



KREATIVNI GRADOVI ILI KAKO KREATIVNA I KULTURNA INDUSTRIJA MIJENJA SVIJET



HRVATSKI KLASER
KONKURENTNOSTI
KREATIVNIH
I KULTURNIH
INDUSTRIJA

www.hkikki.eu

Da li biste otišli u ovaj grad?



A ovdje?



ZAŠTO?

UKRATKO RAZVOJ KVALITETNE KOMUNIKACIJE ZNAČI I
KVALITETAN RAZVOJ BREND.

ŠTO JE TO BREND?

Popularna izmišljotina??

PRVO

Brend nije LOGO!

DRUGO

Brend nije IDENTITET!

TREĆE I POSLJEDNJE

Brend nije PROIZVOD!

ŠTO JE U STVARI BREND?

**BREND JE ONAJ
OSJEĆAJ KOJI NAM
IZAZIVA NEKI
PROIZVOD, USLUGA,
GRAD ILI TVRTKA**



Važno je znati da je ČOVJEK DANAŠNJICE

Opterećen porukama

Predisponiran simbolima

Pod utjecajem medija

Ima lak pristup informacijama



ŠTO SE ONDA DEŠAVA?



VIDITE LI TU
NEŠTO PROČITATI?



LJUDI SU KONDICIONIRANI ZA PREPOZNAVANJE ONOG ŠTO JE RAZLICITO

LOŠ RAZVOJ KOMUNIKACIJE je onaj koji ide prema kratkoročnoj zaradi na štetu dugoročnog kvalitetnog razvoja brenda.

DOBAR RAZVOJ KOMUNIKACIJE je onaj koji razvija vrijednost brenda kroz osnaživanje fokusa i povezivanje s kupcem.

**UKRATKO KREATIVNI SADRŽAJ I
KOMUNIKACIJA SU ONI KOJI
OBLIKUJU ZANIMLJIVOST I
IDENTITET GRADA.**



Kreativne industrije u Hrvatskoj ...

UDIO SEKTORA U BDP-U RH

3,1
Industrija hrane

2,3
KKI

1,7
Industrija metala

1,1
Kemijska industrija

0,9
Industrija pića

0,8
Drvena industrija

0,7
Tekstilna industrija

1,0
Farmaceutska
industrija

ZAPOSLENOST

8,9%

Ukupno zaposlenih od radnog stanovništva u **kreativnoj ekonomiji** 124.304

5,9%

Ukupno zaposlenih od radnog stanovništva u **kreativnim zanimanjima** 82.092

3,0%

Ukupno zaposlenih od radnog stanovništva u **kreativnim industrijama** 42.212

Trendovi u kretanju zaposlenosti

2012 – 2014



RH
9,6%



KKI
0,5%

2013 – 2014



0,2%



0,2%

EKONOMSKI DOPRINOS – 2013.g.

4,6 mlrd

kuna BDV-a

15 mlrd

kuna PRIHODA

3,5% ukupnog BDV-a
poslovnog sektora RH

2,4% ukupnog prihoda
poslovnog sektora RH

1,5 mlrd

kuna IZVOZ

543 mil

kuna KUMULATIVNE DOBITI

1,6% ukupnog izvoza
poslovnog sektora RH

7,3% ukupne k. dobiti poslovnog
sektora RH

SPECIFIČNOSTI SEKTORA

**Značajan prostor za
ekspanziju i nova
radna mjesta**

**Utvrđen cjenovni
potencijal za
konkuriranje na
stranim tržištima**

**Otporne na
recesiju**

**Veliki potencijal
suradnje sa zrelim
industrijama**

**Nositelji
inovacija**

45,4%
zaposlenih s
najmanje višom
školom

Najvažnije je znati kako se **95%**
kreativnih industrija nalazi **u**
gradovima.

**TO JE POTENCIJAL KOJI TREBA
MAKSIMALNO POKRENUTI!**

Urbani razvoj

**PODUZETNIŠTVO, KREATIVNE
I KULTURNE INDUSTRIJE I
TURIZAM!**





LJUDSKI POTENCIJAL

KREATIVNE IDEJE

**AKTIVACIJA NEISKORIŠTENIH
RESURSA**







KREATIVNE I KULTURNE INDUSTRIJE I URBANI RAZVOJ

Baskia
Bilbao
Guggenheim



Baskia Bilbao Guggenheim



Baskia
Bilbao
Guggenheim



***„Kultura nam je jedina
preostala vrijednost koju
moramo braniti!”***

Anne-Grete Strøm-Erichsen, norveška ministrica obrane

Uloga KKI u razvoju turizma i gospodarstva

- Vrlo značajna kako na nacionalnoj, regionalnoj i lokalnim razinama
- Prilika za gospodarsku diversifikaciju i pametnu specijalizaciju te povećanje atraktivnosti regije
- Izravan doprinos otvaranju novih radnih mjesta i povećanju turističkog prometa
- Prema KEA studiji "Economy of Culture in Europe" (2006) poslovi vezani uz kulturu predstavljaju 15% svih poslova u sektoru turizma
- Guggenheim, Bilbao i Imperial War Museum u Manchesteru kao dobri primjeri prakse razvoja turizma temeljenog na kulturnim resursima
- Osim gospodarske koristi (prihodi od turizma, otvaranje novih radnih mjesta, prihodi u sferi porezne politike itd.), važna je i simbolička vrijednost koju KKI donose promociji regija u smislu brendiranja na temelju kulture, te općenito povećanje kvalitete života

Primjer 1: Europska prijestolnica kulture

- Pečuh (2010) uložio 100 milijuna € iz ERDF kako bi izgradio novu knjižnicu, koncertnu/konferencijsku dvoranu i regenerirao četvrt Zsolnay odnosno izradio autoput na relaciji Pečuh – Budimpešta
- Essen za Ruhr 2010 uložio 50 milijuna € iz ERDF za transformaciju
- Liverpool (2008) izuzetno povećao broj turista i doprinio gospodarstvu multimilijunskim injekcijama: 9,7 m posjetitelja, povećanje od 34%, donio prihod od £753.8 m
- 10% povećanja publike svake godine, posebice visok interes za muzeje i galerije; broj posjetitelja u 7 najvećih atrakcija 2008. bio je 5.5 milijuna da bi se kroz godinu povećao za 34%
- 99% ispitanika svidjela se opća atmosfera, a 97% osjećali su se dobrodošlima



Primjer 2: Fira Tàrrega (Creative Land), Tàrrega, Španjolska

- Međunarodni godišnji festival izvedbenih umjetnosti te stručni sajam u Kataloniji
- U ruralnom mjestu koje broji malo više od 15.000 stanovnika
- Traje 4 dana i privlači oko 80.000 gledatelja te 800 profesionalaca
- Od osnivanja 1981. Fira Tàrrega se uspio pozicionirati kao referentna međunarodna atrakcija izvedbenih umjetnosti
- Unutarnji (kazališta, škole, tržnice) i vanjski prostori (trgovi, ulice, parkovi)
- Svaki € javnih ulaganja u sajmove izvedbenih umjetnosti vraća se u poslovanju profesionalnih kazališnih kompanija u iznosu od 7€



Možemo li to i mi?

NARAVNO DA MOŽEMO!



20 DANA
3 LOKACIJE
30.000 TURISTA
350.000 DIJELJENJA



**HRVATSKA
NAJPOPULARNIJA
DIDAKTIČKA
IGRAČKA
PRODAJE SE DILJEM
SVIJETA**



**45 GODINA ANIMAFESTA
NAJJAČI BREND HRVATSKE
KULTURE**



**PROSTORIJA PRODAJE
NAMJEŠTAJ PO CIJELOM
SVIJETU**



The Museum of Broken Relationships is a collection of personal belongings that tell the story of love and loss.

Relationships grew from a traveling exhibition revolving around the theme of love and loss. Unlike 'destructive' self-help instructions for recovering from a breakup, the Museum offers a way to overcome an emotional collapse through creation: by contributing to a collection of personal belongings that tell the story of love and loss. Whatever the motivation for donating personal belongings - be it sheer exhibitionism, therapeutic relief or simple curiosity - people embraced the idea of exhibiting their love legacy as a sort of ritual, a solemn ceremony. Our societies oblige us with our marriages, funerals, and even graduation farewells, but deny us any formal recognition of the demise of a relationship, despite its strong emotional effect. In the words of Roland Barthes in *A Lover's Discourse*: "Every passion... ultimately, has its spectator... (there is) no amorous oblation without a final theater."

Conceptualized in Croatia, the Museum has since become internationally acclaimed, amassing an amazing collection. Although often colored by personal experience, local culture and history, the exhibits presented here form a universal pattern offering us to discover them and find the comfort they can bring. Hopefully they can also inspire our personal search for deeper insights and strengthen our belief in something more meaningful than random suffering.

**MUZEJ PREKINUTIH VEZA
INOVATIVNI PRIVATNI MUZEJ
VIŠE OD 10 FRANŠIZNIH IZDANJA U SVIJETU
FENOMEN TURISTIČKOG INTERESA**



**MUZIČKI
FESTIVALI
I DO 150.000
POSJETITELJA**



**ADVENT U
ZAGREBU
250.000 TURISTA**



ŠPANCIRFEST
10 DANA
100.000 TURISTA











Kako to izgleda u HR sada?

- 54% svih turista koji dođu u Hrvatsku posjećuje kulturne spomenike
- 10% svih turističkih dolazaka u Hrvatsku je isključivo iz kulturnih motiva
- 26% turista koji putuju u Dubrovnik je zbog kulturne motivacije

MOŽEMO I BOLJE!



**Hrvatski klaster
konkurentnosti kreativnih
i kulturnih industrija**

Klaster kreativnih i kulturnih industrija

- Osnovan 2013. na inicijativu Ministarstva gospodarstva u okviru projekta financiranog od EU fondova
- Strukturiran po principu Quadruple Helix – gospodarstvo, javna uprava, znanstveno-istraživački i civilni sektor
- 104 članice – 32 gospodarskih, 27 javna uprava, 33 civilni sektor (udruge), 12 znanstveno-istraživački
- Horizontalno povezan sa svim sektorima i klasterima

Klaster kreativnih i kulturnih industrija

- Brža i učinkovita implementacija u gospodarskoj i društvenoj sferi
- Sinergijskom snagom do lakšeg pristupa izvorima financiranja – EU fondovi, Kreativna Europa
- Horizontalni utjecaj u odnosu na druge klastere odnosno, generiranje inovacija
- Nacionalna pokrivenost

Aktivnosti do sada

- Od osnivanja je učlanjeno 81 članica
- Organiziran je 1. Hrvatski summit kreativnih i kulturnih industrija
- Dovršena je Nacionalna studija mapiranja sektora Kreativnih i kulturnih industrija
- Sudjelovali na mnogim sektorskim konferencijama konferencija i radnim skupinama
- Priprema Izjave o namjeri koju je potpisalo 7 ministarstava kao podlogu izradi Nacionalne strategije KKI



Planirane aktivnosti u 2016. godini

Planirane aktivnosti u 2016. godini

- Izrada Nacionalne strategije kreativnih i kulturnih industrija Republike Hrvatske
- Organizacija događanja Mjesec kreativnih i kulturnih industrija
- Organizacija 2. Hrvatskog summita kreativnih i kulturnih industrija
- Razvoj projekta NAPREDNO GOSPODARSTVO
- Realizacija projekta za poticanje izvoza i start-upa KKI

aktivnosti klastera financira



REPUBLIKA HRVATSKA
MINISTARSTVO GOSPODARSTVA



AGENCIJA
ZA INVESTICIJE
I KONKURENTNOST

Agency for Investments
and Competitiveness

HVALA NA PAŽNJI



HRVATSKI KLASTER
KONKURENTNOSTI
KREATIVNIH
I KULTURNIH
INDUSTRIJA

www.hkkkki.eu
www.hkkkki.hr