektorů vymezených *Zelenou knihou* (EK 2010), a zaměřuje se tedy na oblast filmu, výtvarného umění, kulturního dědictví, scénických umění, televize, rádia, hudby, knih a tisku a nová odvětví úzce související s inovacemi a kreativitou, jako jsou design, móda, architektura, reklama, nová média, videohry a interaktivní umění.

Studie z roku 2012 *Kreativní průmysly ve Španělsku: první přehled* (Las industrias creativas en España: una panorámica⁹⁴) podává informace o tomto odvětví, a zaplňuje tak mezeru na poli dosud velmi sporadického výzkumu v této oblasti (BOIX & LAZZARETTI 2011, s. 181).

94 Dostupné [on-line] na: http://www.kulturklik.euskadi.net/wp-content/uploads/2012/07/09_BOIX.pdf [cit. 15. 11. 2013].

Za zmínku stojí, že do španělských kreativních průmyslů je zařazena i oblast výzkumu a vývoje, a to v oblasti přírodních, technických, společenských a humanitních věd.

Statistické složení kreativních průmyslů je pak k dispozici níže (tabulka 21).

Tabulka 21: Ekonomické činnosti kreativních průmyslů ve Španělsku dle NACE

ES-NACE	EKONOMICKÉ ČINNOSTI
73.1	Reklamní činnosti a služby s tím související
71.1	Architektonické a inženýrské činnosti
47.77.9	Maloobchod uměním a starožitnostmi
901	Řemeslná výroba
74.1	Specializované návrhářské činnosti
14	Oděvní průmysl
15.11	• výroba oděvů
15.2	• činnosti a úprava usní (vyčiněných kůží); zpracování a barvení kožehin
15.2	• výroba obuvi
59.1	Činnosti v oblasti filmů, videozáznamů a televizních programů
18.2	Hudba a hudební studia
59.2	• rozmnožování nahraných nosičů
59.2	• pořizování zvukových nahrávek a hudební vydavatelské činnosti
90 ¹	Živé umění
	• divadlo, tanec, opera, cirkus, festivaly, živá zábava, nezávislí umělci, spisovatelé a umělci
74.2	Fotografické činnosti
18.1	Tisk a činnosti související s tiskem
58.1	Vydávání knih, periodických publikací a ostatní vydavatelské činnosti
60.1	Rozhlas a televize
60.2	• činnosti související s pevnou telekomunikační sítí
60.2	• činnosti související s bezdrátovou telekomunikační sítí
58.21	Software, videohry a elektronické publikování
58.29	• vydávání počítačových her
62.01	• ostatní vydávání softwaru
62.02	• programování
62.02	• poradenství v oblasti informačních technologií
91	Kulturní dědictví a památky (činnosti knihoven, archivů, muzeí a jiných kulturních zařízení)
–	Interaktivní média (zahrnuto v softwaru, videohrách a elektronickém publikování)
–	Ostatní výtvarné umění/malířství a sochařství (zahrnuto v živém umění)
–	Agentury autorského práva

ES-NACE	EKONOMICKÉ ČINNOSTI
91 ² 93 ²	Kulturní cestovní ruch a rekreační služby • činnosti knihoven, archivů, muzeí a jiných kulturních zařízení • sportovní, zábavní a rekreační činnosti
32.1 32.2 32.4	Šperky, hudební nástroje, hračky a hry (kromě videoher) • výroba klenotů, bižuterie a příbuzných výrobků • výroba hudebních nástrojů • výroba her a hraček
72.1 72.2	Výzkum a tvůrčí rozvoj • výzkum a vývoj v oblasti přírodních a technických věd • výzkum a vývoj v oblasti společenských a humanitních věd

Poznámky: ¹ Jen část položky (nespecifikováno, pozn. autora). ² Jen velmi malá část jednotky (nespecifikováno, pozn. autora).

Zdroj: BOIX & LAZZERETTI 2011, s. 188. Dostupné [on-line] na: http://www.kulturklik.euskadi.net/wp-content/uploads/2012/07/09_BOIX.pdf [cit. 27. 8. 2013].

EKONOMICKÝ PŘÍNOS

Podle studie bylo přibližně 6 % španělských zaměstnanců, tedy přes 1 288 000 osob, v roce 2007 činných v kreativních průmyslech. Roku 2008 dosáhly kreativní průmysly s více než 57 mld. € 5,7 % HPH.

Z tabulky vyplývá (tabulka 22), že architektonické a inženýrské činnosti (1,2 % HPH) těsně následované knihami a tiskem (1,1 % HPH) obsazují společně s audiovizuálními médii a multimédií, reprodukovanou hudbou, rozhlasem a televizí (0,9 % HPH) první tři příčky co do podílu na HPH španělské ekonomiky v roce 2008. Stejně oblasti kreativních průmyslů se umístily i v ukazatelích podílu zaměstnanosti v roce 2007.

Tabulka 22: Makroekonomické ukazatele kreativních průmyslů ve Španělsku

OBLAST	HPH (2008)		ZAMĚSTNANOST (2007)	
	V MIL. €	PODÍL NA HPH (V %)	V TIS. €	PODÍL NA ZAMĚSTNANOSTI (V %)
Architektonické a inženýrské činnosti	11 931	1,20	271,2	1,30
Knihy a tisk	11 426	1,15	248,9	1,26
Audiovizuální média a multimédia Film, video, reprodukováná hudba, rozhlas a televize	8671	0,87	153,7	0,81
Software	7180	0,72	123,3	0,65
Reklama	4146	0,42	75,1	0,39
Výtvarné umění	2912	0,29	71,8	0,38

OBLAST	HPH (2008)		ZAMĚSTNANOST (2007)	
	V MIL. €	PODÍL NA HPH (V %)	V TIS. €	PODÍL NA ZAMĚSTNANOSTI (V %)
Oděvní průmysl (oděvy, obuv a kožené zboží)	2384	0,24	105,2	0,53
Kulturní dědictví, archivy a knihovny	1820	0,18	48,9	0,26
Scénická umění	1671	0,17	45,4	0,24
Šperky, hudební nástroje a hračky	1074	0,11	27,2	0,13
Výzkum a vývoj	702	0,07	16,4	0,08
Ostatní ¹	3286	0,33	100,7	0,49
CELKEM	57 203	5,75	1288	6,51

Poznámka: ¹ Ostatní ekonomické činnosti bez dostatečných statistických údajů.

Zdroj: BOIX & LAZZERETTI 2011, s. 194–195. Dostupné [on-line] na: http://www.kulturklik.euskadi.net/wp-content/uploads/2012/07/09_BOIX.pdf [cit. 27. 8. 2013].

STRATEGICKÁ PODPORA

V prosinci 2008 bylo na ministerstvu školství, kultury a sportu založeno Vrchní ředitelství pro strategii kulturních průmyslů a knih (Dirección General de Política e Industrias Culturales y del Libro), které realizovalo původní vládní *Plán na podporu kulturních průmyslů* a nyní pokračuje v realizaci nového plánu z roku 2011 zmíněného v úvodu kapitoly. Současný plán obsahuje tři hlavní linie:

- zlepšení vzdělávání a propagace kreativity
- podporu digitalizace kulturního obsahu
- rozvoj, posílení a internacionalizaci kulturních a kreativních průmyslů a rovněž podporu neziskových subjektů

Plán podtrhuje klíčovou roli malých a středních podniků jako jádra kulturních a kreativních průmyslů a zabývá se jedním z hlavních problémů, kterým firmy čelí, a to financováním projektů. Jedním z opatření plánu jsou kapitálové granty k podpoře modernizace, inovace a technologické adaptace kulturních společností a zvýšení legálního kulturního obsahu na internetu a záruk za garance, které jsou zapotřebí k přístupu k dalším financím.

Mezi další opatření plánu spadají:

- nabídky úvěrových produktů pro kulturní průmysly jsou poskytovány ve spolupráci s úvěrovým ústavem a spočívají v dotovaných sazbách pro vytváření nových podniků a profesionálních aktivit a rozvoj investičních projektů již etablovaných malých a středních podniků

- *CreArte Awards* – udílení cen za účelem podpory kreativity a inovace ve státních školách
- *FormArte stipendia* – poskytování stipendií v kulturních institucích spadajících pod ministerstvo školství, kultury a sportu a španělskou katedru v Paříži
- *CULTUREX stipendia* – stipendia pro oblast kulturního managementu v zahraničních kulturních organizacích
- podpora kulturních aktivit v rámci nadací a asociací
- tréninkový program pro kulturní a kreativní podnikání, jenž vznikl ve spolupráci ministerstva školství, kultury a sportu s ústavem pro vytváření a rozvoj podniků a nadací hospodářských komor a který je financován Evropským sociálním fondem v rámci strukturálních fondů
- podpora kulturního cestovního ruchu

Pokud jde o nakladatelský průmysl (knihy a tisk), je vládní prioritou propagace na národní i mezinárodní úrovni a podpora četby a španělské literatury. Současná vláda vyjádřila vůli pokračovat v podpoře nakladatelského průmyslu v souvislosti s jeho přechodem na digitální prostředí prostřednictvím specifických opatření pro modernizaci a digitalizaci a rovněž jednáním v rámci Evropské unie s cílem dosáhnout stejného zdanění pro klasické i digitální knihy bez ohledu na jejich komerční formu. Ministerstvo dále bude podporovat účast španělských nakladatelů na mezinárodních knižních veletrzích a šíření španělské literatury za pomoci sítě zahraničních kulturních center Cervantes a univerzit v Latinské Americe. Za účelem podpory četby byl koncem roku 2012 otevřen Čtenářský dům v Madridu. Nakladatelský průmysl ve Španělsku těží z výjimky ministerské kulturní politiky, která u knih stanovuje fixní ceny, a zákona o četbě, knihách a knihovnách z roku 2007, jenž umožnil vznik Čtenářské a knižní observatoře sledující situaci a vyhlídky digitálních knih ve Španělsku.⁹⁵

Filmový průmysl ve Španělsku byl velmi poškozen ekonomickou krizí: byly sníženy veřejné dotace a též se zvýšila sazba DPH. Na konci roku 2012 byla vytvořena speciální komise na vládní úrovni zahrnující i aktéry z filmového průmyslu s cílem nalézt východisko spočívající ve vytvoření funkčního modelu financování kinematografie s využitím např. příspěvků od televizních společností a zavedením daňových pobídek.

⁹⁵ Dostupné [on-line] na: http://www.mcu.es/libro/docs/MC/Observatorio/pdf/situacion_librodigital_2.pdf [cit. 15. 11. 2013].

VYUŽITÍ STRUKTURÁLNÍCH FONDŮ PRO PODPORU KKP (2007–2013)⁹⁶

Podobně jako Německo je Španělsko s ohledem na čerpání SF rozděleno na 17 autonomních oblastí a dvě autonomní města, která čerpají podporu dle kritérií Evropské komise, to znamená podle výše HDP na jednoho obyvatele. Regionální operační programy čerpající z ERDF obsahují 96 tematických skupin, z nichž tři jsou specificky cíleny na oblast kultury. Jedná se o ochranu a uchování kulturního dědictví, rozvoj kulturní infrastruktury a zlepšení kulturních služeb. Tato témata se však objevují pouze v některých regionálních operačních programech. Celkové výdaje na kulturu byly plánovány ve výši 1 % (asi 347 mil. €), z nichž 78 % je věnováno oblasti kulturního dědictví, 21 % kulturní infrastrukturu a necelé 1 % kulturním službám. Nicméně oblast kultury je možné podpořit i v rámci dalších témat, z nichž je možné uvést kupř. investice do podniků přímo spojených s výzkumem a inovacemi, zakládání nových podniků v rámci univerzit a jiných subjektů, služby občanům, především elektronické služby v oblasti zdraví a veřejné správy, služby malým a středním podnikům, jakými jsou elektronický obchod, služby v oblasti vzdělávání, vytváření sítí, integrované projekty městské a venkovské obnovy a další. V rámci ESF není explicitně kultuře věnována žádná kapitola. Nicméně lze předpokládat, že některé kapitoly potenciálně obsahují možnost podpory kulturních projektů. Jde např. o podporu podnikání, zaměstnanost, sociální inkluzi, zlepšení lidského kapitálu. Z ESF lze tedy podpořit kupř. zvyšování dovedností učitelů v oblasti uměleckého vzdělávání, rozvíjení nových programů na uměleckých univerzitách, neziskový kulturní sektor a další.

Podle názoru autora studie však bylo ze strukturálních fondů investováno především do infrastruktury a pouze malé množství finanční podpory směřovalo na propojení infrastruktury se společností (návštěvnost, marketing, rozvoj nových MSP navázaných na infrastrukturu).

Jako dobrý příklad využití SF na regionální úrovni lze uvést Andalusii, která, ač spadá pod tzv. region konvergence, disponuje poměrně moderní *Strategií pro konkurenceschopnost Andalusie*. Strategie má osm priorit a kultura patří především pod prioritu 5 Městský a místní rozvoj, jež dále zahrnuje pět témat: rozvoj měst, kulturu, cestovní ruch, sport a obchod. Kultura je rovněž zmíněna v prioritě 1 věnované znalostní společnosti a prioritě 2 cílené na podporu podniků. Specifické cíle Regionálního operačního programu Andalusie dokazují správné porozumění potenciálu kultury pro rozvoj regionu. Týkají se:

- podpory aktivní účasti podnikatelů na vytváření bohatství a zaměstnanosti v kulturní oblasti a podpory kultury v oblasti výzkumu a technologických inovací

⁹⁶ Následující text je shrnutím studie: PASCUAL, J. (2012): *Culture and the Structural funds in Spain*. European Expert Network on Culture (červen).

- zlepšení kulturní nabídky měst jako nástroje oživení místní ekonomiky a společnosti s využitím dynamicky se rozvíjejících knihoven, archivů a archeologických míst a rozšiřováním kulturní nabídky obnovou kulturního dědictví
- podpory výstavby a vybavení nových kulturních center
- uchování historického dědictví prostřednictvím preventivní ochrany, spolehlivých metod restaurování a obnovy, které garantují nové způsoby použití
- vytváření sítě znalostních a kulturních informací, podpory otevřeného přístupu na trh práce v kulturních oblastech

Pokud jde o konkrétní projekty, byl v Andalusii podpořen mj. program pro rozvoj prezentace, služeb a produktů svázaný s flamencem na mezinárodních trzích. Program především podpořil prezentaci umělců na mezinárodních festivalech a v menší míře i podpůrné projekty pro firmy, sítě, účast na mezinárodních veletrzích, branding atd.

Podobně i Galicie zmiňuje kulturu v několika prioritách svého programu. Jedná se o prioritu 1 Znalostní společnost, jež naplánovala vytvoření Centra pro výzkum dědictví a kulturních průmyslů ve spolupráci s univerzitami a španělskou klíčovou výzkumnou organizací (CSIC⁹⁷). V rámci stejné priority Galicie předpokládá vytvořit rovné příležitosti v informační společnosti podporou galicijské kulturní identity. Kultura se objevuje i v prioritě 5 věnované místnímu a městskému udržitelnému rozvoji (kulturní dědictví a kulturní infrastruktura). V rámci konkrétní výzvy pro výzkumné projekty oborových technologií byly podpořeny projekty např. na potravinářské technologie, informační a komunikační služby, společnost a kulturu, design a průmyslovou výrobu a materiálové a stavební technologie. Jako zajímavý příklad možnosti využití strukturálních fondů se jeví i projekt financování Centra současného umění (CGAC⁹⁸), které získalo 148 tis. € na nákup děl pro zkvalitnění své sbírky.

Souhrn studie uvádí několik zajímavých zobecňujících zjištění. Například skutečnost, že období španělské „realitní bubliny“ vedlo k vybudování několika kulturních center, která nikdy nebudou otevřena. V mnoha případech zadavatel (místní či regionální vedení) rozhodl investovat prostředky na výstavbu, aniž vzal v úvahu provozní náklady center a analyzoval kulturní dopad nové infrastruktury v rámci existujícího kulturního prostředí. To podle autora představuje vážné riziko plýtvání investic. Takové příklady lze najít téměř ve všech regionech a ve všech kulturních oblastech. Konkrétně lze uvést kupř. výstavbu GAIÁS – kulturní město v Santiagu de Compostela⁹⁹, Centro de Artes Escénicas

– centrum scénických umění v Nijaru¹⁰⁰, umělecké produkční centrum v Getafe na předměstí Madridu nebo divadlo v Torredembaře.

SHRNUTÍ

Ve Španělsku v roce 2008 vznikl na španělském ministerstvu kultury odbor pro strategii kulturních průmyslů a knih, který je odpovědný za realizaci vládního *Plánu pro podporu KKP z roku 2011*. Studie z roku 2012 *Kreativní průmysly ve Španělsku: první přehled* podává první statistický souhrn o těchto odvětvích. Pokud jde o vymezení, stojí za zmínku, že do KKP je zařazena i oblast výzkumu a vývoje a oděvního průmyslu. Plán na podporu KKP podtrhuje klíčovou roli MSP jako jádra KKP a zabývá se též přístupem k financím. Jedním z opatření plánu jsou kapitálové granty k podpoře modernizace, inovace a technologické adaptace kulturních subjektů a zvýšení legálního kulturního obsahu na internetu a záruk za garance, které jsou zapotřebí k přístupu k dalším financím. Plán obsahuje i opatření zaměřená na oblast vzdělávání a kulturního cestovního ruchu. Prioritou ministerstva kultury je též podpora nakladatelského průmyslu.

Strukturální fondy jsou ve Španělsku čerpány prostřednictvím regionálních operačních programů obsahujících množství tematických skupin, z nichž jsou tři specificky zacíleny na kulturu: uchování kulturního dědictví, kulturní infrastrukturu a kulturní služby. Nejvíce financí směřuje do infrastruktury a pouze malé procento na propojení infrastruktury se společností (návštěvnost, marketing, rozvoj nových MSP navázaných na infrastrukturu). Ukázkový příklad využití SF na regionální úrovni ve Španělsku představuje Andalusie, která disponuje poměrně moderní *Strategií pro konkurenceschopnost Andalusie*. V mnohých případech však došlo k plýtvání prostředků. Velké investice do infrastruktury v podobě velkých kulturních center související s obdobím „realitní bubliny“ byly vážným pochybením ze strany zadavatelů, kteří nevzali v úvahu budoucí provozní náklady ani dopad nové infrastruktury v rámci existujícího kulturního prostředí.

3.9 Evropská unie

VYMEZENÍ

Evropská unie, respektive její nejvyšší výkonný orgán Evropská komise, věnuje zvýšenou pozornost konceptu kulturních a kreativních průmyslů zhruba od roku 2006, kdy byla na základě jejího zadání vypracována a publikována studie *Ekonomika kultury*

97 Dostupné [on-line] na: www.csic.es [cit. 18. 11. 2013].

98 Dostupné [on-line] na: <http://www.cgac.org> [cit. 18. 11. 2013].

99 Dostupné [on-line] na: <https://www.cidadedacultura.org> [cit. 18. 11. 2013].

100 Dostupné [on-line] na: www.nijar.es [cit. 18. 11. 2013].

v Evropě (2006)¹⁰¹. Autoři studie vymezili oblasti spadající do sektorů kulturních a kreativních průmyslů následovně:

OBLASTI	ODVĚTVÍ	PODODVĚTVÍ
Oblast tradičního umění	Výtvarné umění	řemesla, malířství, sochařství, fotografie
	Scénická umění	divadlo, tanec, cirkus, festivaly
	Kulturní dědictví	muzea, knihovny, archeologická naleziště, archivy
Oblast kulturních průmyslů	Film a video	
	Televize a rozhlas	
	Videohry	
	Hudba	hudební průmysl, živá hudební vystoupení
	Knihy a tisk	
Oblast kreativních průmyslů	Design	módní průmysl, grafický design, design interiérů, průmyslový design
	Architektura	
	Reklamní průmysl	
Oblast příbuzných odvětví	Výrobci PC, MP3 přehrávačů atd.	
Legenda		
	Kulturní sektor	Kreativní sektor

Obrázek 3: Vymezení kulturních a kreativních průmyslů podle Evropské komise

Zdroj: *Ekonomika kultury v Evropě 2006*.

V roce 2010 vydala Evropská komise dokument s názvem *Zelená kniha Evropské komise o uvolnění potenciálu kulturních a kreativních odvětví*¹⁰², která se vyjadřuje k vymezení kulturních a kreativních odvětví následovně:

„Na evropské úrovni se v rámci pro kulturní statistiky zřízeném v roce 2000 vymezilo osm oblastí (umělecké a architektonické dědictví, archivy, knihovny, knihy a tisk, vizuální umění, architektura, scénické umění, audio- a audiovizuální média/multimédia) a šest funkcí (ochrana, tvorba, produkce, šíření, obchod/prodej a vzdělávání), které ze

¹⁰¹ Dostupné [on-line] na: http://ec.europa.eu/culture/key-documents/doc873_en.htm [cit. 15. 11. 2013].

¹⁰² Dostupné [on-line] na: <http://www.mkr.cz/assets/evropska-unie/dokumenty-rady-evropy/ZELENA-KNIHA---Uvolneni-potencialu-kulturnich-a-tvurcich-odvetvi.pdf> [cit. 15. 11. 2013].

statistického hlediska tvoří ‚kulturní odvětví‘. Tento rámec a definice oblasti působnosti kulturních a kreativních odvětví se v současnosti aktualizují. V této *Zelené knize* jsme aplikovali spíše zobecnující přístup založený na následujících pracovních definicích:

- ‚kulturní odvětví‘ jsou ta odvětví, jež produkují a šíří produkty nebo služby, které se v okamžiku svého vzniku vyznačují určitou povahou, zamýšleným využitím nebo účelem a jež jsou výrazem nebo prostředkem kulturních projevů, a to nezávisle na obchodní hodnotě, již mohou tyto produkty nebo služby mít – kromě tradičních uměleckých odvětví (scénické umění, vizuální umění, kulturní dědictví včetně veřejného sektoru) sem řadíme film, DVD a video, televizi a rozhlas, videohry, nová média, hudbu, knihy a tisk; tento koncept je definován v souvislosti s kulturními projevy v rámci Úmluvy UNESCO o ochraně a podpoře rozmanitosti kulturních projevů z roku 2005
 - ‚kreativní odvětví‘ jsou odvětví, která mají kulturní rozměr a používají kulturu jako vstupní hodnotu, přičemž jejich výstupní hodnota je především funkční – patří sem architektura a design, které integrují tvůrčí prvky do širšího procesu, a také pododvětví jako grafický design, módní návrhářství a reklama
- Na okrajovější úrovni ovlivňuje produkce obsahu rozvoj mnoha dalších odvětví, která jsou tak v určitém rozsahu propojena s kulturními a tvůrčími odvětvími. Řadí se sem mimo jiné turistika a odvětví nových technologií. Tato odvětví však výslovně nespádají do vymezení kulturních a tvůrčích odvětví, jak je používá *Zelená kniha...*“ (*Zelená kniha*, 2010)

European Statistical System Network on Culture (ESSnet Culture)¹⁰³ neboli Evropská síť statistického systému pro kulturu byla ustanovena na základě výzvy Eurostatu v roce 2009, která navázala na setkání pracovní skupiny Evropské komise. Projekt *ESSnet Culture* pod záštitou Eurostatu stanovuje nový evropský rámec pro kulturní statistiky jako základ pro sběr dat v zemích Evropské unie tak, aby bylo možné údaje jednotlivých zemí porovnávat a analyzovat. Zadání zahrnovalo i prozkoumání možnosti užití a rozvoje existujících metod s cílem reflektovat nové potřeby a pokrýt nové relevantní kulturní oblasti. Hlavní výstup práce této sítě představuje *Závěrečná zpráva z roku 2012*¹⁰⁴. Zpráva obsahuje čtyři hlavní kapitoly, které prezentují výstupy práce čtyř pracovních skupin sítě (rámec a definice, veřejné financování a výdaje na kulturu, kulturní průmysly, účast na kultuře

¹⁰³ Pod záštitou agentury Eurostat byla v roce 2009 zřízena síť organizací evropského statistického systému European Statistical System Network on Culture – ESSnet Culture. Dostupné [on-line] na: http://ec.europa.eu/culture/our-policy-development/doc1577_en.htm [cit. 15. 11. 2013].

¹⁰⁴ *Final Report of the ESSnet Culture* (2012). Evropská komise. Dostupné [on-line] na: http://ec.europa.eu/culture/news/20121026-ess-net_en.htm [cit. 15. 11. 2013].

a společenské aspekty), a přichází s celou řadou doporučení. V úvodu zprávy je konstatováno, že data, která mají k dispozici členské státy, nejsou srovnatelná z následujících důvodů:

- existence rozdílných definic a vymezení
- neustálý vývoj kulturní oblasti, který ztěžuje konsenzus a harmonizaci definic
- rozdílnost administrace a systémů získávání dat v rámci EU
- absence centrálního mechanismu na evropské úrovni

Pracovní skupina, která měla na starosti „rámec a definice“, byla koordinována francouzským ministerstvem kultury a komunikace, přičemž jejím úkolem bylo aktualizovat evropský rámec kulturních statistik. Nový evropský rámec je kompatibilní s rámcem UNESCO přijatým v roce 2009 a je vybudován na dvou základních předpokladech: funkci kulturní tvorby a vytváření dat. Konečné vymezení je založeno na pragmatickém přístupu k vytvoření základního výčtu činností podle NACE tak, aby výsledky mohly být srovnávány na úrovni EU.

ESSnet Culture navrhuje aktualizovaný evropský rámec pro kulturní statistiky zahrnující deset kulturních oblastí:

- kulturní dědictví (muzea, historická místa, archeologická naleziště, nehmotné dědictví)
- archivy
- knihovny
- knihy a tisk
- vizuální umění (výtvarné umění, fotografie, design)
- scénická umění (hudba, tanec, divadlo, vícežánrová scénická umění, ostatní živá představení)
- audiovizí a multimédia (film, rádio, televize, video, zvukové nahrávky, multimediaální díla, videohry)
- architektura
- reklama
- umělecká řemesla

...a šest kulturních funkcí:

- tvorba
- produkce/vydávání
- šíření/obchod
- uchovávání
- vzdělávání
- řízení/regulace

K původnímu rámci na úrovni EU (Leadership Group Culture, LEG-Culture) z roku 2000 byly přidány dvě nové oblasti (reklama a umělecká řemesla) a jedna funkce (management/regulace).

ESSnet Culture navrhla rovněž vyloučit některé aktivity ze statistického rámce: software a softwarové aplikace; informační činnosti; zábavní činnosti (hry, hazard, zábavní činnosti) a cestovní ruch; přírodní rezervace, zoologické a botanické zahrady; výrobu ozdobných produktů (keramika, klenoty atd.). ESSnet Culture také navrhla sledovat a sbírat data z 29 čtyřmístných tříd klasifikace ekonomických činností NACE Rev. 2 s tím, že 22 tříd má být považováno za „zcela“ kulturní a sedm za „převážně“ kulturní.

Tabulka 23: Ekonomické aktivity a stupeň jejich kulturnosti dle NACE

TŘÍDY NACE	ZCELA KULTURNÍ	PŘEVÁŽNĚ	ČÁSTEČNĚ
47.61 Maloobchod knihami		x	
47.62 Maloobchod novinami, časopisy a papírnickým zbožím		x	
47.63 Maloobchod audio- a videozáznamy		x	
47.78 Ostatní maloobchod novým zbožím ve specializovaných prodejnách			x
47.79 Maloobchod použitým zbožím v prodejnách			x
47.89 Maloobchod ostatním zbožím ve stáncích a na trzích			x
47.91 Maloobchod prostřednictvím internetu nebo zásilkové služby			x
58.11 Vydávání knih	x		
58.13 Vydávání novin	x		
58.14 Vydávání časopisů a ostatních periodických publikací	x		
58.21 Vydávání počítačových her	x		
59.11 Produkce filmů, videozáznamů a televizních programů	x		
59.12 Postprodukce filmů, videozáznamů a televizních programů	x		
59.13 Distribuce filmů, videozáznamů a televizních programů	x		
59.14 Promítání filmů	x		
59.20 Pořizování zvukových nahrávek a hudební vydavatelské činnosti	x		
60.10 Rozhlasové vysílání	x		
60.20 Tvorba televizních programů a televizní vysílání	x		
63.91 Činnosti zpravodajských tiskových kanceláří a agentur	x		

TŘÍDY NACE	ZCELA KUL- TURNÍ	PŘE- VÁŽNĚ	ČÁS- TEČNĚ
71.11	Architektonické činnosti	x	
73.11	Činnosti reklamních agentur		x
73.12	Zastupování médií při prodeji reklamního času a prostoru		x
74.10	Specializované návrhářské činnosti	x	
74.20	Fotografické činnosti		x
74.30	Překladačské a tlumočnické činnosti		x
74.90	Ostatní profesní, vědecké a technické činnosti j. n.		x
77.22	Pronájem videokazet a disků		x
78.10	Činnosti agentur zprostředkujících zaměstnání		x
79.90	Ostatní rezervační a související činnosti		x
84.11	Všeobecné činnosti veřejné správy		x
84.12	Regulace činností souvisejících s poskytováním zdravotní péče, vzděláváním, kulturou a sociální péčí, kromě sociálního zabezpečení		x
85.31	Sekundární všeobecné vzdělávání		x
85.32	Sekundární odborné vzdělávání		x
85.41	Postsekundární, nikoli terciární vzdělávání		x
85.42	Terciární vzdělávání		x
85.52	Umělecké vzdělávání	x	
85.59	Ostatní vzdělávání j. n.		x
90.01	Scénická umění	x	
90.02	Podpůrné činnosti pro scénická umění	x	
90.03	Umělecká tvorba	x	
90.04	Provozování kulturních zařízení	x	
91.01	Činnosti knihoven a archivů	x	
91.02	Činnosti muzeí	x	
91.03	Provozování kulturních památek, historických staveb a obdobných turistických zajímavostí	x	
93.29	Ostatní zábavní a rekreační činnosti j. n.		x
94.99	Činnosti ostatních organizací sdružujících osoby za účelem prosazování společných zájmů j. n.		x

PŘÍBUZNÉ ČINNOSTI TŘÍDY NACE	ZCELA KUL- TURNÍ	PŘE- VÁŽNĚ	ČÁS- TEČNĚ
18.11	Tisk novin		x
18.12	Tisk ostatní, kromě novin		x
18.20	Rozmnožování nahraných nosičů		x
32.20	Výroba hudebních nástrojů		x

Poznámky: Stupeň kulturnosti tříd NACE – zcela/převážně/částečně – se vztahuje k jejich obsahu ve smyslu popisu zahrnutých činností a produktů. – Celkem 22 „zcela kulturních“ tříd: např. obsah 90.03 NACE „Umělecká tvorba“ pojímá pouze aktivity, které rámec ESSnet Culture považuje za kulturní, proto je celá třída „zcela“ kulturní. Na rozdíl od toho, 74.20 NACE „Fotografické činnosti“ také zohledňují aktivity, které nepovažujeme za kulturní – např. vyvolávání filmů –, a proto je tento NACE pouze „převážně“ kulturní, 47.78 NACE „Ostatní maloobchod novým zbožím ve specializovaných prodejnách“ zahrnuje velmi málo kulturního obsahu, např. činnosti komerčních uměleckých galerií, proto je pouze „částečně“ kulturní. – Příbuzné činnosti jsou průmyslové činnosti, které mají souvislost s kulturou (výroba a tisk umožňují masovou reprodukci kulturního zboží pro konzumaci), nezahrnujeme do základního statistického rámce pro kulturu. – Dohromady 29 činností statistického rámce kultury je vyznačeno modře.

Zdroj: *Final Report of the ESSnet Culture*, Evropská komise, 2012. Dostupné [on-line] na: http://ec.europa.eu/culture/news/20121026-ess-net_en.htm [cit. 3. 9. 2013].

Tabulka 24: Rozdělení kulturních činností dle NACE a podle funkce – produkčního řetězce

FUNKCE	SEZNAM TEORETICKÝCH KULTURNÍCH ČINNOSTÍ	NACE
Tvorba	tvorba literárních děl	90.03
	psaní kulturních článků pro noviny a časopisy	90.03 74.20
	překladačské a tlumočnické činnosti	74.30
	tvorba grafických a sochařských uměleckých děl	90.03
	fotografické činnosti	74.20
	grafický design	74.10
	interiérový design	74.10
	design (pro průmyslové výrobky a módu)	74.10
	tvorba hudebních, choreografických, literárních a dramatických děl	90.01 90.03
	výroba technických zařízení pro živá vystoupení	90.02
	tvorba audiovizuálních děl	59.11
	tvorba multimediálních děl	59.11 90.03
	architektonická tvorba	71.11
	reklamní tvorba	73.11
	umělecko-řemeslná výroba	-

FUNKCE	SEZNAM TEORETICKÝCH KULTURNÍCH ČINNOSTÍ	NACE
Výroba a vydávání	vědecká činnost muzeí (sestavování sbírek)	91.02
	poznání historického dědictví	91.03
	činnosti archivů (organizování sbírek)	91.01
	archivování	91.01
	činnosti knihoven	91.01
	vydávání knih	58.11
	vydávání novin	58.13
	vydávání časopisů	58.14
	kreativní činnost tiskových agentur	63.91
	tvorba výtvarných děl	90.03
	tvorba scénických umění	90.01
	podpůrné činnosti pro tvorbu scénických umění	90.02
	produkce filmů do kin	59.11
	produkce videí a audiovizuálních programů	59.11
	produkce televizních programů	59.11
	vydávání zvukových nahrávek	59.20
	vydávání videí a audiovizuálních programů	59.11
	vydávání multimediálních děl	59.11
	vydávání počítačových her	58.21
produkce rozhlasových programů	60.10	
postprodukční audiovizuální činnosti	59.12	
umělecko-řemeslná tvorba	-	

FUNKCE	SEZNAM TEORETICKÝCH KULTURNÍCH ČINNOSTÍ	NACE
Šíření a obchod	muzejní výstavy	91.02
	jiné časově omezené výstavy	91.02
	tvorba scénografických a muzeografických děl	91.02
	činnosti uměleckých galerií	47.78nc 47.79nc
	konzultace k archivním materiálům	91.01
	půjčování knih v knihovnách	91.01
	pořádání konferencí a akcí (jakékoli kulturní odvětví)	93.29nc
	organizování živých produkcí	90.04
	rezervační služby	79.90nc
	pronájem videokazet a disků	77.22
	promítání filmů	59.14
	rozhlasové vysílání	60.10
	televizní vysílání	60.20
	obchodní aktivity s výtvarným uměním	47.78nc 47.79nc
	maloobchod starožitnostmi	47.79
	maloobchod knihami všeho druhu	47.61
	maloobchod novinami, časopisy a papírnickým zbožím	47.62
	maloobchod fotografickým a optickým zařízením a potřebami	47.78nc 47.79nc
	maloobchod hudebními nahrávkami a videi	47.63
	maloobchod audio- a videozáznamy	47.63
	maloobchod multimédií	47.63 47.41nc
	činnosti reklamních agentur	73.11
	prodej uměleckých řemeslných výrobků	–

FUNKCE	SEZNAM TEORETICKÝCH KULTURNÍCH ČINNOSTÍ	NACE
Ochrana	ochrana kulturních památek a historických staveb	91.03
	ochrana nehmotného dědictví	–
	ochrana činnosti archivů	91.01
	ochrana knihovnických sbírek	91.01
	archeologické činnosti	91.03
	činnosti chránící knihy	91.01
	činnosti chránící časopisy a noviny	91.01
	činnosti chránící výtvarné umění	90.03
	činnosti chránící fotografie	90.03
	restaurování chráněných památek	41.20nc
	restaurování výtvarných děl a muzejních sbírek	90.03
	restaurování knih	–
	restaurování fotografických děl	74.20
	restaurování hudebních nahrávek	–
	restaurování audiovizuálního materiálu	59.12
	aplikovaný výzkum pro kulturní ochranu	72.19nc
	Vzdělávání	umělecké vzdělávání
umělecké vzdělávání pro dospělé		85.59nc
ostatní kulturní vzdělávání		85.52
nezávislé vyučovací činnosti (jakékoli kulturní odvětví)		85.52
činnosti spolků a sdružení na podporu kulturních, rekreačních a zájmových činností		94.99nc
Řízení a regulace	řízení státu	84.11nc 84.12nc
	správa místních orgánů	84.11nc 84.12nc
	správa řízení jiných organizací	94.12nc
	podpůrné činnosti pro správu práv a licencí	59.13 59.20 69.10nc 90.02
	umělečtí agenti	74.90nc

Poznámka: Označení „nc“ – nekulturní NACE (vyjmut z měření kulturních činností) – neidentifikovatelný jako NACE.

Zdroj: *Final Report of the ESSnet Culture*, Evropská komise, 2012. Dostupné [on-line] na: http://ec.europa.eu/culture/news/20121026-ess-net_en.htm [cit. 3. 9. 2013].

EKONOMICKÝ PŘÍNOS

Studie *Ekonomika kultury v Evropě* (2006) dospěla k následujícím zjištěním o výkonu kulturních a kreativních odvětví na úrovni EU (30 zemí) v roce 2003: k celkovému HDP přispěla kulturní a kreativní odvětví 2,6 % HDP, což bylo více než například chemický průmysl (2,3 %) či obchod s nemovitostmi (2,1 %). Podle této studie pak byl růst odvětví v letech 1999–2003 o 12,3 % vyšší než celkový růst evropského hospodářství a v roce 2004 pracovalo v těchto odvětvích 5,8 mil. lidí, což odpovídá 3,1 % celkového množství zaměstnaných osob v EU (25 zemí).

Eurostat vydal dvě zprávy nazvané *Kulturní statistiky v Evropě* (v roce 2007 a 2011)¹⁰⁵. Podle Eurostatu nabízí druhé vydání kulturních statistik srovnatelná data o kultuře v 27 členských zemích EU, zemích volného obchodu a kandidátských zemích. Příručka sice obsahuje podrobná data o kulturním dědictví, návštěvnosti muzeí, zaměstnanosti ad., detailně rozebírá a srovnává např. situaci knihovníků a spisovatelů, obsahuje i tabulky týkající se počtu, obratu i přidané hodnoty v sektorech knihy a tisk, hudební vydavatelství, TV a rádiové vysílání, produkce TV programů, filmů a videí, udává data o exportu a výdajích domácností, nicméně nepřináší přehledný obraz o situaci v kultuře, potažmo v kulturních a kreativních průmyslech v EU.

Zřejmě i z tohoto důvodu používá Evropská komise při argumentaci doprovázející její strategická rozhodnutí jiné zdroje. Pro zdůvodnění potřeby největšího evropského komunitárního programu na podporu kulturních a kreativních odvětví *Kreativní Evropa*, který byl schválen v prosinci 2013, uvedla Evropská komise v tiskové zprávě z 19. listopadu 2013 následující: „Evropská kulturní a kreativní odvětví představují až 4,5 % evropského HDP a zaměstnávají více než 8 mil. lidí. Program *Kreativní Evropa* jim umožní, aby ještě více přispěla k evropskému hospodářství. Program jim také pomůže překonat roztržitost trhu a obtíže při získávání financování a přispěje rovněž k lepší tvorbě strategií tím, že jim usnadní sdílení know-how a zkušeností.“¹⁰⁶ Údaje o výši procenta na HDP a počet zaměstnaných byly převzaty z výzkumu agentury Tera Consultants, který odhaduje, že v roce 2008 kulturní a kreativní průmysly v EU (27) generovaly 4,5 % celkového HDP Evropské unie a dosáhly 3,8 % evropské zaměstnanosti. V této studii se též odhaduje, že základní aktivity kulturních a kreativních činností přispěly v roce 2008 např. ve Francii

k 4,8, v Německu k 4,2, v Itálii k 3,8 a ve Španělsku k 3,6 % HDP. Nicméně tato data zahrnují do vymezení kreativních průmyslů i veškerý oděvní průmysl včetně maloobchodu.¹⁰⁷

STRATEGICKÁ PODPORA

Největším tzv. komunitárním programem na podporu kultury, resp. kulturních a kreativních odvětví na úrovni Evropské unie, je v programovém období 2014–2020 program *Kreativní Evropa*¹⁰⁸, který navazuje na programy *Media* a *Kultura*. Rozpočet programu činí 1,46 mld. €, což je 9% navýšení oproti rozpočtům na předcházející dva programy. Součástí tohoto projektu je dílčí program *Kultura*, který podporuje mezinárodní neziskové projekty v oblasti divadla, hudby, tance, vizuálního umění, designu, literatury, kulturního dědictví a dalších oblastí, a dílčí program *Media*, v jehož rámci bude financován filmový průmysl a oblast videoher. V rámci programu bude zřízen nový nástroj finančních záruk, jenž bude fungovat od roku 2016 a který umožní malým kulturním a kreativním podnikům přístup až k 750 mil. € ve formě bankovních úvěrů.

Evropská komise, Vrchní ředitelství pro kulturu a vzdělávání se navíc snaží prosadit strategickou podporu kulturních a kreativních odvětví i prostřednictvím dalších politik Evropské unie a především pak přes strukturální fondy. O tom svědčí např. pilotní projekt *European Creative Industries Alliance* (Evropská aliance kreativních průmyslů)¹⁰⁹, jejíž činnost byla zahájena v únoru 2012 na Festivalu inovací v Miláně. Evropská unie financuje alianci pomocí rámcového programu Konkurenceschopnost a inovace. European Creative Industries Alliance není jednorázovým projektem, nýbrž politickou iniciativou, která se skládá z politické platformy a konkrétních opatření. Politická platforma tvořená experty realizuje konkrétní programy pro podporu kreativních průmyslů v Evropě zaměřené na zlepšení inovací prostřednictvím inovačních voucherů, přístup k financím, klastrovou excelenci a spolupráci a jejím hlavním cílem je na základě pilotních projektů koncipovat strategická opatření, která by mohla být aplikována na úrovni jednotlivých členských států i na úrovni EU.

¹⁰⁵ *Cultural statistics in Europe* (2007, 2011). Dostupné [on-line] na webu Eurostatu: http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/product_details/publication?product_code=KS-32-10-374 [cit. 11. 11. 2013].

¹⁰⁶ Dostupné [on-line] na: http://europa.eu/rapid/press-release_IP-13-1114_cs.htm [cit. 21. 12. 2013].

¹⁰⁷ *Building a Digital Economy. The importance of Saving Jobs in the EU's Creative Industries* (2010). Tera Consultants, s. 17. Viz dostupné [on-line] na: <http://www.iccwbo.org/Advocacy-Codes-and-Rules/BASCAP/BASCAP-Research/Economic-impact/Building-a-Digital-Economy-TERA-study> [cit. 11. 11. 2013].

¹⁰⁸ Dostupné [on-line] na: www.kreativnieuropa.cz [cit. 11. 11. 2013].

¹⁰⁹ Dostupné [on-line] na: <http://www.howtogrow.eu/ecia> [cit. 12. 11. 2013].

VYUŽITÍ STRUKTURÁLNÍCH FONDŮ¹¹⁰

Největší finanční nástroje na úrovni Evropské unie představují strukturální fondy. I pro podporu kultury, resp. kulturních a kreativních odvětví, hrají zásadní roli a na rozdíl od tzv. komunitárních programů leží konečné rozhodnutí o jejich strategickém využití v rovině členských států. Evropská komise se v posledních několika letech snaží o shromáždění pádných argumentů k jejich masivnějšímu a strategičtějšímu využití pro podporu kulturních a kreativních odvětví.

K tomuto účelu slouží především studie a zprávy, jež vznikly z iniciativy Evropské komise. Jedná se kupř. o studii z roku 2010 *Přínos kultury pro regionální a místní rozvoj – fakta z čerpání strukturálních fondů*¹¹¹ či strategickou příručku *Jak strategicky využít evropské podpůrné programy pro uvolnění potenciálu kultury pro rozvoj na místní, regionální a národní úrovni a pro zesílení dopadů kultury na širší ekonomiku*¹¹², která je hlavním výstupem práce expertní skupiny Evropské komise na téma kulturních a kreativních průmyslů v rámci *Otevřené metody koordinace* z roku 2012. V letech 2012 a 2013 vznikly také již citované studie vytvořené experty daných vybraných členských zemí v rámci Evropské expertní sítě pro kulturu (European Expert Network on Culture – EENC) na zadání Evropské komise. Studie byly vytvořeny pro tyto země: Německo, Itálie, Polsko, Španělsko, Bulharsko, Francie, Řecko, Maďarsko, Irsko, Slovinsko, Slovensko, Česká republika¹¹³.

SHRNUTÍ

Evropská komise věnuje velkou pozornost KKP od roku 2006, kdy na její zadání vznikla první studie o povaze a výkonu KKP na úrovni EU (*Ekonomika kultury v Evropě*, 2006). Na základě této studie pak EK vydala *Zelenou knihu o uvolnění potenciálu KKP*, v níž se

¹¹⁰ Více informací o strukturálních fondech a kultuře z pohledu Evropské komise obsahuje závěr publikace MARKOVÁ, B., ŽAROŠSKÁ, M., ŽÁKOVÁ, E. (2012): *Podpora kultury z Evropské unie*. Institut umění – Divadelní ústav. Praha. Dostupné [on-line] na: <http://www.idu.cz/media/document/prirucka-podpora-kultury-z-evropske-unie.pdf> [cit. 12. 11. 2013].

¹¹¹ *Study on the Contribution of Culture to Local and Regional Development – Evidence from the Structural Funds* (2010). Final Report, September. Dostupné [on-line] na: http://ec.europa.eu/culture/key-documents/doc2942_en.htm [cit. 12. 11. 2013].

¹¹² *Policy Handbook on How to use the EU support programmes including Structural Funds, to foster the potential of culture for local, regional and national development and the spill-over effects on the wider economy?* (2012). Working group of EU member states experts (open method of coordination) on cultural and creative industries, April. Dostupné [on-line] na: http://ec.europa.eu/culture/news/cci_en.htm [cit. 12. 11. 2013].

¹¹³ Dostupné [on-line] na: <http://www.eenc.info/category/eencdocs/papers-2> [cit. 12. 11. 2013].

věnuje vymezení a možnostem strategické podpory. Dále EK iniciovala i projekt *ESSnet Culture*, koordinovaný Eurostatem, v jehož rámci vznikl nový návrh evropského rámce pro kulturní statistiky jako základ pro sběr dat v zemích EU. Protože však EK nemá žádnou pravomoc v oblasti kulturní politiky, není tento rámec pro členské státy závazný a nemusí se jím řídit. EK při argumentaci doprovázející její strategická rozhodnutí však nepoužívá data z Eurostatu, který vydává kulturní statistiky, ale z jiných zdrojů. Například pro zdůvodnění potřebnosti evropského komunitárního programu na podporu kulturních a kreativních odvětví *Kreativní Evropa* (2013–2020) využívá studii agentury Tera Consultants a uvádí přínos KKP ve výši 4,5 % evropského HDP.

Program *Kreativní Evropa* je největším komunitárním programem na podporu kultury, resp. kulturních a kreativních odvětví. Jeho součástí je dílčí program *Kultura* na podporu mezinárodních neziskových projektů ze všech kulturních oborů kromě audiovizu a dílčí program *Media*, který podporuje filmový průmysl a oblast videoher. V rámci programu bude zřízen také nový nástroj finančních záruk, který bude fungovat od roku 2016 a jenž umožní malým kreativním podnikům přístup až k 750 mil. € ve formě bankovních úvěrů.

Evropská komise se snaží prosadit podporu KKP i prostřednictvím jiných programů, především pak přes SF, jež představují největší finanční nástroj i pro podporu kultury a KKP. O tom svědčí i množství studií a příruček shromažďujících argumenty, mapujících příklady dobré praxe a situaci v jednotlivých členských zemích, které EK iniciovala a financovala.

3.10 Česká republika

VYMEZENÍ

Česká republika zatím nemá oficiální definici a vymezení kulturních a kreativních průmyslů. Nicméně tým řešitelů výzkumného projektu *Mapování kulturních a kreativních průmyslů v ČR*¹¹⁴, v jehož rámci vychází i tato publikace, se shodl na převzetí britské definice kreativních průmyslů (viz s. 9) i na převzetí základního vymezení kulturních a kreativních průmyslů ze studie Evropské komise *The Economy of Culture* (KEA 2006), později parafrázovaného v *Zelené knize Evropské komise o uvolnění potenciálu kulturních a kreativních odvětví* (EK 2010) – viz kapitolu *Evropská unie*.

Česká republika nicméně disponuje základním vymezením kulturních a kreativních průmyslů v tzv. účtu kultury, který zpracovává Český statistický úřad (ČSÚ) ve spolupráci s Národním informačním a poradenským střediskem pro kulturu. Statistika pro

¹¹⁴ Dostupné [on-line] na: <http://www.idu.cz/cs/mapovani-kulturnich-a-kreativnich-prumyslu-v-cr-20> [cit. 12. 11. 2013].

oblast kultury byla vytvořena a je naplňována na základě vládního úkolu z roku 2008 vyplývajícího z přijetí usnesení o *Státní kulturní politice na léta 2009–2014*¹¹⁵.

Český účet kultury vymezuje oblast kultury v souladu a v návaznosti na výstupy a doporučení práce Evropské sítě statistického systému pro kulturu – ESSnet Culture¹¹⁶.

To znamená, že český účet kultury je téměř totožný ve svém vymezení ekonomických činností s návrhem vymezení ESSnet Culture a zahrnuje všechny třídy NACE (29) uvedené v tabulce č. 23.

Nicméně oproti vymezení dle tabulky č. 23 zahrnuje i další NACE – část NACE 47.78 a 47.79 a část NACE vztahující se k činností řízení a správy, tedy NACE 84.11 a 84.12 a celou NACE 94.99.2. Účet kultury rovněž udává data za oblast uměleckých řemesel, která však nelze jednoznačně přiřadit k žádné existující NACE, proto jsou data generována na základě výběrového šetření.

Pro větší přehlednost zde uvádíme výčet NACE zahrnutých do Účtu kultury ČR:

Tabulka 25: Přehled NACE zahrnutých do Účtu kultury ČR

CZ-NACE	EKONOMICKÉ ČINNOSTI
91.01	Činnosti knihoven a archivů
91.02	Činnosti muzeí
91.03	Provozování kulturních památek, historických staveb a obdobných turistických zajímavostí
47.78	Ostatní maloobchod novým zbožím ve specializovaných prodejnách • zahrnuje mimo jiné: maloobchod fotografickými potřebami, suvenýry, rukodělnými výrobky; činnosti komerčních uměleckých galerií; maloobchod poštovními známkami a mincemi; maloobchod službami komerčních uměleckých galerií; rámování obrazů
47.79	Maloobchod použitým zbožím v prodejnách • zahrnuje: maloobchod použitými knihami, maloobchod ostatním použitým zbožím, maloobchod starožitnostmi, činnosti aukčních domů (maloobchod)
90.01	Scénická umění • zahrnuje: produkce divadelních představení, koncertů, oper, tanečních a jiných jevištních vystoupení; činnosti činoherních skupin, cirkusů, orchestrů nebo hudebních skupin; činnosti jednotlivých umělců jako herců, tanečníků, hudebníků, recitátorů nebo hlasatelů; činnosti kaskadérů

¹¹⁵ *Státní kulturní politika 2009–2014* (2009). Ministerstvo kultury ČR. Praha. Dostupné [on-line] na: <http://www.mkcr.cz/assets/kulturni-politika/kulturni-politika-fresh.pdf> [cit. 10. 12. 2011].

¹¹⁶ Dostupné [on-line] na: http://ec.europa.eu/culture/news/20121026-ess-net_en.htm [cit. 12. 11. 2013].

CZ-NACE	EKONOMICKÉ ČINNOSTI
90.02	Podpůrné činnosti pro scénická umění • zahrnuje: činnosti režisérů, producentů, jevištních výtvarníků, jevištních dělníků, osvětlovačů atd.; činnosti producentů nebo pořadatelů uměleckých vystoupení
90.04	Provozování kulturních zařízení • zahrnuje: provoz koncertních sálů, divadel a jiných prostor pro vystupování umělců
74.20	Fotografické činnosti • zahrnuje: profesionální a komerční fotografické produkce, videonahrávky akcí; zpracování filmu; vyvolání filmu ad.
90.03	Umělecká tvorba • zahrnuje: činnosti jednotlivých umělců jako sochařů, malířů, kreslířů, rytců, grafiků atd.; činnosti spisovatelů; činnosti nezávislých novinářů; restaurování uměleckých děl
85.52	Umělecké vzdělávání • zahrnuje: poskytování výuky v oblasti výtvarného, dramatického, hudebního a tanečního umění („školy“, „studia“, „kurzy“ atd.) určené k uspokojení zájmů bez profesionálního zakončení (maturita či absolutorium vysoké školy); dramatické školy, herecké, umělecké a uměleckoprůmyslové školy (kromě vysokých); fotografické školy (kromě komerčních)
59.11	Produkce filmů, videozáznamů a televizních programů
59.12	Postprodukce filmů, videozáznamů a televizních programů
59.13	Distribuce filmů, videozáznamů a televizních programů
59.14	Promítání filmů
77.22	Pronájem videokazet a disků
47.63	Maloobchod audio- a videozáznamy (část)
59.20	Požičování zvukových nahrávek a hudební vydavatelské činnosti
47.63	Maloobchod audio- a videozáznamy (část)
60.20	Tvorba televizních programů a televizní vysílání
60.10	Rozhlasové vysílání
58.11	Vydávání knih
58.13	Vydávání novin
58.14	Vydávání časopisů a ostatních periodických publikací
63.91	Činnosti zpravodajských tiskových kanceláří a agentur
74.30	Překladatelské a tlumočnické činnosti
47.61	Maloobchod knihami
47.62	Maloobchod novinami, časopisy a papírnickým zbožím
58.21	Vydávání počítačových her

CZ-NACE	EKONOMICKÉ ČINNOSTI
71.11	Architektonické činnosti
73.11	Činnosti reklamních agentur
74.10	Specializované návrhářské činnosti [OC20]
84.11	Všeobecné činnosti veřejné správy (část) <ul style="list-style-type: none"> • zahrnuje mimo jiné: správní činnosti výkonných a legislativních ústředních, regionálních a místních orgánů
84.12	Regulace činností souvisejících s poskytováním zdravotní péče, vzděláváním, kulturou a sociální péčí, kromě sociálního zabezpečení (část) <ul style="list-style-type: none"> • zahrnuje: veřejnou správu programů zaměřených na zlepšení osobní a fyzické pohody občanů: zdraví, vzdělávání, kulturu, sport, rekreaci, životní prostředí, bydlení, sociální služby, veřejnou správu výzkumných a vývojových politik a s tím souvisejících prostředků pro tyto oblasti (financování rekreačních a kulturních činností, rozdělování grantů umělcům)
94.99.2	Činnosti organizací na podporu kulturní činnosti <ul style="list-style-type: none"> • zahrnuje: organizaci správy ochrany autorských práv apod.

Zdroj: Účet kultury ČR, ČSÚ, NIPOS 2012.

Kromě vymezení kulturních a kreativních průmyslů na národní úrovni v rámci *Účtu kultury ČR* lze doložit snahu o vymezení tohoto sektoru též na úrovni regionů a měst ČR. První základní mapování, a tím i vymezení KKP, bylo realizováno pro Moravskoslezský kraj v souvislosti s kandidaturou města na Evropské hlavní město kultury v roce 2010. Metodika mapování byla dále rozvinuta a využita pro mapování kreativních průmyslů ve Zlíně a Zlínském kraji v roce 2012, pro hlavní město Prahu a v roce 2013 bylo započato mapování v Brně, Pardubicích a Plzni. Více informací o mapování na místní a regionální úrovni je obsaženo v knize *Kreativní průmysly, příležitost pro novou ekonomiku II*, v kapitole E. Žákové věnované situaci v České republice¹¹⁷.

Vymezení kulturních a kreativních průmyslů se v praxi v ČR vyskytuje ve dvou variantách. První variantu lze doložit účtem kultury, který sleduje příklad vymezení kultury v rámci projektu *ESSnet Culture* (viz kapitulu o Evropské unii). Druhá varianta pracuje s širším ohraničením a zahrnuje do něj činnosti, jež nespádají do oblasti kultury. Jde především o oblast softwaru a informačních technologií služeb. Zařazení těchto oblastí do vymezení je však logické z pohledu širšího záběru kreativní ekonomiky a z důvodu zásadní role, kterou v současné době hraje rozvoj nových informačních technologií. Zařazení těchto aktivit koresponduje s tzv. okrajovým sektorem zmíněným v *Zelené knize*. Obě varianty mají své

¹¹⁷ CIKÁNEK, M. A KOL. (2013): *Kreativní průmysly, příležitost pro novou ekonomiku II*. Institut umění – Divadelní ústav. Praha.

opodstatnění a bylo by nežádoucí některou z nich vylučovat. Jedním z hlavních výstupů výzkumného projektu *Mapování KKP v ČR* je vytvořit návrh metodiky mapování spočívající mimo jiné i v konsenzuálním výčtu sledovaných činností a vymezení tzv. navazujícího sektoru, který bude schopen poskytnout komplexnější pohled na ekonomický přínos KKP.

EKONOMICKÝ PŘÍNOS

Účet kultury byl poprvé zveřejněn v roce 2011 s výslednými daty vztahujícími se k roku 2009 (NIPOS 2011). Od prvního zveřejnění jsou metodika i výsledná data účtu zpřesňována. *Účet kultury ČR* za léta 2009, 2010 a 2011¹¹⁸ uvádí následující data:

Podíl kultury na produkci země v roce 2009 byl odhadován na 2,54 % (224,8 mld. Kč), na celkové HPH se podílel 2,55 % (85,9 mld. Kč) a na HDP 1,79 % (67,6 mld. Kč). Počet zaměstnanců v roce 2009 činil 2,17 % (83 tis.) celkového počtu zaměstnanců v ekonomice ČR. V roce 2009 sektor kultury zaměstnával zhruba 80 tis. zaměstnanců v přepočteném stavu (tj. asi 1,9 % z celkového počtu zaměstnanců).

V roce 2010 lze podíl kulturního sektoru na celkové produkci odhadovat ve výši 2,48 % (231,3 mld. Kč), jeho podíl na celkové HPH ve výši 2,52 % (86,1 mld. Kč) a na HDP ve výši 1,56 % (59,5 mld. Kč).

Poměrně nižší úroveň HDP v porovnání s HPH je dána nízkou úrovní daní vztahujícími se ke kulturnímu sektoru, a naopak vysokou úrovní přijatých provozních dotací. Ukazuje se také, že se výkon sektoru kultury v roce 2010 v porovnání s výkonem celé ekonomiky vyvíjel pomaleji. Zatímco se celková produkce (v běžných cenách) zvýšila o 4,9 %, v kulturním sektoru to bylo jen o necelých 2,9 % (naopak mezispotřeba v něm vzrostla o 4,5 %).

Z pohledu jednotlivých oblastí kulturního sektoru měly na jeho celkové produkci a HPH největší podíl audiovizuální a interaktivní technika, reklamní služby, tisk a architektonické služby. Výše makroekonomických ukazatelů roku 2010 v jednotlivých kulturních (pod)sektorech je zřejmá z následující tabulky.

Tabulka 26: Základní charakteristiky kultury v roce 2010 (v mil. Kč)

SEKTOR	PRODUKCE V ZÁKL. CENÁCH	MEZISPOTŘEBA V KUP. CENÁCH	HRUBÁ PŘIDANÁ HODNOTA	PODÍL HPH NA SEKTORU (V %)
kulturní sektor	48 449	22 330	26 119	30,3
kulturní průmysly	86 243	53 785	32 458	37,7

¹¹⁸ Dostupné [on-line] na: <http://www.nipos-mk.cz/?cat=424> [cit. 8. 11. 2013].

Pozn.: Výsledky účtu za rok 2011 nejsou definitivní, jedná se o odhad, který je vždy v následující zprávě zpřesňován – definitivní data za rok 2011 budou k dispozici ve zprávě k účtu kultury za rok 2012, která bude publikována v polovině roku 2014.

SEKTOR	PRODUKCE V ZÁKL. CENÁCH	MEZISPOTŘEBA V KUP. CENÁCH	HRUBÁ PŘIDANÁ HODNOTA	PODÍL HPH NA SEKTORU (V %)
kreativní průmysly	89 249	67 683	21 566	25,0
správa a podpora kultury	7322	1323	5999	7,0

Zdroj: Výsledky účtu kultury za rok 2010, ČSÚ, NIPOS 2012. Dostupné [on-line] na: <http://www.nipos-mk.cz/?cat=424> [cit. 3. 9. 2013].

V roce 2010 lze odhadovat, že v kultuře působilo přibližně 87 tis. zaměstnanců v přepočteném stavu (tj. necelých 1,8 % z celkového počtu zaměstnanců).

Z předběžných dat za rok 2011 lze odhadovat, že produkce v kulturním sektoru v porovnání s předcházejícím rokem poklesla o 6,5 % na 216 200 mil. Kč (2,23 % celkové produkce naší ekonomiky). O 2,5 % se snížila také hrubá přidaná hodnota (83 943 mil. Kč, tj. 2,42 % z celkové odhadované) a mezispotřeba (132 258 mil. Kč, tedy 2,12 % celkové). Pokud jde o zaměstnance, působí v sektoru kultury asi 85 tis. pracovníků v přepočteném stavu (tj. zhruba 1,7 % počtu pracovníků v celé ekonomice).

Tabulka 27: Základní ukazatele Účtu kultury ČR (2009–2011)

INDIKÁTOR	2009	2010	2011
HPH	2,55 %	2,53 %	2,42 %
zaměstnanci	80 tis. (1,9 %)	87 tis. (1,8 %)	85 tis. (1,7 %)

Zdroj: Výsledky účtů kultury za léta 2009, 2010 a 2011, NIPOS. Dostupné [on-line] na: <http://www.nipos-mk.cz/?cat=424> [cit. 1. 11. 2013].

STRATEGICKÁ PODPORA

V České republice není v současné době přijata koncepce pro systematickou podporu kulturních a kreativních průmyslů s celonárodním dopadem. Lze nicméně uvést příklady podpory dílčích oblastí kulturních a kreativních průmyslů.

Nejlépe je v ČR strategicky ošetřen KKP filmový průmysl. Na základě přijetí zákona o audiovizuálních dílech a podpoře kinematografie (na konci roku 2012) byl transformován Státní fond kinematografie, který nyní představuje komplexní, velmi dobře strukturovaný a transparentní podpůrný systém s jasnými kritérii, který navíc není závislý pouze na státním rozpočtu. Do budoucna počítá s ročními příjmy ve výši zhruba 0,5 mld. Kč, z čehož 150 mil. Kč by měla tvořit 2 % z příjmů z reklam z komerčních televizí, 10 mil. Kč 1 % z každé vstupenky do kina, 40 mil. Kč za užití děl vyrobených v letech 1965–1991, k nimž fond vykonává práva, 10 mil. Kč za audiovizuální služby na vyžádání (od roku 2016), 25 mil. Kč

za poplatky ve výši 1 % z ceny za poskytnutí převzatého televizního vysílání. Státní rozpočet by měl do fondu vkládat další finance na podporu české kinematografie, na správu fondu a dotace účelově určené na filmové pobídky. Filmové pobídky, které fungují v ČR od roku 2010, umožňují vracet producentům desetinu nákladů na zahraniční herce a členy štábu a pětinu nákladů za zboží a služby. Pobídky lákají do ČR velké zahraniční produkce i světové hvězdy a zohledňují tzv. multiplikační ekonomické dopady výdajů zahraničních štábů, které v Česku vydají peníze za natáčení, ubytování, restaurace, dopravu, pronájem lokací atd. Pro rok 2013 stát vyčlenil na pobídky rekordních 500 mil. Kč.¹¹⁹

Z ostatních specifických strategií a programů lze uvést podporu v oblasti designu. Podpora průmyslového designu spadá do portfolia vládní agentury CzechTrade, která od roku 2008 realizovala projekt *Design pro export* zacílený na individuální poradenský servis. Za dobu existence využilo služeb programu přibližně 100 českých výrobců, přičemž roční rozpočet programu v letech 2008–2010 činil necelé 4 mil. Kč. V roce 2013 byl zahájen navazující program s názvem *Design pro konkurenceschopnost*, který usiluje o zvýšení sebevědomí podnikatelských subjektů v konkurenčním boji díky kvalitním produktům, které současný náročný trh vyžaduje. Prostřednictvím sofistikovaného systému vzájemně provázaných aktivit bude program poskytovat pomoc při implementaci designu do podnikových strategií a jeho následné efektivní využívání. Tento program je financován ze strukturálních fondů.

Agentura dále podporuje prezentaci českých firem na vybraných zahraničních výstavách a veletrzích. Vedle toho Ministerstvo průmyslu a obchodu ČR (dále jen MPO) spravuje program *České oficiální účasti na mezinárodních veletrzích a výstavách v zahraničí* a v roce 2010 byl zahájen společný projekt MPO, CzechTrade a Hospodářské komory ČR s názvem *Společná účast na specializovaných výstavách a veletrzích v zahraničí*.

Ministerstvo kultury dále disponuje tradičními nástroji podpory, jakými jsou mj. granty na podporu vydávání knih českých autorů v zahraničí, zajištění české účasti na zahraničních veletrzích a festivalech apod.

VYUŽITÍ STRUKTURÁLNÍCH FONDŮ¹²⁰

Jako v každé jiné členské zemi se čerpání strukturálních fondů odvíjí od národní strategie, která je vyjádřena v *Národním strategickém referenčním rámci (NSRR)*, který představuje základní programový dokument České republiky pro využívání fondů Evropské unie v období let 2007–2013. Strategie pro Českou republiku, která je vyjádřena v NSRR, je

¹¹⁹ Webové stránky fondu dostupné [on-line] na: <http://www.fondkinematografie.cz> [cit. 3. 9. 2013].

¹²⁰ Následující text je shrnutím studie: ŽÁKOVÁ, E. (2013): *Culture and the Structural funds in the Czech Republic*. European Expert Network on Culture, únor.

velmi komplexní, složité a nepřehledně koncipovaná a zohledňuje téměř všechny ekonomické a společenské oblasti. Priority jsou stanoveny tak, aby pokryly především potřeby výkonných orgánů (ministerstev a samosprávných orgánů) v ČR. Kultura je vnímána a zúžena zejména jako oblast kulturního dědictví, které může ovlivnit rozvoj cestovního ruchu. Ministerstvo kultury bylo zapojeno do přípravy a čerpání SF s tím, že jeho prioritou byly obnova a rekonstrukce kulturních památek a digitalizace kulturního obsahu.

INTEGROVANÝ OPERAČNÍ PROGRAM

Ministerstvo kultury se stalo zprostředkujícím subjektem (administrátorem) programu *Vracíme památky do života* v rámci prioritní osy 5.1 Národní podpora využití potenciálu kulturního dědictví Integrovaného operačního programu.¹²¹ Odhadovaná částka na finanční podporu činila zhruba 7 mld. Kč a na sedmileté období bylo plánováno realizovat přibližně 20 projektů (asi dva projekty na každý region) s rozpočtem stovek milionů korun na každý projekt. Program deklaruje, že jeho cílem není jen pouhá oprava památek, ale i jejich oživení a navrácení do života společnosti, poskytování nových služeb v oblasti vzdělávání, kulturního rozvoje, rozšiřování duševních obzorů a lepší chápání hodnot kulturního dědictví. Program si rovněž klade za cíl, že „díky kulturním, vzdělávacím a dalším veřejně prospěšným aktivitám nebude provoz památek více zatěžovat veřejné rozpočty a zároveň se celý region stane atraktivnějším pro širokou veřejnost“. Nicméně právě udržitelnost projektů je velmi diskutabilní, protože jednotlivé projektové záměry vesměs nenabízejí žádné inovativní přístupy a nejsou zaměřeny na podporu podnikání, např. formou inkubačních služeb, a zůstávají do budoucna závislé na veřejném financování.

V době vytvoření studie *Structural funds and Culture in the Czech Republic* (březen 2013) byly dokončeny tři projekty ze 16 plánovaných. Jedná se o:

- Národní muzeum fotografie a dílna tapiserií – centrum původních řemesel a unikátních technologií¹²²
- Rekonstrukce vily Tugendhat a rozvoj a modernizace Studijního a dokumentačního centra (SDC)¹²³

¹²¹ Dostupné [on-line] na: <http://www.strukturalni-fondy.cz/cs/Microsites/Integrovaný-OP/Uvodni-strana> a <http://www.kultura-evropa.eu> [cit. 14. 11. 2013].

¹²² Dostupné [on-line] na: <http://www.dumgobelinu.cz/o-nas/projekt-iop> [cit. 14. 11. 2013].

¹²³ Dostupné [on-line] na: <http://www.tugendhat.eu/cz/kontakt/podpora-z-iop.html> [cit. 14. 11. 2013].

- Zpřístupnění a nové využití národní kulturní památky Vítkovice – reaktivace klíčových budov a technologických celků Národní kulturní památky (NKP) s ojedinělým vzdělávacím a technickým potenciálem v Ostravě-Vítkovicích¹²⁴

Vzhledem k pomalému čerpání finančních prostředků rozhodla vláda v červenci 2013, že kvůli velkým problémům s administrací projektů tohoto programu nebude ministerstvo kultury zprostředkujícím subjektem a realizace programu byla převedena pod ministerstvo pro místní rozvoj (MMR). MMR kritizovalo hlavně špatný odhad rychlosti čerpání fondů. Ministerstvo kultury dlouhodobě nedodržovalo plán a ve skluzu bylo i v roce 2013. Špatnou alokací přišlo tak podle MMR o 1 mld. Kč.¹²⁵

Pro čerpání z Integrovaného operačního programu ministerstvo kultury připravilo v rámci priority 1.1 Rozvoj informační společnosti ve veřejné správě rovněž několik digitalizačních projektů, nicméně v rámci výběrového řízení uspěl a je realizován pouze jeden. Jedná se o projekt *Národní digitální knihovny*, jehož nositelem je Národní knihovna a jehož záměrem je zpřístupnit faktografický a kulturní informační potenciál bohemikálních dokumentů široké veřejnosti prostřednictvím portálu veřejné správy, vybudování dvou digitalizačních center a nasazení masové digitalizace (26 mil. stran, 4 mld. webových souborů). Celkový rozpočet projektu činí téměř 300 mil. Kč.¹²⁶

Dále bylo možné podpořit kulturní projekty v rámci Integrovaného operačního programu v prioritě 4 Národní podpora cestovního ruchu. Mezi podpořenými projekty této priority bylo identifikováno několik menších projektů zaměřených na propojení kulturního dědictví s cestovním ruchem, jako např. projekt *Živá města – živé památky*¹²⁷.

REGIONÁLNÍ OPERAČNÍ PROGRAMY (ROP)

V sedmi regionálních programech jsou kultura a její podpora definovány různým způsobem. Jako speciální oblast intervence je zmíněna v ROP Jihozápad (3.2 Revitalizace kulturních památek a kulturního dědictví pro rozvoj cestovního ruchu). V dalších programech lze vysledovat dvě hlavní linie vztahující se k podpoře kultury: v návaznosti na rozvoj cestovního ruchu (rekonstrukce a revitalizace historických památek a míst, výstavba

¹²⁴ Dostupné [on-line] na: www.dolniodblastvitekovic.cz [cit. 14. 11. 2013].

¹²⁵ Evropské peníze na kulturu už nebude rozdělovat ministerstvo kultury. *iDnes.cz*, 31. července 2013. Dostupné [on-line] na: http://zpravy.idnes.cz/evropske-fondy-pro-kulturu-bude-nyini-ridit-ministerstvo-pro-mistni-rozvoj-17n/domaci.aspx?c=A130731_154319_domaci_aba [cit. 14. 11. 2013].

¹²⁶ Dostupné [on-line] na: <http://www.ndk.cz/narodni-dk> [cit. 14. 11. 2013].

¹²⁷ Dostupné [on-line] na: <http://www.idu.cz/media/document/prirucka-podpora-kultury-z-evropske-unie.pdf>, s. 77 [cit. 14. 11. 2013].

kulturní infrastruktury, budování informačních a orientačních systémů, propagace významných kulturních akcí) a v návaznosti na rozvoj městských a venkovských oblastí, měst a obcí, městských center (regenerace brownfieldů pro nekomerční účely, regenerace památek, výstavba, renovace a vybavení kulturních a volnočasových zařízení). V rámci těchto priorit byla realizována řada projektů, nicméně neexistuje žádná detailní analýza či výčet všech projektů podobně jako v ostatních programech.

EVROPSKÁ ÚZEMNÍ SPOLUPRÁCE – PŘESHraniční projekty

V pěti operačních programech přeshraniční spolupráce byla rovněž podpořena řada projektů s kulturním obsahem. Výslovně zmíněna je podpora kultury v prioritní ose 1 OP Slovensko–ČR, nicméně i v dalších OP bylo možné získat podporu na kulturní projekty v rámci obecných témat, jakými jsou např. rozvoj regionu, cestovní ruch, podpora spolupráce místních komunit. Podpořené projekty jsou většinou menšího rozsahu a týkají se kupř. kulturního dědictví, kulturního cestovního ruchu, propagace společné kulturní historie a mají formu festivalů, výstav, propagačních materiálů atd. Jako velmi specifický příklad využití příhraničního OP lze zmínit projekt *CreaClust* v rámci spolupráce ČR a Slovenska, který se zaměřil na mapování a spolupráci v oblasti kreativních průmyslů a byl podpořen v rámci prioritní oblasti Podpora sociokulturního a hospodářského rozvoje, zlepšení spolupráce sítí mezi malými a středními podniky.¹²⁸

DALŠÍ TEMATICKÉ PROGRAMY

Další operační programy jsou definovány velmi obecně, a proto je teoreticky možné získat podporu i pro oblast kultury, resp. kulturních a kreativních průmyslů. Podpořené projekty byly identifikovány v rámci těchto OP:

- OP Lidské zdroje a zaměstnanost
- OP Výzkum a vývoj pro inovace
- OP Podnikání a inovace
- OP Vzdělávání pro konkurenceschopnost
- OP Praha – Adaptabilita
- OP Praha – Konkurenceschopnost

Nicméně podpora kultury v rámci těchto programů je spíše nahodilého charakteru a není příliš vysoká. Asi nejvíce projektů lze identifikovat v oblasti vzdělávání (OP Vzdělávání pro konkurenceschopnost a OP Praha – Adaptabilita).

¹²⁸ Dostupné [on-line] na: <http://www.idu.cz/media/document/prirucka-podpora-kultury-z-evropske-unie.pdf>, s. 165 [cit. 3. 11. 2013].

Patrně největším projektem podpořeným v rámci oblasti zaměstnanosti (OP Lidské zdroje a zaměstnanost) je projekt *Zvýšení adaptability zaměstnanců kulturních organizací*, realizovaný Unii zaměstnavatelů a podpořený částkou 25 mil. Kč.¹²⁹ Jinak projekty zaměřené na „kulturní“ zaměstnanost se vyskytují spíše ojediněle.

Podpora podnikání a inovací v kulturních a kreativních průmyslech byla v rámci dosavadního období velmi sporá. Jedním z důvodů je skutečnost, že OP Podnikání a inovace je zaměřen především na zpracovatelský průmysl a oblasti podpory jsou vázány na výčet NACE kódů přesně určující konkrétní ekonomické činnosti. Tak se např. stalo, že nebylo možné podporovat klustry z oblasti kulturních a kreativních průmyslů. Několik desítek projektů realizovaných kulturními a kreativními podniky bylo podpořeno v rámci programu pro začínající a již existující firmy (programy START a Progress): asi nejvíce projektů bylo podpořeno prostřednictvím marketingového programu a nejméně přes program Rozvoj a inovační potenciál.

Pokud jde o inovace, prioritou byly technologické, a to jak v programu OP Výzkum a rozvoj inovací, tak i v OP Podnikání a inovace.

Závěrem lze uvést, že pokud jde o oblast kultury, byly strukturální fondy doposud v ČR využívány především pro podporu kulturního dědictví (zejména kulturních památek) v souvislosti s cestovním ruchem. Nezanedbatelný je patrně i objem projektů v oblasti vzdělávání zaměřený na rozvoj interkulturního vzdělávání, což je dáno zřejmě skutečností, že školy musí plnit rámcový program zaměřený na tuto tematiku. Pokud jde však o podporu podnikání či propojování vzdělávacích a podnikatelských aktivit, netechnologických inovací či inkubačních služeb pro kulturní a kreativní odvětví, nebyla v rámci SF tato témata reflektována a podporována.

SHRNUTÍ

Česká republika zatím nepřijala oficiální definici ani vymezení kulturních a kreativních průmyslů. Konceptem a mapováním KKP v ČR se již od roku 2007 v rámci výzkumných projektů podpořených MK zabývá Institut umění. Ten navrhuje obecnou definici a pracuje na vymezení KKP pro potřeby České republiky. Účet kultury zpracováváný ČSÚ a NIPoS a inspirovaný projektem *ESSnet Culture* sice již několik let přináší data o ekonomickém přínosu kultury, nicméně nezachycuje širší záběr této oblasti. Kromě ČSÚ spolupracuje Institut umění i s dalšími subjekty, hlavně na úrovni měst, z nichž některá už projevila zájem o mapování KKP na místní úrovni. Jako hlavní výstup výzkumného projektu Institutu umění je plánovaný návrh metodiky, která by měla nastínit základní postup kvantitativního i kvalitativního mapování KKP hlavně na místní úrovni.

¹²⁹ Dostupné [on-line] na: <http://www.idu.cz/media/document/prirucka-podpora-kultury-z-evropske-unie.pdf>, s. 109 [cit. 3. 11. 2013].

V ČR neexistuje žádná koncepce pro systematickou podporu KKP s celonárodním dopadem. Nicméně lze, stejně jako v ostatních zemích, uvést příklady podpory dílčích oblastí. Jedná se především o filmový průmysl, design a nakladatelský průmysl.

Co se týká využití SF, směřovala ČR podporu v dosavadním období zejména do podpory kulturního dědictví (obnova a nové využití kulturních památek) v návaznosti na cestovní ruch. MK bylo zapojeno do čerpání SF jako zprostředkující subjekt v rámci IOP (program *Vracíme památky do života*). Většina projektů programu se však potýká s problémy spočívajícími v pomalém tempu realizace, ale také v jejich udržitelnosti (projekty nenabízejí žádné inovativní přístupy a nekombinují neziskové a podnikatelské aktivity). Kvůli pomalému čerpání finančních prostředků rozhodla v roce 2013 vláda o převedení programu pod ministerstvo pro místní rozvoj. MK nedokázalo využít SF pro digitalizaci kulturního obsahu ani se nepokusilo o spolupráci s dalšími ministerstvy na systematictější využití SF pro KKP, speciálně pro oblast podnikání, exportu, vzdělávání či zaměstnanosti.

4 ZÁVĚR

Predkládaná studie nabízí základní přehled o přístupu ke KKP ve vybraných zemích EU. Nicméně je nutné podotknout, že zemí, které se zabývají tímto fenoménem a jež by bylo možné zařadit do této studie, je mnohem více. A netýká se to pouze Evropské unie, kde se problematika KKP stala jedním z důležitých témat samotné Evropské unie (resp. Evropské komise), a tudíž i všech členských zemí. Jistě by bylo vhodné do základního přehledu zařadit i další členské země, které kontinuálně rozvíjejí strategická opatření na podporu KKP, jakými jsou např. Nizozemsko¹³⁰, Finsko¹³¹, Švédsko¹³² a Dánsko¹³³. Ze strategií uvedených zemí přitom vyplývá, že dané země považují kreativní průmysly za součást politických agend zaměřených na podporu podnikání a obchodu. Fenoménu kreativních průmyslů je věnována pozornost na celém světě. Za světové průkopníky jsou považovány Austrálie a Kanada, které se věnují kulturním a kreativním průmyslům již od devadesátých let minulého století. Například Austrálie v roce 2013 přijala další strategický plán pro podporu kreativních průmyslů¹³⁴ a Kanada v letech 2011–2012 realizovala akční plán pro uvolnění potenciálu kreativních průmyslů¹³⁵. Výčet dalších zemí by byl dlouhý, nicméně stojí za to poznamenat, že se možnostem využití KKP pro rozvoj kreativní či nové ekonomiky věnují na všech kontinentech a rozmach tohoto zájmu lze sledovat především v Asii a Jižní Americe.

ZJIŠTĚNÍ STUDIE – DEFINICE A VYMEZENÍ

Z přehledu zemí uvedených ve studii vyplývá, že pokud jde o obecnou definici, je poměrně často využívána definice Velké Británie, která za základní parametr kreativních průmyslů považuje, že vycházejí z kreativity a odvíjejí se od duševního vlastnictví. Mnohé země se však obecnou definicí vůbec nezabývají a zaměřují se především na výčet a charakter konkrétních odvětví, jejichž ekonomický výkon se snaží měřit, analyzovat a strategicky

¹³⁰ Dostupné [on-line] na: <http://www.hollandtrade.com/sector-information/creative-industries> [cit. 25. 11. 2013].

¹³¹ Dostupné [on-line] na: <http://www.creativeindustries.fi> [cit. 25. 11. 2013].

¹³² Dostupné [on-line] na: <http://www.business-sweden.se/en/Trade/Industry-Focus/Creative-Industries> [cit. 25. 11. 2013].

¹³³ Dostupné [on-line] na: <http://danishbusinessauthority.dk/creative-industries> [cit. 25. 11. 2013].

¹³⁴ Dostupné [on-line] na: <http://creativeaustralia.arts.gov.au> [cit. 25. 11. 2013].

¹³⁵ Dostupné [on-line] na: <http://www.actioncanada.ca/en/pdf/AC-TF3-Creativity-Report-EN-web.pdf> [cit. 25. 11. 2013].

podpořit. Ze studie je patrné, že neexistuje jednotné vymezení KKP a že země se k otázce, co zahrnout do KKP, staví velmi různorodě.

Nejprve je důležité konstatovat, že existují dva základní obecné přístupy:

1. do KKP jsou zahrnuty pouze tržní ekonomické činnosti – tedy sleduje se ekonomický výkon jenom podnikatelských subjektů (podniků, firem, které mají více než 50 % tržních příjmů) a do statistických výčtů nejsou zahrnuty nekomerční/neziskové činnosti nepodnikatelských subjektů, jakými jsou např. knihovny, archivy, veřejně podporovaná divadla, galerie a další kulturní organizace
2. do KKP jsou zahrnuty všechny ekonomické činnosti (tržní i netržní) všech subjektů (podnikatelských i nepodnikatelských)

Je známo, že první přístup si v Evropské unii zvolilo především Německo a Rakousko, které striktně odděluje oblasti tržních a netržních činností KKP i v rámci své strategické podpory a kulturní politiky. K tomuto přístupu se připojuje i Švýcarsko a alespoň, pokud jde o statistiku, i další země, např. Lotyšsko.

Pokud jde o výčet konkrétních ekonomických činností dle klasifikace NACE, kterou používají všechny uvedené země s výjimkou Velké Británie, je též patrné, že výčet není zcela jednotný a někdy se může i výrazně lišit. Jako příklad lze uvést Španělsko, které řadí do KKP celý oděvní průmysl a oblast výzkumu a vývoje. Nicméně je možné učinit jedno významné zjištění: většina zemí zařazuje kromě odvětví obecně zmíněných třeba v *Zelené knize* a explicitně uvedených v návrhu metodiky ESSnet Culture do KKP oblast software a některých informačních činností. Z toho pro Českou republiku vyplývá, že by bylo vhodné český účet kultury rozšířit i o soubor tzv. příbuzných a navazujících průmyslů a ekonomických činností, kam by mimo softwaru byly zařazeny i další třídy NACE, které jsou relevantní pro oblast KKP v České republice¹³⁶. Pro srovnání zařazení konkrétních NACE do vymezení KKP v jednotlivých zemích předkládáme následující tabulku, která porovnává některé vybrané země z této studie.

¹³⁶ Návrh na vymezení příbuzných a navazujících činností dle NACE bude předmětem návrhu metodiky mapování, který bude připraven v rámci výzkumného projektu *Mapování KKP v ČR*.

Tabulka 28: Přehled kreativních činností podle klasifikačních kódů NACE v České republice, Estonsku, Španělsku, Německu, podle projektu ESSnet Culture, a Lotyšsku

KÓD	TŘÍDA NACE	ČR	ESP	GER	ESS NET	LT
1310	úprava a spřádání textilních vláken a příze					x
1320	tkaní textilií					x
1330	konečná úprava textilií					x
1391	výroba pletených a háčkových materiálů					x
1392	výroba konfekčních textilních výrobků, kromě oděvů					x
1399	výroba ostatních textilií j. n.					x
1411	výroba kožených oděvů	x				x
1412	výroba pracovních oděvů	x				x
1413	výroba ostatních svrchních oděvů	x				x
1414	výroba osobního prádla	x				x
1419	výroba ostatních oděvů a oděvních doplňků	x				x
1420	výroba kožšinových výrobků	x				x
1431	výroba pletených a háčkových punčochových výrobků	x				x
1439	výroba ostatních pletených a háčkových oděvů	x				x
1511	činění a úprava usní; zpracování a barvení kožešin	x				x
1512	výroba brašnářských, sedlářských a podobných výrobků					x
1520	výroba obuvi	x				x
1724	výroba tapet	x				x
1811	tisk novin	x			x	x
1812	tisk ostatní, kromě novin	x			x	x
1813	příprava tisku a digitálních dat	x				x
1814	vázání a související činnosti	x	x			x
1820	rozmnožování nahraných nosičů	x			x	x
2331	výroba keramických obkládaček a dlaždic					x
2341	výroba keramických a porcelánových výrobků převážně pro domácnost a ozdobných předmětů					x
2652	výroba časoměrných přístrojů					x
3101	výroba kancelářského nábytku a zařízení obchodů					x
3102	výroba kuchyňského nábytku					x
3103	výroba matrací					x
3109	výroba ostatního nábytku					x
3211	ražení mincí	x	x			x

KÓD	TŘÍDA NACE	ČR	ESP	GER	ESS NET	LT
3212	výroba klenotů a příbuzných výrobků			x		x
3213	výroba bižuterie a příbuzných výrobků			x		x
3220	výroba hudebních nástrojů		x	x	x	x
3240	výroba her a hraček		x			x
3299	ostatní zpracovatelský průmysl j. n.					x
4616	zprostředkování velkoobchodu a velkoobchod v zastoupení s textilem, oděvy, kožšinami, obuví a koženými výrobky					x
4641	velkoobchod textilem					x
4642	velkoobchod oděvy a obuví					x
4647	velkoobchod nábytkem, koberci a svítidly					x
4648	velkoobchod hodinami, hodinkami a klenoty					x
4665	velkoobchod kancelářským nábytkem					x
4743	maloobchod audio- a videozařízením					x
4751	maloobchod textilem					x
4759	maloobchod nábytkem, svítidly a ostatními výrobky převážně pro domácnost ve specializovaných prodejnách			x		x
4761	maloobchod knihami	x		x	x	x
4762	maloobchod novinami, časopisy a papírnickým zbožím	x		x	x	x
4763	maloobchod audio- a videozáznamy	x		x	x	x
4765	maloobchod hrami a hračkami					x
4771	maloobchod oděvy					x
4772	maloobchod obuví a koženými výrobky					x
4777	maloobchod hodinami, hodinkami a klenoty		x			x
4778	ostatní maloobchod novým zbožím ve specializovaných prodejnách	x		x	x	x
4779	maloobchod použitým zbožím v prodejnách	x		x	x	
4789	maloobchod ostatním zbožím ve stáncích a na trzích				x	
4791	maloobchod prostřednictvím internetu nebo zásilkové služby				x	
5811	vydávání knih	x	x	x	x	x
5812	vydávání adresářů a jiných seznamů		x	x		
5813	vydávání novin	x	x	x	x	x

KÓD	TŘÍDA NACE	ČR	ESP	GER	ESS NET	LT
5814	vydávání časopisů a ostatních periodických publikací	x	x	x	x	x
5819	ostatní vydavatelské činnosti		x	x		x
5821	vydávání počítačových her	x	x	x	x	x
5829	ostatní vydávání softwaru		x	x		x
5911	produkce filmů, videozáznamů a televizních programů	x	x	x	x	x
5912	postprodukce filmů, videozáznamů a televizních programů	x	x	x	x	x
5913	distribuce filmů, videozáznamů a televizních programů	x	x	x	x	x
5914	promítání filmů	x	x	x	x	x
5920	pořizování zvukových nahrávek a hudební vydavatelské činnosti	x	x	x	x	x
6010	rozhlasové vysílání	x	x	x	x	x
6020	tvorba televizních programů a televizní vysílání	x	x	x	x	x
6201	programování		x	x		x
6202	poradenství v oblasti informačních technologií		x	x		
6312	činnosti související s webovými portály					x
6391	činnosti zpravodajských tiskových kanceláří a agentur	x		x	x	x
7021	poradenství v oblasti vztahů s veřejností a komunikace					x
7111	architektonické činnosti	x	x	x	x	x
7112	inženýrské činnosti a související technické poradenství		x			
7311	činnosti reklamních agentur	x	x	x	x	x
7312	zastupování médií při prodeji reklamního času a prostoru		x	x	x	x
7410	specializované návrhářské činnosti	x	x	x	x	x
7420	fotografické činnosti	x	x	x	x	x
7430	překladatelské a tlumočnické činnosti	x		x	x	
7490	ostatní profesní, vědecké a technické činnosti j. n.				x	
7721	pronájem a leasing rekreačních a sportovních potřeb					
7722	pronájem videokazet a disků	x		x	x	
7810	činnosti agentur zprostředkujících zaměstnání				x	
7990	ostatní rezervační a související činnosti				x	
8411	všeobecné činnosti veřejné správy	x			x	
8412	regulace činností souvisejících s poskytováním zdravotní péče, vzděláváním, kulturou a sociální péčí, kromě sociálního zabezpečení	x			x	

KÓD	TŘÍDA NACE	ČR	ESP	GER	ESS NET	LT
8531	sekundární všeobecné vzdělávání				x	
8532	sekundární odborné vzdělávání				x	
8541	postsekundární, nikoli terciární vzdělávání				x	
8542	terciární vzdělávání				x	
8552	umělecké vzdělávání	x	x	x	x	x
8559	ostatní vzdělávání j. n.				x	
9001	scénická umění	x	x	x	x	x
9002	podpurné činnosti pro scénická umění	x	x	x	x	x
9003	umělecká tvorba	x	x	x	x	x
9004	provozování kulturních zařízení	x	x	x	x	x
9101	činnosti knihoven a archivů	x	x	x	x	x
9102	činnosti muzeí	x	x	x	x	x
9103	provozování kulturních památek, historických staveb a obdobných turistických zajímavostí	x	x	x	x	x
9104	činnosti botanických a zoologických zahrad, přírodních rezervací a národních parků		x	x		
9311	provozování sportovních zařízení		x			
9312	činnosti sportovních klubů		x			
9313	činnosti fitcenter		x			
9319	ostatní sportovní činnosti		x			
9321	činnosti lunaparků a zábavních parků		x		x	x
9329	ostatní zábavní a rekreační činnosti j. n.		x		x	x
9499	činnosti ostatních organizací sdružujících osoby za účelem prosazování společných zájmů j. n.	x			x	

Zdroj: Přehledy kódů a tříd NACE uvedených v dílčích předcházejících kapitolách studie (jedná se o základní srovnání, tabulka neřeší detaily vymezení – např. pětimístné kódy NACE v případě Německa či částečné zařazení tříd dle projektu *ESSnet Culture*).

Rozšířením ekonomických činností zařazovaných do statistiky KKP je možné získat přesnější obraz i vyšší hodnoty dat, z kterých je odhadován ekonomický přínos KKP pro jednotlivé země. Makroekonomické údaje, které uvádějí jednotlivé země, však nelze srovnávat právě z důvodu rozdílných datových souborů. Pokud jde o přínos k HDP či HPH, pohybují se procenta podílu KKP ve vybraných zemích této studie od zhruba 2 až do přibližně 6 % HDP či HPH. Někdy se však v argumentační části strategických materiálů objevují i podíly výrazně vyšší. Jako příklad lze uvést již v této studii zmíněnou argumentaci Evropské komise, která jako důvod pro realizaci programu *Kreativní Evropa* uvádí vyšší

podílu na HDP 4,5 %, přičemž toto procento v sobě zahrnuje i ekonomické činnosti celého oděvního průmyslu včetně maloobchodu. Znamená to, že ani Evropská komise nepoužívá data zjištěná Eurostatem, jež neposkytují přesnější údaje a širší pohled na kulturní a kreativní odvětví v Evropě. Návrh vymezení podle projektu *ESSnet Culture* je v porovnání s praxí v členských zemích poměrně úzké (i když zahrnuje i odvětví kreativních průmyslů: design, architektura, reklama) a Evropská komise nedisponuje žádnou pravomocí donutit členské země k používání navržené metodiky, která by do budoucna umožnila alespoň základní srovnání ekonomického přínosu KKP v jednotlivých členských zemích. Přístup České republiky, která se řídí návrhem *ESSnet Culture*, lze považovat sice za metodicky správný, nicméně, jak už bylo řečeno, je zapotřebí do budoucna rozšířit vymezení KKP tak, aby bylo dosaženo přesnějšího obrazu o přínosu KKP pro ekonomiku v České republice. Za tímto účelem řešitelský tým výzkumného projektu *Mapování KKP v ČR* navrhne soubor tříd NACE, které by měly být sledovány (nad rámec *Účtu kultury ČR*) v rámci připravované metodiky mapování KKP.

Pokud jde o strategickou podporu KKP, lze na základě předkládané studie učinit několik závěrů. Komplexními strategiemi na celostátní úrovni disponují především západní členské země, jakými jsou Velká Británie, Německo, Španělsko či Rakousko. Velká Británie slouží již řadu let jako příklad strategického přístupu k podpoře kreativních průmyslů. Příkladovými projekty a opatřeními Velké Británie se inspirovali zejména skandinávské země a pobaltské státy. Velká Británie se vymyká tradičnímu nahlížení na kulturu v kontinentální Evropě a představuje jakýsi můstek mezi australským, kanadským či americkým a evropským přístupem ke kultuře. Německo a Rakousko navíc striktně oddělují podporu neziskových aktivit či veřejných kulturních služeb, které spadají v praktické politice do agendy „ministerstev kultury“, a podporu tržních aktivit a podnikatelských subjektů, jež spadají do agendy „průmyslových a obchodních ministerstev“. Z nových členských států lze jako příklad strategického přístupu k uvolnění potenciálu KKP uvést pobaltské země – a z nich především Estonsko, které se zaměřilo na maximální využití strukturálních fondů a vytvořilo ucelený systém jejich čerpání pro podporu KKP. Ostatní středoevropské země, mezi které patří Polsko, Maďarsko, Slovensko i Česká republika, zatím nedisponují žádnými státními strategiemi na podporu KKP a dosud plně nevyužily pro podporu KKP ani strukturální fondy. Nicméně mezi uvedenými příklady využití SF v případě těchto zemí lze vyzdvihnout program z Maďarska, který vhodnou kombinací ERDF a ESF posílil a zdokonalil strukturu veřejných knihoven, pedagogických aktivit muzeí a sítě místních komunitních kulturních center.

Mezi dílčími opatřeními vztahujícími se ke konkrétním odvětvím, která jsou zmiňována téměř ve všech medailonech, pak patří především opatření týkající se filmového průmyslu, nakladatelského průmyslu a oblasti designu.

Strategie na podporu KKP a v širším kontextu i kreativní ekonomiky se řadí mezi nejsložitější především z důvodu rozmanitosti, specifčnosti a roztržitosti jednotlivých odvětví, jejichž infrastrukturu tvoří především malé a střední podniky a osoby samostatně výdělečně činné. Vytváření strategií navíc klade vysoké nároky na politickou a profesní interdisciplinární spolupráci kulturních, hospodářských, vzdělávacích, inovačních i zahraničních agend.

5 SUMMARY

The creative economy and the ensuing narrower concept of cultural and creative industries (CCIs) as a generator of economic growth have over the last few decades attracted the attention of countries, regions, cities, and politicians all over the world. There has been an increase in public awareness of the ability to use the cultural and creative potential which is the strategic material of the coming millennium and is essential for economic growth, innovation and competitiveness. Selected countries described in this study show different approaches to CCIs and different stages of maturity in the approach towards supporting them. Clearly, there is no uniform concept or definition behind the terms used. Nevertheless, the essence remains the same. It is a modern cultural policy concept based on the interconnections between culture, the economy and the market environment.

The main objective of this study is to create an overview of the approach to CCIs in selected countries of the European Union, which will subsequently be used to process other outputs of the research project, Mapping CCIs in the Czech Republic, in particular the proposal for the definition of CCIs for the Czech Republic. However, the study may also serve as inspiration for the needs of practical policy, especially for taking strategic measures to support CCIs in the Czech Republic.

The introductory chapter, The Meaning of CCIs, explains the individual terms and concepts connected to the use of the potential of culture primarily for economic growth. Topics such as innovation, creativity, creative industries, experiential industry reflect the current development and revolutionary change in society leaving the industrial phase and heading towards the information and knowledge phase based on the development of information and communication technologies and digitization.

The following chapters are devoted to the individual countries and the description of their approach to CCIs. The countries were chosen based on their geographic location in regard to the Czech Republic and in regard to the availability of relevant information related to the individual sub-chapters. The survey included all countries neighbouring the Czech Republic (Slovakia, Austria, Germany, Poland) and Hungary as a member of the Visegrad Group. In addition, the survey included Great Britain, which was the pioneer in the political promotion and support of creative industries in Europe. The three Baltic countries (Estonia, Lithuania and Latvia) are included in one chapter, not only because of the size of the countries, but mainly because of the similar approach and cooperation in the CCI area. To achieve a contrast, Spain then represents a large and relatively remote country. A separate chapter was also devoted to the European Union (EU), or rather the European Commission (EC), which has recently been significantly trying to promote the support of CCIs, not only at the European Union level, but especially at the level of Member

States through the use of European Structural Funds. The chapter on the EU also includes an overview of the definition of culture initiated by the European Commission, which the Czech Republic also utilizes. The Czech Republic was included at the end of the list of selected countries.

The profiles of individual countries are structured uniformly and each of them contains a section dedicated to the definition, presenting the definition itself and the list of NACE codes indicating the classifications of economic activities from the uniform categorization of economic activities used in all these countries (except for the United Kingdom). Another section of profiles is devoted to macroeconomic or more detailed data available to the individual countries, which provide a basic idea of the economic benefits of CCIs.

The last part of the profiles focuses on strategic support. This information is drawn partly from the reports, which are published annually within the *Compendium of Cultural Policies and Trends in Europe* project, which is a constantly updated monitoring system of cultural policies in European countries. The structure of the reports for the individual countries also includes the special topic of CCIs.¹³⁷

As part of Strategic Support there is a text on the use of structural funds for each country. These texts are mostly a summary of studies carried out by experts from relevant countries for the European Expert Network on Culture (EENC) organization commissioned by the European Commission. The studies on culture and structural funds were created at the request of the European Commission (Chief Directorate for Education and Culture) to analyse the way cultural and creative industries can contribute to regional development. This requirement has been linked to the preparation of the Cohesion Policy and Operational Programs 2014–2020 and the mandate of the European Commission to negotiate with countries on the possible use of structural funds to use the potential of the cultural and creative industries. The studies created in the period of 2012–2013 analysed the situation in the following countries: Germany, Italy, Poland, Spain, Bulgaria, France, Greece, Hungary, Ireland, Slovakia, and the Czech Republic. For the purposes of the presented comparative study the texts relating to Germany, Poland, Spain, Hungary, Slovakia, and the Czech Republic were then used. All studies are published on the EENC website.¹³⁸

The list of countries given in the study shows that in terms of the general definition, Great Britain's definition is used quite often, in which the basic parameter of the creative

¹³⁷ <http://www.culturalpolicies.net>

¹³⁸ <http://www.eenc.info/category/eencdocs/papers-2>

industries is that they are based on creativity and are derived from intellectual property. Many countries, however, do not at all deal with the general definition, and focus primarily on the listing and the nature of the specific industries, the economic power of which they are trying to measure, analyse and strategically support. It is apparent from the study that there is no uniform definition of CCIs and that the countries differ in their approaches to the question of what to include in CCIs. In principle, one can discern two basic general approaches:

- CCIs only include market economic activities – i.e., only the economic performance of business entities (corporations, companies that have more than 50% of market income) is monitored and the statistical enumerations do not include non-commercial /non-profit activities of non-business entities, such as libraries, archives, publicly supported theatres, galleries and other cultural organizations,
- CCIs include all the economic activities (both market and non-market) of all entities (business and non-business).

It is well known that in the European Union the first approach was primarily chosen by Germany and Austria, which also strictly separate the areas of market and non-market CCI activities within their strategic support and cultural policy. However, this approach, at least as regards statistics, is also preferred by other countries, such as Switzerland. As for the list of specific economic activities based on the NACE classification used by all of the stated countries, with the exception of Great Britain, it is also apparent that the list is not entirely uniform, and sometimes it may also vary significantly. As an example, Spain includes the entire clothing industry and the research area in CCIs. However, it is possible to make one significant finding: aside from the industries generally mentioned, for example, in the Green Paper of the European Commission and explicitly mentioned in the draft methodology of ESSnet Culture, most countries include the area of software and some information activities in CCIs. For the Czech Republic this means that it would be appropriate to expand the Culture Account to also include the set of what are known as related and connected industries and economic activities, including not only software, but also other NACE classifications relevant to the CCI area in the Czech Republic.¹³⁹ For comparison of the inclusion of specific NACE in the definition of CCIs in the individual countries, we present the following table, which compares some selected countries dealt with in this study.

¹³⁹ The proposal for the definition of related and connected activities according to NACE will be subject to the draft mapping methodology, which will be prepared within the CCI Mapping in the Czech Republic research project

Table 29: Overview of creative activities according to NACE classification codes in the Czech Republic, Estonia, Spain, Germany, under the ESSnet Culture project, and Latvia

CODE	DESCRIPTION OF CLASS ACCORDING TO NACE	CR	ESP	GER	ESS NET	LT
1310	Preparation and spinning of textile fibres					x
1320	Weaving of textiles					x
1330	Finishing of textiles					x
1391	Manufacture of knitted and crocheted fabrics					x
1392	Manufacture of made-up textile articles, except apparel					x
1399	Manufacture of other textiles n.e.c.					x
1411	Manufacture of leather clothes		x			x
1412	Manufacture of workwear		x			x
1413	Manufacture of other outerwear		x			x
1414	Manufacture of underwear		x			x
1419	Manufacture of other wearing apparel and accessories		x			x
1420	Manufacture of articles of fur		x			x
1431	Manufacture of knitted and crocheted hosiery		x			x
1439	Manufacture of other knitted and crocheted apparel		x			x
1511	Tanning and dressing of leather; dressing and dyeing of fur		x			x
1512	Manufacture of luggage, handbags and the like, saddlery and harness					x
1520	Manufacture of footwear		x			x
1724	Manufacture of wallpaper		x			x
1811	Printing of newspapers		x		x	x
1812	Other printing		x		x	x
1813	Pre-press and pre-media services		x			x
1814	Binding and related services		x	x		x
1820	Reproduction of recorded media		x		x	x
2331	Manufacture of ceramic tiles and flags					x
2341	Manufacture of ceramic household and ornamental articles					x
2652	Manufacture of watches and clocks					x
3101	Manufacture of office and shop furniture					x
3102	Manufacture of kitchen furniture					x

CODE	DESCRIPTION OF CLASS ACCORDING TO NACE	CR	ESP	GER	ESS NET	LT
3103	Manufacture of mattresses					x
3109	Manufacture of other furniture					x
3211	Striking of coins		x	x		x
3212	Manufacture of jewellery and related articles			x		x
3213	Manufacture of imitation jewellery and related articles			x		x
3220	Manufacture of musical instruments		x	x	x	x
3240	Manufacture of games and toys		x			x
3299	Other manufacturing n.e.c.					x
4616	Agents involved in the wholesale of textiles, clothing, fur, footwear and leather goods					x
4641	Wholesale of textiles					x
4642	Wholesale of clothing and footwear					x
4647	Wholesale of furniture, carpets and lighting equipment					x
4648	Wholesale of clocks, watches and jewellery					x
4665	Wholesale of office furniture					x
4743	Retail sale of audio and video equipment in specialised stores					x
4751	Retail sale of textiles in specialised stores					x
4759	Retail sale of furniture, lighting equipment and other household articles in specialised stores			x		x
4761	Retail sale of books in specialised stores	x		x	x	x
4762	Retail sale of newspapers, magazines and stationery in specialised stores	x		x	x	x
4763	Retail sale of music and video recordings in specialised stores	x		x	x	x
4765	Retail sale of games and toys in specialised stores					x
4771	Retail sale of clothing in specialised stores					x
4772	Retail sale of footwear and leather goods in specialised stores					x
4777	Retail sale of clocks, watches and jewellery in specialised stores		x			x
4778	Other retail sale of new goods in specialised stores	x		x	x	x
4779	Retail sale of second-hand goods in stores	x		x	x	
4789	Retail sale via stalls and markets of other goods				x	

CODE	DESCRIPTION OF CLASS ACCORDING TO NACE	CR	ESP	GER	ESS NET	LT
4791	Retail sale via mail order houses or via Internet				x	
5811	Book publishing	x	x	x	x	x
5812	Publishing of directories and mailing lists		x	x		
5813	Publishing of newspapers	x	x	x	x	x
5814	Publishing of journals and periodicals	x	x	x	x	x
5819	Other publishing activities		x	x		x
5821	Publishing of computer games	x	x	x	x	x
5829	Other software publishing		x	x		x
5911	Motion picture, video and television programme production activities	x	x	x	x	x
5912	Motion picture, video and television programme post-production activities	x	x	x	x	x
5913	Motion picture, video and television programme distribution activities	x	x	x	x	x
5914	Motion picture projection activities	x	x	x	x	x
5920	Sound recording and music publishing activities	x	x	x	x	x
6010	Radio broadcasting	x	x	x	x	x
6020	Television programming and broadcasting activities	x	x	x	x	x
6201	Computer programming activities		x	x		x
6202	Computer consultancy activities		x	x		
6312	Web portals					x
6391	News agency activities	x		x	x	x
7021	Public relations and communication activities					x
7111	Architectural activities	x	x	x	x	x
7112	Engineering activities and related technical consultancy		x			
7311	Advertising agencies	x	x	x	x	x
7312	Media representation		x	x	x	x
7410	Specialised design activities	x	x	x	x	x
7420	Photographic activities	x	x	x	x	x
7430	Translation and interpretation activities	x		x	x	
7490	Other professional, scientific and technical activities n.e.c				x	
7721	Renting and leasing of recreational and sports goods					
7722	Renting of video tapes and disks	x		x	x	
7810	Activities of employment placement agencies				x	

CODE	DESCRIPTION OF CLASS ACCORDING TO NACE	CR	ESP	GER	ESS NET	LT
7990	Other reservation service and related activities				x	
8411	General public administration activities	x			x	
8412	Regulation of the activities of providing health care, education, cultural services and other social services, excluding social security	x			x	
8531	General secondary education				x	
8532	Technical and vocational secondary education				x	
8541	Post-secondary non-tertiary education				x	
8542	Tertiary education				x	
8552	Cultural education	x	x	x	x	x
8559	Other education n.e.c.				x	
9001	Performing arts	x	x	x	x	x
9002	Support activities to performing arts	x	x	x	x	x
9003	Artistic creation	x	x	x	x	x
9004	Operation of arts facilities	x	x	x	x	x
9101	Library and archives activities	x	x	x	x	x
9102	Museums activities	x	x	x	x	x
9103	Operation of historical sites and buildings and similar visitor attractions	x	x	x	x	x
9104	Botanical and zoological gardens, nature reserves and national parks activities		x	x		
9311	Operation of sports facilities		x			
9312	Activities of sport clubs		x			
9313	Fitness facilities		x			
9319	Other sports activities		x			
9321	Activities of amusement parks and theme parks		x		x	x
9329	Other amusement and recreation activities		x		x	x
9499	Activities of other membership organisations n.e.c.	x			x	

Source: Overview of codes and NACE classifications mentioned in the chapters of this study (it is a basic comparison, and the table does not address the details of the definition such as, the five-digit NACE codes in the case of Germany, or the partial inclusion of classifications according to the ESSnet Culture project).

By expanding the economic activities included in the CCI statistics, it is possible to obtain a more accurate picture and also higher value data, from which the economic benefit of CCIs for each country is estimated. However, the macroeconomic data presented

by the individual countries cannot be compared exactly because of the different data files. As for the contribution to the GDP or the GVA, the percentage of the CCI share in the selected countries of this study is from about 2% to about 6% of the GDP or the GVA. Sometimes, however, there are much higher shares in the argument part of the strategic materials. As an example, the European Commission states the amount of the European CCI share in the GDP 4.5% as an argument for the Creative Europe programme implementation, while this percentage also included the economic activities of the whole clothing industry, including retail. This means that not even the European Commission is using the data collected by Eurostat, which does not provide more accurate data and a broader view of cultural and creative industries in Europe. The definition proposal according to the ESSnet Culture project is, compared to the practice in member countries, relatively narrow (though also including the creative industries: design, architecture and advertising) and the European Commission does not have any powers to force member states to use the proposed methodology that would in future allow at least a basic comparison of the economic benefits of CCIs in individual member countries. Although, the approach of the Czech Republic, which in its Culture Account follows the ESSnet Culture proposal, can be considered methodically correct, it will be necessary to extend the definition of CCIs, so as to achieve a more accurate picture of the CCI contribution to the economy in the Czech Republic. To this end, the research team of the CCI Mapping in the Czech Republic research project will propose a set of NACE classifications that should be monitored (beyond the Culture Account) within the prepared CCs mapping methodology.

Regarding the strategic support of CCIs, several conclusions can be made on the basis of this study. Mainly western member countries, such as Britain, Germany, Spain and Austria have complex strategies at the national level. Britain has served for many years as an example of a strategic approach to the support of creative industries, and its exemplary projects and measures inspire the Scandinavian countries and Baltic states in particular. Britain defies the traditional perceptions of culture in continental Europe and is a kind of a bridge between the Australian, Canadian or American and the European approach to culture. Germany and Austria, moreover, strictly separate the support of non-profit activities and public cultural services, which in practical policy come under the agenda of "Ministries of Culture", and the support of market activities and business entities that come under the agenda of "Industrial and Commercial Ministries". Among the new member states there is an example of a strategic approach to unlocking the potential of CCIs in the Baltic countries, especially Estonia, which focused on maximizing the use of structural funds and established a comprehensive system of their use to support CCIs. Other Central European countries, including Poland, Hungary, Slovakia and the Czech Republic still do not have any state strategies to promote CCIs and have not yet fully exploited the structural funds to support CCIs. However, among the stated examples of use of structural

funds in these countries, we can point out the programme of Hungary, which through the appropriate combination of ERDF and ESF has strengthened and improved the structure of public libraries, the educational activities of museums and the network of local community cultural centres.

Among the partial measures applicable to specific sectors that are mentioned in almost all the profiles, there is in particular the measure relating to the film industry, the publishing industry and design.

Strategies to promote CCIs and in the wider context creative economies are some of the most difficult mainly because of the diversity, specificity and fragmentation of the individual sectors, the infrastructure of which consists primarily of small and medium-sized enterprises and self-employed persons. Moreover, creating strategies places high demands on the political and professional interdisciplinary cooperation of cultural, economic, educational, innovative and international agendas.

Seznam tabulek

Tabulka 1: Činnosti kreativních průmyslů ve Spojeném království	10
Tabulka 2: Makroekonomické ukazatele kreativních průmyslů Velké Británie (2011)	13
Tabulka 3: KKP na Slovensku dle ministerstva kultury	17
Tabulka 4: KKP na Slovensku dle statistického úřadu	17
Tabulka 5: Makroekonomické ukazatele KKP na Slovensku dle NACE (2010)	18
Tabulka 6: KKP v Polsku dle NACE	21
Tabulka 7: Makroekonomické ukazatele KKP v Polsku (2010)	22
Tabulka 8: Odvětví založená na autorských právech dle NACE v Maďarsku	24
Tabulka 9: Vymezení kreativních průmyslů v Estonsku, Litvě a Lotyšsku	29
Tabulka 10: Makroekonomické výsledky kreativních průmyslů v Litvě, Lotyšsku a Estonsku	30
Tabulka 11: Výčet 37 klasifikačních kódů NACE spadajících do kategorie kreativních průmyslů	30
Tabulka 12: Výčet 50 klasifikačních kódů NACE spadajících do kategorie příbuzných průmyslů	31
Tabulka 13: Statistické charakteristiky kreativních průmyslů	32
Tabulka 14: Dílčí trhy KKP v Německu	36
Tabulka 15: Podíly vybraných ukazatelů německých KKP	36
Tabulka 16: Statistické členění KKP v Německu dle NACE	37
Tabulka 17: Makroekonomické ukazatele KKP v Německu (2009–2011)	38
Tabulka 18: Dílčí trhy KKP v Rakousku	43
Tabulka 19: Vymezení kreativních průmyslů v Rakousku dle NACE	44
Tabulka 20: Makroekonomické ukazatele kreativních průmyslů v Rakousku (2010)	45
Tabulka 21: Ekonomické činnosti kreativních průmyslů ve Španělsku dle NACE	47
Tabulka 22: Makroekonomické ukazatele kreativních průmyslů ve Španělsku	48
Tabulka 23: Ekonomické aktivity a stupeň jejich kulturnosti dle NACE	52
Tabulka 24: Rozdělení kulturních činností dle NACE a podle funkce – produkčního řetězce	54
Tabulka 25: Přehled NACE zahrnutých do Účtu kultury ČR	58
Tabulka 26: Základní charakteristiky kultury v roce 2010 (v mil. Kč)	59
Tabulka 27: Základní ukazatele Účtu kultury ČR (2009–2011)	60
Tabulka 28: Přehled kreativních činností podle klasifikačních kódů NACE v České republice, Estonsku, Španělsku, Německu, podle projektu ESSnet Culture, a Lotyšsku	65
Table 29: Overview of creative activities according to NACE classification codes in the Czech Republic, Estonia, Spain, Germany, under the ESSnet Culture project, and Latvia	69

Seznam obrázků

Obrázek 1: Vztah kultury, kreativity a ekonomiky	5
Obrázek 2: Model kreativních průmyslů Velké Británie	9
Obrázek 3: Vymezení kulturních a kreativních průmyslů podle Evropské komise	51

Seznam zkratk

ČR	– Česká republika
ČSÚ	– Český statistický úřad
EK	– Evropská komise
ERDF	– Evropský regionální rozvojový fond
ESF	– Evropský sociální fond
EU	– Evropská unie
KKP	– kulturní a kreativní průmysly
NACE	– klasifikace ekonomických činností
NIPOS	– Národní informační a poradenské středisko pro kulturu
SF	– strukturální fondy

6 ZDROJE A LITERATURA

ANDARI, R., BAKHSHI, H., HUTTON, W., O'KEEFFE, A., SCHNEIDER, P. (2007): *Staying Ahead: The economic performance of the UK's Creative Industries*. The Work Foundation. Londýn.

ARAYA, D., PETERS, M. A. (2010): *Education in the Creative Economy. Knowledge and Learning in the Age of Innovation*. Peter Lang. New York.

BAKSHI, H., MCVITTIE, E., SIMMIE, J. (2008): *Creating Innovation: Do the creative industries support innovation in the wider economy?* NESTA. Londýn.

BOIX, R., LAZZERETTI, L. (2011): Las industrias creativas en España: una panorámica. *Investigaciones Regionales* 22, pp. 181–205.

Building a Digital Economy. The importance of Saving Jobs in the EU's Creative Industries (2010). Tera Consultants. [Paříž.]

CIC (2012): *Creative Industries Council Skillset Skills Group. Report to Creative Industries Council*. Londýn.

CIKÁNEK, M., ŽÁKOVÁ, E., LEHEČKOVÁ, E., JAUROVÁ, Z., BEDNÁŘ, P. (2013): *Kreativní průmysly – příležitost pro novou ekonomiku II*. Institut umění – Divadelní ústav. Praha.

COMPENDIUM (2012): *Compendium of Cultural Policies and Trends in Europe*. 13th edition, The Council of Europe/ERICarts, 2012. Dostupné [on-line] na: <http://www.culturalpolicies.net> [cit. 23. 5. 2013].

CREATIVE BRITAIN (2008): *New Talents for the New Economy*. DCMS. Londýn.

Cultural statistics in Europe (2007 a 2011). Eurostat. [Lucemburk.]

DCA (1994): *Creative nation: Commonwealth cultural policy*. Department of Communications and the Arts (nyní Office for the Arts). Commonwealth of Australia.

DCMS (1998): *Creative Industries Mapping Document*. Department of Culture, Media and Sport & Creative Industries Taskforce. Londýn.

DCMS (2011): *Creative Industries Economic Estimate. Full Statistical Release*. Department of Culture, Media and Sport & Creative Industries Taskforce. Londýn.

DRUCKER, P. (1966): *The effective executive*. Harper & Row. New York.

DRUCKER, P. (1993): *Post-capitalist society*. Butterworth-Heinemann. Oxford.

DUMCKE, C. (2012): *Culture and the Structural funds in Hungary*. European Expert Network on Culture. [Brusel.]

The Economy of Culture (2006). Evropská komise. Brusel.

EDWARDS, D. (2008): *Artscience, Creativity in the Post-Google Generation*. Harvard University Press. Cambridge.

EK (2010): *Zelená kniha. Uvolnění potenciálu kulturních a tvůrčích odvětví*. Brusel.

EMC (2010): *Creative Industries in Estonia, Latvia and Lithuania*. Estonian Ministry of Culture. Tallinn.

EMC (2011): *Creative Industries in Estonia, Latvia and Lithuania*. Estonian Ministry of Culture. Tallinn.

ENQUETEKOMMISSION (2007): *Enquetekommission des Deutschen Bundestages „Kultur in Deutschland“, Kultur- und Kreativwirtschaft*. Drucksache 16/7000 Deutscher Bundestag – 16. Wahlperiode. Berlín.

ESSnet CULTURE (2012): *European Statistical System Network on Culture. Final Report*. Lucemburk.

EVANS, G. L. (2009): *From cultural quarters to creative clusters – creative spaces in the new city economy*. Institute of Urban History. Stockholm.

Final Report of the ESSnet Culture (2012). Evropská komise. Brusel.

FLORIDA, R. (2002): *The Rise of the Creative Class*. Basic Books. New York.

FOORD, J. (2008): Strategies for creative industries: an international review. *Creative Industries Journal*, vol. 1, no. 2. © 2008 Intellect Ltd. Article. English language, doi: 10.1386/cij.1.2.91/1.

FÜNFTER ÖSTERREICHISCHER KREATIVWIRTSCHAFTSBERICHT (2013). *Studienfassung*. Creativ wirtschaft austria, Wirtschaftskammer Österreich. Vídeň.

GUIDELINES FOR THE STATE CULTURAL POLICY OF LATVIA FOR 2006–2015. *Cabinet Order of* 18. 4. 2006, No. 264.

HAUTAMÄKI, A. (2010): Creative economy and culture at the heart of innovation policy. In: *Creative Economy and Culture in the Innovation Policy*. University of Jyväskylä. [Finsko.]

HBR (Harvard Business Review; 1998): Welcome to the Experience Economy. *Harvard Business Review*, Juli–August 1998, pp. 97–105.

HILL, R. C. (2007): Creativity is the Currency of the New Millennium. Conference: *Creativity or Conformity? Building Cultures of Creativity in Higher Education*. Institute for Applied Creativity. Texas A&M University.

HOWKINS, J. (2009): *Creative Ecologies: Where Thinking is a Proper Job*. Transaction Publishers. New Brunswick [N. J.].

HOWKINS, J. (2001): *The Creative Economy: How people make money from creativity*. Penguin UK. Londýn.

ILCZUK, D., NOWAK, M. (2012): *Culture and the Structural funds in Poland*. European Expert Network on Culture. [Brusel.]

INKEI, P. (2012): *Culture and the Structural funds in Hungary*. European Expert Network on Culture. [Brusel.]

Jak strategicky využívat evropské podpůrné programy včetně strukturálních fondů (2013). Český překlad strategické příručky expertní pracovní skupiny členských států EU *Otevřené metody koordinace pro kulturní a kreativní průmysly*. Evropská komise. [Brusel.]

JAUROVÁ, Z. (2012): *Culture and the Structural funds in Slovakia*. European Expert Network on Culture. [Brusel.]

KEA, European Affairs (2006): *The Economy of Culture in Europe*. Study prepared for the European Commission (Directorate-General for Education and Culture). Brusel.

KOSZAREK, M.: *Diagnosis of the creative industry in the Gdansk Metropolis. Final report*. Dostupné [on-line] na: http://www.central2013.eu/fileadmin/user_upload/Downloads/outputlib/SWOT_Gdansk_EN.pdf [cit. 13. 6. 2013].

KRAUS, M. (2012a): *Kulturní a kreativní průmysl v Německu. Národohospodářský význam, struktura a způsob podpory kulturních a kreativních odvětví*. Institut umění – Divadelní ústav. Praha.

KRAUS, M. (2012b): *Kreativní průmysl v Rakousku*. Institut umění – Divadelní ústav. Praha.

LABOUR PARTY (1997): *Because Britain Deserves Better*, London. Dostupné [on-line] na: <http://www.psr.keele.ac.uk/area/uk/man/lab97.htm> [cit. 13. 6. 2013].

LANDRY, C. (2000): *The creative city: a toolkit for urban innovators*. Earthscan Publications. Londýn.

LEWANDOWSKI, P., MUČK, J., SKROK, Ł. (2010): *Znaczenie gospodarcze sektora kultury. Wstęp do analizy problemu. Raport końcowy*. Instytut Badań Strukturalnych. Varšava.

MACKIEWICZ, M., MICHOROWSKA, B., ŚLIWKA, A. (2009): *Analiza potrzeb i rozwoju przemysłów kreatywnych. Raport końcowy*. ECORYS Polska. Varšava.

MARKOVÁ, B., ŽAROŠSKÁ, M., ŽÁKOVÁ, E. (2012): *Podpora kultury z Evropské unie*. Institut umění – Divadelní ústav v Praze.

MCE (2011): *Plan de Fomento de las Industrias Culturales y Creativas 2011*. Ministerio de Cultura de España. Dostupné [on-line] na: <http://www.calameo.com/read/0000753350b1ce9d39fb9> [cit. 3. 7. 2013].

MCGRANAHAN, D., WOJAN, T. (2007): Recasting the creative class to examine growth processes in rural and urban counties. *Regional Studies*, vol. 41, no. 2, pp. 197–216.

MK ČR (2009): *Státní kulturní politika České republiky*. Ministerstvo kultury České republiky. Praha.

MK SR (2011): *Východiská koncepcie na podporu kultúrneho a kreatívneho priemyslu v Slovenskej republike*. Ministerstvo kultury Slovenskej republiky. Číslo materiálu: UV-40861/2011. Bratislava.

MPI (2009): *Creativity in the Rural Economy: Challenges and Opportunities*. Martin Prosperity Institute. Toronto.

MUNDELIUS, M. (2009): *Braucht die Kultur- und Kreativwirtschaft eine industriepolitische Förderung?* Friedrich-Ebert-Stiftung. Berlin.

NIELSÉN, T. (2004): *Understanding the experience industry – a Swedish perspective on creativity*. Volante QNB Publishing. Stockholm.

NIPOS (2011): *Výsledky účtu kultury ČR za rok 2009*. Národní informační a poradenské středisko pro kulturu. Praha.

NIPOS, ČSÚ (2012): *Výsledky účtu kultury ČR za rok 2010*. Národní informační a poradenské středisko pro kulturu a Český statistický úřad. Praha.

O'CONNOR, J. (2007): *The cultural and creative industries: a review of the literature*. A report for Creative Partnerships Justin O'Connor School of Performance and Cultural industries. The University of Leeds.

OECD (2007): *International Measurement of the Economic and Social Importance of Culture*. OECD. Paříž.

PASCUAL, J. (2012): *Culture and the Structural funds in Spain*. European Expert Network on Culture. [Brusel.]

PAVLÍNEK, P. (1997): Vybrané teoretické interpretace současné transformace kapitalismu. *Sociologický časopis*, roč. 33, č. 2, s. 41–56.

PENYIGÉY, K., MUNKÁCSI, P. (2005): *The Economic Contribution of Copyright-Based Industries in Hungary*. WIPO. Ženeva.

PINE, J. I., GILMORE, J. H. (1999): *The Experience Economy: Work is theater & every business a stage*. Harvard Business School Press. Cambridge [MA].

PINK, D. (2005): *A whole new mind: Moving from the information age to the conceptual age*. Riverhead Books. New York.

POTTS, J. (2007): *Art and innovation: an evolutionary economic view of the creative industries*. Multidisciplinary Research in the Arts E-Journal. UNESCO Observatory, The University of Melbourne.

POWER, D., JANSSON, J. (2006): *Creative Directions – a Nordic framework for supporting the creative industries*. SIK. The Swedish Institute for Food and Biotechnology. Nordic Innovation Centre. Oslo.

PRATT, A. (1997): The Cultural Industries Production System: A Case Study of Employment Change in Britain, 1984–1991. *Environmental and Planning A*, vol. 29, pp. 1953–1974.

PRATT, A. C. (2004): Creative clusters: towards the governance of the creative industries production system? *Media international Australia*, nr. 112, pp. 50–66.

PROGRAM PODPORY FILMOVÉHO PRŮMYSLU (2009): Dostupné [on-line] na: <http://www.ppfp.cz/clanky/dokumenty.html> [cit. 10. 7. 2013].

REID, B., ALBERT, A., HOPKINS, L. (2010): *A Creative Block? The Future of the UK Creative Industries. A Knowledge Economy & Creative Industries report*. The Work Foundation. Londýn.

Report: The performance of the Creative Industries Sector of Latvia and Preconditions for its Targeted Development (2013). MoC – ministerstvo kultury. Riga.

SCOTT, A. J. (2001): Capitalism, Cities, and the Production of Symbolic Forms, Transactions of the Institute of British Geographers. *New Series*, vol. 26, no. 1, pp. 11–23.

SCOTT, A. J. (2004): *On Hollywood: The Place, The Industry*. Princeton University Press. Princeton [N. J.]

SÖNDERMANN, M. (2012a): *Monitoring zu ausgewählten wirtschaftlichen Eckdaten der Kultur- und Kreativwirtschaft 2011*. Kurzfassung. BMWI. Berlin.

SÖNDERMANN, M. (2012b): *Statistische Anpassung der Kultur- und Kreativwirtschaft in Deutschland*. BMWI. Berlín.

SÖNDERMANN, M., BACKES, C., ARNDT, O., BRÜNINK, D. (2009): *Endbericht Kultur- und Kreativwirtschaft: Ermittlung der gemeinsamen charakteristischen Definitionselemente der heterogenen Teilbereiche der „Kulturwirtschaft“ zur Bestimmung ihrer Perspektiven aus volkswirtschaftlicher Sicht*. BMWI. Berlín.

Státní kulturní politika 2009–2014 (2009). Ministerstvo kultury ČR. Praha.

Study on the Contribution of Culture to Local and Regional Development – Evidence from the Structural Funds. Final Report (2010). Evropská komise. Brusel.

TOFFLER, A. (1980): *The third wave*. Bantam Books. New York.

TOFFLER, A. (1990): *Powershift: Knowledge, wealth and violence at the edge of the 21st century*. Bantam Books. New York.

TRŮBY, J., RAMMER, C., MÜLLER, K. (2008): *The Role of Creative Industries in Industrial Innovation*. Center for European Economic Research 08-109, ZEW Publications. Mannheim.

UNCTAD (2008): *Creative Economy Report*. United Nations. New York.

UNCTAD (2010): *Creative Economy Report*. United Nations. New York.

VIERTER ÖSTERREICHISCHER KREATIVWIRTSCHAFTSBERICHT (2010): *Studienfassung*. Creativ wirtschaft austria, Wirtschaftskammer Österreich. Vídeň.

WIPO (2003): *Guide on Surveying the Economic Contribution of Copyright-Based Industries*. Ženeva.

WIPO (2004): *Review of Economic Research on Copyright Issues*, vol. 1, no. 1, pp. 5–16. Ženeva.

WIPO (2012): *Studies on the Economic Contribution of the Copyright Industries*. Ženeva.

WOOD, P., TAYLOR, C. (2004): Big Ideas for a Small Town: the Huddersfield Creative Town Initiative. *Local Economy*, vol. 19, no. 4, pp. 380–395.

ZELENÁ KNIHA: *Uvolnění potenciálu kulturních a tvůrčích odvětví* (2010). Evropská komise. Brusel.

ŽÁKOVÁ, E. (2013): *Culture and the Structural funds in the Czech Republic*. European Expert Network on Culture. [Brusel.]

Elektronické zdroje

<http://creativeaustralia.arts.gov.au>

<http://creativeregion.org>

<http://danishbusinessauthority.dk>

<http://www.actioncanada.ca>

<http://www.austriadesign.net>

<http://www.business-sweden.se>

<http://www.ciforum.sk>

<http://www.cis.at>

<http://www.creativeindustries.ee>

<http://www.creativeindustries.fi>

<http://www.csu.cz>

<http://www.culturalpolicies.net>

<http://www.eenc.info>

<http://www.hollandtrade.com/sector-information/creative-industries>

<http://www.howtogrow.eu>

<http://www.idu.cz/cs/mapovani-kulturnich-a-kreativnich-prumyslu-v-cr-20>

<http://www.kreativwirtschaft.net>

<http://www.kreativwirtschaft-klagenfurt.at>

<http://www.ndk.cz>

<http://www.ndpculture.org>

<http://www.standort-tirol.at>

<https://www.filmstandort-austria.at>

<https://www.gov.uk/government/organisations/department-for-culture-media-sport>

<http://www.kreativnievropa.cz>

Publikace je vydávána v rámci projektu Mapování kulturních a kreativních průmyslů v ČR, podpořeného v rámci programu aplikovaného výzkumu Ministerstva kultury ČR NAKI (identifikační kód DF11P010VV031).

© Marcel Kraus, Eva Žáková a Institut umění – Divadelní ústav, 2014

Kulturní a kreativní průmysly ve vybraných zemích Evropské unie

Vymezení, ekonomický přínos, strategická podpora

Autoři: Marcel Kraus, Eva Žáková

Odpovědná redaktorka: Eva Žáková

Jazykové korektury: Petr Lehečka, Jana Křížová

Recenzoval: Mario Kubaš

Vydal Institut umění – Divadelní ústav v Praze v roce 2014

1. vydání

Neprodejné

ISBN 978-80-7008-324-6

Číslo publikace IDU: 667

