

# Skupni akcijski načrt

## Lokalni izvedbeni načrt za Ljubljano

Verzija: Avgust 2011  
(Končna verzija)

## Uvod

Lokalni izvedbeni načrt (LIN) je del projekta Kreativna mesta, ki je mednarodni (srednjeevropski) projekt v podporo razvoju in spodbujanju kreativnih industrij v srednjeevropskih mestih.

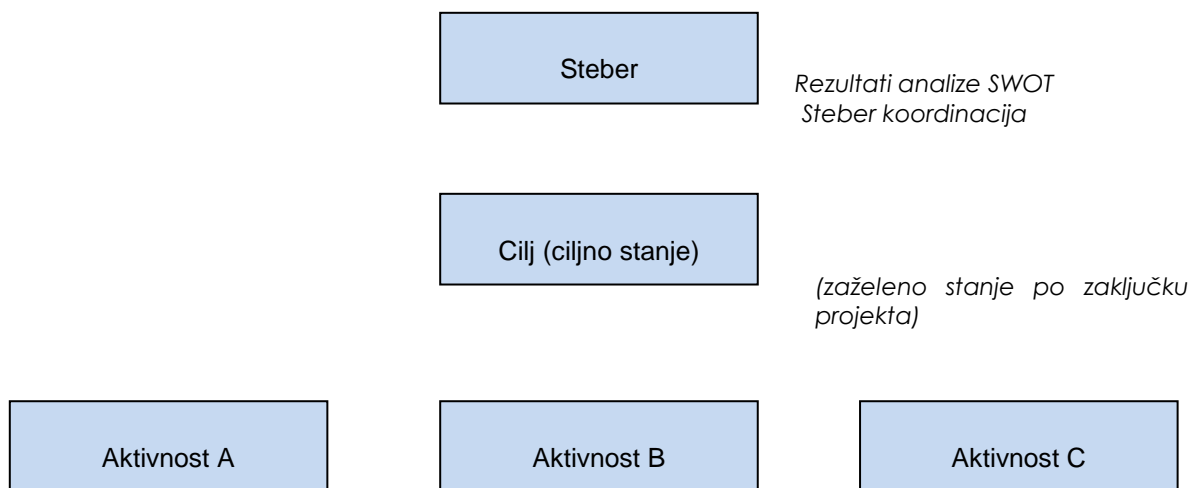
Lahko bi dejali, da je LIN odvisen od SAN-a, Skupnega akcijskega načrta – akcijskega načrta na ravni projekta. SAN predstavlja akcije, ki naj bi bile izvedene v več partnerskih mestih, kar jim daje transnacionalno razsežnost. Po drugi strani pa je LIN osredotočen zelo lokalno. V našem primeru to pomeni, da je LIN osredotočen na Ljubljansko urbano regijo in na raven Mestne občine Ljubljana. Zato bi lahko rekli, da je LIN glavni dokument na regionalni ravni, ki obravnava načrtovano podporo in spodbujanje kreativnih industrij. LIN je formalno časovno osredotočen na čas od tega trenutka do leta 2015. Vendar pa bi se nekatere dejavnosti, našteje v tem dokumentu, lahko nadaljevale tudi po omenjenem letu 2015. Ravno tako tudi vse dejavnosti, opredeljene v LIN-u, naj ne bi bile financirane iz projekta Kreativna mesta, ki se zaključí ob koncu leta 2012. Zato bodo koriščeni drugi viri (EU/državni/lokalni, lastni viri RRA LUR, možne kotizacije za usposabljanje udeležencev po letu 2012).

Vsebinski LIN-a in SAN-a sta podobno grajeni. Obe vsebujeta več stebrov, ki so v obeh primerih isti. V LIN-u (in SAN-u) je naslednjih šest stebrov:

1. Infrastruktura
2. Mreženje
3. Trženje
4. Prenos znanja
5. Izobraževanje in zaposlovanje
6. Finance

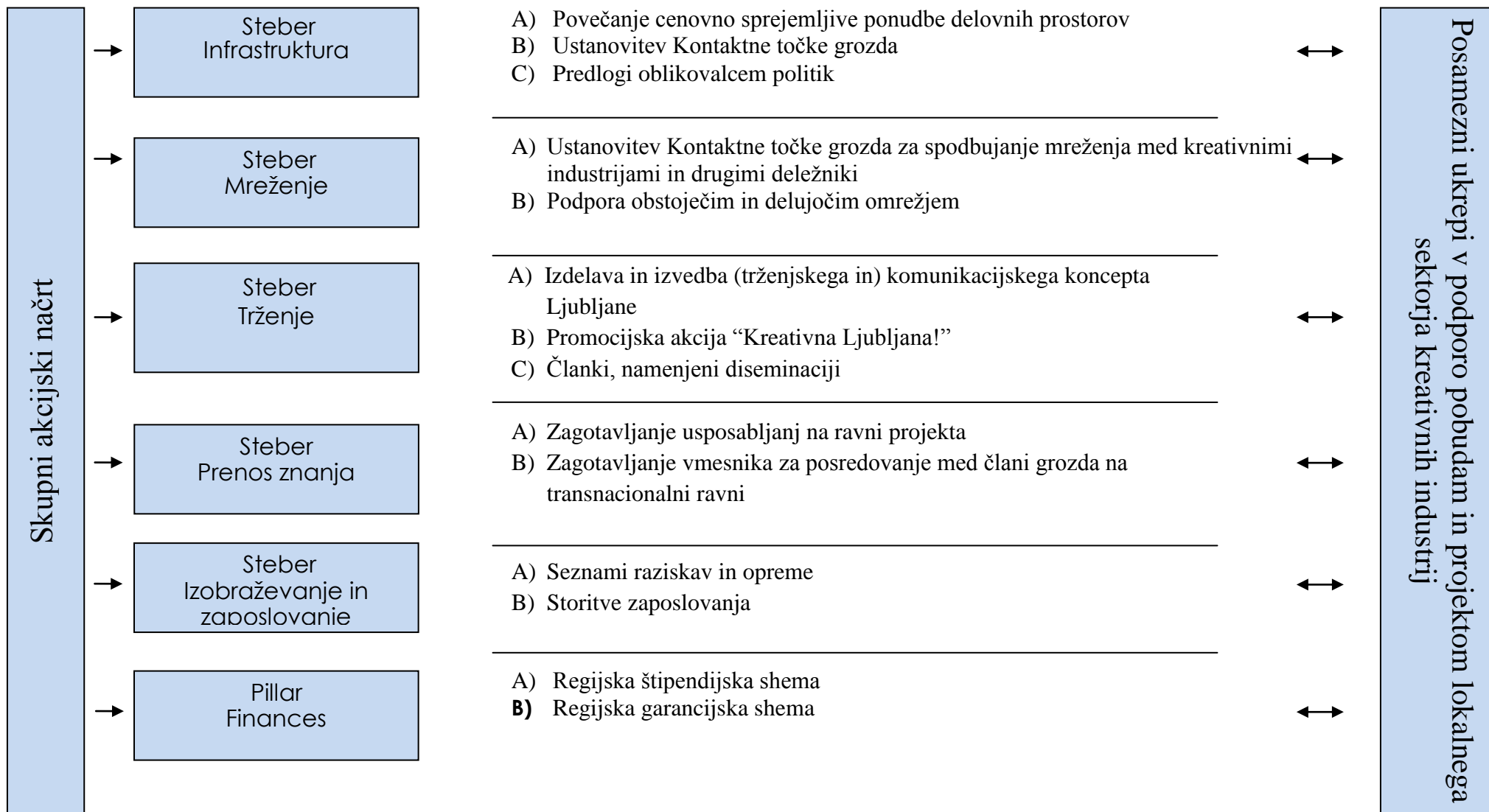
Vsak steber vsebuje več odvisnih dejavnosti in vsaka od njih ima poseben namen. V glavnem dejavnosti, navedene v LIN-u, odražajo dejavnosti, našteje v SAN-u, vendar pa so dejavnosti v LIN-u usklajene s posebnimi lokalnimi značilnostmi, ki so bile razčlenjene s pomočjo analize SWOT in drugih raziskovalnih dejavnosti projekta Kreativna mesta, kot so raziskave s pomočjo ciljnih skupin ter teoretske študije in študije primerov. V prihodnosti se dejavnosti lahko spremenijo – prilagodijo potrebam kreativnih industrij, ker si želimo stvarnega odziva na pričakovanja trga.

Zgradba LIN-a bo primerljiva z drugimi LIN-i projekta Kreativna mesta, zato bomo v ljubljanskem LIN-u uporabili strukturno metodologijo, ki so jo predlagali leipziški partnerji.



Pot do realizacije  
Ciljna skupina  
Časovnica  
Odgovoren  
Proračun projekta Kreativna mesta  
Kontakt





## Kontakti

### Koordinacija projekta

Regionalna razvojna agencija Ljubljanske urbane regije (RRA LUR)

Ga. Nataša Mršol

Tel: +386 1 3061923

[natasa.mrsol@ljubljana.si](mailto:natasa.mrsol@ljubljana.si)

Mag. Tina Pezdirc Nograšek

Tel: +386 1 3061914

[tina.pezdirc@ljubljana.si](mailto:tina.pezdirc@ljubljana.si)

g. Aidan Cerar

Tel: +386 1 3061923

[aidan.cerar@ljubljana.si](mailto:aidan.cerar@ljubljana.si)

## IZHODIŠČE

SWOT analiza za kreativne industrije v Ljubljani (december 2010):

<p><b>PREDNOSTI:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Koncentracija inštitucij in podjetij (LJ je glavno mesto)</li> <li>• Močan javni sektor</li> <li>• Kvalitetna izobrazba in dodatna usposabljanja v nekaterih panogah</li> <li>• Mednarodno sodelovanje (nevladne organizacije)</li> <li>• Dogodki, nagrade</li> <li>• Tradicija</li> <li>• Mednarodno priznani posamezniki</li> </ul>	<p><b>SLABOSTI:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Majhen trg</li> <li>• Celovite politika za podporo KI ne obstaja</li> <li>• Nezadostno financiranje</li> <li>• Pomanjkljiva infrastruktura v nekaterih panogah</li> <li>• Pomanjkanje specializiranih izobraževalnih programov</li> <li>• »Vsak dela vse«</li> <li>• Pomanjkanje poslovnih in menedžerskih znanj</li> <li>• Pomanjkanje promocije</li> <li>• Neenakovredni odnosi v verigi vrednosti</li> <li>• Cenovna konkurenca</li> <li>• Problematika zaščite avtorskih pravic in intelektualne lastnine</li> <li>• Pomanjkanje kritične mase (osredotočenost na domači trg)</li> </ul>
<p><b>PRILOŽNOSTI:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Naraščanje povpraševanja po kreativnih proizvodih</li> <li>• Celovita podporna politika za KI na državni in lokalni ravni</li> <li>• Povezovanje kulture z drugimi sektorji</li> <li>• Uporaba KI za prestrukturiranje slovenskega poslovnega sektorja</li> </ul>	<p><b>NEVARNOSTI:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Gospodarska kriza (težave v zasebnem sektorju in pomanjkanje javnih sredstev)</li> <li>• Hitro spreminjajoče se tehnologije</li> <li>• Močna konkurenca iz drugih držav</li> <li>• Emigracija talentov</li> <li>• Vsebine je enostavno kopirati</li> </ul>

## I./ Steber INFRASTRUKTURA

### Izhodiščni položaj

- Pomanjkanje politik, namenjenih infrastrukturnemu spodbujanju razvoja kreativnih industrij.
- Pomanjkanje cenovno sprejemljivega proizvodnega prostora.
- Pomemben del pozidanih površin je bil privatiziran ali prenovljen. Večina prenov pozidanih površin temelji na zasebni pobudi.
- Možnosti kreativnih industrij za obnovo in oživljanje posameznih urbanih območij, ki se nahajajo v zanemarjenem ali razpadajočem stanju.
- Na ravni mestne občine kreativna četrt ni opredeljena.
- Sodelovanje med kreativnimi pobudami od spodaj navzgor ter politikami od zgoraj navzdol je redkost.
- Na ravni mestne občine že obstaja institucionalizirana podpora umetnikom v pogledu bivanjskega in delovnega prostora. Možno je najeti stanovanje/studio, ki se sestoji iz stanovanjskega dela in prostora za dejavnosti, povezane z (umetniškimi) delom. Treba pa je upoštevati, da ta sistem podpira le umetnike in se neposredno nikakor ne nanaša na spodbujanje kreativnega gospodarstva.

### Cilj (Ciljno stanje)

- Zagotavljanje zadostne ponudbe delovnih prostorov za kreativne industrije na ravni mestne občine in regije.
- Podpiranje potencialov kreativnih četrti v ekonomskem, družbenem in prostorskem pogledu.

### Koordinacija stebra

- RRA LUR
- Podpora Oddelka za urejanje prostora Mestne občine Ljubljana

### Aktivnosti

1. Povečanje ponudbe cenovno sprejemljivih proizvodnih prostorov.
2. Ustanovitev urada, kjer bi se nahajala kontaktna točka grozda.
3. Predlogi oblikovalcem politik, naj sprejmejo politike, ki bi podpirale:
  - a. Razvoj kreativnih četrti.
  - b. Povečanje obsega cenovno sprejemljivih stanovanjskih prostorov za kreativne posameznike.

Lahko bi opozorili na dejstvo, da nekatere od teh priporočenih politik ne bi zahtevale izdelave novih dokumentov na področju politike urejanja prostora, ker bi jih lahko vključili v obstoječe zadevne dokumente in planske dokumente.

## 1. aktivnost: Povečanje cenovno sprejemljive ponudbe delovnih prostorov

### Pot do realizacije

- Kartiranje, identifikacija in kategorizacija primernih prostorov na regionalni ravni, kjer bi lahko delovale kreativne industrije.

- Navezovanje stikov z zadevnimi občinami (na regionalni ravni) za iskanje skupnega interesa, da bi kartirani prostor pod posebnimi pogoji ponudili na trgu prostorov za kreativno delo.
- Posredovalni center (Match making centre) – za iskanje možnih uporabnikov kartiranih prostorov.

#### Ciljne skupine

- Kreativne gospodarske družbe, zlasti novonastale (start-ups).
- Kreativni posamezniki z namenom samozaposlitve.
- Občine, ki se zavedajo pomanjkanja priložnosti za zaposlitev.

#### Časovnica

- Začetek: 2. 2. 2011 (nadaljevala se bo tudi po zaključku projekta)

#### Odgovoren

- RRA LUR
- Podpora Oddelka za urejanje prostora Mestne občine Ljubljana

#### Proračun projekta Kreativna mesta

- Stroški osebja (upravljanje z nalogo bo zagotovljeno v okviru Kontaktne točke grozda)

## **2. aktivnost: Ustanovitev urada, kjer se bo nahajala Kontaktna točka grozda**

#### Pot do realizacije

- Ustanovitev Kontaktne točke grozda – v virtualnem in prostorskem smislu.
- Namen kontaktne točke grozda z infrastrukturnega vidika je omogočiti prostor zaposlenemu/zaposlenim, ki bo upravljal s potencialnimi cenovno sprejemljivimi kreativnimi prostori.

#### Ciljne skupine

- Deležniki v kreativnih industrijah (poudarek na SMP-jih)
- Kreativni posamezniki z namenom samozaposlitve
- Novonastala podjetja na področju kreativnih industrij
- Občine v LUR

#### Časovnica

- Začetek: maj 2011 (priprave na zagon Kontaktne točke grozda, zaposlitev novega zaposlenega, delovanje Kontaktne točke grozda)

#### Odgovoren

- RRA LUR

#### Proračun projekta Kreativna mesta

- Stroški osebja, oprema (IKT)



### 3. aktivnost: Predlogi oblikovalcem politik

#### Pot do realizacije

- Razširjanje rezultatov projekta (lokalno) s pomočjo publikacij, ravno tako načrtovanih znotraj projekta

#### Ciljna skupina

- Lokalni oblikovalci politik in nosilci odločanja

#### Časovnica

- Začetek: november 2011 (po zaključku transnacionalne študije)

#### Odgovoren

- RRA LUR
- Podpora Oddelka za urejanje prostora Mestne občine Ljubljana

#### Proračun projekta Kreativna mesta

- Stroški osebja

## II./ Steber MREŽENJE

### Izhodiščni položaj

- Prisotna so samo nekatera med(pod)sektorska omrežja in zelo nenavadno je, da se ta omrežja združujejo pod imenom 'kreativne industrije'.
- Omrežja v glavnem delujejo na nacionalni ravni.
- Ni opaziti institucionalnega pristopa k povezovanju obstoječih kreativnih omrežij in sektorjev.
- Ni institucionalizirane podpore sodelovanju med raznovrstnimi kreativnimi podjetji.

### Cilj

Institucionalizirana podpora mreženju različnih kreativnih posameznikov, podjetij in drugih deležnikov, kot so univerza, javni sektor itd.

### Koordinator stebra

- RRA LUR (Kontaktna točka grozda)
- Podpora s strani IER

### Aktivnosti

1. Ustanovitev Kontaktne točke grozda za spodbujanje mreženja med kreativnimi industrijami in drugimi deležniki.
2. Podpora obstoječim in delujočim omrežjem.

## **1. aktivnost: Ustanovitev Kontaktne točke grozda za spodbujanje mreženja med kreativnimi industrijami in drugimi deležniki**

### Pot do realizacije

- Postavitev spletne strani Kontaktne točke grozda.
- Ustanovitev dejanske Kontaktne točke grozda.
- Imenovanje vodje Kontaktne točke grozda.
- Registracija Kontaktne točke grozda, ki s tem postane tako imenovana točka VEM ter predstavlja institucionalizirano administrativno podporo za podjetnike.
- Vključitev deležnikov v Kontaktno točko (preko spleta).

### Ciljne skupine

- Deležniki v kreativnih industrijah (poudarek na SMP-jih)
- Kreativni posamezniki z namenom samozaposlitve
- Novonastala podjetja na področju kreativnih industrij
- Občine v LUR

### Časovnica

- Začetek: maj 2011 (priprave na zagon Kontaktne točke grozda, zaposlitev novega zaposlenega, delovanje Kontaktne točke grozda)

### Odgovoren

- RRA LUR

Proračun projekta Kreativna mesta  
Stroški osebja, oprema (IKT).

## **2. aktivnost: Podpora obstoječim in delujočim omrežjem**

### Pot do realizacije

- Prepoznavanje takšnih omrežij. Verjetno bi bilo treba do določene mere identificirati tudi njihove člane.
- Odkrivanje vzajemnih interesov Kontaktne točke grozda in takšnih omrežij.

### Ciljne skupine

- Obstoječa omrežja kreativnih organizacij
- Akterji, ki še niso člani omrežij

### Časovnica

- Začetek: maj 2011

### Odgovoren

- RRA LUR (Kontaktna točka grozda)
- Podpora s strani IER

Proračun projekta Kreativna mesta  
Stroški osebja

### III./ Steber TRŽENJE

#### Izhodiščni položaj

- Trženje termina "kreativne industrije" je v Sloveniji nezadovoljivo.
- Znanje, ki se navezuje na kreativne industrije, je skromno med vsemi deležniki v Sloveniji in Ljubljani.
- Ni jasne javne strategije ali načrta glede kreativnih industrij.
- Ni trženja kreativnih industrij na nacionalni ravni.
- Ni mednarodne podpore ali trženja slovenskih kreativnih industrij v tujini.
- Ministrstvo za kulturo delno podpira več podpanog KI s sofinanciranjem njihovih razstav – nekatere od njih s ciljem spodbujanja slovenskih KI.
- Mesto Ljubljana delno sofinancira nekatere projekte na področju arhitekture in dejavnosti/dogodke, ki koristijo javni prostor. Nova strategija za kulturo (2012 - 2015) predvideva večjo podporo KI.

#### Cilj

- Osveščanje na nacionalni ravni.
- Uveljavljanje slovenskih kreativnih industrij na mednarodni ravni.

#### Koordinacija stebra

- RRA LUR

#### Aktivnosti

1. Izdelava in izvedba (trženjskega in) komunikacijskega koncepta Ljubljane.
2. Promocijska akcija "Kreativna Ljubljana"<sup>1</sup>.
3. Pospeševanje kreativnih industrij in pobude za grozd KI.
4. Članki, namenjeni širjenju informacij

### **1. aktivnost: Izdelava in izvedba (trženjskega in) komunikacijskega koncepta Ljubljane.**

#### Pot do realizacije

- Analiza zatečenega stanja (tudi s pomočjo deležnikov): razpoznavanje problemov KI na področju trženja in komuniciranja, opredelitev ciljnih skupin (dialog) in sporočil. Vprašanja, ki jih je treba rešiti, so: ali je "etiketa" lokalnega grozda sprejemljiva za vse panoge? Ali je mogoče vse panoge KI promovirati pod eno znamko? Ali bi bilo bolje promovirati le nekatere panoge (npr. oblikovanje, arhitekturo)? Druge možnosti?
- Opredelitev komunikacijske strategije, ciljev (splošna prepoznavnost ljubljanskih kreativnih industrij / oblikovanje in arhitektura / posamezne panoge?) => načrtovanje prihodnjih aktivnosti in sredstev (kaj in kako naj bi se izvedlo v promocijski akciji "Kreativna Ljubljana!")
- Predstavitev rezultatov (konceptov)
- Izvedba
- Ocena

<sup>1</sup> Ni še odločeno, katere dejavnosti in orodja (možno je, da tiskane publikacije sploh ne bo).

Ciljne skupine

- Podjetniki v KI
- Industrija na splošno

Časovnica

- Začetek: september 2011 (javni razpis za taktične trženjske programe, delavnica/e deležnikov, izdelava komunikacijskega koncepta, izvedba)

Odgovoren

- RRA LUR
- Podpora s strani IER

Proračun projekta Kreativna mesta

- Stroški osebja
- Zunanje strokovno znanje in izkušnje (taktični trženjski programi)

**2. aktivnost: Promocijska akcija "Kreativna Ljubljana!"**

Pot do realizacije

- Predstavitev članov grozda na spletni strani in/ali v posebni publikaciji in/ali na razstavi=>odločitev še ni sprejeta.
- Mednarodno razširjanje rezultatov akcije "**Kreativna Ljubljana!**" v sodelovanju z drugimi grozdi v projektu.

Ciljne skupine

- Podjetniki v KI
- Potencialni potrošniki storitev kreativnih industrij.
- Oblikovalci politik in nosilci odločanja
- Splošna javnost => javna osveščenost.

Časovnica

- Začetek: december 2011

Odgovoren

- RRA LUR

Proračun projekta Kreativna mesta

- Stroški osebja
- Stroški promocije

**3. aktivnost: Promocija kreativnih industrij in pobude za KI grozd**

Pot do realizacije

- Promocija kreativnih industrij, njihovega pomena za gospodarstvo – izboljšanje konkurenčnosti slovenskega gospodarstva in promocija sodelovanja med kreativnimi industrijami in drugimi (nizko in/ali visoko tehnološkimi) industrijami (npr. les, pohištvo, kovine in kovinski izdelki, plastika itd.)

- Promocija pobude za grozde KI: koristi iz skupnih aktivnosti in tesnega sodelovanja (od ideje do proizvoda) med kreativnimi podjetji in SMP-ji iz drugih industrij.
- Promocija Kontaktne točke grozda kot vmesnika med obema "skupinama" deležnikov in njihovega sodelovanja s fakultetami.
- Uporaba različnih orodij: srečanja, okrogla miza, delavnice, promocijska gradiva, sporočila za medije/članki/intervjuji v medijih, spletna stran.

#### Ciljne skupine

- Podjetniki v KI
- SMP-ji v drugih industrijskih panogah
- Študenti in diplomiranci "kreativnih" fakultet (oblikovanje, arhitektura itd.)
- Oblikovalci politik in nosilci odločanja
- Mediji

#### Časovnica

- Začetek: 2.2.2011

#### Odgovoren

- RRA LUR

#### Proračun projekta Kreativna mesta

- Stroški osebja
- Stroški promocije

### **4. aktivnost: Članki namenjeni širjenju informacij (diseminacija)**

#### Pot do realizacije

- Glavna analiza - SWOT, na kateri bodo temeljili članki, je bila že opravljena.

#### Ciljne skupine

- Strokovnjaki in akademiki
- Oblikovalci politik

#### Časovnica

- Začetek: maj 2011

#### Odgovoren

- IER
- Podpora RRA LUR

#### Proračun projekta Kreativna mesta

- Stroški osebja

## IV./ Steber PRENOS ZNANJA

### Izhodiščni položaj

- Na nacionalni ravni primanjkuje tečajev, namenjenih strokovnjakom s področja kreativnih industrij.
- Nekatero evropske države so v pogledu spodbujanja kreativnih industrij razvitejše.
- Obstoječe omrežje kreativnih grozdov znotraj projekta Kreativna mesta.
- Pomanjkanje poslovne usposobljenosti.
- Nagel tehnološki razvoj.

### Cilj

- Vzpostaviti omrežje znanja med grozdi v okviru projekta.
- Spodbujati sodelovanje med člani grozda.

### Koordinacija stebra

- RRA LUR
- Podpora s strani IER

### Aktivnosti

1. Zagotavljanje tečajev na ravni projekta. Tečaji bi lahko bili osredotočeni na poslovna znanja in veščine, na možnosti financiranja, na tehnološke in trženjske trende itd.
2. Zagotavljanje vmesnika za posredovanje med člani grozda na transnacionalni ravni.

## 1. aktivnost: Zagotavljanje tečajev na ravni projekta

### Pot do realizacije

- Povabila tujim predavateljem v Ljubljano v sodelovanju z grozdi iz partnerskih mest.
- Vzpostavitev povezav z organizacijami, ki izvajajo usposabljanja in tečaje na mednarodni ravni, kot je Britanski svet (British Council).
- Oblikovanje seznama tečajev, ki so na voljo v grozdih partnerskih mest, da bi slovenske kreativne podjetnike spodbudili k sodelovanju v njih.
- Virtualna izmenjava znanja (spletna stran Kontaktne točke grozda).

### Ciljne skupine

- Kreativni podjetniki
- Novonastala podjetja na področju KI
- Študenti in diplomiranci "kreativnih" fakultet (oblikovanje, arhitektura itd.)

### Tečajnica

- Začetek: 2. 2. 2011

### Odgovoren

- RRA LUR

Proračun projekta Kreativna mesta

- Stroški osebja
- Zunanji strokovnjaki (usposabljanja)

**2. aktivnost: Zagotavljanje vmesnika za posredovanje med člani grozda na transnacionalni ravni**

Pot do realizacije

- Najprej je potrebna spletna stran.
- Potrebna je spletna aplikacija za upravljanje s potencialnim sodelovanjem. Aplikacija se mora uporabljati v vseh partnerskih mestih ali straneh grozdov.

Ciljne skupine

- Podjetniki v KI
- Kreativni posamezniki (svobodnjaki)
- Strokovnjaki s področja kreativnih industrij

Časovnica

- Začetek: januar 2012

Odgovoren

- RRA LUR

Proračun projekta Kreativna mesta

- Stroški osebja
- Promocija (postavljanje spletne strani)



## V./ Steber IZOBRAŽEVANJE IN ZAPOSLOVANJE

### Izhodiščni položaj

- Med kreativnimi industrijami in izobraževalnimi institucijami skorajda ni sodelovanja.
- Izobraževanje, ki se izvaja, pogosto ne ustreza potrebam gospodarstva.
- Strokovnjaki s področja KI pogosto tožijo, da jim primanjkuje predvsem podjetniškega znanja.
- Ni specializiranega posredniškega portala za kreativni sektor.

### Cilj

- Mreženje izobraževalnih in znanstvenih institucij na eni strani ter kreativnih industrij na drugi.
- Spodbujanje trga delovne sile v kreativnem gospodarstvu.

### Koordinacija stebra

- RRA LUR (Kontaktna točka grozda)

### Aktivnosti

1. Organizacija programov usposabljanja za deležnike KI
2. Seznami raziskav in opreme
3. Storitve zaposlovanja

## **1. aktivnost: Organizacija programov usposabljanja za deležnike KI**

### Pot do realizacije

- Organizacija programov usposabljanja za deležnike KI s ciljem povečanja njihove strokovne kompetentnosti (temelječih na SWOT analizi ter razpoznanih potrebah po usposabljanju); npr. pravice intelektualne lastnine, trženje, najboljše koriščenje družabnih omrežij za KI

### Ciljne skupine

- Podjetja v kreativnih industrijah
- (Bodoča) novonastala podjetja v KI
- Študenti in diplomiranci "kreativnih" fakultet (oblikovanje, arhitektura itd.)

### Časovnica

- Začetek: 2/2 2011

### Odgovoren

- RRA LUR (Kontaktna točka grozda)

### Proračun projekta Kreativna mesta

- Stroški osebja
- Zunanji strokovnjaki

## 2. aktivnost: Sezname raziskav in opreme<sup>2</sup>

### Pot do realizacije

- Izdelava seznama raziskav v teku ter seznama razpoložljive opreme s ciljem spodbujanja sodelovanja med kreativnimi industrijami in izobraževalnimi institucijami.
- Objava teh seznamov na spletni strani Kontaktne točke grozda.
- Možnosti skupne uporabe razpoložljive opreme.

### Ciljne skupine

- Podjetja v kreativnih industrijah ter izobraževalne institucije (univerze, instituti itd.)
- (Bodoča) Novonastala podjetja v KI

### Časovnica

- Začetek: 2/2 2011, stalno prilagajanje stanju in povratno informiranje

### Odgovoren

- RRA LUR (Kontaktna točka grozda)
- Podpora s strani IER

### Proračun projekta Kreativna mesta

- Stroški osebja

## 3. aktivnost: Storitve zaposlovanja

### Izhodiščni položaj:

- Zavod BIG je (na svoji spletni strani) ravnokar odprl trg dela, osredotočen na zaposlitve v sektorju KI. Na tej stopnji še ni informacije o njegovem delovanju (preizkusna doba).

### Pot do realizacije

- Virtualna platforma, namenjena posredovanju med kreativnimi zaposlovalci in zaposlenimi.
- Dogodki, namenjeni posredovanju

### Ciljne skupine

- Kreativni posamezniki, študenti in kreativne družbe

### Časovnica

- Pričetek: 1/2 2012

### Odgovornost

- RRA LUR (Kontaktna točka grozda)

### Proračun projekta Kreativna mesta

- Stroški osebja

---

<sup>2</sup> Glede na konkretne podsektorje

## VI./ Steber FINANCE

### Izhodiščni položaj

- Pomanjkanje finančne podpore (investicij) za podjetja v kreativnih industrijah.
- Ni posebej prilagojenih instrumentov za odzivanje na specifične potrebe kreativnih industrij (npr. kadri).

### Cilj

- Spodbujanje trga dela v kreativnem gospodarstvu.
- Spodbujanje investicij v podjetja KI => ustvarjanje novih delovnih mest

### Koordinacija stebra

- RRA LUR (Kontaktna točka grozda)

### Aktivnosti

1. Regionalni štipendijski program
2. Regionalna jamstvena shema

## 1. aktivnost: Regionalna štipendijska shema

### Izhodiščni položaj:

- Ni finančne podpore, ki bi bila osredotočena na bodoče akterje (zaposlene) v kreativnem sektorju.

### Pot do realizacije

- Štipendije se podeljujejo za konkretna zaposlitve – prednost imajo razvojne potrebe in perspektivni poklici v regiji.
- Dva finančna vira:
  - o 50 % sofinanciranja kadrovskih štipendij iz Evropskega socialnega sklada – zagotavlja RRA LUR in
  - o 50 % (ali manj, če sodelujejo občine) sofinanciranja zagotavljajo zaposlovalci.
- Po zaključku študija bo študent/ka zaposlen/a pri zaposlovalcu za čas trajanja študijske podpore.

### Ciljne skupine

- Zaposlovalci v zasebnem in javnem sektorju, posamezniki v LUR
- Občine v LUR
- Študenti (tudi podiplomski) – študijev na področju KI.

### Časovnica

- Začetek: po javnem razpisu leta 2012 (verjetno marec/april)

### Odgovoren

- RRA LUR (Kontaktna točka grozda)

Proračun projekta Kreativna mesta

- Stroški osebja

**2. aktivnost: Regionalna garancijska shema**

Izhodiščni položaj:

- Mikro, mala in srednja podjetja se srečujejo s pomanjkanjem finančnih virov za investicije.
- Tveganje na področju kreativnih industrij je večje kot v drugih sektorjih.

Pot do realizacije

- Jamstvena shema kot instrument poslovne podpore na področju KI. Cilj je povečati sposobnost podjetij za koriščenje subvencij na področju podjetništva.
- Jamstva se odobravajo za investicijska posojila. Pričakovani rezultati: krepitev konkurenčnosti in ustvarjanje novih delovnih mest.
- Možni finančni viri:
  - o Državna sredstva
  - o Sofinanciranje: država in občine v LUR (slednje je odvisno od javnega razpisa)

Ciljne skupine

- Mikro podjetja in SMP-ji
- Občine v LUR

Časovnica

- Začetek: po javnem razpisu, predvidenem za I. 2012

Odgovoren

- RRA LUR (Kontaktna točka grozda)

Proračun projekta Kreativna mesta

- Stroški osebja