



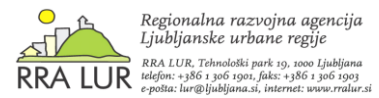
Regionalna razvojna agencija
Ljubljanske urbane regije
RRA LUR, Tehnološki park 19, 1000 Ljubljana
telefon: +386 1 306 1901, faks: +386 1 306 1903
e-pošta: lur@ljubljana.si, internet: www.rralur.si

ANALYSIS OF SUPPORT POLICIES AND FINANCING OF CREATIVE INDUSTRIES IN LJUBLJANA URBAN REGION

Nika Murovec

Inštitut za ekonomska raziskovanja

Ljubljana, October 2012



POVZETEK

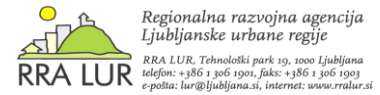
Pričujočo študijo, katere povzetek je predstavljen v nadaljevanju, je Inštitut za Ekonomska raziskovanja izdelal za Regionalno razvojno agencijo Ljubljanske urbane regije, in sicer za namen projekta CC Alps – Creative Companies in Alpine Space. Študija je bila opravljena v skladu z vnaprej pripravljenimi metodološkimi priporočili, dogovorjenimi v okviru mednarodnega projektne partnerstva.

Ljubljanska urbana regija (LUR), ki sovпада z Osrednjeslovensko statistično regijo, je v ekonomskem smislu najbolj razvita slovenska regija. V tej regiji so skoncentrirane tudi kreativne industrije (KI), saj se tu nahaja kar 42% vseh podjetij iz KI v Sloveniji. V Mestni občini Ljubljana (MOL) sodi v KI kar 18% vseh registriranih podjetij, v LUR je ta delež 16%, celotni državi pa 13%. KI v MOL zaposlujejo 12% zaposlenih, v LUR je ta delež 11%, v Sloveniji pa le 7%.

KI v Ljubljani in Sloveniji predstavljajo pomembno gospodarsko panogo, o čemer pričča že sama velikost tega sektorja. Poleg tega so KI v Sloveniji nadpovprečne tudi glede na njihovo dobičkonosnost in ustvarjeno povprečno bruto dodano vrednost na zaposlenega. Kljub temu pa vloga KI v ljubljanskem in slovenskem gospodarstvu ni tako velika, kot bi lahko bila in kot bi si želeli, da bi bila, saj se v Sloveniji premalo zavedamo pomena KI in posledično tudi njihovega potenciala ne izkoriščamo dovolj. Velik pomen KI se namreč skriva v »spillover« učinkih, ki se prelivajo na druga podjetja/inštitucije, saj KI lahko povečujejo inovativnost in dodano vrednost tudi v zasebnem in javnem sektorju ter povečujejo kvaliteto življenja nasploh. Eden ključnih problemov v Sloveniji predstavlja šibka povezanost KI z drugimi sektorji, kar omejuje tudi potencialne »spillover« učinke.

V LUR je bilo identificiranih trinajst kreativnih vozlišč (»hubov«), in sicer: RCKE, Center urbane kulture Kino Šiška, Service Design Group Slovenia, Co-working Slovenia, Kreativna cona šiška, Kulturni center Španski borci, DUKZ, Tehnološki park Ljubljana, RTO, Multipraktik, RogLab, MAO ter vozlišče za oblikovanje in lesno industrijo. Za potrebe projekta so bila vozlišča identificirana kot »prostorske in medmrežne skupnosti za dostop do inovacij, znanja, tržnih priložnosti, inspiracije ter izkušenj, ki združujejo ljudi, ki si želijo narediti spremembo, in ki so pripravljeni tvegati – prostor, ki bo te spremembe olajšal in pri tem nudil družbo«.

Identificiranim vozliščem je bil s strani Regionalnega centra kreativne ekonomije (RCKE) poslan anketni vprašalnik, na katerega so odgovorili predstavniki sedmih vozlišč. Analiza vprašalnikov je pokazala, da se vozlišča med seboj precej razlikujejo tako v širini storitev, ki jih nudijo, kot tudi v njihovi vsebini. Večina vozlišč pa med drugim ponuja storitve s področja



oblikovanja ali arhitekture. Potrebe in želje vseh vozlišč se vrtijo okoli sredstev za njihovo delovanje, poleg tega pa se pogosto ponavljajo tudi potrebe/želje v zvezi s sodelovanjem in mreženjem ter promocijo in osveščanjem.

RCKE je v glade na analizirane potrebe KI v regiji ter v dogovoru z vozlišči organiziral različne dodatne aktivnosti/storitve za vozlišča z namenom, da bi izboljšal njihovo aktivno vključenost ter preko podajanja novih vsebin ali dela na skupnih projektih izboljšal tudi mreženje med njimi in z drugimi deležniki. Na tak način je bilo istočasno doseženih več ciljev – izboljšanje mreženja, usposabljanje, informiranje in razvijanje.

V Sloveniji KI in oblikovanje niso vključeni v najpomembnejše nacionalne strateške dokumente saj niso bili prepoznani kot pomemben faktor nacionalne konkurenčnosti. Celovita KI/oblikovalska politika ne obstaja, obstaja pa nekaj posameznih ukrepov, ki pa med seboj niso povezani in koordinirani, v mnogih primerih pa KI spodbujajo zgolj posredno. Na regionalnem in lokalnem nivoju je položaj KI za odtenek boljši in premiki v pravo smer se hitreje odražajo. Tako je v okviru RRA LUR bil ustanovljen Regionalni center kreativne ekonomije (RCKE), katerega glavni cilj je povezovanje KI z drugimi sektorji in ki ni nudi tudi nekatere storitve za identificirana vozlišča. V okviru MOL je bil ustanovljen in podprt Center urbane kulture Kino Šiška, kar se je izkazalo kot dobra praksa, v okviru projekta Second Chance (MOL, Mestni Muzej) pa je pravkar bil odprt prav tako obetavni RogLab.

Obstajajo številne možnosti za izboljšavo podpornih ukrepov in financiranja KI v Sloveniji, tako na nacionalnem kot na regionalnem nivoju. Poleg umestitve KI v ustrezne strateške dokumente, so najbolj smiselni ukrepi za spodbujanje sodelovanja med KI in drugimi sektorji, tako v uveljavljenih kot v mladih podjetjih. Druga možnost je poslovno usposabljanje kreativcev in spodbujanje, da sami na trgu nastopijo z inovativnimi izdelki in blagovnimi znamkami. Tretja možnost pa je povečanje povpraševanja po storitvah in izdelkih KI s strani javnih inštitucij, ki bi z izborom kreativnih in inovativnih izdelkov/storitev v svojih javnih razpisih s tem promovirale KI in postavile zgled tudi ostalim.

Glede na trenutno finančno situacijo kratkoročno žal ni pričakovati znatnega povečanja sredstev, namenjenih KI. Pomembno priložnost za financiranje kreativcev bodo zato v prihodnje najbrž še vedno predstavljali EU projektu/skladi, poleg tega pa za marsikoga priložnost lahko predstavlja tudi »crowdfunding«, ki do sedaj v Sloveniji še ni razširjen.