

„OKREŚLENIE INSTRUMENTÓW WSPARCIA MKiDN DLA PODMIOTÓW DZIAŁAJĄCYCH W OBSZARZE PRZEMYSŁÓW KULTURY I KREATYWNYCH”

Raport z analizy danych zastanych

PAG  Uniconsult

Policy & Action Group Uniconsult Sp. z o.o.
ul. Kierbedzia 4, 00-728 Warszawa
tel. 22 256 39 00, fax. 22 256 39 10
email: biuro@pag-uniconsult.pl



ResPublic Sp. z o.o.
Ul. Podmiejska 5, 01-498 Warszawa
tel. 22 630 98 34, fax. 22 630 95 57
email: biuro@respublic.pl

Warszawa, 18.08.2014



Policy & Action Group Uniconsult Sp. z o.o.

ul. Kierbedzia 4, 00-728 Warszawa

tel. 22 256 39 00, fax. 22 256 39 10

email: biuro@pag-uniconsult.pl



ResPublic Sp. z o.o.

ul. Podmiejska 5, 01-498 Warszawa

tel. 22 630 98 34, fax. 22 630 95 57

email: biuro@respublic.pl

Autorzy:

Maciej Gajewski

Mirosław Grochowski

Robert Kubajek

Jan Szczucki

Spis treści

1.	Wprowadzenie	3
2.	Analiza danych zastanych (na podstawie źródeł literaturowych)	4
2.1.	Tło problemowe	4
2.2.	Określenie aktualnych problemów i barier rozwojowych przedstawicieli sektora kreatywnego wraz z oceną ich znaczenia (ranking problemów)	6
2.3.	Główne problemy i bariery rozwojowe.....	8
2.4.	Wstępne odpowiedzi na pytania badawcze.....	11
2.5.	Zdiagnozowanie potencjalnych obszarów współpracy MKiDN i innych kluczowych aktorów (w tym: jednostek samorządu terytorialnego, uczelni artystycznych, instytucji otoczenia biznesu, instytucji kultury), w zakresie wspierania przedstawicieli sektora PKK	28
2.6.	Wstępne hipotezy do określenia pożądanych działań w celu wsparcia rozwoju PKK	29
3.	Narzędzia wsparcia dla sektora PKK, wdrażane w ostatnich latach w Polsce.....	31
4.	Wnioski z analizy projektów (narzędzi wsparcia)	59
5.	Programy wsparcia dla sektora PKK wybrane do realizacji wywiadów IDI.....	62
	Bibliografia	65

1. Wprowadzenie

Niniejszy raport przedstawia wyniki analizy desk research (źródeł zastanych) przeprowadzonej w ramach projektu pt. „Określenie instrumentów wsparcia MKiDN dla podmiotów działających w obszarze przemysłów kultury i kreatywnych (PKK)”. Analiza ta stanowiła pierwszy etap procesu badawczego.

Analiza desk research stanowi punkt wyjścia do działań badawczych przewidzianych w kolejnych etapach projektu. Jej głównym celem było sformułowanie hipotez badawczych, dotyczących kształtowania wsparcia dla branży PKK w Polsce oraz zaproponowanie listy projektów do dalszego badania, w ramach których wspierane były przedsięwzięcia w dziedzinie PKK. Zgodnie z metodologią badawczą, projekty te zostaną poddane badaniu pogłębionemu – przeprowadzone będą indywidualne wywiady pogłębione z przedstawicielami ich realizatorów, ewentualnie również z ich partnerami, a także z osobami, reprezentującymi instytucje finansujące projekty i ich beneficjentami. Pozwolą one na zdiagnozowanie potrzeb w zakresie wspierania branży PKK w Polsce, co z kolei stworzy podstawy merytoryczne do projektowania przyszłych działań wspierających. Badanie zaproponowanych w niniejszym raporcie projektów realizowane będzie z uwzględnieniem sformułowanych hipotez badawczych. W ten sposób analiza desk research stanowić będzie początkowy etap realizacji celu ogólnego badania, jakim jest sformułowanie propozycji instrumentów wspierania branży PKK w Polsce w ramach działań podejmowanych przez MKiDN, uwzględniających jej potrzeby rozwojowe, doświadczenia w zakresie stosowania różnorodnych mechanizmów i form wsparcia, a także angażowania w te procesy środowiska PKK, jak również innych aktorów, zarówno sfery publicznej, jak i prywatnej.

Analizę desk research oparto na dwóch głównych źródłach danych. Pierwsze z nich stanowiła krajowa i zagraniczna literatura dotycząca branży PKK. Uznając, że branża ta stanowi ważny segment systemu gospodarczego, a co więcej charakteryzuje się znacznym potencjałem gospodarczym, wciąż niewystarczająco skutecznie eksploatowanym, głównym przedmiotem zainteresowania były problemy i bariery rozwojowe PKK. W związku z nimi, w badaniu analizowano również interwencje publiczne, mające na celu wspieranie przemysłów kultury i kreatywnych, ukierunkowane na promowanie wykorzystywania zasobów pracy twórczej i aktywów intelektualnych w działalności gospodarczej.

Natomiast drugie, uzupełniające, źródło analizy desk research, stanowiły realizowane lub już zakończone programy i projekty, w ramach których wspierano określone pomysły oraz przedsięwzięcia projektodawców w ramach branży PKK. Obserwacja zakresu i rezultatów tych projektów, przeprowadzona w oparciu o publicznie dostępne materiały informacyjne, pozwoliła na wnioskowanie o skali działań wspierających oraz ich ukierunkowaniu. Informacje te stanowiły dodatkowe źródło danych, wykorzystanych w procesie formułowania hipotez badawczych.

2. Analiza danych zastanych (na podstawie źródeł literaturowych)

2.1. Tło problemowe

Określenie problemów i barier rozwojowych w zakresie działalności firm kreatywnych jest zadaniem trudnym z kilku powodów. Pomijając kwestię rozstrzygnięcia, które firmy należy zaliczyć do sektora kreatywnego (jest to istotne, jeśli chcemy korzystać z wzorców działania i rozwiązań stosowanych w innych krajach) do najważniejszych zagadnień, które należy wziąć pod uwagę przy ocenie problemów i barier rozwojowych, należą różnice między firmami, dotyczące ich wielkości, czasu działania, zasięgu działania (wielkość rynków), typu prowadzonej działalności (charakter produktu), segmentu sektora kreatywnego, w którym firma jest aktywna, czy lokalizacji firmy (region, typ i wielkość jednostki osadniczej).

Problemy i bariery rozwojowe są tak zróżnicowane jak sam sektor kreatywny. Znajdziemy w nim zarówno mikrofirmy – firmy jednoosobowe, tzw. „wolnych strzelców” (freelancers) wykonujących wolne zawody, jak i wielkie koncerny medialne. Pozycja firmy i problemy, z jakimi się ona boryka, zależą od czasu jej funkcjonowania, który wpływa m.in. na znajomość rynku, wypracowanie pozycji w sieci powiązań producentów, kooperantów i konsumentów produktów. Wielkość rynku, na którym działa firma oraz jego wymagania mogą zarówno być impulsem rozwojowym i prowadzić do ekspansji firmy (także internacjonalizacji działań,) jak również stać się barierą rozwojową, zmuszająca do poszukiwania innych rynków. Segmenty sektora kreatywnego charakteryzuje też różna konkurencyjność – w niektórych bez problemu swoje miejsce znajdują nowe firmy; w innych panuje ostra konkurencja i zaistnienie na rynku jest trudne. Odmiennie są potrzeby oraz uwarunkowania rozwoju firm nowych, inne działających od kilku czy kilkunastu lat.

Nie wszystkie formy działalności sektora kreatywnego powiązane są ściśle z kulturą. W cytowanej powszechnie w pracach naukowych dotyczących kreatywności, książce Richarda Floridy *Narodziny klasy kreatywnej* (Florida R., *Narodziny klasy kreatywnej*, Narodowe Centrum Kultury, Warszawa 2010) mniej jest o kulturze w tradycyjnym rozumieniu a więcej o „trzech T”: talencie, tolerancji i technologiach. Podobnie Charles Landry w swojej pracy *Kreatywne miasto* (Landry Ch., *Kreatywne Miasto*, Narodowe Centrum Kultury, Warszawa 2013) prezentuje kreatywność jako podejście do zarządzania miastami oraz element myślenia o ich rozwoju tak aby przebiegał on w sposób harmonijny i przeciwdziałający wykluczeniu społecznemu. Sama kultura pojawia się w wielu kontekstach, m.in. współpracy między różnymi grupami społeczno-zawodowymi, czy władzami publicznymi i aktorami sektora prywatnego oraz społecznego. Różnice definicyjne powinny być brane pod uwagę ze względu na wielopłaszczyznowość działań wspierających rozwój PKK oraz zależności, jakie występują między branżami PKK a ich otoczeniem. Np. definicja reklamy może być bardziej lub mniej pojemna w zależności od kategorii PKD, jakie zostaną do niej włączone. Poza tym, wykorzystywanie doświadczeń międzynarodowych w projektowaniu i stosowaniu określonych instrumentów wsparcia PKK przynosi pożądane skutki wtedy, gdy uwzględnia się różnice i podobieństwa w podejściach do PKK, a więc

między innymi w sposobie ich definiowania. Nie jest to więc „ćwiczenie czysto akademickie” służące np. porównaniom międzynarodowym, które też są pożyteczne (Staines, J., Mercer, C., 2013, *Mapping of Cultural and Creative Industry Export and Internationalization Strategies in EU Member States*, European Expert Network on Culture, EENC Report, ESSnet 2012).

Wewnętrzne zróżnicowanie sektora kreatywnego oraz wielość jego definicji to dwa elementy, które muszą być uwzględnione w procesie przygotowywania polityki wsparcia tego sektora. Każda polityka musi bowiem mieć precyzyjnie wskazanego adresata a różne typy firm mają odmienne problemy i oczekiwania. Nie wszystkie też mogą, czy powinny być przedmiotem wsparcia polityk publicznych. Definiowanie sektora kreatywnego to efekt przyjętych w różnych krajach rozwiązań, wynikających z tradycji, czy też paradygmatu dotyczącego współczesnych czynników rozwoju gospodarczego. Na definicje mogą mieć wpływ naukowcy prowadzący badania nad rozwojem gospodarczym (zarówno ogólnie, jak konkretnie sektora kreatywnego). Liczba branż, jakie zalicza się do sektora zależy może też od celów, jakim służy klasyfikacja, czy cały przygotowany dokument. Biorąc pod uwagę wnioski zawarte w literaturze dotyczącej rozwoju sektora kreatywnego i praktykę jego wsparcia, wskazane jest jego definiowanie uwzględniające krajową, regionalną, czy też lokalną specyfikę. One powinny bowiem mieć największy wpływ na kształt polityki wsparcia. Jako przykład takiego podejścia do polityki przywołuje się często Berlin – wykorzystywane w badaniach porównawczych definicje zostały zaadaptowane dla celów polityki prowadzonej przez Senat Berlina. Była to polityka „szyta na miarę”, dostosowana do specyfiki sektora w tym mieście (Soendermann 2012, London Development Agency 2006, INTERREG IVC 2013). Dla potrzeb tej polityki decyzją Senatu Berlina stworzone zostały odpowiednie podstawy informacyjne - zaczęto gromadzić, organizować oraz analizować dane i informacje, które nie były dotychczas zbierane w ramach statystyki publicznej.

Sektor kreatywny w powszechnej opinii odgrywa coraz większą rolę w rozwoju gospodarczym. Poziom rozwoju sektora kreatywnego i jego znaczenie dla procesów gospodarczych oraz społecznych zachodzących w miastach i regionach to wypadkowa wielu czynników, takich jak poziom rozwoju kapitału ludzkiego i intelektualnego, poziom rozwoju sektora B+R, wielkość popytu na produkty i usługi, poziom rozwoju firm otoczenia biznesu, czy też wielokulturowość. Znaczenie sektora kreatywnego dla procesów rozwoju spowodowało, że stał się on przedmiotem zainteresowania polityków, menedżerów zarządzających rozwojem miast oraz regionów, a także badaczy, próbujących opisać i wyjaśnić, w jaki sposób sektor kreatywny funkcjonuje w lokalnych czy regionalnych układach gospodarczych i społecznych.

Powstanie i rozwój klasy kreatywnej zaangażowanej w działalności przemysłów kultury i kreatywnych (PKK) zależą nie tylko od kultury. Jednak, jak się często wskazuje, środowiska kreatywne powiązane z kulturą są łatwe do zidentyfikowania. Są one bowiem wyjątkowe, o czym stanowią dwie charakterystyczne cechy. Po pierwsze, w środowisku

kreatywnym nie ma podziału na miejsce pracy i życia. Te dwa światy są połączone; życie zawodowe miesza się z prywatnym. Miejsca pracy sąsiadują z miejscami zamieszkania. Są one łatwo dostępne, zlokalizowane w sąsiedztwie przestrzeni publicznych – miejsc interakcji społecznych (Katz B., *Metropolitan Revolution*, Brookings Institution Press, Washington 2013). Drugą cechą charakterystyczną jest ponadlokalny charakter kontaktów między osobami kreatywnymi. Działają oni w ramach twórczych sieci, wykorzystujących nowoczesne media służące wymianie informacji, które skupiają osoby z wielu miast. Media te często są także narzędziami pracy. Firmy sektora kreatywnego, ze względu na jego duże zróżnicowanie, charakteryzują się specyficznymi dla konkretnych branż cechami. Jednak jak wynika z badań¹ większość tych firm powstała w związku z odczuwaną przez ich założycieli potrzebą bycia niezależnymi, pracującymi na własny rachunek. Podstawą rozwoju tych firm jest innowacyjność i ambicja stworzenia czegoś wyjątkowego. Firmy te potrzebują dla swojego rozwoju wymagających klientów, szukających dóbr (produktów i usług) o wyjątkowej jakości.

Ważnym elementem charakterystyki sektora kreatywnego jest innowacyjność. Innowacje generowane są we wszystkich trzech wyróżnionych przemysłach (kultury, kreatywnych i praw autorskich). Istotnym warunkiem wystąpienia pozytywnego wpływu innowacji na rozwój sektora kreatywnego jest jego zdolność do absorpcji innowacji z otoczenia zewnętrznego (uwarunkowana jego endogenicznym potencjałem) oraz występowanie środowiska zewnętrznego sprzyjającego tworzeniu innowacji. Istotą funkcjonowania sektora kreatywnego jest tworzenie nowych idei, (mieszczących się w kategorii innowacji). Kreatywność może być więc definiowana jako zdolność generowania tychże idei i postrzegana jako warunek powstawania innowacji. Innowacje w takim przypadku definiowane będą jako sposoby wykorzystania idei, przyjmujące także formę skutecznego marketingu i rozpowszechniania nowych produktów oraz usług. Można też mówić o innowacjach w sensie czynnika rozwoju sektora kreatywnego. Innowacje te powstają w ramach sektora i/lub w jego otoczeniu - w takim wypadku przenikają do niego i stają się dla sektora kreatywnego impulsami rozwojowymi (Mackiewicz M., Michorowska B., Śliwka A., 2008, *Analiza potrzeb i rozwoju przemysłów kreatywnych*, Warszawa).

2.2. Określenie aktualnych problemów i barier rozwojowych przedstawicieli sektora kreatywnego wraz z oceną ich znaczenia (ranking problemów)

Środowisko działalności PKK kształtuje się w sposób spontaniczny, jako wynik działania sił rynkowych oraz w poprzez planowe działania podejmowane przez władze publiczne (strategie i programy rozwoju, działania z zakresu planowania przestrzennego).

¹ Przykładowo, wstępne wyniki prac prowadzonych w ramach projektu INTERREG IVC CROSSINNOVATION, którego jednym z celów jest wypracowanie mechanizmów transferu innowacji pomiędzy branżami kreatywnymi i pozostałymi; jak wynika z badania, bardzo ważną barierą jest kultura funkcjonowania tych branż, związana z motywacjami do podjęcia i sposobami podejścia do prowadzenia działalności gospodarczej.

Działania władz publicznych mogą stymulować powstawanie i rozwój firm PKK oraz wpływać na ich wybory lokalizacyjne. Władze publiczne odgrywają znacznie większą rolę w rozwoju PKK, niż jest to często postrzegane (Hausner, J., Karwińska, A., Purchla, J. (red.) 2013, *Kultura a rozwój*, Narodowe Centrum Kultury, Warszawa; Dragicevic-Sesic, M., Stojkovic, B., 2010, *Kultura: zarządzanie, animacja, marketing*, Narodowe Centrum Kultury, Warszawa). Rozwój PKK zależy w dużym stopniu od wielkości popytu na jego produkty. Popyt ten zaś jest funkcją innych polityk rozwojowych, prowadzonych przez władze publiczne. Polityka edukacyjna kształtuje gusta, postawy, preferencje i generuje potrzeby w zakresie dóbr PKK. Z kolei „twarde” inwestycje infrastrukturalne w systemy transportowe zwiększają dostępność fizyczną miejsc koncentracji producentów działających w PKK. Część ich produktów konsumowana może być jedynie „na miejscu”, dostępność fizyczna jest więc kluczowym czynnikiem umożliwiającym zakup produktu. Kształtowanie przestrzeni miast to także domena władz publicznych. Przestrzenie publiczne są miejscem oferowania produktów PKK a jednocześnie „magnesem” przyciągający do miast konsumentów. Władze publiczne odpowiedzialne są także za kształtowanie struktur funkcjonalno-przestrzennych i generalną organizację przestrzeni miast. To władze publiczne tworzą warunki dla lokalizacji PKK (poprzez udostępnianie przestrzeni w ramach planów struktury urbanistycznej czy strefowania prowadzącego do przeznaczenia terenów na określone funkcje). Tzw. *re-branding* kultury przebiegał (i przebiega w dalszym ciągu) z udziałem władz publicznych, które mają większe od innych podmiotów możliwości promocji działalności PKK czy tworzenia warunków do tzw. *cross-innowacji* – transferu innowacji między sektorami. Tak więc, rola i znaczenie władz publicznych wiążą się nie tylko z finansowymi aspektami działalności PKK (choć znaczenie sektora publicznego jako źródła finansowania jest niebagatelne). Dobrym przykładem tego znaczenia dla podmiotów PKK funkcjonujących w gospodarczych układach lokalnych czy regionalnych jest wprowadzona zmiana reguł finansowania projektów kulturalnych w Katalonii².

Katalonia i Barcelona są modelowymi przykładami rozwoju w oparciu o PKK, często wykorzystywanymi jako źródła dobrych praktyk. Kryzys finansowy, który rozpoczął się w roku 2008 w dalszym ciągu w negatywny sposób odbija się na kondycji gospodarek niektórych regionów i krajów UE, między innymi Katalonii. 27 stycznia 2014 rząd Katalonii przyjął nowe regulacje dotyczące podatków oraz administracyjnych, finansowych i organizacyjnych rozwiązań i mechanizmów odnoszących się do dotacji oraz subsydiów na działalność PKK. Jedną z głównych przyczyn przyjęcia nowych regulacji był stan finansów publicznych regionu. Od ponad dwóch lat występowały opóźnienia w przekazywaniu środków na realizację wcześniej zaakceptowanych do finansowania projektów. Doprowadziło to do zamknięcia niektórych projektów, zmniejszenia ich skali bądź konieczności szukania alternatywnych źródeł finansowania m.in. w postaci kredytów

² Więcej informacji o zmianach regulacji i reakcji środowiska PKK znaleźć można na stronie internetowej: <http://comunicatadhesions.wordpress.com/>.

bankowych. Nowe regulacje stanowią, że projekty poddawane będą audytom, których efekty mogą być podstawą zmian wielkości przyznanych już grantów i subsydiów. Decyzja o przyznaniu finansowania nie będzie też gwarancją wypłacenia środków. Środowiska PKK uznały nowe regulacje za destrukcyjne i sprzeczne m.in. z zapisami przyjętymi przez Biuro ds. Wspierania Inicjatyw Kulturalnych (Office for the Support of Cultural Initiatives) i Kataloński Instytut Przemysłów Kultury (Catalan Institute of Cultural Industries). Niestabilność finansowa w oczywisty sposób utrudnia bieżące działania w ramach PKK. Protestujący przedstawiciele PKK wskazali jeszcze jeden potencjalny, długoterminowy i negatywny skutek: zniszczenie tzw. *creative commons*, specyficznego środowiska niezbędnego dla funkcjonowania PKK, które to środowisko tworzone jest przez lata. Zniszczenie *creative commons* będzie miało wpływ na warunki funkcjonowania PKK jako całości, w tym także tych podmiotów, które uniezależnione są od finansowania publicznego (ryzyko utraty partnerów biznesowych i klientów).

Przykład ten przytoczono dla podkreślenia wrażliwości PKK na skutki różnych polityk władz publicznych, nawet tych, które nie dotyczą bezpośrednio i nie mają natychmiastowego wpływu na funkcjonowanie niektórych podmiotów z branż PKK. Należy bowiem pamiętać, że ich rezultaty mogą pojawić się później.

2.3. Główne problemy i bariery rozwojowe

Określenie problemów i barier rozwojowych PKK jest zadaniem trudnym ze względu na wewnętrzne zróżnicowanie sektora. Niektóre branże funkcjonują na zasadach czysto rynkowych, dla innych przychody stwarzają możliwości dalszego działania zgodnie z przyjętą misją, jeszcze inne z założenia funkcjonują przy wsparciu publicznym. Miejsce lokalizacji (region, miasto o określonej wielkości) ma również wpływ na działalność podmiotów z sektora PKK. Ich sytuacja zależy też od wielkości rynku, skali produkcji, wielkości samej firmy i czasu jej funkcjonowania na rynku. Produkty podmiotów mieszczących się w kategorii PKK są zróżnicowane i kierowane do heterogenicznych odbiorców a popyt na nie jest zmienny w czasie. Liczba uwarunkowań działania branż PKK jest więc bardzo duża, jedna klasyfikacja problemów i barier rozwojowych zawsze będzie miała więc charakter znacznego uogólnienia. Dlatego też zdecydowano, że przedstawiony w tej części raportu ranking problemów i barier uzupełniony zostanie w rozdziale 2.4. uwagami dotyczącymi specyficznych potrzeb związanych z kategoriami produktów i podstawami działania podmiotów (potrzeb, które niezaspokojone mogą stać się problemami i barierami nakładającymi się dodatkowo na wymienione niżej). Tematyka ta zostanie pogłębiona w kolejnym etapie badania, po przeprowadzeniu wywiadów i warsztatów.

Do problemów i barier występujących w większości branż można zaliczyć (w kolejności od najważniejszych do najmniej ważnych - ranking problemów):

1. Partnerstwo dla rozwoju PKK

Rozwój PKK uwarunkowany jest w dużym stopniu współpracą w ramach *triple helix* (*potrójnej helisy*). Władze publiczne, przedsiębiorcy oraz instytucje naukowe i edukacyjne to kluczowe podmioty tej współpracy. Szczególną rolę odgrywają w tym zakresie instytucje kształcące na poziomie uniwersyteckim. Włączenie się tych instytucji w działania związane z rozwojem PKK stwarza im nowe możliwości w sensie oferty kształcenia, pozyskiwania środków finansowych i generalnie zwiększenia atrakcyjności dla studentów. (Kasprzak R 2013, IBS 2012, Mackiewicz et al. 2008). Tworzenie partnerstwa wymaga środowiska sprzyjającego kontaktom, a więc także mechanizmów, które te kontakty ułatwiają. Słabo rozwinięte sieci instytucjonalnego wsparcia funkcjonowania PKK są więc barierą w tworzeniu partnerstwa.

2. Instrumenty finansowe

Finansowanie działalności bieżącej oraz inwestycji jest barierą występującą przede wszystkim w przypadku małych firm (bez względu na profil ich działalności). Problem pozyskania kapitału oraz zapewnienia bieżącej rentowności zależy w pierwszym rzędzie od kapitałochłonności danej branży i technologicznego charakteru działalności. Niewystarczające zainteresowanie finansowaniem firm PKK (ograniczona liczba źródeł finansowania i limity wielkości możliwych do pozyskania środków) jest częściowo efektem regulacji prawnych (np. brak ulg podatkowych dla inwestujących w firmy i wspierających działalność PKK), ale także w dużym stopniu braku widocznych, namacalnych korzyści dla potencjalnych inwestorów. Szczególne trudności z finansowaniem występują w przypadku przedsięwzięć ryzykownych, podejmowanych przez małe firmy, szczególnie te znajdujące się na początku działalności. Generalnie, przedsięwzięcia komercyjne w PKK obciążone są większym ryzykiem niż w innych branżach. W przypadku firm PKK trudniej jest wykazać potencjalną rentowność i pozyskać finansowanie. Tradycyjne źródła finansowania dłużnego często okazują się nieadekwatne do specyfiki firm sektora PKK, szczególnie tych mniejszych. Koszty prowadzenia działalności gospodarczej (np. składki na ubezpieczenia społeczne, podatki, koszty pracy) utrudniają rozwój firm kreatywnych. Duży wpływ na rozwój ma także rynek: konkurencja w określonych branżach czy też mniejsze możliwości finansowe klientów ograniczające popyt na produkty sektora kreatywnego (IBS 2012, Etmanowicz et al. 2012, Aluchna et al. 2012, Toruńska Agencja Rozwoju Regionalnego 2012). Bariery finansowe w rozwoju PKK są związane z jego umiejscowieniem w strukturze gospodarczej regionów i kraju (Hausner 2013). Ekonomiczne bariery i problemy związane z rozwojem PKK są także związane z regulacjami prawnymi dotyczącymi finansowania kultury (Kasprzak 2013, Grochowski et al. 2012).

Brak jest zachęt finansowych promujących współpracę oraz ulg dla współpracujących z sektorem PKK przedsiębiorców. Rozwiązania organizacyjne (biurokratyzacja procedur) dodatkowo zniechęcają do działania prowadzonego wspólnie z instytucjami sektora publicznego. Możliwości wsparcia przemysłów kreatywnych przez samorząd są ograniczone, także ze względu na reguły udzielania pomocy publicznej. Z perspektywy przedsiębiorstw

barierą jest niedostępność dotacji na projekty z jakich mogą korzystać organizacje pozarządowe. Inne ograniczenia dotyczą finansowania unijnego: niektóre projekty dotyczące tworzenia infrastruktury nie powinny przynosić zysku przez kilka lat, co w oczywisty sposób zniechęca biznes do współpracy (IBS 2012, Szultka 2012).

3. Niedoceniając rolę znaczenia PKK w rozwoju społeczno-gospodarczym

Rola i znaczenie PKK dla rozwoju, choć zawsze istotne, stało się przedmiotem zainteresowania zarówno przedstawicieli władz, jak i badaczy, dopiero w ciągu ostatnich kilkunastu lat. W dalszym ciągu jednak działalność kulturalna czy związana z kulturą traktowana jest raczej jako obciążająca budżety publiczne (a nie generująca dochody). Świadomość znaczenia PKK dla rozwoju nie jest powszechna, w kręgach decyzyjnych (na poziomie kraju lub regionu) podejście do PKK jest zróżnicowane. Efektem jest stosunkowo słaba pozycja sektora w sytuacji decydowania o priorytetach inwestycyjnych (Kasprzak R. 2013, Grochowski et al. 2012, Stryjakiewicz et al. 2010 t. III).

4. Twórca w biznesie

Absolwenci uczelni nie posiadają wiedzy, informacji i umiejętności koniecznych dla prowadzenia działalności gospodarczej. Kompetencje biznesowe przedstawicieli PKK są zdecydowanie niewystarczające, szczególnie w małych i nowopowstałych firmach. Z barierą tą wiąże się niedostatek oferty kształcenia uzupełniającego, rozwijającego kompetencje kadr sektora kreatywnego w obszarze biznesu. Firmy kreatywne często gorzej od innych podmiotów przygotowują oferty czy biznesplany. Wiąże się to z brakiem kompetencji przedsiębiorczych, występowaniem pozarynkowych celów działalności czy też trudnościami w komunikowaniu się z przedstawicielami instytucji finansujących (Gałka et al. 2012, IBS 2012, Grochowski 2010). Widoczna jest też niechęć twórców do podejmowania ryzyka związanego z prowadzeniem działalności gospodarczej lub realizacją projektów o wysokim stopniu złożoności, generujących wysokie koszty (Kasprzak R. 2013).

5. Bariera popytowa

Rynek odbiorców produktów kreatywnych jest ograniczony a brak popytu hamuje rozwój firm. W sytuacji kryzysu gospodarczego firmy kreatywne najszybciej tracą klientów, są też najbardziej podatne na wahania koniunktury – ograniczanie konsumpcji rozpoczyna się od ograniczania korzystania z dóbr kultury (produkty i usługi) Brak jest mechanizmów kształtowania świadomości społecznej i edukacji estetycznej, sprzyjających nadawaniu wysokiego priorytetu dobrom kultury i rozwijających umiejętności korzystania z nich. Kształtowanie świadomości dotyczy dwóch poziomów odbioru: świadomości i wrażliwości szeroko pojętych odbiorców kultury (co może się przełożyć na wzrost zainteresowania kulturą) oraz w węższym sensie – kształtowanie kompetencji klientów, zamawiających usługi i produkty kreatywne (Grochowski, Wojnar 2012, Kasprzak R. 2013, Grochowski et al. 2012).

6. Ochrona prawna twórcy

Niewystarczająca jest znajomość (zarówno w społeczeństwie, jak i wśród samych twórców) zasad eksploatacji produktów kreatywnych określonych przez prawo autorskie. Powoduje to niszczenie rynku przez bezprawne zwielokrotnianie tekstów czy nagrań audio i audiowizualnych (IBS 2012, www.creativepoland.eu).

7. Sieciowanie

Poza współpracą podmiotów w ramach *triple helix* konieczne jest integrowanie środowisk PKK, co sprzyjać będzie wykształceniu się tożsamości sektora. Sprzyjać temu może współpraca wewnątrz środowisk twórczych oraz pomiędzy twórcami a organizacjami reprezentującymi ich branże (Grochowski 2010, Kasprzak 2013). Trudności występujące przy sieciowaniu mają korzenie kulturowe. Postawy przedstawicieli praktycznie wszystkich sektorów charakteryzuje nieufność, wycofanie i brak zainteresowania. Postawy takie występują zarówno w środowisku instytucjonalnym jak i biznesowym. Przedstawiciele instytucji kultury i ośrodków akademickich mają często negatywny stosunek do angażowania się we wspólne działania z partnerami biznesowymi. Bariery we współpracy uczelni z biznesem jest także niedostrzeganie przez biznes korzyści tej współpracy i niechęć (bądź nieumiejętność) korzystania z kapitału intelektualnego.

8. Rynek i dystrybucja produktów

Brak skutecznych kanałów dystrybucji powoduje, że rynek na produkty PKK jest ograniczony. Dodatkowo rynek ten „kurczy się” na skutek zmian wzorów uczestnictwa w kulturze (konsumpcji dóbr kultury), takie jak rozwój kontaktu z kulturą przez Internet, preferowanie niematerialnych plików (niematerialnych nośników) oraz duże znaczenie wyboru i współtworzenia oferty kulturalnej przez odbiorcę (np. zakup pojedynczych plików). Zmiany te wymuszają na firmach poszukiwanie i rozwijanie nowych sposobów sprzedaży (pliki internetowe, promocja w mediach elektronicznych) (Ulatowska 2012, Kasprzak 2013).

2.4. Wstępne odpowiedzi na pytania badawcze

CEL 1

4.1.1. Jakich problemów i barier w prowadzeniu i rozwoju swojej działalności (prawnych, finansowych, społecznych, promocyjnych, merytorycznych, ekonomicznych, edukacyjnych, technologicznych, etc.) doświadczają przedstawiciele PKK? Czy doświadczane problemy są różne w zależności od branży PKK?

W prowadzonych w Polsce badaniach stosuje się różne definicje PKK, często nie są one zgodne z definicją przyjętą przez EESnet Culture Europe (Stryjakiewicz 2010 tom I, Kasprzak R. 2013, IBS 2012). Zazwyczaj przyjmuje się, że przemysły kreatywne obejmują sektor kultury - twórców i instytucje kultury nie nastawione na zysk, oraz przedsięwzięcia komercyjne – przemysły kreatywne w ramach i spoza sektora kultury. Spory definicyjne mają nie tylko akademicki charakter, ale też bardzo praktyczny wymiar: w zależności od wybranej

definicji PKK będą bardziej lub mniej liczebne, tym samym grupa potencjalnych adresatów wsparcia czy też partnerów do współpracy będzie inna.

Często przedmiotem badań w studiach nad PKK jest także ich otoczenie, a przede wszystkim uczelnie wyższe, instytucje otoczenia biznesu, podmioty prowadzące działalność sportową i rekreacyjną oraz organizacje pozarządowe. Zróżnicowanie w ramach PKK, jeśli chodzi o charakter działalności, czy wielkość firm (instytucji, organizacji) jest bardzo duże i podobnie zróżnicowane są problemy i bariery, jakie napotykają w swojej działalności. Termin „przemysły kreatywne” jest wciąż względnie nowy a jego możliwe interpretacje zróżnicowane. Ta „nowość” wpływa na postrzeganie ich odrębności i problemów (Bina V. et al. 2012, *Creative Metropolises, Situation analysis of 11 cities, Final report*).

Pomocne w identyfikacji i określeniu charakteru barier jest wyróżnienie komponentów PKK. Do pierwszego zaliczyć można firmy świadczące usługi kreatywne. Są to te podmioty gospodarcze, których podstawową działalnością jest użyczenie czasu i własności intelektualnej innym przedsiębiorstwom lub instytucjom (np. agencje reklamowe, pracownie architektoniczne i projektowe). W drugim znajdują się firmy wytwarzające treści kreatywne, bazujące w swej działalności na własności intelektualnej. Trzecią grupę tworzą przedsiębiorstwa nastawione na kreatywne doznania, czyli takie, które umożliwiają odbiorcom uczestnictwo w kulturalnych wydarzeniach. W ostatniej grupie znajdują się kreatywne jednostki wytwarzające i oferujące na rynku materialne produkty kultury (plastycy, rzemieślnicy) (Interact 2013). Każda z tych grup boryka się z innymi problemami, które nie są wspólne dla podmiotów z określonych branż czy podmiotów o określonej formie prowadzenia działalności a raczej związane z kategoriami produktów i podstawami działalności. Dla firm oferujących usługi kreatywne ważna jest profesjonalna kadra o zdywersyfikowanych kompetencjach oraz inwestycje infrastrukturalne. W przypadku przedsiębiorstw oferujących doznania kreatywne ważni są pracownicy przygotowani na niestandardowe warunki pracy (miejsce i czas pracy) i potrafiący pracować w zespołach o często zmieniających się konfiguracjach personalnych. Podmiotom gospodarczym opierającym swą działalność na treściach kreatywnych, najbardziej potrzebny jest kapitał, niezbędny do wytworzenia ostatecznego produktu. Ostatnia grupa jest najbardziej zróżnicowana, jeśli chodzi o bariery i problemy związane ze swoją działalnością.

Poruszona w tej części tematyka wymaga dalszych analiz - dokonanie dokładniejszego opisu oraz interpretacji będzie możliwe w oparciu o wywiady indywidualne i grupowe z przedsiębiorcami.

4.1.2. Czy doświadczane problemy i bariery zależą od charakteru podmiotu (osoba podejmująca pracę na podstawie umowy cywilno-prawnej, mikro-przedsiębiorstwo, mała firma, średnia firma, organizacja pozarządowa prowadząca działalność gosp.)?

Problemy i bariery związane są przede wszystkim z charakterem podmiotu (wielkość, profil działalności, stabilność i ciągłość zatrudnienia w przypadku osób kreatywnych oraz

jednoosobowych firm) oraz lokalizacją jego działalności. Jest to doświadczenie nie tylko polskich firm PKK, podobnie jest w innych krajach europejskich (Creative Metropolises 2010). Lokalizacja determinuje w dużym stopniu popyt na kreatywne produkty, ułatwia bądź utrudnia pracę w sieci, szukanie odpowiedniego środowiska funkcjonowania (klastry) (Creative Metropolises, Stryjakiewicz et al. 2010, t. II). Wpływ na doświadczane problemy i napotymane bariery mają też wielkość firm i czas ich funkcjonowania.

Poruszona w tej części tematyka wymaga dalszych analiz - dokonanie dokładniejszego opisu oraz interpretacji będzie możliwe w oparciu o wywiady indywidualne i grupowe z przedsiębiorcami.

4.1.3. Które z tych problemów postrzegane są jako najpoważniejsze? Czy w tym zakresie istnieją znaczące różnicowania pomiędzy województwami (regionami)?

Waga problemu dla rozwoju firmy zależy od branży w ramach PKK, w jakiej działa firma i jej wielkości. Generalizując, można jednak stwierdzić, że najważniejsze problemy to dostęp do kapitału i stabilność warunków działania (w tym przewidywalność rynków). W tym względzie polskie firmy PKK nie różnią się od zagranicznych, szczególnie europejskich. Brak jest studiów porównawczych na temat warunków dla rozwoju PKK w różnych województwach w Polsce. Jednakże odwołując się do literatury na temat rozwoju lokalnego i regionalnego można stwierdzić, że warunki dla PKK są zasadniczo różne (Herbst 2010), co związane jest to ze zróżnicowaniem potencjału rozwojowego regionów.

4.1.4. Jakie są przyczyny występowania ewentualnych różnic między województwami (regionami)?

W tym wypadku należy odwołać się do teorii wyjaśniających mechanizmy rozwoju regionalnego i do kapitałów potrzebnych dla rozwoju i prawidłowego funkcjonowania PKK (Landry 2013). Regiony słabiej rozwinięte, pozbawione dużych miast, słabo skomunikowane z szerszym otoczeniem zewnętrznym, nie są atrakcyjną lokalizacją dla PKK. W lokalizacji PKK odgrywają rolę specyficzne czynniki (bądź zestawy czynników), które przyciągają klasę kreatywną i czynią regiony czy miasta atrakcyjnymi (zarówno osiedleńczo jak i inwestycyjnie) o czym mówi m.in. nowa geografia pracy (Moretti 2012).

4.1.5. Jakie są najważniejsze wyzwania stojące przed władzami uczelni artystycznych oraz innych uczelni oferujących kształcenie w obrębie branży kreatywnej w zakresie przygotowania studentów do wejścia na rynek pracy czy prowadzenia własnej działalności gospodarczej? Jakiego rodzaju problemy, potrzeby w tym obszarze artykułują studenci?

W obliczu wymienionych wyżej barier i problemów rozwojowych wyzwaniem dla uczelni jest przede wszystkim zapewnienie właściwych kwalifikacji absolwentów kształcących się w zawodach kreatywnych. Do tego potrzebna jest współpraca pomiędzy podmiotami PKK (tak instytucjami kultury, jak i firmami prywatnymi) z instytucjami edukacyjnymi w celu kształcenia pożądanych kadr (chodzi nie tylko o uczelnie artystyczne,

także np. te kształcące menedżerów kultury). Rozpoczęcie takiej współpracy to pilne zadanie, które realizacja powinna się rozpocząć w najbliższym czasie.

4.1.6. Czy uczniowie szkół artystycznych II stopnia (muzycznych i plastycznych) zgłaszają potrzeby w zakresie przygotowania do prowadzenia działalności gospodarczej, wejścia na rynek pracy w obszarze PKK? Jeśli tak, to jakiego rodzaju są to potrzeby?

Polska literatura na ten temat jest wciąż uboga. Informacje można pozyskać w biurach karier uczelni (są to jednak raczej informacje przyczynkowe) lub analizując sylabusy w ramach oferowanych programów kształcenia. Analiza taka jest jednak z wielu względów niedoskonała, ze względu na zasady konstruowania programów nauczania w uczelniach wyższych (minima programowe, wymagania PKA, maksymalna liczba godzin dydaktycznych). Doświadczenia międzynarodowe wskazują, że brak przygotowania absolwentów uczelni wyższych do prowadzenia działalności gospodarczej jest zjawiskiem powszechnym a uzupełnienie powstałych luk odbywa się na różne sposoby, także w ramach współpracy samych uczelni wyższych.

4.1.7. Czy osoby prowadzące lub rozpoczynające działalność w branży PKK, a nie rejestrujące działalności gospodarczej (działające w oparciu o umowy cywilnoprawne jako osoby fizyczne) mogą liczyć na jakiegokolwiek wsparcie ze środków publicznych? Jeżeli takie wsparcie nie jest dostępne, to czy istnieje potrzeba jego zaprojektowania i jaki ramowy kształt powinno ono przybrać?

Kwestia ta wymaga dalszych analiz.

4.1.8. Czy uczelnie podejmują działania dla identyfikacji potencjalnych trudności w wejściu absolwentów na rynek pracy? Czy prowadzone są badania losów absolwentów? Jeśli tak, to czy uczelnie udostępniają sobie nawzajem ich wyniki? Czy podejmowane są działania mające na celu wspieranie studentów i absolwentów w przezwyciężaniu zidentyfikowanych trudności?

Uczelnie w zróżnicowany sposób podchodzą do problemu wchodzenia absolwentów na rynek pracy. Odpowiedź na to pytanie wymaga dalszych analiz.

CEL 2

4.2.1. Jakiego typu wsparcie dla przedstawicieli PKK było oferowane w Polsce w ostatnich latach, jakiego typu wsparcie jest oferowane aktualnie? Dla każdego zidentyfikowanego projektu wsparcia udzielone zostaną odpowiedzi na następujące pytania:

Opis wspieranych projektów – roz. 3 niniejszego raportu.

4.2.2. Jakie było (jest) źródło i mechanizm finansowania?

Opis wspieranych projektów – roz. 3 niniejszego raportu.

4.2.3. Co było (jest) przedmiotem wsparcia? (np. doradztwo w zakresie założenia / prowadzenia firmy, udostępnianie powierzchni/infrastruktury na prowadzenie

działalności, pomoc w nawiązywaniu kontaktów biznesowych, szkolenia w zakresie umiejętności biznesowych, wsparcie w zakresie promocji, kursy profesjonalne, granty na prowadzenie działalności)?

Opis wspieranych projektów – roz. 3 niniejszego raportu.

4.2.4. Do kogo było (jest) adresowane wsparcie? Jakie wymogi musi(ał) spełnić podmiot (firma lub osoba), aby móc ubiegać się o wsparcie?

Opis wspieranych projektów – roz. 3 niniejszego raportu.

4.2.5. Ile podmiotów skorzystało ze wsparcia (w przypadku projektów, które jeszcze trwają - ile podmiotów ma skorzystać docelowo)?

Opis wspieranych projektów – roz. 3 niniejszego raportu.

4.2.6. Co, zdaniem realizatorów, szczególnie się udało (mocne strony projektu)?

Kwestia ta wymaga dalszych analiz (źródło – planowane IDI)

4.2.7. Co, zdaniem realizatorów, było słabą stroną projektu? Jak należałoby usprawnić ewentualne kolejne edycje projektu?

Kwestia ta wymaga dalszych analiz (źródło – planowane IDI)

4.2.8. Czy zdaniem realizatorów, skala wsparcia oferowanego w projekcie była odpowiednia? (np. zainteresowanie uzyskaniem wsparcia w ramach projektu przekroczyło oczekiwania realizatorów – większość aplikujących podmiotów kwalifikujących się do otrzymania wsparcia nie otrzymała go z powodu ograniczonych zasobów projektu).

Kwestia ta wymaga dalszych analiz (źródło – planowane IDI)

4.2.9. Jak można by rozwinąć (rozbudować/uzupełnić) ewentualne kolejne edycje projektu?

Kwestia ta wymaga dalszych analiz (źródło – planowane IDI)

4.2.10. Które z opisanych instrumentów wsparcia podmioty PKK postrzegają jako najbardziej pożądane, kluczowe dla prowadzenia działalności kreatywnej?

Kwestia ta wymaga dalszych analiz (źródło – planowane IDI)

4.2.11. Czy poszczególne województwa/regiony różnią się pod względem intensywności / rodzaju oferowanego wsparcia? Czy są województwa, w których do tej pory nie oferowano wsparcia dla PKK?

Kwestia ta wymaga dalszych analiz.

4.2.12. Czy w szkołach artystycznych II stopnia (muzycznych i plastycznych) prowadzone są zajęcia w zakresie przygotowania do prowadzenia działalności gospodarczej lub umiejętności biznesowych? Jeśli tak, jakiego rodzaju są to zajęcia?

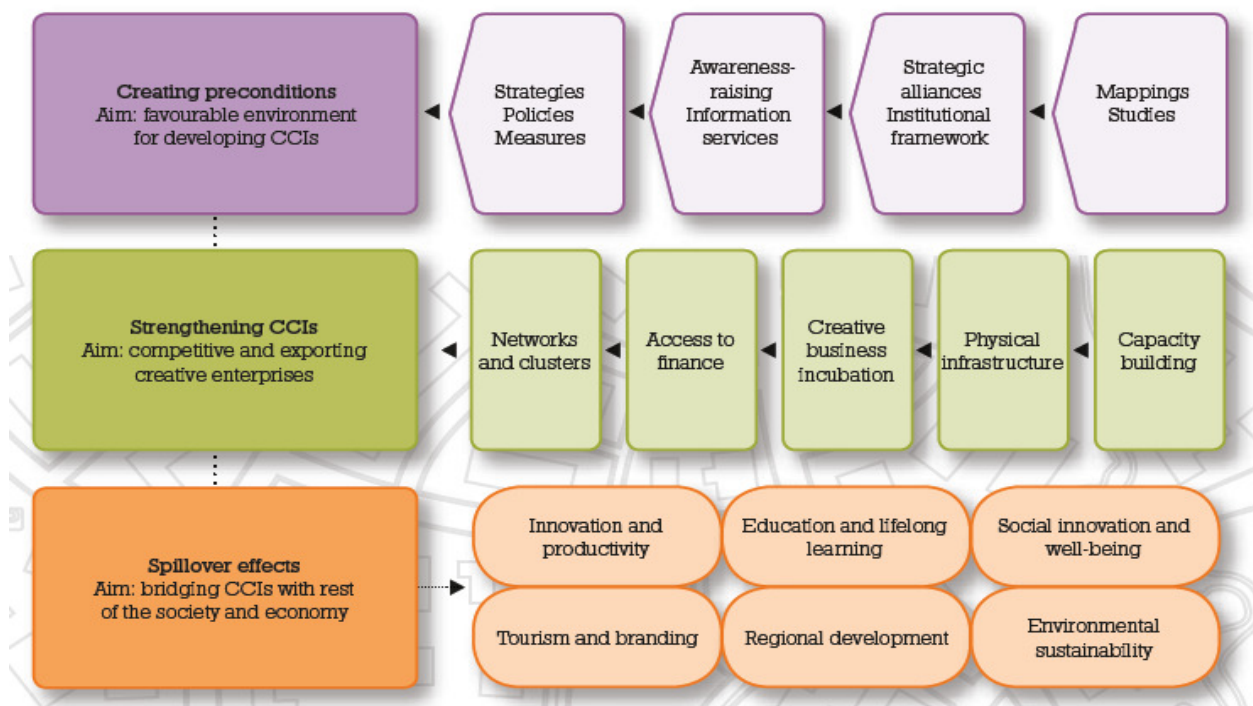
Kwestia ta wymaga dalszych analiz.

4.2.13. Jakiego typu projekty wsparcia dla sektora PKK realizowane są (były w ostatnich latach) przez urzędy centralne/organizacje ogólnokrajowe w krajach europejskich?

Projekty realizowane w innych krajach europejskich w dziedzinie wspierania PKK to efekt przyjętej logiki działania przedstawionej najpełniej w *European Agenda For Culture*. Zgodnie z tą logiką interwencja w postaci polityk publicznych pojawia się na trzech poziomach strategicznych: tworzenie ram odpowiednich warunków funkcjonowania PKK, wypracowanie mechanizmów wzmacniania PKK oraz integracja pól tematycznych w dziedzinach, na które oddziałują PKK. W zależności od stopnia decentralizacji władzy, tradycji administracji publicznej, kompetencji przypisanych poziomowi regionalnemu i lokalnemu oraz praktyki realizacji polityki wspierania kultury powstają strategie, programy, plany i projekty, które mają zdefiniowane pola tematyczne i określonych jasno adresatów.

Rys. 1.

Framework for developing Cultural and Creative Industries (CCIs) EU OMC Working Group on CCIs, 2012



Źródło: European Agenda For Culture; Working Group of EU Member States Experts On Cultural And Creative Industries (Open Method of Coordination) Work Plan For Culture 2011-2014, POLICY HANDBOOK: *How to strategically 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?* str. 6

Projekty wsparcia dla sektora PKK realizowane przez urzędy centralne oraz organizacje ogólnokrajowe w krajach europejskich mają różną genezę i cele. Jest to ważny fakt, zbyt często pomijany w analizach i dyskusjach na temat tego jakie projekty wsparcia są

teraz potrzebne w Polsce (a także przy rozstrzygnięciu, w oparciu o doświadczenia międzynarodowe, które projekty i w jaki sposób należy realizować w celu uzyskania oczekiwanych rezultatów). Bez określenia genezy i celów projektów, zależnych od wielu specyficznych uwarunkowań lokalnych i regionalnych, trudno jest znaleźć odpowiedzi na te pytania. Warto też podkreślić, że urzędy centralne inicjują i angażują się w projekty realizowane na różnych poziomach: od krajowego po lokalny.

W wielu przypadkach początkiem interwencji publicznej jest tzw. *wake up call*, sytuacja kryzysowa sytuacja wymagająca działania. Tak było w przypadku Essen w Niemczech po zamknięciu w 1986 roku kopalni i upadku tradycyjnych funkcji miasta przemysłowego. Zmiany, które się rozpoczęły w tamtym czasie miały doprowadzić do transformacji miasta przemysłowego w centrum kulturalne oraz prężny ośrodek przemysłów kreatywnych. Podjęte działania skoncentrowane były m.in. na zmianach tkanki fizycznej miasta (adaptacja zabudowy poprzemysłowej do nowych funkcji) i przygotowaniu nowego programu zagospodarowania. Politycy lokalni lobbując na rzecz Essen jako kandydata do Europejskiej Stolicy Kultury podkreślali jego wielokulturowy charakter i jakość przestrzeni.

Podobna sytuacja miała miejsce w Bilbao. Powszechnie znany „Efekt Bilbao” – uruchomienie ciągu pożądanых zdarzeń dzięki wysiłkom różnych podmiotów zaangażowanych w rewitalizację miasta – zmieniło jego oblicze ekonomiczne i społeczne. W czasie krótszym niż rok zwróciły się koszty budowy Muzeum Guggenheima. W nowych hotelach i restauracjach pracę znalazło kilka tysięcy ludzi. Napływ turystów zmotywował władze do rozbudowy metra i dróg. Rewitalizacji poddano obszary nadrzeczne a w dawnych portach powstały parki i bulwary.

Podejmowane działania były wielowymiarowe, realizowane zarówno przez podmioty publiczne jak i prywatne oraz odnosiły się do wszystkich trzech poziomów strategicznych przedstawionych na rys. 1. Trzeba jednak pamiętać, że skuteczność podejmowanych działań zależy od wspomnianego wyżej lokalnego i regionalnego kontekstu oraz czasu, w jakim zostały podjęte. Powtórzenie ścieżki Essen czy Bilbao może okazać się niewykonalne w innym kontekście i czasie. Dlatego też wskazana jest duża ostrożność w ocenie doświadczeń tych i innych miast z punktu widzenia poszukiwania tzw. dobrych praktyk. Bardziej przydatna jest analiza warunków, jakie trzeba spełnić, by osiągnąć sukces. Analiza ta powinna odnosić się do trzech wymienionych poziomów strategicznych. (OECD 2009, OECD 2010).

Trendem obserwowanym od kilkunastu lat są działania na rzecz poprawy jakości i uatrakcyjnienia przestrzeni publicznych. Projekty wspierają działania artystyczne mające doprowadzić do takich zmian. Ich finansowanie pochodzi ze środków rządowych i samorządowych, często sponsorami są także organizacje biznesowe, które widzą swój interes w poprawie warunków życia w miastach. Przykłady takich projektów można znaleźć w Szwajcarii, Francji, czy Szkocji. W praktyce projekty wykorzystują pomysły artystów prowadzące do rewitalizacji części miast. W Sankt Gallen (Szwajcaria) doprowadzono

w ten sposób do uatrakcyjnienia części miasta, w której zlokalizowane były funkcje biznesowe. Duży teren pomiędzy biurami w centrum miasta wyłożono intensywnie czerwoną, syntetyczną wykładziną. Oprócz chodników pokryto nią elementy drobnej architektury. Nad tak powstałym pasażem powieszono lampy w kształcie wielkich jajek. W ten sposób utworzono „miejską salę odpoczynku” – Stadtlounge (na wzór takich miejsc w portach lotniczych). W Paryżu „opakowano” fragment deptaku w kolorowe tworzywa (razem z meblami – krzesłami, stołami, które nadal pełniły swoje funkcje) uatrakcyjnając i czyniąc deptak bardziej przyjaznym. W Glasgow zlikwidowano problem niebezpiecznego przejścia podziemnego dla pieszych przez wyłożenie chodnika czerwonym tworzywem i ulokowanie wzdłuż niego latarni w kształcie wielkich kolorowych kwiatów.

Projekty te są przykładami interwencji artystów, które mogą być obserwowane w innych miastach. Można je traktować jako pomysł na komponent polityki miejskiej prowadzącej do zwiększenia atrakcyjności przestrzeni publicznych bądź instrumenty likwidacji różnych problemów (np. przestępczości). Są one także przykładem na zmianę myślenia o zasadach realizacji różnych celów polityki miejskiej. Efektem tej zmiany jest przesunięcie akcentów w polityce miejskiej z takich instrumentów, jak zachęty finansowo-podatkowe, budowa wielkich centrów handlowych czy stadionów, w kierunku inwestycji w atrakcje związane ze stylem życia. Te inwestycje, jako ważne uzupełnienie wysokiej jakości usług publicznych, terenów zieleni czy atrakcyjnej oferty mieszkaniowej przyciągają bowiem klasę kreatywną. Tworzenie atrakcyjnej, otwartej i inkluzywnej atmosfery sprzyja rozwojowi klasy kreatywnej, która jest kluczowa dla potencjału rozwojowego miast i regionów.

Projekty wspierające PKK inicjowane i realizowane na poziomie centralnym wykorzystywane są także dla rozwiązywania różnorodnych problemów w rozwoju społecznym. W Anglii przyjęto że PKK mogą skutecznie przyczynić się do zwiększenia mobilności ludzi, szczególnie młodych, i w ten sposób mieć wpływ na zmniejszenie bezrobocia (*Building a Creative Nation: Evidence Review, Creative and Cultural Skills, The National Skills Academy, 2014*). Proponowane zmiany w systemie nauczania mają sprzyjać przygotowaniu absolwentów do wejścia na rynek pracy. Podejście to odzwierciedla wymienione wyżej poziomy strategiczne działania. Warto tu zaznaczyć specyficzny kontekst polityczny: nowy sposób zarządzania rozwojem terytorialnym w Anglii po likwidacji różnych struktur wspierających rozwój na poziomie regionalnym. Zastąpiły je tzw. Local Enterprise Partnerships (LEPs). W Anglii powstało ich 39. Decyzja rządu o stworzeniu LEPs oceniana jest bardzo krytycznie przez przedstawicieli samorządu terytorialnego, szczególnie w sytuacji dalszego braku poprawy kondycji ekonomicznej w skali kraju i ograniczeń finansowych na poziomie lokalnym (hrabstwa). Jednakże faktem jest, że rząd konsekwentnie dąży do wykorzystania potencjału LEPs między innymi przez stworzenie Single Local Growth Fund do wykorzystania przez LEPs dla rozwoju sektora kreatywnego w Anglii. Determinacja rządu i stworzenie specjalnego instrumentu finansowego mają na celu wprowadzenie kwestii rozwoju sektora kreatywnego do strategii, programów, planów i projektów

przygotowywanych przez LEPs. Sprzyjać to będzie rozwojowi sektora w ujęciu terytorialnym ze względu na to, że LEPs są w istocie obszarami zintegrowanymi funkcjonalnie. Działania podejmowane przez rząd wpisują się w te prowadzone przez inne instytucje i organizacje w długofalowej perspektywie. Chodzi tu przede wszystkim o NESTA'S Manifesto for the Creative Economy prezentujący wizję rozwoju sektora kreatywnego i dziesięcioletnie ramy dla realizacji strategii rozwoju sektora kreatywnego przygotowane przez Art Council England. Warto tu zwrócić uwagę na dziesięcioletnie ramy czasowe dla realizacji wizji oraz fakt, że mimo różnych decyzji, także dotyczących finansowania działań wspierających, ani powstania Creative Industries Council and DCMS nie wypracowały spójnej, długofalowej polityki rozwoju przemysłów kreatywnych.

Rzeczą wartą odnotowania jest także przygotowany przez rząd projekt określany jako *The Work Programme*, mający wpłynąć na zwiększenie zatrudnienia między innymi w branżach PKK. Program ten zakłada współpracę różnych podmiotów życia publicznego i zlecenie prac do wykonania przez podmioty prywatne, publiczne i organizacje pozarządowe.

Przedstawione wyżej projekty są osadzone w politykach formułowanych przez władze centralne, regionalne i lokalne. W przypadku poziomu regionalnego i lokalnego impulsy oraz różnego typu zachęty do opracowywania polityk pojawiały się ze strony rządu centralnego. Jeśli zaś chodzi o polityki na poziomie krajowym, należy zwrócić uwagę na ich przedmiot i instrumentarium zastosowane do ich realizacji. Przedmiot polityki wsparcia wynika często z wcześniej przyjętych rozwiązań (zakres działania) i podziału kompetencji oraz odpowiedzialności za różne sfery życia publicznego między szczeble władzy. Instrumentarium (w tym tworzone dodatkowe instytucje będące operatorami wdrażania polityk bądź wspierające to wdrażanie), zależy od tradycji wpływających na rozwiązania w ramach administracji publicznej (alokacja zadań) i stopień decentralizacji państwa. Nie bez znaczenia jest też oczywiście ustrój państwa: w państwach federalnych polityki wsparcia PKK prowadzone przez regiony, kraje czy landy mogą się znacznie różnić. W państwach unitarnych zróżnicowania przestrzenne polityki wsparcia są mniej widoczne. Może to wynikać z braku konieczności różnicowania regionalnego tej polityki bądź niedostrzegania specyficznych potrzeb regionów. W przypadku krajów federalnych, w których występują regionalne ruchy autonomiczne polityka wsparcia PKK może być instrumentem budowania tożsamości regionalnej a jej kierunki i wybory w zakresie alokacji środków mogą być motywowane czynnikami politycznymi. Znaczenie dla kształtu i sposobów prowadzenia polityki wsparcia PKK ma także wielkość państwa i charakter systemu osadniczego (dominacja stolicy, układ policentryczny, mały kraj i brak izolowanych obszarów peryferyjnych).

Interesującym przykładem projektu wprowadzanego w skali kraju jest projekt *Creative Access*. Jego wyjątkowość polega na wielkowymiarowości przyjętych celów. Projekt realizuje w Wielkiej Brytanii założona w tym celu w 2012 roku organizacja charytatywna pod

tą samą nazwą. Projekt wspierany jest przez Brytyjską Komisję Zatrudnienia i Umiejętności, Departamentu Biznesu, Innowacji i Umiejętności oraz Creative Skillset. Jego celem jest zwalczanie nierówności na tle pochodzenia etnicznego w sektorach kreatywnych – według badania Employment Census (Skillset, 2013) poziom reprezentacji mniejszości etnicznych w przemyśle kreatywnym w roku 2012 wyniósł jedynie 5,4%. Inicjatywa *Creative Access* jest zgodna z postanowieniami Equality Act 2010.

Creative Access ułatwia młodym, utalentowanym osobom ze środowisk defaworyzowanych znalezienie pracy w przemyśle kreatywnym. Jest to możliwe dzięki współpracy z renomowanymi firmami z branż związanych z kulturą i sztuką (w tym muzycznej, wydawniczej czy filmowej). Beneficjenci mają możliwość odbycia płatnego stażu w jednej z tych firm, a także otrzymania innych form wsparcia (konsultacje CV, warsztaty mistrzowskie). Udział w projekcie mogą wziąć przedstawiciele mniejszości etnicznych posiadających wykształcenie wyższe. W pierwszym naborze (w roku 2012) w programie wzięło udział 100 osób, do 2016 roku taką szansę będzie miało kolejnych 300 absolwentów. Celem realizatorów projektów jest, aby co najmniej 80% beneficjentów po zakończeniu stażu zdobyło stabilną pracę w sektorze kreatywnym.

Projekt wydaje się być warty przywołania, ponieważ łączy w sobie dwa ważne cele – wsparcie przemysłów kreatywnych oraz zwalczanie dyskryminacji poprzez ułatwianie rozpoczęcia kariery zawodowej młodzieży ze środowisk defaworyzowanych. Oczywiście kryterium decydujące o możliwości otrzymania wsparcia mogłoby zostać dostosowane do polskich uwarunkowań. Beneficjentami działań powinny być młode, utalentowane osoby, na których szanse na rynku pracy negatywny wpływ mają czynniki takie jak ubóstwo i patologie występujące w środowisku rodzinnym, pochodzenie etniczne czy niepełnosprawność. Kryteria te powinny być dopasowane do uwarunkowań regionalnych.

Innym przykładem jest ilustracja zmian podejścia do prowadzenia polityki kulturalnej i polityki wsparcia PKK, które są wynikiem przemian systemowych. Można stwierdzić, że w odniesieniu do polityki kulturalnej na Łotwie „elastyczność” to słowo – klucz. Pozwala ona bowiem na dostosowanie do zmiennych warunków funkcjonowania PKK.

Łotewski model prowadzenia polityki kulturalnej był i w dalszym ciągu pozostaje scentralizowany w wymiarze programowym. Jednakże demokratyzacja życia publicznego a następnie członkostwo w Unii Europejskiej wpłynęły na decentralizację działań i silne uspołecznienie procesu formułowania oraz realizacji tej polityki. Przejawia się to m.in. dużą aktywnością organizacji pozarządowych w sferze kultury ogólnie i w sferze PKK w szczególności, aktywną postawą władz samorządowych, prowadzeniem badań na temat PKK i włączeniem w proces decyzyjny instytucji prowadzących różnego typu analizy (w tym ewaluacje prowadzonych działań, traktowane jako instrument zarządzania) oraz położeniem nacisku na szkolenia przygotowujące do aktywnego kształtowania polityki kulturalnej i polityki wsparcia PKK.

Kryzys finansowy przyczynił się do dalszej decentralizacji funkcji pełnionych przez Ministerstwo Kultury i przekazywania ich na poziom lokalny. W 1998 roku powstała Państwowa Fundacja Kapitałowa Kultury (*State Culture Capital Foundation*), która przejęła funkcje finansowania działań na rzecz kultury i rozwoju PKK. W Radzie Fundacji zasiadają przedstawiciele łotewskiego Związku Gmin. Dzięki temu w procesie wyboru projektów do finansowania uczestniczą przedstawiciele władz lokalnych. Pozwala to na uzyskanie opinii na temat celowości i potencjalnych skutków realizacji projektów dla społeczności lokalnych czy gospodarek miast. Działalność fundacji do roku 2004 była finansowana z podatku od alkoholu, wyrobów tytoniowych i gier liczbowych. Od 2004 roku źródłem finansowania jest Ministerstwo Kultury. Fundacja jest aktywnym operatorem inicjującym programy i projekty, może także przygotowywać nowe instrumenty finansowe. Ułatwia jej to stały dostęp do potencjalnych beneficjentów via przedstawiciele władz lokalnych. Takie inicjatywy jak *Travel Grant Support Programme* czy *Scholarship Programme* były odpowiedzią na artykułowane przez środowiska twórcze i przedstawiciele samorządów lokalnych potrzeby, związane m.in. z funkcjonowaniem PKK.

Łotewski rząd jest przekonany o znaczącej roli PKK w rozwoju społeczno-gospodarczym. Od czasu kryzysu finansowego Fundacja napotykała jednak problemy z realizacją swoich zadań. W 2020 roku poziom finansowania działań Fundacji spadł o 73%, zaczęto więc poszukiwać nowych sposobów finansowania. Internacjonalizacja sektora PKK, rozwinięte kontakty zagraniczne, udane transfery innowacji między sektorami i zainteresowanie rządu sprawiły, że w dyskusjach na temat finansowania pojawiła się idea *crowdfundingu*. Innowacyjną jest też metoda oceny projektów do finansowania: aplikujący muszą wykazać, że projekt ma potencjał do generowania popytu na produkty planowanej działalności.

Przykładem interesującym z polskiego punktu widzenia może być też polityka prowadzona w Czechach. PKK nie są zdefiniowane i nie występują w oficjalnych dokumentach strategicznych. Jednakże, Czeski Urząd Statystyczny zachowuje się pragmatycznie i zbiera informacje na temat działalności w sektorze PKK definiowanym zgodnie z zapisania Zielonej Księgi *Unlocking the Potential of Cultural and Creative Industries*. Dla potrzeb prowadzenia polityki opartej na dowodach (której konieczność podkreślają różne dokumenty UE), Instytut Sztuki i Teatru zrealizował w roku 2011 projekt mapowania PKK. Mapowanie takie przeprowadzono także w skali regionalnej i lokalnej. Działania te miały doprowadzić do stworzenia bazy informacyjnej służącej programowaniu działań na lata 2014 – 2020. Mapowanie, w tym ocena wkładu PKK w produkcję PKB, tworzy platformę do współpracy Ministerstwa Kultury z innymi agendami rządowymi, zajmującymi się gospodarką i rozwojem regionalnym oraz rozwojem miast. Władze Pragi, biorąc pod uwagę działania władz centralnych a także potencjał PKK z punktu widzenia gospodarki miasta, w swojej nowej polityce kulturalnej odnoszą się bezpośrednio do kwestii wsparcia PKK. Z polskiej perspektywy jest to interesujące działanie biorąc pod uwagę przygotowywaną Krajową

Politykę Miejską i Narodowy Program Rewitalizacji oraz konieczność koordynacji działań różnych podmiotów.

Mapowanie dostarczyło informacji pozwalających m.in., stwierdzić, że w najlepszej kondycji wśród PKK jest przemysł filmowy. Przyjęte w roku 2012 regulacje dotyczące wsparcia tego przemysłu doprowadziły do zreformowania sposobów działalności Państwowego Funduszu Kinematografii. Przestał on opierać swoją działalność na funduszach pochodzących jedynie z budżetu państwa, źródła finansowania są obecnie zróżnicowane, składają się na nie m.in. udziały w zyskach z reklam emitowanych w telewizjach komercyjnych. Przemysł filmowy, pomimo wspomnianej dobrej kondycji, jest i będzie przedmiotem wsparcia w następnych programach i projektach. Wynika to z przyjętej logiki działania, u której podstaw jest założenie o szczególnym wspieraniu tych branż PKK, które mają powiązania z innymi, dostarczając im impulsów rozwojowych. Przemysł filmowy traktowany jest jako instrument internacjonalizacji działania PKK. Infrastruktura tego przemysłu przyciąga producentów z zagranicy, co wpływa nie tylko na wzmacnianie jego pozycji w skali ponadkrajowej, ale przynosi wymierne korzyści dla innych PKK i ma bezpośredni wpływ na gospodarkę lokalną. Drugą branżą PKK, która traktowana jest jako strategiczna jest projektowanie (*design*). Wsparcie działalności projektowej znajduje się w portfolio czeskiej agencji rządowej do spraw handlu, która od 2008 roku prowadzi projekt „Projektowanie na eksport”. W ciągu dwóch lat od rozpoczęcia programu z jego oferty skorzystało ponad 100 przedsiębiorstw. W tym czasie budżet projektu wyniósł 4 miliony koron (około 1,5 miliona euro). Skuteczność programu i zmiana uwarunkowań zewnętrznych była powodem kontynuacji programu pod nazwą „Projektowanie dla zwiększenia konkurencyjności”. Agencja ds. handlu współpracuje ściśle z Ministerstwem Przemysłu i Handlu i Czeską Izba Przemysłową ułatwiając firmom z PKK udział w wystawach i targach za granicą. Fundusze na ten cel pochodzą z budżetów tych instytucji.

Opisane działania z trzech krajów pokazują różne podejścia i cele. Kontekst regionalny i instytucjonalny są w każdym przypadku inne. Wydaje się, że dla programowania działań w Polsce mniej istotne są kwestie wielkości środków a bardziej logika procesu ich alokacji. To ona bowiem wpływa na skuteczność interwencji publicznych.

4.2.14. Jak skonstruowany jest instrument finansowania przedsięwzięć w obszarze PKK wdrażany w Katalonii, polegający na równoczesnym finansowaniu w formie dotacji oraz w formie pożyczki? Czy w innych regionach lub krajach UE wdrażane są podobne instrumenty (łącznie dotację z finansowaniem długiem)? Jeśli tak, jak są one skonstruowane?

Konstrukcja instrumentów finansowych stosowanych do wsparcia PKK to wypadkowa koncepcji inżynierii finansowej, która powinna być dopasowana do specyficznych potrzeb beneficjenta - PKK i regulacji prawnych dotyczących sposobów i zasad wykorzystywania funduszy publicznych. Trzecim elementem mającym wpływ na kształt stosowanych

rozwiązań jest pozycja sektora bankowego wobec konkretnych zadań do sfinansowania. Podstawą koncepcyjną podejścia i celem stosowanego w Katalonii rozwiązania jest stworzenie instrumentów „lewarowania” funduszy a przez to zwiększenie ich dostępności dla PKK. Schemat finansowania łączący różne formy ma spełniać kryteria biznesowe w tym sensie, że dotacja przestaje być wsparciem publicznym w tradycyjnym znaczeniu a staje się inwestycją, której ryzyko ponoszą strony: publiczna i prywatna. To podejście wymaga różnych działań o charakterze promocyjno-informacyjnym i edukacyjnym (*Creative Industries. Access to Finance 2014*, Catalan Institute for the Cultural Companies). Kluczowe jest zainteresowanie banków takim typem inwestycji. Szczegóły dotyczące warunków, na jakich czyniona jest inwestycja są przedmiotem negocjacji i zapisów w umowach. W czasie dyskusji prowadzonych w Katalonii na temat dostępu PKK do finansowania pojawiała się kwestia ograniczonych możliwości finansowych sektora publicznego oraz korzystania z nowych, alternatywnych instrumentów jak mikrokredyty, pożyczanie na zasadzie P2P (*peer-to-peer*) i *crowdfunding*. Inżynieria finansowa łącząca fundusze z różnych źródeł i dostępne na różnych zasadach stosowana jest w innych krajach UE (Gajewski, Szczucki 2013).

Oryginalnym instrumentem finansowym stosowanym w Katalonii są tzw. wkłady (inwestycje) zwrotne (*repayable contributions*). Jest to oryginalny instrument z kategorii zwrotnych instrumentów finansowania PKK. Przygotowanie go miało służyć przełamaniu schematu myślenia, dotyczącego tego, że finansowanie PKK powinno polegać wyłącznie na dotowaniu (granty) i subsydiowaniu ich działalności. Zmiana mentalna miała doprowadzić do akceptacji sytuacji, w której podmioty z sektora PKK podejmując działalność mierzą się z ryzykiem jakie ona niesie. Instrument ten zakłada więc nowy sposób myślenia i jest praktycznym wprowadzeniem w świat biznesu bez „parasola ochronnego”. Dzięki niemu ryzyko rozkłada się na różnych aktorów włączonych w realizację danego przedsięwzięcia.

Instrument stosowany jest dla finansowania projektów PKK, jednakże wartości kulturalne czy „jakość kulturalna” i efekt końcowy projektu nie są jedynymi kryteriami oceny, będącej podstawą zakwalifikowania do finansowania. Głównym kryterium jest to czy projekt ma potencjał aby odnieść sukces komercyjny i przetrwać na konkurencyjnym rynku. Jeśli kryterium to jest spełnione, projekt może być finansowany.

Całkowita wielkość finansowania w postaci pożyczki i wkładu zwrotnego jest zazwyczaj nie mniejsza niż 30% i nie większa niż 70% całego budżetu projektu. Z tej kwoty 25-30% to wkład zwrotny (*repayable contribution*) resztę kosztów pokrywa pożyczka. Pozostała kwota to własny kapitał albo inne jeszcze źródła. Opisany instrument jest częścią mechanizmu inżynierii finansowej angażującej różnych partnerów i rozkładającej ryzyko. W tym miejscu trzeba podkreślić, że takie finansowanie ustawia na pozycji z góry przegranej wiele projektów, które nie mają szansy na finansowanie ze względu na swoją oryginalność i unikalność. Pomysłodawca idei *crowdfunding* prawdopodobnie miałby problem z otrzymaniem wsparcia – jeszcze dzisiaj kwestionuje się gotowość obywateli do

dobrowolnych kontrybucji finansowych na cele, na które przecież płaca podatki. Instrument ma również inne ograniczenia - trudne do spełnienia dla wielu firm jest na przykład kryterium co najmniej dwuletniej działalności firmy.

Opisywany instrument nigdy nie może być zastosowany do subsydiowania dostępu do produktu oferowanego w ramach projektu. Jest przygotowany by stać się siłą napędową projektu, pomóc mu zaistnieć i efektywnie funkcjonować. Istotą finansowania PKK przy użyciu tego instrumentu jest wykorzystywanie dostępnych środków finansowych wielokrotnie – zainwestowane pieniądze wracają do inwestora po jakimś czasie. Instrument stosowany jest najczęściej do wspierania projektów w branżach przemysłu muzycznego (festiwale i wydarzenia muzyczne), sztuk performatywnych, wydawnictw książkowych i innych oraz gier video. Poziom finansowania zależy od stopnia ryzyka danego przedsięwzięcia, wcześniejszych doświadczeń (skuteczność funkcjonowania na rynku) i skuteczności realizacji wcześniejszych działań ze wsparciem zwrotnym (poziom i warunki zwrotu).

Instrument ten oparty jest w całości na finansowaniu przez rząd Katalonii. W roku 2013 wielkość środków wyniosła 8 milionów Euro (ok. 6, 3 miliona jako pożyczki i 1,7 jako wkład zwrotny). Proporcje są tu ważne, bo pokazują zmiany w podejściu do zasad finansowania. Jest to wyraźny sygnał, na jakiego rodzaju wsparcie podmioty PKK mogą liczyć ze strony władz publicznych. Niewykorzystane środki wracają do budżetu rządu Katalonii.

Analiza przeżywalności projektów i ich szans rynkowych prowadzona jest przez Komitet Oceniający, w skład którego wchodzi przedstawiciele sektora prywatnego. Ich ocena jest kluczowa dla decyzji o przyznaniu finansowania w ramach wkładu zwrotnego. Oznacza to, bowiem nie tylko przeznaczenie środków publicznych na projekt, ale jest w pewnym sensie także wyrażeniem opinii na temat niskiego ryzyka przy realizacji projektu. Dzielenie się ryzykiem jest dzieleniem „fair”: nigdy żaden partner nie bierze na siebie całego ryzyka. Niektórzy patrzą na ten instrument z perspektywy budowania partnerstwa publiczno-prywatnego, którego celem jest finansowanie PKK.

Liczba projektów finansowanych przez instrument wkładu zwrotnego systematycznie rośnie. W 2009 było ich 35 (przy czym cały budżet wynosił: 1.814.693 Euro, wkład zwrotny: 512.344 Euro; pożyczki: 1.302.349 Euro) w kolejnych latach odpowiednio: 2010 - 36 projektów (3.126.244 Euro, 742.730 euro, 2.383.514 euro) 2011 - 51 projektów (3.521.241; 834.077; 2.687.164) 2012: 59 projektów (3.617.260; 897.616; 2.719.644).

Najwięcej projektów finansowano przy użyciu tego instrumentu pochodziło z branż: wydawniczej i sztuk performatywnych. Obecnie instrument ten kierowany jest głównie do firm najbardziej dotkniętych ograniczeniami finansowania ze względu na kryzys finansowy.

Innym instrumentem stosowanym w Hiszpanii i innych krajach (m.in. Francja, Holandia) jest tzw. pożyczka otwarta (*participative loan*). Jest to pożyczka udzielana na warunkach zmiennego oprocentowania, które uzależnione jest od osiąganych przez firmę

wyników. Jeśli była to pożyczka konsorcjalna wielkość oprocentowania kalkulowana jest podobnie, ale jest dodatkowo wynikiem zgody partnerów pożyczającego konsorcjum.

Pożyczki otwarte udzielane są zazwyczaj małym firmom, zaś wkład własny musi być większy od pożyczki. Kwoty sięgają do około 350 tys. euro a rozliczenia finansowe powinny być zakończone w ciągu 7 lat. Koszty pożyczki to jednorazowa opłata w wysokości 0.5% i oprocentowanie. Spłata rozpoczyna się po dwóch latach od otrzymania pożyczki.

Atrakcyjne dla firm są także zobowiązania podporządkowane (*subordinated debt*) Spłata takich długów następuje po spłacie innych zobowiązań zaciągniętych przez firmę. Ten instrument stosowany jest w nie tylko w Katalonii, ale także w innych regionach Hiszpanii. Doświadczenia francuskie wskazują przede wszystkim na rolę gwarancji bankowych przy wykorzystywaniu różnych instrumentów finansowych, kierowanych do różnych podmiotów (również spoza PKK). Poza gwarancjami bankowymi dla Francji charakterystyczne jest wykorzystanie instrumentu, jakim są podatki.

4.2.15. Czy w którymś z krajów UE instytucje publiczne angażowały się we wdrażanie instrumentów opartych na finansowaniu społecznościowym (*crowdfunding*)?

Zjawisko *crowdfunding*, nazywanego także finansowaniem społecznościowym, oparte jest na udostępnianiu i przekazywaniu posiadanych zasobów przez szeroką społeczność kapitało-dawców na rzecz realizacji różnego rodzaju przedsięwzięć. *Crowdfunding* jest jednym z rodzajów szeroko rozpowszechnionej idei *crowdsourcingu*, opartej na czerpaniu wiedzy, doświadczeń, inspiracji a także zasobów szerokiej społeczności użytkowników Internetu skupionych wokół danego tematu (zleceniu im pewnych działań). Nieodzowną cechą wszystkich działań *crowdsourcingowych* w tym *crowdfundingowych* jest wykorzystywanie nowoczesnych technologii, wszelkie procesy odbywają się przy wykorzystaniu technik IT.

Obecnie można wymienić trzy podstawowe rodzaje przedsięwzięć opartych na idei *crowdfunding*, są to:

1. Model charytatywny, filantropijny; wykorzystywany w przypadku zbierania środków na określone kreatywne przedsięwzięcia bez oczekiwania w zamian żadnych korzyści,
2. Model pożyczkowy; w ramach, którego użytkownicy wzajemnie pożyczają sobie środki finansowe, bez udziału instytucji bankowych,
3. Model inwestycyjny; którego główną cechą jest możliwość alokowania własnych zasobów na określone przedsięwzięcia w celu osiągnięcia konkretnych zysków,

Istnieje także duża liczba przedsięwzięć *crowdfundingowych*, które oparte są na rozwiązaniach mieszanych – np. połączenie możliwości udzielania pożyczek i inwestowania w konkretne przedsięwzięcia.

Zgodnie z danymi przedstawionymi na stronie www.crowdfunding.pl na całym świecie istnieje ponad 600 serwisów internetowych, działających w celu umożliwienia finansowania społecznościowego różnego rodzaju przedsięwzięć. Większość z nich to

inicjatywy prywatne lub oddolne. Instytucje publiczne zostały zachęczone przez Komisję Europejską do aktywnego wsparcia crowdfundingu jako alternatywnej formy finansowania PKK (European Commission, Communication from the Commission to the European Parliament, The Council, The European Economic and Social Committee of the Regions, *Unleashing the potential of Crowdfunding in the European Union*, COM(2014) 172 final, Brussels). Aktywne wsparcie oznacza m.in. monitorowanie funkcjonowania instrumentu, jego popularyzację oraz zapewnienie odpowiednich warunków prawnych (działania legislacyjne), umożliwiających stosowanie tego instrumentu. Instytucje badawcze prowadzą studia nad skutecznością tego typu finansowania i możliwościami jego połączenia z innymi działaniami biznesowymi dla osiągnięcia określonych celów - łączenie *crowdfunding* z *crowdsourcing* i *sharing economy* (Alfiero, S., Casalegno, C., Indelicato, A., Rainero, Ch., Secinaro, S., Tradori, V., Venuti, F., 2014, *Communication as the basis for a Sustainable Crowdfunding: The Italian Case*, International Journal of Humanities and Social Science, vol. 4, No. 5(1), str. 46-55).

Można też znaleźć przykłady tzw. instytucjonalnego *crowdfunding* (OSB Open Source Business ALLIANCE, 2013, *Institutional crowdfunding project to improve OOXML in LibreOffice/Apache OpenOffice successfully finished, next user-driven development phase planned*, <http://www.osb-alliance.de>). Polega on na łączeniu zasobów finansowych instytucji dla osiągnięcia wspólnego celu. W tym przypadku były to: władze Monachium, Sąd Federalny w Szwajcarii, francuskie Ministerstwo Kultury i Komunikacji i inne instytucje publiczne wykorzystujące to samo oprogramowanie komputerowe. Jest to jednak przedsięwzięcie specyficzne z powodu ograniczenia liczby jego uczestników. Jednocześnie jest to dowód na to, że crowdsourcing może przybierać wiele różnych form i będzie w przyszłości na pewno ewoluował.

Idea finansowania przedsięwzięć tym instrumentem zyskuje na popularności w różnych środowiskach (*CROWDFUNDING, 2013, Position Paper*, Social Economy Europe, ref. 2013-081; Whitaker 2014, *Realising the Full Potential of Crowdfunding Initiatives*, 2011). Ciekawym przykładem są niektóre powiaty w Anglii, których radni chcą poprzez crowdfunding zmobilizować mieszkańców do aktywności obywatelskiej a jednocześnie zebrać dodatkowe fundusze na poprawę jakości usług publicznych.

Dobrym przykładem związanym z kulturą jest Slovenia coworking – słoweńska inicjatywa non-profit założona przez centrum kultury Kino Šiška oraz kilka mniejszych instytucji (*Analysis of Support Policies and Financing of Creative Industries in Ljubljana Urban Region*, Ljubljana 2012, s. 22). Platforma służy tworzeniu sieci powiązań między specjalistami, organizacjami państwowymi i pozarządowymi oraz innymi zainteresowanymi osobami (<http://coworking.si/english/>, dostęp 05.09.2014). Slovenia coworking jest płaszczyzną sprzyjającą prowadzeniu badań i wspieraniu nowych koncepcji ekonomicznych i społecznych, takich jak: *crowdfunding*, *startupów*, *open source*.

Działania dotyczące *crowdfundingu* wymykają się klasyfikacjom – łączy je ta sama idea, natomiast różnice wynikają z tego gdzie inicjatywa ma miejsce, jaka jest skala przedsięwzięcia i jakim celom ma służyć.

Władze publiczne (zarówno centralne jak i samorządowe) mogą odgrywać w *crowdfunding* różne role (Davies 2014). Mogą promować projekty na istniejących platformach, prowadzić własne kampanie na istniejących platformach lub zakładać własne platformy (co jednak wymaga już czasu i nakładów). Czwarta możliwość to promowanie i ułatwianie *crowdfunding* - tym się zajmują zazwyczaj władze różnych poziomów jeśli chodzi o przedsięwzięcia związane z kulturą. Rola władz publicznych w rozwoju *crowdfundingu* wynika ze zachodzących obecnie procesów przemian w administrowaniu i zarządzaniu rozwojem. Można te role widzieć w perspektywie tzw. relacyjnego państwa (*relational state*), które niektórzy teoretycy i politycy widzą, jako rozwiązanie dla wielu problemów związanych z funkcjonowaniem społeczeństwa i gospodarki w warunkach kryzysu finansowego.

CEL 3

4.3.1. Czy są obszary PKK, dla których nie ma wsparcia?

Kwestia ta wymaga dalszych analiz (źródło – planowane IDI i warsztaty).

4.3.2. Jakie instrumenty wsparcia dla sektora kreatywnego są aktualnie najbardziej potrzebne?

Kwestia ta wymaga dalszych analiz (źródło – planowane IDI i warsztaty).

4.3.3. Jakiego rodzaju projekty wsparcia realizatorzy projektów (w tym przedstawiciele uczelni i szkół artystycznych) chcieliby realizować, gdyby mieli adekwatne dofinansowanie?

Kwestia ta wymaga dalszych analiz (źródło – planowane IDI i warsztaty).

4.3.4. Jakiego wsparcia - zwłaszcza ze strony MKiDN - potrzebują podmioty chcące wspierać sektor kreatywny (IOB, JST, uczelnie, NGO)?

Kwestia ta wymaga dalszych analiz (źródło – planowane IDI i warsztaty).

4.3.5. Jakiego rodzaju partnerstwa są postrzegane przez realizatorów wsparcia jako najbardziej atrakcyjne, skuteczne?

Kwestia ta wymaga dalszych analiz (źródło – planowane IDI i warsztaty).

4.3.6. Które spośród wskazanych w SRKS form wsparcia PKK postrzegane są przez kluczowych aktorów w poszczególnych województwach jako najbardziej atrakcyjne/adekwatne, a które najmniej?

Kwestia ta wymaga dalszych analiz (źródło – planowane IDI, ITI i warsztaty).

4.3.7. Czy wsparcie dla PKK i osób rozpoczynających w nich działalność powinno być oferowane jako oddzielny schemat/program wsparcia, czy też powinno być oferowane w ramach generalnego wsparcia dla MSP i osób rozpoczynających działalność gospodarczą? W przypadku oddzielnego schematu, jakie powinny być jego ogólne zasady i formy wsparcia?

Kwestia ta wymaga dalszych analiz (źródło – planowane IDI i warsztaty).

4.3.8. Czy podmioty chcące wspierać sektor kreatywny nawiązują współpracę z Publicznymi Służbami Zatrudnienia? Jeśli tak, to przebiega ta współpraca? Jeśli nie, to jakie są tego przyczyny? Czy tego rodzaju partnerstwo byłoby postrzegane przez te podmioty jako atrakcyjne i skuteczne?

Kwestia ta wymaga dalszych analiz (źródło – planowane IDI i warsztaty).

2.5. Zdiagnozowanie potencjalnych obszarów współpracy MKiDN i innych kluczowych aktorów (w tym: jednostek samorządu terytorialnego, uczelni artystycznych, instytucji otoczenia biznesu, instytucji kultury), w zakresie wspierania przedstawicieli sektora PKK

Na podstawie zidentyfikowanych w trakcie analizy wymienionych w bibliografii publikacji i opracowań, problemów oraz barier rozwojowych PKK można wskazać potencjalne obszary współpracy MKiDN z innymi podmiotami publicznymi, prywatnymi a także społecznymi. Na obecnym etapie badania poszczególne zakresy współpracy zostały zdefiniowane szeroko, co wynika z założenia, że obszary współpracy powinny zostać określone kierunkowo, jako strategiczne dla działań podejmowanych w przyszłości z różnymi partnerami. Potencjalne obszary współpracy zostaną rozwinięte oraz uszczegółowione na kolejnych etapach prac, zwłaszcza podczas opracowywania warsztatów.

1. Generowanie popytu na produkty sektora kreatywnego przekłada się na działania obejmujące różne sfery życia publicznego. Kluczowe są działania ukierunkowane na rozwój gospodarki opartej na wiedzy, dotyczące rozwoju badań podstawowych i stosowanych, szeroko pojętej edukacji oraz rozwoju i wdrażania nowych technologii. Obszarem współpracy powinny być działania na rzecz kształcenia w zakresie wiedzy i umiejętności związanych z rozwojem PKK.
2. Wspieranie PKK odbywa się w sposób bezpośredni (działania ukierunkowane na przedstawicieli PKK lub jego segmenty) i pośredni (działania ukierunkowane na inne sektory realnie lub potencjalnie powiązane z PKK). Niezależnie od adresata wsparcia wymaga ono zaangażowania finansowego. Obszarem współpracy z podmiotami sektora finansowego oraz innymi podmiotami prywatnymi i publicznymi zaangażowanymi w działalność związaną z kulturą powinno być wypracowanie mechanizmów transparentnego, przewidywalnego i stabilnego finansowania PKK.

3. Istotna jest także współpraca z różnymi partnerami w wypracowaniu rozwiązań instytucjonalnych i organizacyjnych ułatwiających zarządzanie rozwojem PKK w skali krajowej, regionalnej i lokalnej. „Miękkie” uwarunkowania w przypadku rozwoju PKK są kluczowe ze względu na stosunkowo małe doświadczenia zaangażowanych aktorów w tworzeniu środowiska sprzyjającego kreatywności.
4. Za strategiczny obszar współpracy z różnymi partnerami na rzecz rozwoju PKK należy uznać wypracowywanie rozwiązań w ramach powstających na poziomie kraju dwóch dokumentów: Krajowej Polityki Miejskiej (KPM) i Narodowego Planu Rewitalizacji (NPR). Rozstrzygnięcia zawarte w tych dokumentach będą wpływać na alokację środków finansowych i priorytety inwestycyjne. Firmy PKK mają specyficzne wymagania lokalizacyjne. Dotyczy to tak lokalizacji na poziomie regionów, jak i lokalizacji w określonej, fizycznej przestrzeni miejskiej. Zarówno KPM jak i NPR zawierają fragmenty dotyczące kwestii planowania przestrzennego i zagospodarowania przestrzennego miast. PKK i ich rozwój należy rozpatrywać w kontekście procesów, jakie zachodzą w miastach – problemy związane z degradacją przestrzeni miejskich (głównie starych, historycznych części miast i obszarów poprzemysłowych) mogą być rozwiązywane dzięki zintegrowanemu podejściu do rozwoju PKK.

2.6. Wstępne hipotezy do określenia pożądaných działań w celu wsparcia rozwoju PKK

Przegląd literatury i zidentyfikowane na jego podstawie główne problemy i bariery w rozwoju PKK o charakterze uniwersalnym (występujące w różnej skali niezależnie od poziomu rozwoju PKK) oraz specyficznym (uwarunkowane regionalnie lub lokalnie) były podstawą do sformułowania następujących hipotez, które posłużą do określenia pożądaných działań w celu wsparcia rozwoju PKK:

1. Ze względu na zróżnicowanie wewnętrzne PKK (m.in. struktura wielkościowa, własnościowa, profil działalności) oraz regionalne i lokalne uwarunkowania ich rozwoju, nie jest możliwe zastosowanie jednego modelu wsparcia PKK. Działania wspierające muszą uwzględniać specyficzne potrzeby odbiorcy (typ adresata wsparcia) wynikające w głównej mierze z:
 - lokalizacji (region, typ jednostki osadniczej),
 - profilu działalności,
 - doświadczeń biznesowych.
2. Jedną z główných barier w rozwoju PKK jest brak zintegrowanego podejścia, mogącego prowadzić m.in. do harmonizacji działań podejmowanych na różnych poziomach administracji publicznej i włączenia w programowanie, planowanie i realizację tych działań innych aktorów z sektora publicznego i prywatnego.

3. Niedocenywanie roli PKK w rozwoju społeczno-gospodarczym jest przyczyną niewykorzystania potencjału rozwojowego kształtującego się w Polsce sektora kreatywnego, jako katalizatora procesów rozwojowych. Przyczyny tego zjawiska mogą być związane z instytucjami kształcącymi kadry dla PKK i innych, mogącymi informować o PKK i promować ich rozwój. Z niedocenywania roli PKK wynikają problemy w zakresie poziomu i stabilności finansowania.
4. Uczelnie artystyczne nie są przygotowane do współpracy z innymi partnerami z „rynku kreatywnego” ani do bycia partnerem dla PKK. Efektem braku przygotowania uczelni i ich słabych kontaktów z biznesem jest m.in. niedostosowanie profilu kształcenia do potrzeb rynku pracy.
5. Prowadzone działania wspierające rozwój PKK nie są systematyczne, mają charakter projektowy i nie przyczyniają się do kształtowania dobrze ustrukturyzowanego, przyjaznego środowiska funkcjonowania PKK
6. PKK nie są efektywnie wspierane w swych działaniach rozwojowych przez instytucje otoczenia biznesu. Jedną z głównych przyczyn jest brak „wsparcia szytego na miarę” – przygotowanego dla określonego, dobrze zdefiniowanego odbiorcy. Ogólna oferta wsparcia powinna być dostosowywana do potrzeb osób i twórców działających w sektorze.
7. Bariery we współpracy różnych branż jest jakość dostępnych informacji i sposób ich wymiany (np. informacji dotyczących m.in. oferty PKK dla innych branż, potrzeb innych branż, które mogą zaspokoić PKK).
8. Brak zaangażowania prywatnych instytucji w finansowanie działań podejmowanych i prowadzonych przez PKK związany jest z potencjalnym ryzykiem. Wynika min. z braku doświadczeń, jest też spowodowany niedostrzeganiem korzyści bądź jasno sformułowanych celów takiego zaangażowania.

3. Narzędzia wsparcia dla sektora PKK, wdrażane w ostatnich latach w Polsce

Kreatywność i kultura zostały w ostatnich latach uznane zarówno za ważne czynniki towarzyszące rozwojowi innowacyjności, jak i warunkujące innowacyjność gospodarek. Nie bez znaczenia jest także wymiar społeczno-ekonomiczny przemysłów kreatywnych i kultury. Zgodnie z danymi European Cluster Observatory (*Priority Sector Report: Creative and Cultural Industries, 2011*), w Europie w sektorze tym jest zatrudnionych ponad 6,5 mln osób.

Dostrzeżeniu PKK jako ważnego czynnika determinującego wzrost gospodarczy Unii Europejskiej towarzyszy obserwowany w ostatnich latach wzrost poziomu wsparcia publicznego kierowanego do tego sektora. Sektor ten stał się przedmiotem wielu działań wspierających, wyraźnie widocznych w mijającym okresie programowania polityki strukturalnej Unii Europejskiej. Mianowicie, w latach 2007-2013 w sferze wspierania PKK z funduszy strukturalnych UE wydana została kwota ok. 6 mld euro (*Inspiring Creativity – Promoting Culture and Creative Industries in Europe, Wiedeń 2013*).

W tej części raportu charakteryzujemy zidentyfikowane dla celów analizy programy wsparcia PKK – dostępne aktualnie i w ostatnich latach w Polsce. W pierwszej kolejności przedstawiamy projekty wspierane ze źródeł innych niż fundusze strukturalne UE.

Projekty wspierane poza funduszami strukturalnymi UE

- **Projekt Kreatywni³ – realizowany i finansowany przez Wydział Strategii i Obsługi Inwestorów Urzędu Miasta Lublina**

Celem projektu jest identyfikacja kreatywnych twórców (mieszkańców Lublina), prowadzących działalność oraz tworzących nieszablonowe rozwiązania, a następnie prezentacja ich pracy jako przykładu dobrych praktyk rynkowych, które mogą inspirować do działania inne osoby. Celem projektu jest promocja kreatywnych mieszkańców Lublina wraz z prezentacją możliwości komercyjnego wykorzystania posiadanych talentów i pomysłów. Projekt jest inicjatywą władz samorządowych miasta Lublina (źródło finansowania stanowi budżet miasta). Zakłada się, że przedsięwzięcie to będzie kontynuowane w kolejnych latach.

Pierwszym etapem każdej edycji projektu (pierwsza odbyła się w 2013 r., druga w roku 2014 – obecnie w realizacji) jest identyfikacja i nawiązanie relacji z kandydatami na *Kreatywnych*. Następnie, 12 wybranych osób bierze udział w sesjach zdjęciowych, których efektem są ujęcia portretowe, opis procesu twórczego oraz prezentacja ich miejsca pracy i jej wytworów. Sesjom towarzyszą wywiady, które uzupełniają tworzone etiudy filmowe, przedstawiające pracę twórcy. Autorami zdjęć i filmów są artyści pracujący w Lublinie. Cały materiał zdjęciowy i filmowy jest przekazywany

³ <http://kreatywni.lublin.eu/o-projekcie/>

uczestnikom projektu i może być przez nich wykorzystywany w promocji ich działalności. Jak dotąd z projektu skorzystało ok. 30 osób – twórców, kreatywnych mieszkańców Lublina.

- **Go Creative. Biznes na Start – projekt prowadzony przez Gdańską Fundację Przedsiębiorczości, finansowany z budżetu Miasta Gdańska⁴**

Projekt obejmuje kompleksowe wsparcie dla osób planujących założenie własnej działalności gospodarczej na terenie Miasta Gdańska (w obszarze branż kreatywnych, wskazanych w regulaminie projektu i obejmujących: ICT, reklamę, architekturę, sztukę, rękodzieło, wzornictwo przemysłowe, fotografię, media, radio, telewizję, gry komputerowe i oprogramowanie, wydawnictwa elektroniczne, przemysł muzyczny, sztuki wizualne, nowe technologie, design, media)⁵. Projekt finansowany jest z przeważającym udziałem ze środków budżetu Miasta Gdańsk; dodatkowe źródło finansowania stanowi wsparcie pozyskiwane od sponsora – przedsiębiorstwa ENERGA S.A.

Celem projektu jest propagowanie kreatywnej przedsiębiorczości oraz zapewnienie nowo zarejestrowanym przedsiębiorcom pomocy w wykorzystaniu instrumentów wsparcia. Ma to ułatwić im pokonywanie barier utrudniających rozpoczęcie działalności gospodarczej i zminimalizować ryzyko niepowodzenia na początkowych etapach działalności.

Uczestnicy projektu korzystają z cyklu szkoleń z zakresu przedsiębiorczości, doradztwa ze strony ekspertów i praktyków branży, przygotowania do stworzenia modelu biznesowego działalności, networkingu i wymiany pomysłów, a także promocji. W projekcie przyznawane są nagrody pieniężne i rzeczowe, darmowa obsługa księgową, możliwość objęcia półroczną asystą mentorską, możliwość skorzystania z doradztwa indywidualnego, warsztaty biznesowe. W poszczególnych edycjach dąży się do wyłonienia co najmniej 20 uczestników, których pomysły biznesowe poddawane są następnie preinkubacji. Ostatecznie wyłania się pięć spośród nich, które uzyskują wsparcie inkubacyjne, prowadzące do praktycznego uruchomienia działalności gospodarczej.

Dotychczas zrealizowano 11 edycji projektu (projekt realizowany jest od 2009 roku). Szacuje się, że w jego wyniku udało się utworzyć 117 mikroprzedsiębiorstw.

- **StartUp Art⁶ – program organizowany w ramach projektu European Creative Cluster Lab, dofinansowany ze środków Komisji Europejskiej w ramach Programu ramowego na rzecz konkurencyjności i innowacyjności (CIP)**

⁴ <http://biznesnastart.pl/>

⁵ <http://biznesnastart.pl/wp-content/uploads/2014/02/REGULAMIN-GO-CREATIVE-20141.pdf>

⁶ <http://startupart.pl/>

Edycja polska projektu została zrealizowana w maju 2014 r. przez Instytut Kreowania Przedsiębiorczości i Miasto Stołeczne Warszawa we współpracy z Akademickimi Inkubatorami Przedsiębiorczości. Projekt ten mieści się w tradycyjnym zakresie działalności sieci Akademickich Inkubatorów Przedsiębiorczości⁷ – jest inicjatywą skierowaną do młodych osób (studentów) zainteresowanych uruchamianiem działalności gospodarczej w branży kreatywnej.

W ramach kompleksowego programu przewidziano konferencję dla 100 uczestników i 24 godziny warsztatów dla ok. 15 uczestników (tematyka to m.in.: generowanie pomysłów biznesowych, tworzenie modelu biznesowego, pozyskiwanie finansowania, rejestracja działalności gospodarczej, tworzenie produktów i prezentacja pomysłów). Efektem projektu Startup Art jest także publikacja skierowana do osób z branży kreatywnej, które planują rozpoczęcie własnego przedsięwzięcia biznesowego (*Startup ART Book – Przewodnik biznesowy dla branży kreatywnej*)⁸. Zawarto w niej informacje na temat narzędzi inkubacji dla osób planujących uruchomienie działalności gospodarczej. Poruszono takie tematy jak m.in. formy wsparcia oferowane przez inkubatory i akceleratory biznesu oraz możliwości pozyskiwania i źródła finansowania dla projektu biznesowego. Publikację wzbogacają historie sukcesu osób (przedsięwzięć) z branży kreatywnej, które prowadzą obecnie własne firmy i korzystają lub korzystały z programów inkubacji.

- **Portal Społeczności Kreatywnej⁹ – finansowany ze środków Miasta Stołecznego Warszawy, współfinansowany ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego i Funduszy Norweskich w ramach programu INTERREG IV C.**

Portal poświęcony jest sektorowi PKK. Stanowi medium, za pośrednictwem którego gromadzone i udostępniane są wiedza oraz informacje praktyczne na temat funkcjonowania sektora kreatywnego i kultury. Publikowane są tu rozmaite raporty tematyczne, analizy i opracowania, przykłady dobrych praktyk – polskie i zagraniczne, opisy inicjatyw, przedsięwzięć i projektów czy propozycje współpracy. Portal jest również narzędziem społecznościowym, wspomagającym nawiązywanie kontaktów, podejmowanie współpracy, zdobywanie klientów, kooperantów, a także współtworzenie zasobów informacyjnych portalu oraz wymianę opinii z jego użytkownikami¹⁰.

Twórcy portalu dążą do tego, aby stał się on narzędziem konsultacyjnym w sprawie kształtowania polityki rozwoju przemysłów kreatywnych, zarówno na poziomie samorządowym, krajowym, jak i europejskim.

⁷ <http://www.inkubatory.pl/>

⁸ <http://creatives.waw.pl/files/8714/0174/6530/STARTUP%20ART%20BOOK.pdf>

⁹ <http://creatives.waw.pl/>

¹⁰ Zob. <http://creatives.waw.pl/kontakt/o-creatives-waw-pl>

Projekt jest realizowany w ramach inicjatywy Baltic Metropolises, dofinansowanej ze środków MKiDN oraz Komisji Europejskiej.

- **Kreatywna Europa – Program Komisji Europejskiej¹¹**

Kreatywna Europa to nowy program ramowy Unii Europejskiej, który oferuje wsparcie finansowe dla sektorów audiowizualnych, kultury i kreatywnych. Realizacja programu przypada na lata 2014-2020. Program zawiera trzy komponenty: MEDIA, KULTURA

i część międzysektorową z nowym instrumentem finansowym (gwarancyjnym) planowanym do uruchomienia w roku 2016.¹² (program ten jest bezpośrednim następcą programów unijnych *KULTURA* i *MEDIA* realizowanych w okresie 2007-2013¹³).

Opisywany program jest instrumentem wsparcia finansowego przedsięwzięć w sektorach kultury i kreatywnych w nowym (2014-2020) okresie programowania. Jego budżet ustalony został w wysokości 1,46 mld euro. Zakłada się, że w ramach programu dofinansowanie uzyska ok. 250 tys. artystów i osób zawodowo zajmujących się kulturą, 2 tys. kin, 800 produkcji filmowych i 4 500 tłumaczeń książek.

Nowy instrument gwarancji finansowych ma umożliwić małym podmiotom z sektora kultury i sektora kreatywnego pozyskać kredyty bankowe o łącznej wartości ok. 750 mln euro.

- **Program Komisji Europejskiej MEDIA 2007¹⁴**

Program ten był realizowany w latach 2007-2013. Dysponował budżetem w wysokości 755 milionów euro. Wśród podlegających wsparciu różnorodnych działań znalazły się m.in.:

- wsparcie umiejętności profesjonalistów z sektora audiowizualnego w dziedzinie przygotowania projektu, produkcji, dystrybucji oraz promocji,
- wsparcie tworzenia sieci oraz zwiększania mobilności podmiotów w dziedzinie kształcenia (europejskie szkoły filmowe, instytucje szkoleniowe, partnerzy z sektora profesjonalnego), kształcenie wykładowców, wspieranie indywidualnych ścieżek szkolenia, organizacja działań koordynacyjnych oraz promocyjnych,

¹¹ http://ec.europa.eu/programmes/creative-europe/index_en.htm

¹² <http://www.kreatywna-europa.eu/>, Zob. także „Komponent MEDIA Programu Kreatywna Europa 2014-2020”, KE, Dykrecja Generalna ds. Polityk Wewnętrznych, 2012 (opis założeń i porównania do instrumentów wsparcia z okresu 2007-2013).

¹³ W ramach tych programów w okresie 2007-2013 zrealizowanych zostało w skali UE 736 projektów, a 182 nadal są wdrażane (baza projektów - <http://ec.europa.eu/programmes/creative-europe/projects/>).

¹⁴ http://ec.europa.eu/culture/tools/media-programme_en.htm

- wsparcie rozwoju produkcji niezależnych małych i średnich przedsiębiorstw w zakresie gatunków (form) dokumentalnych, animowanych, fabularnych i multimedialnych.
- **Norweski Mechanizm Finansowy oraz Mechanizm Finansowy Europejskiego Obszaru Gospodarczego, Obszar wsparcia: Badania naukowe i stypendia, Program: Fundusz Stypendialny i Szkoleniowy, Działanie IV Rozwój Polskich Uczelni¹⁵**

Beneficjentami Działania IV mogą być polskie szkoły wyższe. Wsparcie przewidziano dla projektów mających na celu poprawę jakości kształcenia na polskich uczelniach oraz prowadzących do umiędzynarodowienia polskich szkół wyższych. Wsparte zostały m.in. dwa projekty (Politechniki Warszawskiej¹⁶ oraz Uniwersytetu Śląskiego¹⁷) przewidujące uruchomienie studiów II stopnia w obszarze branż PKK (w ramach naboru z kwietnia 2013 r.)¹⁸.

Projekty wspierane w z udziałem środków z funduszy strukturalnych UE

Zdecydowana większość programów oferujących wsparcie dla PKK w Polsce finansowana była z wykorzystaniem funduszy strukturalnych UE, przede wszystkim w okresie programowania obejmującym lata 2007-2013 (poniżej znajdują się ich zwięzłe opisy). Należy zwrócić uwagę, że w ramach niemal wszystkich wymienionych działań realizowane wsparcie kierowane było do podmiotów pochodzących z różnych sektorów, nie tylko PKK. Podmioty PKK były zazwyczaj tylko jednymi z wielu beneficjentów wsparcia udzielanego w tych działaniach (po opisie działań, w tabeli podsumowującej prezentujemy zbiorczy wykaz wspartych w ramach nich projektów, dotyczących sektora PKK).

- **Program Operacyjny Innowacyjna Gospodarka, Działanie 3.1 PO IG: Inicjowanie działalności innowacyjnej¹⁹**

Pierwszym elementem działania jest wybór (w drodze konkursu) podmiotów, które będą świadczyły usługę dwuetapowego wsparcia przedsiębiorców lub kandydatów na przedsiębiorców. Następnie podmioty te (nazywane inkubatorami inwestycyjnymi) dokonują selekcji najlepszych projektów składanych do nich przez potencjalnych przedsiębiorców (pomysłodawców). Dofinansowanie składa się z dwóch komponentów – dotacji na inkubację oraz inwestycji w nowo utworzone przedsiębiorstwo (w formie objęcia udziałów). Wejście kapitałowe następuje w sytuacji, gdy po okresie inkubacji zidentyfikowane zostaną znaczące szanse

¹⁵ http://www.eog.gov.pl/o_programie/obszary_wsparcia/strony/default.aspx

¹⁶ Studia II stopnia w języku angielskim: multiMEDIA – technologie, projektowanie artystyczne, zarządzanie.

¹⁷ Projektowanie gier i przestrzeni wirtualnej - studia II stopnia.

¹⁸ W ostatnim naborze wniosków (z kwietnia 2014 r.) pojawił się jeden wniosek (spośród 124 wniosków, które przeszły pozytywnie ocenę formalną) związany z PKK, złożony przez Akademię Pedagogiki Specjalnej im. Marii Grzegorzewskiej pt. „Zwiększenie oferty edukacyjnej o program pilotażowy studiów podyplomowych w zakresie współczesnych działań artystycznych”, <http://www.fss.org.pl/development/wyniki-naboru>

¹⁹ <http://poig.parp.gov.pl/index/index/939>

na komercyjny sukces powstającego przedsiębiorstwa, którego działalność jest oparta na innowacyjnym pomysle.

Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości (PARP) jako instytucja wdrażająca, przeprowadzała nabory wniosków w latach 2008-2013. Wśród dofinansowanych przedsięwzięć (inkubatorów inwestycyjnych) na szczególną uwagę zasługuje Inkubator Przedsiębiorczości Media 3.0²⁰ nowosądeckiej spółki Miasteczko Multimedialne, zarządzającej także parkiem technologicznym MMC Brainville²¹. Inkubator (działający od 2009 r.) wspiera rozwój firm w obszarze animacji i grafiki 3D, Internetu, e-learningu, tworzenia oprogramowania, technologii mobilnych oraz telekomunikacji. Jest to jedyny w gronie kilkudziesięciu finansowanych przez PARP innych inkubatorów inwestujących w fazy załóżkowe biznesu, który koncentruje zainteresowanie wyłącznie na dziedzinach wchodzących w skład sektora PKK. Spośród nadesłanych przez potencjalnych przedsiębiorców zgłoszeń, komitet inwestycyjny inkubatora wybiera najlepsze pomysły, których autorzy mogą liczyć na wsparcie finansowe w wysokości do 200 tys. euro (maksymalna wartość wejścia kapitałowego ze strony inkubatora). Łączny budżet projektu to około 15 mln zł. W chwili obecnej nabór wniosków jest zamknięty. Cały kapitał inkubatora zainwestowany został w kilkanaście przedsięwzięć gospodarczych.

Projekt Inkubator Przedsiębiorczości Media 3.0 realizowany jest w partnerstwie. Partnerami Miasteczka Multimedialnego Sp. z o.o. są: Fundacja Akademickie Inkubatory Przedsiębiorczości, Stowarzyszenie Klaster Multimediiów i Systemów Informacyjnych (MultiKlaster), Uniwersytet Warszawski – (Interdyscyplinarne Centrum Modelowania Matematycznego i Komputerowego), Polska Konfederacja Pracodawców Prywatnych Lewiatan.

- **Program Operacyjny Innowacyjna Gospodarka, Poddziałanie 3.3.1 PO IG: Wsparcie dla Instytucji Otoczenia Biznesu²²**

W ramach tego, również wdrażanego przez PARP poddziałania PO IG, wybierane były do dofinansowania projekty, obejmujące: wsparcie programów szkoleniowych dla prywatnych inwestorów (w tym „Aniołów Biznesu”), nawiązywanie współpracy pomiędzy sieciami inwestorów a inkubatorami przedsiębiorczości i funduszami podwyższonego ryzyka, powstanie i rozwój sieci inwestorów prywatnych, rozwój platform wymiany doświadczeń w zakresie inwestowania, kojarzenia inwestorów z przedsiębiorcami i kształtowania gotowości inwestycyjnej przedsiębiorstw. Beneficjentami wsparcia (projektodawcami) były różnego rodzaju instytucje otoczenia biznesu (najczęściej były to agencje rozwoju regionalnego i inkubatory przedsiębiorczości).

²⁰ <http://www.milionnastart.pl/>

²¹ <http://www.brainville.pl/startupy/>. Budowę Parku Technologicznego dofinansowano w 2010 r. w ramach Działania 5.3 PO IG wsparciem w wysokości prawie 95 mln zł.

²² <http://poig.parp.gov.pl/index/index/858>

Projekty te²³ nie były kierowane do sektora PKK, ale wśród ostatecznych beneficjentów znalazły się również podmioty o takim właśnie charakterze²⁴. Dobrym przykładem jest tu projekt Agencji Rozwoju Pomorza pn. *Biznes dla biznesu – budowa platformy współpracy między inwestorami prywatnymi i pomysłowymi przedsiębiorcami*²⁵, realizowany w latach 2009-2014 (o wartości dofinansowania prawie 2,4 mln zł). Zakładał on upowszechnienie informacji na temat korzyści, które inwestorzy prywatni (w tym anioły biznesu) oferują pomysłodawcom – potencjalnym lub działającym przedsiębiorcom. Zakładał również podniesienie poziomu wiedzy i umiejętności pomysłodawców, niezbędnej w pozyskiwaniu zewnętrznych źródeł finansowania

o charakterze udziałowym. Projekt ten realizowano w pięciu województwach: łódzkim, pomorskim, kujawsko-pomorskim, zachodniopomorskim i mazowieckim. Do projektu zgłoszone zostały 664 przedsięwzięcia inwestycyjne. W ramach utworzonej w projekcie platformy współpracy znalazło się co najmniej kilkanaście przedsięwzięć, polegających na kojarzeniu pomysłodawców i inwestorów, których przedsięwzięcia dotyczyły bezpośrednio sektora PKK (głównie w sferze multimediiów).

- **Program Operacyjny Innowacyjna Gospodarka, Działanie 4.4 PO IG: Nowe inwestycje o wysokim potencjale innowacyjnym**²⁶

Działanie wdrażane przez PARP w latach 2008-2013. Kwota środków przeznaczonych na dofinansowanie projektów w ramach Działania wyniosła 1 628 mln euro (środki unijne oraz wkład krajowy).

Działanie skierowane było do przedsiębiorców. Umożliwiało uzyskanie dotacji na projekty inwestycyjne związane z zastosowaniem nowych rozwiązań technologicznych, produktowych, usługowych lub organizacyjnych (rozwiązania technologiczne i organizacyjne stosowane na świecie nie dłużej niż 3 lata) oraz na projekty szkoleniowe i doradcze niezbędne do realizacji projektów inwestycyjnych. Szczegółowy przedmiot projektów nie był sprecyzowany – mogły one dotyczyć przedsięwzięć gospodarczych realizowanych w różnych sektorach i branżach gospodarczych. Ze względu na wymóg minimalnej wartości projektu (w ostatnim naborze wniosków było to 2,4 miliona złotych) tylko bardzo nieliczne projekty były realizowane przed podmioty sektora PKK. Przykładem może być tu projekt przewidujący wdrożenie systemu wspomagającego proces twórczy na poziomie preprodukcji, produkcji i postprodukcji dla branży audiowizualnej, zrealizowany przez

²³ W ramach dwóch naborów (z 2008 i 2009 r.) wsparcia udzielono 26 projektom (o wartości ok. 96 mln zł).

²⁴ W przypadku większości projektów tworzone były platformy współpracy inwestorów i pomysłodawców, umożliwiające kojarzenie tych podmiotów. W tym sensie, wszelkiego rodzaju pomysły, będące wynikiem kreatywności pomysłodawców i dotyczące sektora PKK, mieściły się w formule projektowej (mogły być prezentowane jako potencjalny przedmiot współpracy pomiędzy inwestorem i pomysłodawcą).

²⁵ <http://www.arp.gda.pl/405,biznes-dla-biznesu.html>

²⁶ <http://poig.parp.gov.pl/index/index/891>

spółkę 3D Mind Films²⁷ (tytuł projektu: *Inwestycje w multimedia jako szansa na rozwój innowacji w Polsce (Media 3.0)*; wartość wsparcia ok. 4,6 mln zł, wartość projektu nieco ponad 11,7 mln zł).

- **Program Operacyjny Innowacyjna Gospodarka, Działanie 5.2 PO IG: Wspieranie instytucji otoczenia biznesu świadczących usługi proinnowacyjne oraz ich sieci o znaczeniu ponadregionalnym²⁸**

Działanie wdrażane przez PARP (nabory przeprowadzane w roku 2008, 2009 i 2014), skierowane do instytucji otoczenia biznesu i sieci takich instytucji. Celem było wzmocnienie IOB lub ich sieci poprzez promowanie współpracy w ramach sieci, wymianę doświadczeń, wspólną obsługę klientów oraz rozwój oferty usług o charakterze proinnowacyjnym.

W ramach działania udzielane było wsparcie z przeznaczeniem na dofinansowanie przygotowania i rozwoju pakietu usług o charakterze proinnowacyjnym (składającego się z usług doradczych, szkoleniowych, informacyjnych oraz sieciowych – poszukiwania partnerów gospodarczych) służących podniesieniu innowacyjności przedsiębiorstw działających na terenie Polski, dofinansowanie kosztów świadczenia wybranych usług dla przedsiębiorców oraz organizację wspólnych przedsięwzięć podejmowanych przez instytucje skupione w sieciach, a także dofinansowanie funkcjonowania jednostki koordynującej działalność sieci (o charakterze sekretariatu). Budżet Działania wynosił 32,1 mln euro. W programie dofinansowanie uzyskały dwa projekty Instytutu Wzornictwa Przemysłowego (IWP) wspierające sektor PKK²⁹.

Szczególnie interesujący jest ostatnio rozpoczęty projekt IWP pt. Wzornictwo-Biznes-Zysk³⁰ (z okresem realizacji od 1.06.2014 do 31.12.2015 r.; projekt ogólnokrajowy o wartości ok. 5 mln zł), skierowany do przedsiębiorców, projektantów, przedstawicieli administracji oraz studentów i absolwentów studiów wzornictwa. Projekt obejmuje warsztaty, towarzyszące im wystawy (prezentacje studiów przypadku skutecznego wykorzystywania wzornictwa przemysłowego w działalności gospodarczej), seminaria oraz przygotowanie portalu internetowego na temat wykorzystania wzornictwa jako czynnika podnoszenia konkurencyjności przedsiębiorstw.

- **Program Operacyjny Innowacyjna Gospodarka, Działanie 6.1 PO IG: Paszport do eksportu³¹**

²⁷ <http://3dmindfilms.com/cms/pl/firma/>

²⁸ <http://poig.parp.gov.pl/index/index/965>

²⁹ *Poprawa konkurencyjności przedsiębiorstw poprzez wzornictwo (innowacja procesowa i produktowa (2008-2011)* (<http://www.zsz.com.pl/>) oraz „Wzornictwo-Biznes-Zysk” (2014-2015).

³⁰ http://www.iwp.com.pl/projekty_wzornictwo_biznes_zysk

³¹ <http://poig.parp.gov.pl/index/index/596>

Wsparciem objęto przedsiębiorców sektora MŚP. Dofinansowane zostały projekty mające na celu wejście na nowe rynki zbytu i wzmocnienie pozycji konkurencyjnej przedsiębiorstwa na rynkach zagranicznych, przyczyniające się do zwiększenia udziału sprzedaży eksportowej w ogólnej sprzedaży przedsiębiorstwa oraz promujące polską markę na rynkach zagranicznych. Konkursy, realizowane przez PARP, odbywały się w latach 2009-2013 (przeprowadzono 12 naborów). Wsparcie na promocję na rynkach zagranicznych otrzymało kilka przedsiębiorstw działających w sektorze PKK.

- **Program Operacyjny Innowacyjna Gospodarka, Poddziałanie 6.5.2. Wsparcie udziału przedsiębiorców w programach promocji³²**

Wsparcie realizowane było w celu wzmocnienia konkurencyjności gospodarki poprzez poprawę wizerunku polskiej gospodarki wśród partnerów międzynarodowych, nawiązanie przez przedsiębiorców kontaktów gospodarczych, a także wypromowanie polskich specjalności eksportowych. Beneficjentami tego Poddziałania są przedsiębiorcy. Przedmiotem dofinansowania stanowił udział w branżowych programach promocji³³ (w tym, w sferze PKK: branżowy program promocji IT/ICT, w tym gry komputerowe – program realizowany jest od kwietnia 2012 r.) oraz programach promocji o charakterze ogólnym (w nielicznych przypadkach uczestniczyły w nich także podmioty sektora PKK). Instytucją wdrażającą poddziałanie jest Ministerstwo Gospodarki (Departament Wdrażania Programów Operacyjnych).

- **Program Operacyjny Innowacyjna Gospodarka, Działanie 8.1 PO IG: Wspieranie działalności gospodarczej w dziedzinie gospodarki elektronicznej³⁴ oraz Działanie 8.2 PO IG Wspieranie wdrażania elektronicznego biznesu typu B2B³⁵**

Instytucją wdrażającą działania 8.1 i 8.2 PO IG była Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości.

Działanie 8.1 PO IG umożliwiło wsparcie projektów mikro i małych przedsiębiorców oferujących usługi świadczone drogą elektroniczną (cyfrowe), w tym wytworzenie produktów cyfrowych niezbędnych do świadczenia tych usług. Wymaganym rezultatem kwalifikowanego do wsparcia projektu było wytworzenie, świadczenie i aktualizacja usług cyfrowych. Nabory wniosków o wsparcie prowadzone były w latach 2008-2013 (11 naborów). Wśród bardzo licznych przedsięwzięć objętych wsparciem znalazły się także projekty realizowane przez podmioty z sektora PKK (ok. 250 projektów, sklasyfikowanych w bazie danych projektów portalu internetowego „Wspieramy e-biznes” w kategorii „kultura, sztuka, społeczeństwo”³⁶).

³² <http://www.mg.gov.pl/Fundusze+UE/POIG/Dzialania/Dzialanie+651>

³³ <http://www.mg.gov.pl/Fundusze+UE/POIG/Dzialania/Dzialanie+651/Branzowe+programy+promocji>

³⁴ <http://poig.parp.gov.pl/index/index/597>

³⁵ <http://poig.parp.gov.pl/index/index/598>

³⁶ http://www.web.gov.pl/firmy-i-uslugi/katalog-euslug/23_kultura-sztuka-spoleczenstwo.html?strona=11&

Działanie 8.2 PO IG przeznaczone było na przedsięwzięcia o charakterze technicznym, informatycznym i organizacyjnym, obejmujące relacje usługowe (i dotyczące współpracy) pomiędzy przedsiębiorcami, realizowane z wykorzystaniem systemów teleinformatycznych zapewniających automatyzację procesów biznesowych. Jego celem było wdrożenie rozwiązań elektronicznego biznesu typu B2B. Konkursy były realizowane w latach 2008-2014. Sektor PKK reprezentowany był w tym Działaniu jedynie sporadycznie.

- **Program Operacyjny Kapitał Ludzki, Poddziałanie 2.1.1. PO KL: Rozwój kapitału ludzkiego przedsiębiorstw³⁷**

Działanie wdrażane przez PARP umożliwiało wsparcie dla zróżnicowanych projektów szkoleniowych (z komponentami doradczymi), w ramach których przedsiębiorcy i ich pracownicy mogli korzystać ze szkoleń, usług doradczych oraz studiów podyplomowych. W większości były to projekty dedykowane pracownikom określonych branż przemysłowych lub dużych przedsiębiorców (przykładowo, sektora bankowego, energetyki, w tym odnawialnych źródeł energii, handlu detalicznego, czy branży motoryzacyjnej, usług medycznych, finansowych). Działania te mogły być realizowane w ramach trzech typów projektów: ponadregionalnych zamkniętych projektów szkoleń i doradztwa (projekty realizowane „pod potrzeby” przedsiębiorcy), ogólnopolskie otwarte projekty szkoleniowo-doradcze (ogólne lub o charakterze branżowym) oraz studia podyplomowe. Wsparcie było udzielane w latach 2008-2013. Pośród około 1 000 dofinansowanych projektów nie znalazły się przedsięwzięcia dedykowane wprost PKK³⁸. Konkursy o wsparcie nie były profilowane sektorowo ani branżowo (jedynie konkurs z 2013 r. poświęcono szeroko zdefiniowanym sprawom ekologii – *Zielone światło – wsparcie rozwiązań proekologicznych*³⁹).

- **Program Operacyjny Kapitał Ludzki, Poddziałanie 2.2.1 PO KL: Poprawa jakości usług świadczonych przez instytucje wspierające rozwój przedsiębiorczości i innowacyjności – projekty systemowe realizowane przez PARP⁴⁰**

Celem ogólnym realizowanych projektów było zwiększenie dostępności i poprawa jakości usług świadczonych na rzecz przedsiębiorców oraz osób rozpoczynających działalność gospodarczą przez instytucje otoczenia biznesu. W ramach poddziałania realizowane były projekty w zakresie:

- dostarczania usług dotyczących rozwoju firmy (usługi dla przedsiębiorców oraz osób rozpoczynających działalność gospodarczą w formule *one-stop-shops* – realizowane przez jednostki Krajowego Systemu Usług, działające w zakresie wsparcia informacyjnego i doradczego dla mikroprzedsiębiorstw),

³⁷ <http://pokl.parp.gov.pl/index/index/644>

³⁸ <http://pokl.parp.gov.pl/index/index/1275> (listy zawartych umów).

³⁹ <http://pokl.parp.gov.pl/index/index/2185> (Konkurs *Zielone światło...*)

⁴⁰ <http://pokl.parp.gov.pl/index/index/693>

- wsparcie i rozwój instytucji świadczących usługi na rzecz przedsiębiorców oraz ich sieci,
- konkurs obejmujący przetestowanie i wdrożenie usługi pilotażowej w zakresie ochrony środowiska dla małych i średnich przedsiębiorstw.

Wyżej wymienione projekty ukierunkowane były na rozwój jakości i dostępności usług świadczonych przez członków Krajowego Systemu Usług. Interesującym przykładem było wprowadzenie pilotażowej usługi „asysta w prowadzeniu działalności gospodarczej”. Obejmowała ona doradztwo i konsultacje w czterech podstawowych obszarach działalności firmy (administracyjno-prawne aspekty prowadzenia działalności gospodarczej, sprawy zobowiązań podatkowych, problematyka zatrudniania i kwestie finansowania działalności gospodarczej). Skorzystało z niej blisko 1 000 przedsiębiorców, którzy otrzymali wsparcie w zakresie zarządzania i planowania rozwoju biznesu. Asysta składała się z dwóch zasadniczych etapów – były to:

- (i) diagnoza potrzeb biznesowych – identyfikacja problemów oraz potrzeb klienta związanych z prowadzeniem działalności gospodarczej, szczególnie w pierwszych sześciu miesiącach działalności. Identyfikacja następowała na podstawie szczegółowego wywiadu z klientem oraz w oparciu o analizę dokumentów. Następnie określone były sposoby rozwiązania problemów i zaspokojenia potrzeb;
- (ii) wsparcie doradcze w zakresie zidentyfikowanych w etapie I potrzeb.

Niezwykle cennym, z punktu widzenia PKK, był z kolei (realizowany również w tym Poddziałaniu) projekt pt. *Inicjatywy promujące postawy przedsiębiorcze i wspierające rozwój przedsiębiorczości – Fundusz Grantów na Inicjatywy*⁴¹.

W przeprowadzonych w latach 2010-2012 trzech edycjach konkursu grantów Funduszu Grantów na Inicjatywy (FGI) łącznie przeznaczono na wsparcie około 36 mln zł (sfinansowano 32 projekty). Dofinansowanie przeznaczone było na realizację działań podejmowanych w wymiarze ponadregionalnym (co najmniej dwóch województw)

lub krajowym, w ramach następujących obszarów wsparcia:

- (i) działania na rzecz wspierania przemysłów kreatywnych,
- (ii) działania na rzecz wypracowania modelu współpracy pomiędzy instytucjami otoczenia biznesu, podmiotami sektora prywatnego i instytucjami sfery publicznej, działającymi na rzecz promowania postaw przedsiębiorczych i rozwoju przedsiębiorczości, w tym poprzez tworzenie i rozwój produktów sieciowych,

⁴¹ <http://pokl.parp.gov.pl/index/index/1582>

(iii) mentoring / intermentoring / coaching w rozwoju przedsiębiorczości.

Wartość wsparcia dla projektów, których przedmiot dotyczył bezpośrednio sektora PKK (łącznie we wszystkich edycjach Funduszu Grantów na Inicjatywy) wyniosła nieco ponad 7,8 mln zł. (8 projektów)⁴². W przypadku każdego z projektów wsparcie wynosiło ok. 1 mln zł. Źródłem finansowania 6 z tych projektów była III edycja FGI (dwóch pozostałych – II edycja; w pierwszej edycji nie dofinansowano żadnego projektu dotyczącego PKK).

Wśród wspieranych przedsięwzięć FGI skierowanych do sektora PKK na szczególną uwagę zasługują następujące projekty:

- CREATIVE POLAND⁴³ – projekt zgłoszony przez Towarzystwo Amicus z Białegostoku w partnerstwie z Miastem Stołecznym Warszawa, Miastem Łódź i Polskim Stowarzyszeniem Doradczym i Konsultingowym. Celem CREATIVE POLAND było utworzenie platformy wspierającej rozwój polskiego sektora kreatywnego, w celu stworzenia warunków do jak najlepszego wykorzystywania talentów, wiedzy i doświadczenia osób twórczych. Projekt prowadzony jest w okresie od 1.11.2012 r. do 31.12.2014 r. Obecnie funkcjonuje Partnerstwo Creative Poland⁴⁴. W ramach projektu oferowane są bezpłatne usługi szkoleniowe (stacjonarne i na platformie e-learningowej) oraz doradcze dla przedstawicieli przemysłów kreatywnych (projektowanie, moda, architektura, muzyka, grafika itp.) – zarówno firm, jak i osób nieprowadzących działalności gospodarczej. Doradcy i trenerzy pomagają w zaplanowaniu indywidualnej ścieżki biznesowej oraz służą pomocą w opracowaniu strategii rozwoju firm uczestniczących w projekcie (usługi doradcze i coachingowe dla uczestników). W projekcie realizowane są również działania animacyjne. Polegają one na przeprowadzaniu spotkań roboczych i organizacji konferencji na temat wyzwań rozwojowych sektora PKK w Polsce (np. „Mazowieckie dni twórczości, designu i innowacyjności 2014 – inspiracje i możliwości”, czerwiec 2014, „Od pomysłu do biznesu – finanse dla kreatywnych”, czerwiec 2014 r., czy też międzynarodowa konferencja „CopyCamp 2014 Społeczne aspekty prawa autorskiego”, zaplanowana na listopad 2014 r.),
- Kreo Arte regionalis – wsparcie przedsiębiorczości i innowacyjności sektorów kreatywnych⁴⁵ – projekt Agencji Rozwoju Regionalnego w Starachowicach zrealizowany w partnerstwie z Urzędem Marszałkowskim Województwa Świętokrzyskiego i Wyższą Szkołą Administracji Publicznej w Kielcach (wdrażany

⁴² <http://pokl.parp.gov.pl/index/index/1607/2> (listy umów i projektów rekomendowanych do wsparcia w ramach FGI).

⁴³ <http://towarzystwoamicus.pl/index.php?menu=main&id=82>

⁴⁴ <http://www.creativepoland.eu/realizatorzy/>

⁴⁵ <http://www.kreoarte.pl/>

w województwie świętokrzyskim i łódzkim). W ramach projektu przeprowadzono cykl szkoleń i indywidualnego doradztwa dla twórców ludowych, rzemieślników i artystów w zakresie komercjalizacji ich twórczości (projekt realizowany był od października 2012 do grudnia 2013 r.),

- Eko-kreatywni – Przedsiębiorczy Projektanci Przyszłości⁴⁶ – Projekt Oddziału Terenowego Stowarzyszenia Wolna Przedsiębiorczość w Świdnicy realizowany w partnerstwie z Urzędem Miejskim w Bielawie oraz Opolskim Parkiem Naukowo-Technologicznym, w okresie od listopada 2012 do października 2013 r. Projekt skierowany był do architektów, projektantów z branży budowlanej lub branż pokrewnych oraz studentów kierunków związanych z szeroko rozumianym projektowaniem. Beneficjenci korzystali z bezpłatnych usług i wsparcia eksperckiego w zakresie przygotowania do pracy w wirtualnych zespołach projektowych,
- Znajdź niszę – wspieranie przemysłów kreatywnych⁴⁷ – projekt Fundacji Promocji Innowacji w Toruniu, realizowany w partnerstwie z Województwem Kujawsko-Pomorskim, Kujawsko-Pomorskim Funduszem Pożyczkowym, Pomorskim Funduszem Pożyczkowym, Fundacją Promocji Innowacji oraz Europejskim Centrum Wspierania Młodzieży. W ramach projektu (w latach 2012-2013) zorganizowano teoretyczne szkolenia dla 150 osób planujących rozpoczęcie działalności gospodarczej w sektorze kreatywnym, seminaria dla 300 uczestników i udzielono kompleksowego wsparcia dla 20 autorów najciekawszych pomysłów biznesowych. Działania skierowane były do branży tekstylnej, dziewiarskiej i wzorniczej. Projekt przewidywał kompleksowe wsparcie obejmujące szkolenia z podstaw przedsiębiorczości, seminaria praktyczne i konkurs na pomysł biznesowy,
- Kurpiowski Park Kulturowy⁴⁸ – projekt Stowarzyszenia Rozwoju Turystyki i Rekreacji w Ostrołęce (lider) oraz Lokalnej Organizacji Turystycznej Północnego Mazowsza, Powiatu Ostrołęckiego, Kurpiowskiej Organizacji Turystycznej (partnerzy). Projekt realizowany był na terenie trzech województw: mazowieckiego, podlaskiego i warmińsko-mazurskiego. Jego celem było dostarczenie twórcom i artystom kultury ludowej wiedzy, umiejętności i instrumentów do efektywnej działalności, przekładającej się na rozwój przedsiębiorczości obszaru Kurpiów. Efektem projektu było również stworzenie portalu internetowego *Kurpiowski Park Kulturowy*.
- Sieć Kreatywnego Biznesu⁴⁹ – projekt realizowany przez Agencję Rozwoju Pomorza S.A. we współpracy z Toruńską Agencją Rozwoju Regionalnego S.A. oraz Województwem Pomorskim. Celem głównym projektu było opracowanie

⁴⁶ <http://www.ekokreatywni.fea.pl/>

⁴⁷ kreatywni-kreatywnym.pl

⁴⁸ <http://www.kurpiowskipark.pl/>

⁴⁹ <http://www.kreatywni.arp.gda.pl/> i <http://www.tarr.org.pl/projekty/zakonczone/siec-kreatywnego-biznesu/>

i wdrożenie (jako pilotażu) nowych form usług dla sektora przemysłów kreatywnych w zakresie wspierania rozwoju i promocji przedsiębiorczości w województwie pomorskim i kujawsko-pomorskim (realizacja w okresie do końca listopada 2012 roku)⁵⁰. Grupą docelową projektu byli właściciele i pracownicy przedsiębiorstw sektora PKK, osoby fizyczne zainteresowane założeniem działalności gospodarczej w sektorze PKK, reprezentanci podmiotów wspierających sektor przemysłów kreatywnych (instytucje otoczenia biznesu, administracja samorządowa, instytucje kultury, uczelnie wyższe, partnerzy społeczni). Warto tu uzupełnić, że rezultaty projektu wykorzystano w procesie aktualizacji Strategii Innowacji Województwa Kujawsko-Pomorskiego do roku 2020 (rekomendacje dotyczące wspierania sektora kreatywnego),

- Salon Artystów Rzemiosła⁵¹ – projekt Towarzystwa Amicus (lidera) oraz Ogólnopolskiego Cechu Rzemieślników Artystów i Miasta Stołecznego Warszawy (partnerów), realizowany był w latach 2011-2012. Był on ukierunkowany na rozwój przedsiębiorczości w sektorze rzemiosła artystycznego oraz podniesienie poziomu wykorzystania potencjału gospodarczego polskich rzemieślników-artystów poprzez wzrost wiedzy i kompetencji w zakresie przedsiębiorczości, stworzenie warunków do podnoszenia umiejętności w dziedzinie przedsiębiorczości, upowszechnianie informacji na temat rzemiosła artystycznego wśród potencjalnych klientów (nabywców wytworów) oraz zwiększenie poziomu sprzedaży. Uczestnicy projektu korzystali ze szkoleń na temat najnowszych trendów w marketingu oraz budowania marki w przypadku rzemieślników-artystów prowadzących działalność gospodarczą, osób mających status twórcy, osób wykonujących rzemiosło artystyczne i planujących uruchomienie własnej działalności gospodarczej, jak również innych osób związanych z rzemiosłem i rękodziełem, współpracowników i pracowników firm z tej branży oraz osób zajmujących się marketingiem i promocją rzemiosła. Zorganizowano także targi rzemiosła artystycznego (łącznie 6 imprez – Salony Artystów Rzemiosła: w Warszawie, Łodzi i Białymstoku). Projekt był realizowany na terenie Podlasia, Mazowsza i w województwie łódzkim.

- **Program Operacyjny Kapitał Ludzki, Poddziałanie 4.1.1 PO KL: Wzmocnienie potencjału dydaktycznego uczelni i Poddziałanie 4.1.2 PO KL: Zwiększenie liczby absolwentów kierunków o kluczowym znaczeniu dla gospodarki opartej na wiedzy⁵²**

W Działaniu 4.1.1 PO KL dofinansowaniu podlegały przedsięwzięcia (proponowane przez uczelnie wyższe) mające na celu wsparcie współpracy z pracodawcami w zakresie wzmocnienia praktycznych elementów kształcenia (staże i praktyki

⁵⁰ Poza audytem potrzeb szkoleniowych i szkoleniami, w projekcie opracowano narzędzie audytu potrzeb rozwojowych przedsiębiorstw sektora kreatywnego.

⁵¹ <http://www.salonartystowrzemiosla.pl/>

⁵² www.ncbir.pl/fundusze-europejskie/program-operacyjny-kapital-ludzki/informacje-o-programie/priorytet-iv/

studenckie) oraz zwiększania zaangażowania pracodawców w realizację programów kształcenia. Projekty mogły obejmować wyłącznie działania dotyczące kształtowania kompetencji oczekiwanych przez pracodawców od kandydatów do pracy (w oparciu o najnowsze badania rynku).

W Działaniu 4.1.2 PO KL wsparcie mogły pozyskać projekty obejmujące realizację nauczania na kilkunastu kierunkach wskazanych przez MNiSW (w tym: wzornictwo). Projekty te miały przyczynić się do zwiększenia liczby absolwentów kierunków technicznych, matematycznych i przyrodniczych, rozszerzenia i wzbogacenia oferty edukacyjnej oraz poprawy jakości kształcenia na poziomie wyższym. Wsparcie w ramach tych projektów obejmowało szereg komponentów, spośród których beneficjenci najczęściej wybierali programy stażowe i stypendialne oraz wdrażanie nowych lub zmienionych programów nauczania. Wsparcie udzielane było przez Narodowe Centrum Badań i Rozwoju.

Wsparcie, w ramach obu ww. działań udzielane było przez Narodowe Centrum Badań i Rozwoju (pełniące rolę instytucji pośredniczącej) w latach 2011-2014. Wśród beneficjentów uczelnie kształcące na kierunkach artystycznych występowały bardzo sporadycznie⁵³ (głównie w naborach z lat 2008-2010; przykładowo, projekt Akademii Sztuk Pięknych im. Jana Matejki w Krakowie *Sztuka Przedsiębiorcza – Rozwój współpracy z przedsiębiorcami jako element programu rozwoju uczelni*, o wartości ok. 2,7 mln zł oraz projekt Akademii Muzycznej im. G. i K. Bacewiczów *Podyplomowe studia muzyki filmowej, komputerowej i twórczości audiowizualnej*, o wartości ok. 1,2 mln zł).

- **Program Operacyjny Kapitał Ludzki, Poddziałanie 6.1.1 PO KL: Wsparcie osób pozostających bez zatrudnienia na regionalnym rynku pracy⁵⁴**

Priorytety VI-IX PO KL stanowią tzw. komponent regionalny wdrażany przez jednostki wskazane przez poszczególne urzędy marszałkowskie.

W Poddziałaniu 6.1.1 wspierane były przedsięwzięcia przyczyniające się do podniesienia poziomu aktywności zawodowej oraz zdolności do zatrudnienia osób pozostających bez zatrudnienia, a także polepszanie warunków rozwoju aktywności zawodowej w regionie. Wśród licznych projektów wzmacniających aktywność zawodową znalazły się również także takie, które promowały aktywność w obrębie PKK.

Wyróżniającym się przedsięwzięciem jest tu projekt pn. Pomorska Fabryka Designu⁵⁵, wspierający osoby w wieku 50+. Uczestnikom projektu zaproponowano wszechstronne wsparcie w zakresie założenia oraz prowadzenia własnej firmy

⁵³ <http://www.ncbir.pl/fundusze-europejskie/program-operacyjny-kapital-ludzki/konkursy/umowy/>

⁵⁴ www.funduszeuropejskie.gov.pl/PoradnikBeneficjenta/PoKL/Strony/6.1.1-Wsparcie-osob-pozostajacych-bez-zatrudnieni.aspx

⁵⁵ <http://www.pomorskafabrykadesignu.pl/>

w branży kreatywnej. Ponadto uruchomiono sklep internetowy oferujący produkty designerskie, zaprojektowane i wytworzone przez uczestników projektu. Przed otwarciem własnych firm uczestnikom zapewniane jest (projekt nadal jest w trakcie realizacji) szkolenie biznesowe oraz warsztaty z profesjonalnymi designerami. Uczestnikom projektów oferowano także instrumenty wsparcia finansowego: wsparcie pomostowe oraz dotacje inwestycyjne, ułatwiające przezwycięzenie charakterystycznych dla starterów trudności w zapewnieniu niezbędnej zdolności finansowej na początkowym etapie rozwoju biznesu.

- **Program Operacyjny Kapitał Ludzki, Działanie 6.2 PO KL: Wsparcie oraz promocja przedsiębiorczości i samozatrudnienia**⁵⁶

Celem działania jest promocja oraz wspieranie inicjatyw i rozwiązań zmierzających do tworzenia nowych miejsc pracy oraz budowy postaw kreatywnych, służących rozwojowi przedsiębiorczości oraz samozatrudnienia. Wnioskodawcami były firmy i instytucje mające pomysł na wspieranie przedsiębiorczości w swoim regionie, pomagające innym w tworzeniu nowych miejsc pracy poprzez szkolenia, doradztwo oraz udzielanie dotacji lub pożyczek osobom zainteresowanym prowadzeniem własnej firmy. Projekty polegały głównie na tworzeniu źródeł finansowania procesów podejmowania działalności gospodarczej (mikropożyczki i dotacje).

Realizowane w ramach Działania programy mikropożyczek dla osób rozpoczynających działalność gospodarczą nie były skierowane do określonych branż. Przykładem programu wsparcia realizowanego przez doświadczonego beneficjenta jest projekt *Fundusz Mikropożyczkowy KLON*, Polskiej Fundacji Przedsiębiorczości⁵⁷. Projekt o wartości 9,8 mln zł realizowany jest w okresie od początku października 2012 r. do końca 2015 r. na terenie województwa zachodniopomorskiego. Mikropożyczki przeznaczone są dla osób rozpoczynających działalność gospodarczą: osób pracujących i/lub pracowników naukowych, studentów albo absolwentów. Mogą oni uzyskać pożyczki do kwoty 50 tys. zł, z maksymalnym okresem spłaty 60 miesięcy i na preferencyjnych warunkach (oprocentowanie od 2,5% do 4,75% w skali rocznej). Uczestnicy projektu mogą skorzystać także z bezpłatnych szkoleń wspierających zakładanie i prowadzenie działalności gospodarczej oraz z usług doradczych i mentorskich. Przewiduje się udzielenie co najmniej 165 pożyczek (dotąd udzielono ich 45).

Wśród projektów wspierających przedsiębiorczość poprzez dotacje znalazły się również przedsięwzięcia realizowane w sektorze PKK. Ciekawym przykładem jest zakończony w 2013 r. projekt Akademii Leona Koźmińskiego – *Przedsiębiorczość w sektorach kreatywnych*. Skierowany był do osób chcących uruchomić działalność

⁵⁶ www.funduszeuropejskie.gov.pl/poradnikbeneficjenta/pokl/strony/6.2-wsparcie-oraz-promocja-przedsiębiorczosci-i-s.aspx

⁵⁷ <http://www.klon-mikropozyczki.pl/>

gospodarczą w sektorach kreatywnych, np. architekturze, antykach, rynku sztuki, gier komputerowych, rękodziele, wzornictwie przemysłowym, projektowaniu mody, filmie i wideo, muzyce, teatrze, działalności wydawniczej. Uczestnicy projektu (ponad 100 osób) odbyli w ciągu ponad roku prawie 3 000 godzin warsztatów, szkoleń, spotkań indywidualnych i grupowych, podczas których pozyskiwano wiedzę i rozwijano umiejętności w zakresie prawa autorskiego, patentowego i podatkowego, finansów, marketingu, tworzenia strategii, przedsiębiorczości, *networkingu*, reklamy w mediach społecznościowych i autotreningu biznesowego. Dofinansowanie na uruchomienie własnych przedsiębiorstw w wysokości do 40 tys. zł uzyskało 81 spośród tych osób.

Zasługującym na uwagę osiągnięciem projektu było powstanie grupy współpracujących ze sobą firm. Mianowicie, przedstawiciele przedsiębiorców i artystów założyli stowarzyszenie ProKreatywni⁵⁸ mające kontynuować współpracę zainicjowaną w projekcie. Co istotne – w stowarzyszeniu znalazły się również firmy założone przez osoby, które ukończyły szkolenia, ale nie otrzymały dotacji. Powstał swego rodzaju klaster łączący talenty, wiedzę i umiejętności osób, które poznały się dzięki projektowi. Dodatkowym efektem było powstanie zespołu ekspertów wyspecjalizowanych we wspieraniu sektora PKK. Na bazie ich doświadczeń powstał podręcznik przedsiębiorczości kreatywnej pt. *Oblicza kreatywności* zilustrowany przez jedną z uczestniczek projektu⁵⁹.

- **Program Operacyjny Kapitał Ludzki, Działanie 6.3 PO KL: Inicjatywy lokalne na rzecz podnoszenia poziomu aktywności zawodowej na obszarach wiejskich**

To, co wyróżniało to działanie to formuła oddolnego mechanizmu kształtowania warunków jego powstawania i realizacji. W jego ramach dofinansowane mogły być m.in. projekty przyczyniające się do aktywizacji zawodowej mieszkańców obszarów wiejskich, poprawy zdolności do zatrudnienia oraz rozwoju usług aktywizacyjnych. Wsparcie miało charakter przede wszystkim szkoleniowy i doradczy.

- **Program Operacyjny Kapitał Ludzki, Poddziałanie 7.2.1 PO KL: Aktywizacja zawodowa i społeczna osób zagrożonych wykluczeniem społecznym⁶⁰, Działanie 7.3 PO KL: Inicjatywy lokalne na rzecz aktywnej integracji oraz Działanie 7.4 PO KL: Niepełnosprawni na rynku pracy**

W Poddziałaniu 7.2.1. wsparcie było udzielane na realizację projektów skierowanych m.in. do osób długotrwale bezrobotnych, niepełnosprawnych, powracających na rynek pracy po urlopach wychowawczych i macierzyńskich, po pięćdziesiątym roku życia i młodzieży w wieku 15-25 lat zagrożonej wykluczeniem społecznym. Sfinansowane mogły być kursy i szkolenia umożliwiające nabycie, podniesienie lub zmianę kwalifikacji i kompetencji zawodowych. Część projektów w ramach tego

⁵⁸ <https://pl-pl.facebook.com/Prokreatywni>

⁵⁹ <http://www.kreatywni.waw.pl>

⁶⁰ <http://www.funduszeuropejskie.gov.pl/poradnikbeneficjenta/pokl/strony/7.2.1-aktywizacja-zawodowa-i-spoeczna-osob-zagroz.aspx>

Poddziałania obejmowała wsparcie w obrębie m.in. rzemiosła i rękodzieła artystycznego.

W Działaniu 7.3 PO KL przewidziane zostały podobne działania jak w Poddziałaniu 7.2.1 PO KL, przy czym wsparcie skierowano do mieszkańców gmin wiejskich, miejsko – wiejskich i miast do 25 tys. mieszkańców oraz społeczności lokalnych aktywnych na obszarach wiejskich i funkcjonujących na rzecz przeciwdziałania wykluczeniu społecznemu. Wsparte zostały m.in. projekty promujące rękodzieło artystyczne. Z kolei, celem Działania 7.4 PO KL jest aktywizacja społeczno-zawodowa osób niepełnosprawnych i poprawa ich dostępu do zatrudnienia. Wśród projektów wspierających zatrudnienie niepełnosprawnych znalazły się nieliczne przedsięwzięcia realizowane w obszarze przemysłów kreatywnych.

- **Program Operacyjny Kapitał Ludzki, Poddziałanie 8.1.1 PO KL: Wspieranie rozwoju kwalifikacji zawodowych i doradztwo dla przedsiębiorstw⁶¹**

W ramach tego poddziałania są realizowane ogólne i specjalistyczne szkolenia, kursy i doradztwo dla pracowników oraz przedsiębiorstw. Wśród bardzo licznych przedsięwzięć znalazły się także programy wsparcia realizowane dla pracowników przemysłów kreatywnych.

- **Program Operacyjny Kapitał Ludzki, Poddziałanie 8.2.1 PO KL: Wsparcie dla współpracy sfery nauki i przedsiębiorstw⁶²**

Celem poddziałania jest zwiększenie transferu wiedzy i wzmocnienie powiązań sfery B+R z przedsiębiorstwami w celu rozwoju gospodarczego regionów.

W projektach przeprowadzane były głównie staże i szkolenia kierowane do przedsiębiorców, pracowników przedsiębiorstw, uczelni, jednostek naukowych i ich pracowników oraz pracowników naukowych i naukowo-dydaktycznych uczelni.

Wśród projektów skierowanych do różnych branż znalazł się także jeden skierowany do przemysłów PKK. Projekt *Kultura naszym biznesem* był realizowany przez Fundację Rozwoju Kina⁶³. Dotacja wyniosła 1,25 mln zł. Celem projektu było pobudzenie przedsiębiorczości, podniesienie poziomu wiedzy na temat zakładania działalności gospodarczej typu *spin-off* i *spin-out* w obszarze kultury oraz wzmocnienie świadomości, co do możliwości współpracy w ramach przemysłów kreatywnych. Projekt skierowany był do studentów oraz doktorantów uczelni małopolskich, w szczególności z kierunków związanych z przemysłami kreatywnymi, którzy są zainteresowani rozpoczęciem własnej, innowacyjnej działalności. W latach 2011-

⁶¹ <http://www.funduszeuropejskie.gov.pl/poradnikbeneficjenta/pokl/strony/8.2.1-wsparcie-dla-wspolpracy-sfery-nauki-i-przed.aspx>

⁶² <http://www.funduszeuropejskie.gov.pl/poradnikbeneficjenta/pokl/strony/8.2.1-wsparcie-dla-wspolpracy-sfery-nauki-i-przed.aspx>

⁶³ <http://www.frk.org.pl/wpisy.php?d=li&leaf=3b1b9a7adb78d7&kryterium=usun>

2013 oferowano szkolenia, doradztwo oraz dwutygodniowe praktyki w organizacjach aktywnie działających w obszarze przemysłów kreatywnych.

- **Program Operacyjny Kapitał Ludzki, Działanie 9.2 PO KL: Podniesienie atrakcyjności i jakości szkolnictwa zawodowego**

Celem działania jest wzmocnienie atrakcyjności i podniesienie jakości oferty edukacyjnej szkół i placówek oświatowych prowadzących kształcenie zawodowe (z wyłączeniem kształcenia osób dorosłych) służące podniesieniu zdolności uczniów do przyszłego zatrudnienia. Przewidziano dwa typy udzielanego wsparcia:

- (i) współpraca szkół i placówek prowadzących kształcenie zawodowe z pracodawcami w zakresie: organizacji staży i praktyk dla uczniów szkół zawodowych, przygotowania zawodowego młodocianego pracownika, obejmującego naukę zawodu lub przyuczenie do wykonywania określonej pracy,
- (ii) programy rozwojowe szkół i placówek prowadzących kształcenie zawodowe ukierunkowane na zmniejszanie dysproporcji w osiągnięciach uczniów podczas procesu kształcenia oraz podnoszenie jakości procesu kształcenia.

W obrębie PKK zrealizowane zostały dwa interesujące projekty:

- *Mój Zawód - Moja Przyszłość* – projekt Fundacji Rozwoju Kina wraz z Zespołem Szkół Odzieżowych Nr 1 w Krakowie oraz Zespołem Szkół Nr 1 w Nowym Targu, realizowany w dziedzinie wzornictwa, w ramach którego uruchomiono zajęcia pozalekcyjne i udzielono uczniom doradztwa zawodowego⁶⁴.
- *Faber – rzemiosło motorem tworzenia zawodów kreatywnych*⁶⁵ – projekt Miasta Stołecznego Warszawy w partnerstwie z Ogólnopolskim Cechem Rzemieślników Artystów, którego celem było (projekt zakończył się w grudniu ubiegłego roku) wspieranie rzemiosła artystycznego, zwłaszcza tych branż, na które istnieje wyraźne zapotrzebowanie na warszawskim rynku. Była to próba modernizacji oferty kształcenia w rzemiośle artystycznym poprzez opracowanie programu szkolenia pt.: *Akademia rzemiosł artystycznych* umożliwiającego podnoszenie wiedzy i kwalifikacji rzemieślników oraz młodzieży kształcącej się w tych zawodach.

- **Regionalne Programy Operacyjne wspierające przedsiębiorczość poprzez udział w imprezach targowo-wystawienniczych**

Z działań o takim charakterze skorzystały również (choć w relatywnie niewielkiej skali) przedsiębiorcy prowadzący działalność gospodarczą w obszarze PKK. Tego rodzaju wsparcie było udzielone w: RPO Województwa Kujawsko-Pomorskiego, Działanie 5.5

⁶⁴ <http://www.frk.org.pl/wpisy.php?d=li&leaf=e6de540d4f225c>

⁶⁵ http://www.kiw-pokl.org.pl/index.php?option=com_sobipro&pid=286&sid=874:Faber-Rzemioslo-motorem-tworzenia-zawodow-kreatywnych&Itemid=544&lang=pl

Promocja i rozwój markowych produktów; RPO Województwa Lubuskiego, Działanie 2.3 Poprawa konkurencyjności przedsiębiorstw poprzez doradztwo i wsparcie działań marketingowych; RPO Województwa Łódzkiego, Działanie 3.2 Podnoszenie innowacyjności i konkurencyjności przedsiębiorstw; RPO Województwa Lubelskiego, Działania 2.4 Marketing gospodarczy; RPO Województwa Śląskiego: Podziałania 1.2.2 Małe i średnie przedsiębiorstwa oraz Poddziałanie 1.2.4 Mikro, małe i średnie przedsiębiorstwa.

- **RPO Województwa Łódzkiego, Działanie 3.1 Wsparcie jednostek B+R**

Celem działania jest wspieranie działalności badawczo-rozwojowej jednostek naukowych. O dofinansowanie mogą starać się jednostki naukowe, szkoły wyższe i przedsiębiorcy. Wsparcie dwóch projektów tego typu uzyskała Akademia Sztuk Pięknych im. Wł. Strzemińskiego w Łodzi, w tym szczególnie interesującym przedsięwzięciem było utworzenie i rozwój Centrum Promocji Mody – klastra branży tekstylna-odzieżowa⁶⁶ (korzystającego ze wsparcia także w ramach Działania 5.4 RPO Wł Infrastruktura kultury)⁶⁷.

Celem projektu w działaniu 3.1 jest wzmocnienie potencjału badawczo-rozwojowego związanego z innowacyjnymi rozwiązaniami w zakresie materiałów włókienniczych odpowiadających aktualnym trendom mody i wzornictwa a jednocześnie bezpiecznych dla użytkownika. Przedmiotem projektu są zakupy środków trwałych w postaci aparatury i urządzeń do prowadzenia działalności badawczo-rozwojowej. Projekt dofinansowano ze środków MKiDN.

- **RPO Województwa Łódzkiego, Działanie 3.4 Rozwój otoczenia biznesu**

Celem działania jest tworzenie platform transferu technologii w regionie łódzkim poprzez wsparcie projektów dotyczących instytucji otoczenia biznesu o zasięgu regionalnym (zgodnie z potrzebami wynikającymi ze Strategii Rozwoju Województwa Łódzkiego na lata 2007-2020). Środki finansowe mogą być przeznaczone także na rozwój sieci instytucji otoczenia biznesu o zasięgu lokalnym/regionalnym oraz inicjowanie i animacje powiązań kooperacyjnych na terenie województwa, w tym klastrów.

Interesującym przedsięwzięciem jest także *Utworzenie w ramach Fabryki Sztuki w Łodzi Inkubatora Kultury - Art_Inkubator*⁶⁸. Projekt ma na celu rozbudowę infrastruktury oraz rewitalizację budynków pofabrycznych znajdujących się na terenie byłego kompleksu Karola Scheiblera, w celu przygotowania do pełnienia funkcji szeroko rozumianego Inkubatora działań kulturalnych.

⁶⁶ <http://cpm.asp.lodz.pl/>

⁶⁷ Opis projektów ASP w Łodzi na podstawie witryny Centrum Promocji Mody www.cpm.asp.lodz.pl

⁶⁸ http://www.fabrykasztuki.org/pl/Art_Inkubator,15,7

Głównym celem tego przedsięwzięcia jest przygotowanie i prowadzenie inkubatora przeznaczonego dla mikro oraz małych firm, fundacji, stowarzyszeń, jak i innych organizacji działających na polu kulturalno-społecznym. Przewidziana jest także pomoc w realizacji i promocji różnych przedsięwzięć kulturalnych. Projekt znajduje się na końcowym etapie realizacji.

Projekt ASP w Łodzi, realizowany w Działaniu 3.4 RPO WŁ miał na celu rozwój otoczenia biznesu służący kształtowaniu powiązań kooperacyjnych między studentami i absolwentami ASP przy współdziałaniu branży tekstylna-odzieżowej regionu łódzkiego. Projekt umożliwił studentom oraz absolwentom Katedry Ubioru pozyskanie kluczowych informacji, poprawiających ich przyszłe funkcjonowanie na rynku mody, podniósł świadomość na temat nowych technologii, technik oraz światowych trendów w modzie. W ramach projektu ASP prowadziła działalność doradczą-informacyjną, promocyjną oraz wystawienniczą. W obszar ten wpisuje się również współpraca z projektantami i stylistami, seminaria na temat nowych technologii oraz wyjazdy na światowe targi mody oraz technologii włókienniczych w celach edukacyjnych. Oba projekty dofinansowano ze środków MKiDN.

- **Działania w Regionalnych Programach Operacyjnych, w ramach których wsparcie inwestycyjne uzyskały podmioty świadczące usługi na rzecz sektora PKK**

Wsparcie tego rodzaju zostało przewidziane w: RPO Województwa Łódzkiego, Działanie 4.3.E Technologie dla przedsiębiorstw (projekt: *Purpose – Kreatywnie do celu. Rozwiązania internetowe wspierające rozwój marki Purpose w sektorze kreatywnym*⁶⁹) i RPO Województwa Mazowieckiego, Działanie 1.3 Kompleksowe przygotowanie terenów pod działalność gospodarczą (będący w trakcie realizacji projekt *Warszawska Przestrzeń Technologiczna Centrum Kreatywności Targowa 56*⁷⁰).

- **RPO Województwa Śląskiego, Działanie 1.3 Transfer technologii i innowacji**⁷¹

Celem działania jest transfer technologii i innowacji realizowany poprzez wzmocnienie potencjału parków technologicznych oraz jednostek naukowych świadczących usługi w zakresie transferu innowacji i technologii. W ramach podejmowanych inicjatyw odbywa się stymulowanie i rozwój powiązań sieciowych oraz kooperacyjnych pomiędzy instytucjami badawczo-rozwojowymi i przedsiębiorcami a także rozwój lokalnych i regionalnych klastrów.

Wśród powiązań objętych projektem znalazło się także kilka w obrębie przemysłów kreatywnych: Klaster Przemysłów Kreatywnych i Kulturalnych „Made in Śląsk”⁷²,

⁶⁹ http://www.purpose.com.pl/o_purpose/

⁷⁰ <http://www.rpo.mazovia.pl/content/warszawska-przestrze-technologiczna-centrum-kreatywno-ci-targowa-56>

⁷¹ <http://rpo.slaskie.pl/>

⁷² <http://madeinslask.pl/>

Śląski Klaster Dizajnu⁷³, Klaster Biznesów Kreatywnych⁷⁴, Śląski Klaster ICT i Multimediów HubClub⁷⁵.

Poniżej prezentujemy zbiorczy (szczegółowy) wykaz projektów objętych wsparciem w ramach funduszy strukturalnych perspektywy budżetowej 2007-2013 oraz tzw. funduszy norweskich, adresowanych do podmiotów sektora PKK.

⁷³ <http://www.klasterdizajnu.pl/>

⁷⁴ <https://www.facebook.com/klasterBK>

⁷⁵ <http://hubclub.pl/>

Wykaz wspartych projektów w dziedzinie PKK

Lp.	Tytuł projektu	Okres realizacji	Status*	Projektodawca	Źródło/mechanizm finansowania	Wartość projektu (zł)	Wartość wsparcia (zł)
1.	Wdrożenie systemu ShowMind wspomagającego proces twórczy na poziomie preprodukcji, produkcji i postprodukcji dla branży audiowizualnej	2014-01-01- 2015-12-31	N	Mind Films Sp. z o.o.	POIG 4.4 - dotacja	11 739 600	4 602 550
2.	Poprawa konkurencyjności przedsiębiorstw poprzez wzornictwo (innowacja procesowa i produktowa)	2008-09-01-2011-12-30	T	Instytut Wzornictwa Przemysłowego Sp. z o.o.	POIG 5.2 - dotacja	21 150 447	15 028 905
3.	Wzornictwo-Biznes-Zysk	2014-06-01-2015-12-31	N	Instytut Wzornictwa Przemysłowego Sp. z o.o.	PO IG 5.2 - dotacja	5 762 780	4 997 763
4.	Paszport do eksportu - Pracownia Rzeźbiarska "Na Brackiej"	2010-04-01-2010-09-30	T	Pracownia Rzeźbiarska Na Brackiej Jarosław Gierlik	POIG 6.1 - dotacja	15 250	10 000
5.	iFun4all: promocja usług oraz gotowych produkcji multimedialnych na rynku międzynarodowym	2009-04-01-2009-09-15	T	iFun4all spółka z o.o.	POIG 6.1 - dotacja	12 200	8 000
6.	Bloober Team Wrocław: promocja usług w zakresie programów multimedialnych na rynku międzynarodowym	2009-07-01-2009-12-31	T	Bloober Team Wrocław sp. z o.o.	POIG 6.1 - dotacja	12 200	8 000
7.	Pozyskiwanie klientów na usługi i gotowe produkty multimedialne na rynku międzynarodowym	2010-10-02-2011-02-20	T	Tate Interactive Sp. z o.o.	POIG 6.1 - dotacja	12 500	10 000
8.	Udział w Targach: Międzynarodowe Targi Rzemiosła: ARTIGIANO IN FIERA	2010-11-17-2012-01-10	T	Zakład Produkcyjno- Handlowy CERAMEX Alina Cugier	POIG 06.05.02 - dotacja	31 950	19 482
9.	Internetowy serwis dla fotografów, modeli i agencji multimedialnych	2010-04-01-2012-03-30	T	Zinit Daniel Łoposzko	POIG 08.01.00 - dotacja	234 030	198 926
10.	Wortal poświęcony innowacyjnym technologiom dla sektora kultury - platforma wspomagająca	2013-10-01-2014-11-30	N	Update Plus Sp. z o.o.	POIG 08.01.00 - dotacja	700 000	490 000
11.	IDEOVO - e-usługi dla designu	2009-07-01-2010-12-31	T	Ludzie –Innowacje-Design	POIG 08.01.00 - dotacja	403 700	339 575
12.	Stworzenie serwisu internetowego wraz z pakietem e-usług, prezentującego twórczość artystów /.../	2010-03-01-2011-05-31	T	Artnetwork Sp. z o.o.	POIG.08.01.00 - dotacja	575 113	473 546
13.	Stworzenie platformy do automatycznej archiwizacji i dystrybucji materiałów audiowizualnych dla potrzeb rynku mediów elektronicznych	2012-05-01-2014-04-30	T	Centrum Zasobów Cyfrowych Sp. z o.o.	POIG 08.01.00 - dotacja	943 355	489 059
14.	Warsztat kreatywny online - informatyczne wsparcie projektów kreatywnych	2010-01-01-2011-06-30	T	Progmedia Piotr Michał Partyka	POIG 08.01.00 - dotacja	522 950	444 508
15.	Ganimedes - multimedialne portfolio dla branży filmowej	2012-01-27-2013-01-31	T	Link Systems Sp. z o.o.	POIG 08.01.00 - dotacja	288 350	201 845
16.	Stworzenie innowacyjnego portalu kulturalno-artystycznego o przestrzennym charakterze wystawienniczym	2013-09-30-2015-03-31	N	PICKARTER Sp. z o.o.	POIG 08.01.00 - dotacja	599 690	419 783
17.	Etnobazar - Stworzenie platformy transakcyjnej rękodziela artystycznego i wyrobów etnicznych przez Manager Group sp. z o.o.	2012-05-22-2014-06-30	T	Manager Group Sp. z o.o.	POIG 08.01.00 - dotacja	647 695	453 387

Lp.	Tytuł projektu	Okres realizacji	Status*	Projektodawca	Źródło/mechanizm finansowania	Wartość projektu (zł)	Wartość wsparcia (zł)
18.	Vortal artystyczny Gallery Store innowacją na rynku e-usług	2009-09-01-2011-08-31	T	Gallery Store Sp. z o.o.	POIG 08.01.00 - dotacja	766 600	651 610
19.	Portal Multimedialnych Publikacji (PMP) - stworzenie narzędzia umożliwiającego autorom (również publikacji wieloautorских) czerpanie korzyści z publikowanych treści, a odbiorcom treści gwarantującej wysoką jakość pobieranych materiałów	2013-06-26-2015-06-30	N	Portal Multimedialnych Publikacji Sp. z o.o.	POIG 08.01.00 - dotacja	699 000	489 300
20.	Wdrożenie i udostępnienie e-usługi w postaci portalu modowego Powear.pl	2010-07-01-2012-06-30	T	POWEAR Sp. z o.o.	POIG 08.01.00 - dotacja	996 860	815 332
21.	Wdrożenie zintegrowanego systemu informatycznego klasy B2B wspierającego realizację procesów biznesowych pomiędzy projektantami mody a punktami sprzedaży detalicznej	2013-11-15-2015-06-30	N	MADE2MEASURE Sp. z o.o.	POIG 08.02.00 - dotacja	1 171 754	792 227
22.	„Inwestycja w kreatywność” - wsparcie sektora usług kreatywnych	2009-01-01-2010-12-31	T	SAD Sp. z o.o.	POKL 8.2.1 - dotacja	2 762 556	2 309 794
23.	Edukacja artystyczna - nowy kierunek studiów PWSZ w Koninie	2010-09-01-2013-08-31	T	Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa w Koninie	POKL 04.01.01 - dotacja	313 768	313 768
24.	Innowacyjne formy kształcenia pedagogiczno-artystycznego na Wydziale Artystycznym UMCS	2009-08-01-2012-09-30	T	Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej	POKL 04.01.01 - dotacja	1 628 511	1 628 511
25.	Sztuka Przedsiębiorcza - Rozwój współpracy z przedsiębiorcami jako element programu rozwoju Uczelni	2008-09-01-2013-08-31	T	Akademia Sztuk Pięknych im. Jana Matejki w Krakowie	POKL 04.01.01 - dotacja	2 662 130	2 662 130
26.	Wzornictwo szansą na sukces!	2012-08-01-2015-08-31	N	Uniwersytet Artystyczny w Poznaniu	POKL 04.01.02 - dotacja	1 355 618	1 355 618
27.	PI- Pomorska Fabryka Designu	2012-05-01-2014-09-30	N	Gdańska Fundacja Przedsiębiorczości	POKL 06.01.01 - dotacja	1 720 287	1 720 287
28.	Artystyczne pasje szansą na nowy zawód dla młodych matek	2008-04-15-2009-11-30	T	Venos Studio Wenancjusz Ochmann	POKL 06.01.01 - dotacja	455 243	455 243
29.	Szansa na nowy zawód dla kobiet z artystyczną pasją	2010-01-01-2011-08-31		Venos Studio Wenancjusz Ochmann	POKL 06.01.01 - dotacja	805 832	805 832
30.	Kreatywni Samozatrudnieni - promocja przedsiębiorczości i samozatrudnienia oraz upowszechnianie dobrych praktyk w sektorze kultury i przemysłów kreatywnych regionu łódzkiego.	2009-03-01-2010-02-28	T	European Culture Consulting-Culture Factory Maciej Mazerant	POKL 06.02.00 - dotacja	103 130	103 130
31.	Kreatywna przedsiębiorczość	2013-11-01-2015-05-31	N	Łódź Art Center	POKL 06.02.00 - dotacja	1 972 119	1 972 119
32.	Przedsiębiorczość w sektorach kreatywnych	2011-09-01-2013-08-31	T	Akademia Leona Koźmińskiego	POKL 06.02.00 - dotacja	6 100 173	6 100 173
33.	Śląskie manufaktury Przemysłów Kultury	2010-01-04-2011-12-30	T	Górnośląska Wyższa Szkoła Przedsiębiorczości im. Karola Goduli	POKL 06.02.00 - dotacja	1 760 252	1 760 252
34.	Florystyka i dekoratorstwo artystyczne inspiracją do aktywizacji zawodowej kobiet	2011-02-01-2011-06-15	T	Fundacja Ziemi Gotyku Lokalna Grupa Działania	POKL 06.03.00 - dotacja	46 900	46 900

Lp.	Tytuł projektu	Okres realizacji	Status*	Projektodawca	Źródło/mechanizm finansowania	Wartość projektu (zł)	Wartość wsparcia (zł)
35.	„Ku lepszej przyszłości” – kurs z zakresu rękodzieła artystycznego	2011-07-01-2011-09-30	T	Lokalna Grupa Działania "Vistula-Terra Culmensis-Rozwój przez Tradycję"	POKL 06.03.00 - dotacja	48 530	48 530
36.	Agroarte - promocja aktywności zawodowej na obszarach wiejskich - twórczość ludowa i rzemiosło artystyczne - edycja 1	2008-11-01-2009-04-30-	T	European Culture Consulting-Culture Factory Maciej Mazerant	POKL 06.03.00 - dotacja	44 500	44 500
37.	Warsztaty rękodzieła artystycznego	2011-05-01-2011-08-30	T	Forum Inicjatyw Twórczych	POKL 06.03.00 - dotacja	50 000	50 000
38.	Rzemiosło artystyczne szansą na aktywizację zawodową uczniów szkół gimnazjalnych i ponadgimnazjalnych z terenu Żarnowa	2010-01-04-2010-07-31	T	Stowarzyszenie PROREW	POKL 06.03.00 - dotacja	43 243	43 243
39.	Produkcja tkanin artystycznych sposobem na aktywizację kobiet w Gminie Kamienica	2011-09-01-2012-02-29	T	Gminny Ośrodek Kultury w Kamienicy	POKL 06.03.00 - dotacja	49 993	49 993
40.	Rękodzieło i produkt turystyczny szansą na aktywizację zawodową mieszkańców gminy Iwonicz-Zdrój	2008-09-01-2009-03-31	T	Gmina Iwonicz - Zdrój	POKL 06.03.00 - dotacja	28 370	28 370
41.	Rękodzieło ludowe i kuchnia regionalna szansą na aktywizację 30 mieszkańców Gminy Baligród	2010-02-01-2010-07-30	T	Bieszczadzkie Forum Europejskie	POKL 06.03.00 - dotacja	49 550	49 550
42.	Biżuteria artystyczna szansą na leprze jutro	2010-10-01-2010-12-31	T	Zachodniopomorskie Forum Organizacji Społecznych ZaFOS	POKL 06.03.00 - dotacja	49 069	49 069
43.	Szansa na nowy zawód dla kobiet z artystyczną pasją	2009-12-01-2011-07-15	T	Venos Studio Wenancjusz Ochmann	POKL 07.02.01 - dotacja	481 658	481 658
44.	Rozwój turystyki, agroturystyki, kuchni regionalnej i rzemiosła artystycznego - szansą na aktywizację zawodową osób bezrobotnych i biernych zawodowo	2011-06-01-2012-09-30	T	Towarzystwo Inicjatyw Obywatelskich	POKL 07.02.01 - dotacja	315 053	315 053
45.	Fabryka Artystyczna	2009-09-01-2010-03-31	T	Fundacja Dom Pokoju	POKL 07.03.00 - dotacja	49 950	49 950
46.	Ceramika i wiklina - deficytowe rzemiosło artystyczne. Wspólne działania na rzecz osób zagrożonych wykluczeniem społecznym w gminie Dęblin	2011-10-01-2012-01-31	T	Miejski Dom Kultury w Dęblinie	POKL 07.03.00 - dotacja	50 000	50 000
47.	Nowa praca - Rękodzieło	2011-09-15-2012-01-31	T	Biuro Obsługi Inicjatyw Europejskich Sp. z o.o.	POKL 07.03.00 - dotacja	48 414	48 414
48.	Warsztaty z rękodzieła artystycznego jako możliwość zwiększająca aktywność zawodową i społeczną osób niepełnosprawnych z terenu miasta Aleksandrów Łódzki i gminy Parzęczew	2012-03-01-2012-06-30	T	Stowarzyszenie na Rzecz Osób Niepełnosprawnych - "Wspólna Sprawa"	POKL 07.03.00 - dotacja	44 995	44 995
49.	Własna firma i rękodzieło - to da się połączyć!	2012-05-01-2012-09-30	T	Gmina Karczew/MGOK	POKL 07.03.00 - dotacja	43 300	43 300
50.	Krawiectwo artystyczne oknem na świat	2013-01-02-2013-06-30		Stowarzyszenie Wspierania Inicjatyw Gospodarczych	POKL 07.03.00 - dotacja	49 960	49 960
51.	Rzemiosło artystyczne w Gminie Wronki jako czynnik rozwoju kulturowego i gospodarczego	2009-05-01-2009-08-31	T	Gmina Wronki	POKL 07.03.00 - dotacja	40 240	40 240
52.	Szansa na nowy zawód dla kobiet z artystyczną pasją	2013-04-01-2013-06-30	T	Folwark Stodólska Katarzyna Kamińska	POKL 07.03.00 - dotacja	49 960	49 960

Lp.	Tytuł projektu	Okres realizacji	Status*	Projektodawca	Źródło/mechanizm finansowania	Wartość projektu (zł)	Wartość wsparcia (zł)
53.	Zaprojektuj swoje miejsce pracy - przemysł kreatywny szansą dla osób niepełnosprawnych	2012-08-01-2014-06-30	T	Instytut Organizacji Przedsiębiorstw i Technik Informatycznych InBIT Sp. z o.o.	POKL 07.04.00 - dotacja	895 718	895 718
54.	Kreatywny biznes	2012-12-01-2014-01-31	T	Biuro Doradztwa Europejskiego EuroCompass Włodzimierz Styk i S-ka Spółka Jawna	POKL 08.01.01 - dotacja	268 145	268 145
55.	Kwalifikacje i wiedza to nasza broń kobieca	2012-03-01-2012-10-31	T	Akademia Sztuk Pięknych im. Władysława Strzemińskiego w Łodzi	POKL 08.01.01 - dotacja	417 130	417 130
56.	Projektanci przyszłości	2012-03-12-2012-12-17	T	Moda Forte Grupa Kreatywna	POKL 08.01.01 - dotacja	216 311	216 311
57.	Akademia multimedii i wystawiennictwa	2011-05-01-2011-12-31	T	Akademia Sztuk Pięknych im. Władysława Strzemińskiego w Łodzi	POKL 08.01.01 - dotacja	271 628	271 628
58.	Profesjonalne kadry mediów lokalnych	2011-09-01-2012-12-31	T	Fundacja ART-eria	POKL 08.01.01 - dotacja	670 111	670 111
59.	Kultura naszym biznesem	2011-08-01-2013-07-31	T	Fundacja Rozwoju Kina	POKL 08.02.01 - dotacja	1 248 005	1 248 005
60.	Rozwój przedsiębiorczości wśród młodzieży szkolnej opartej na twórczości artystycznej i rzemieślniczej	2008-11-03-2010-07-31	T	Środkowo-Europejskie Centrum Szkolenia Młodzieży	POKL 09.01.02 - dotacja	339 495	339 495
61.	Mój zawód - moja przyszłość	2010-01-01-2011-09-30	T	Fundacja Rozwoju Kina	POKL 09.02.00 - dotacja	350 542	350 542
62.	PI Faber - Rzemiosło motorem tworzenia zawodów kreatywnych	2011-01-03-2013-12-31	T	Miasto Stołeczne Warszawa	POKL 09.02.00 - dotacja	764 260	764 260
63.	Udział w międzynarodowych Targach Sztuki i Rzemiosła w Jerozolimie - Izrael 3-15 sierpnia 2009 r.	2009-07-01-2009-09-30	T	Województwo Kujawsko-Pomorskie	RPKP.05.05.00 - dotacja	45 110	31 577
64.	Udział w prestiżowych targach mody atutem we wzmacnianiu konkurencyjności na rynkach UE	2009-11-02-2010-04-14	T	LIFE Agencja Marketingowa Alicja Zięta	RPLB 02.03.00 - dotacja	18 420	7 345
65.	Centrum Promocji Mody - Klaster Branży tekstylno - odzieżowej - Badania	2010-02-01-2010-12-30	T	Akademia Sztuk Pięknych im. Władysława Strzemińskiego w Łodzi	RPLD.03.01.00 - dotacja	1 968 873	944 380
66.	Rozwój wzornictwa przemysłowego w zakresie płytek i dekoracji ceramicznych w oparciu o badania naukowe	2014-03-01-2014-12-31	N	Akademia Sztuk Pięknych im. Wł. Strzemińskiego w Łodzi	RPLD.03.01.00 - dotacja	7 063 613	2 869 888
67.	"TU JEST KINO!" - promocja sektora audiowizualnego i kultury filmowej w województwie łódzkim	2014-06-02-2015-05-31	N	Województwo Łódzkie	RPLD.03.02.00 - dotacja	1 722 000	1 463 700
68.	Europejskie targi mody szansą na dalszy dynamiczny rozwój Firmy	2010-04-01-2012-09-3	T	Tamara Gibus - Mara Gibbucci	RPLD.03.02.00 - dotacja	365 881	149 951
69.	Promocja oferty MATERNITY FASHION GROUP na targach mody CPM Moskwa	2013-05-01-2015-03-31	N	Export Group Piotr Buchalski Maternity Fashion Group	RPLD.03.02.00 - dotacja	471 495	269 430

Lp.	Tytuł projektu	Okres realizacji	Status*	Projektodawca	Źródło/mechanizm finansowania	Wartość projektu (zł)	Wartość wsparcia (zł)
70.	Paryskie i londyńskie targi mody możliwością rozwoju marki Mara Gibbucci	2013-09-01-2015-03-07	N	Tamara Gibus i Mara Gibbucci	RPLD.03.02.00 - dotacja	248 460	139 380
71.	Utworzenie w ramach Fabryki Sztuki w Łodzi Inkubatora Kultury - Art_Inkubator.	2011-01-01-2014-09-30	N	Fabryka Sztuki w Łodzi	RPLD.03.04.00 - dotacja	63 464 869	31 732 435
72.	Centrum Promocji Mody - Klaster branży tekstylny - odzieżowej - Rozwój	2009-11-17-2014-06-30	T	Akademia Sztuk Pięknych im. Władysława Strzemińskiego w Łodzi	RPLD.03.04.00 - dotacja	5 474 007	2 735 666
73.	Purpose - Kreatywnie do celu. Rozwiązania internetowe wspierające rozwój marki Purpose w sektorze kreatywnym	2011-01-01-2011-07-30	T	European Culture Consulting - Culture Factory Maciej Mazerant	RPLD.04.03.00 - dotacja	196 693	135 029
74.	Centrum promocji mody – klaster branży tekstylny-odzieżowej - infrastruktura	2009-11-01-2014-06-30	T	Akademia Sztuk Pięknych im. Władysława Strzemińskiego w Łodzi	RPLD.05.04.00 - dotacja	23 385 011	15 708 276
75.	Udział w targach branżowych sposobem na wzmocnienie rozpoznawalności firmy Multimedia Center	2013-03-01-2013-05-10	T	Multimedia - Center Piotr Dąbrowski	RPLU 02.04.01 - dotacja	75 699	49 024
76.	Wzrost konkurencyjności firmy na rynku usług audiowizualnych poprzez udział w targach branżowych w Polsce i zagranicą.	2013-10-01-2015-04-30	N	Satisfaction Wojciech Olejniczak	RPLU 02.04.01 - dotacja	72 971	49 798
77.	Warszawska Przestrzeń Technologiczna Centrum Kreatywności Targowa 56	2011-04-01-2015-06-30	N	Miasto Stołeczne Warszawa	RPMA 01.03.00 - dotacja	29 998 827	25 473 793
78.	Udział w Międzynarodowych Targach Mody i Obuwia -STYL/KABO, Brno, 2009 r.	2009-01-05-2009-03-15	T	Zakład Produkcyjno-Handlowy "KASBUT" Eksport-Import Robert Staszczuk	RPSL 01.02.02 - dotacja	29 675	14 976
79.	Udział ZPU "Eko" Zofia Kot w Międzynarodowych Targach Mody STYL/KABO w Brnie	2011-05-26-2011-09-30	T	Zakład Produkcyjno-Usługowy "EKO" Zofia Kot	RPSL 01.02.04 - dotacja	16 360	7 058
80.	Udział firmy Fortress S.A. w Międzynarodowych Targach Mody Styl / Kabo w Brnie	2011-05-25-2011-11-30	T	FORTRESS S.A.	RPSL 01.02.04 - dotacja	23 551	10 452
81.	Utworzenie Klastra Przemysłów Kreatywnych i Kulturalnych „Made in Śląsk”	2012-05-21-2014-06-30	T	Stowarzyszenie Animatorów Wszelkiego Rozwoju Młodzieży	RPSL 01.03.00 - dotacja	664 312	564 563
82.	Śląski Klaster Dizajnu - nowa regionalna koncentracja branż kreatywnych	2010-08-12-2013-07-31	T	Zamek Cieszyn	RPSL 01.03.00 - dotacja	315 566	263 697
83.	Śląski Klaster Dizajnu – rozwój regionalnej koncentracji branż kreatywnych.	2012-08-13-2015-07-30	N	Zamek Cieszyn	RPSL 01.03.00 - dotacja	461 993	392 694
84.	Utworzenie Klastra Biznesów Kreatywnych	2013-08-01-2015-07-30	N	Stowarzyszenie Kopalnia Kreatywności	RPSL 01.03.00 - dotacja	1 259 242	994 801
85.	Innowacje Śląska - utworzenie, promocja i rozwój Śląskiego Klastra Multimedialnego	2012-06-06-2014-01-31	T	Rudzki Inkubator Przedsiębiorczości Sp. z o.o.	RPSL 01.03.00 - dotacja	812 976	624 390
86.	Utworzenie Klastra Kultury i Turystyki Przemysłowej w Zabrze	2011-07-01-2014-07-31	N	Stowarzyszenie Kopalnia Sztuki	RPSL 01.03.00 - dotacja	1 275 419	994 826

Lp.	Tytuł projektu	Okres realizacji	Status*	Projektodawca	Źródło/mechanizm finansowania	Wartość projektu (zł)	Wartość wsparcia (zł)
87.	Studia II stopnia w języku angielskim: multiMEDIA – technologie, projektowanie artystyczne, zarządzanie	2014-03-01-2016-02-29	N	Politechnika Warszawska	Norweski Mechanizm Finansowy oraz Mechanizm Finansowy EOG, Działanie IV Rozwój Polskich Uczelni	11 739 600	4 602 550
88.	Projektowanie gier i przestrzeni wirtualnej - studia II stopnia	2014-2016	N	Uniwersytet Śląski w Katowicach	Norweski Mechanizm Finansowy oraz Mechanizm Finansowy EOG, Działanie IV Rozwój Polskich Uczelni	21 150 447	15 028 905
RAZEM						248 mln zł	164 mln zł

* (Z) – zakończonych, (N) – niezakończony. Według stanu na 22.07.2014 r

4. Wnioski z analizy projektów (narzędzi wsparcia)

Analiza wspieranych projektów, dotyczących sektora PKK, uwidacznia znaczną różnorodność wykorzystywanych źródeł finansowania interwencji publicznej. Źródła te stanowią zarówno programy krajowe (centralne), jak i realizowane regionalnie. W minionym okresie finansowania unijnego w Polsce (2007-2013) stanowiły je określone działania Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka (PO IG), Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki (PO KL, zarówno komponent centralny, jak i regionalny) oraz Regionalnych Programów Operacyjnych (RPO). Udział wartościowy projektów realizowanych w ramach regionalnych instrumentów (PO KL komponent regionalny i RPO) wsparcia jest nieco większy, niż w przypadku instrumentów dystrybuowanych centralnie (PO IG i niektóre działania PO KL) i wynosi ok. 65% wartości wsparcia ogółem. W sumie jednak są to wartości stosunkowo bliskie.

Biorąc pod uwagę kryterium rodzaju źródła finansowania przeważa finansowanie z RPO (52% wartości wspieranych projektów), następnie PO IG (19%), PO KL (komponent regionalny) (14%), Mechanizm Norweski (12%) i PO KL (komponent krajowy) (4%). Trudno jest na tej podstawie formułować szczególne wnioski – widoczna jest jednak pewna przewaga źródeł o charakterze regionalnym (zwykle ograniczających zasięg projektu do terytorium danego regionu). Oznacza to jednak, że ewentualne działania wspierające, podejmowane

na szczeblu centralnym, powinny w jakiejś mierze przyjmować za swój przedmiot promowanie intensyfikacji wspierania PKK ze źródeł regionalnych. Powinny być to aktywności kierowane do instytucji zarządzających wsparciem na szczeblu regionalnym, propagujące wspieranie sektora PKK (np. poprzez promocję dobrych praktyk projektowych). Konkluzja ta wydaje się zasadna, szczególnie w świetle występowania województw, w których w ogóle nie udało się zidentyfikować projektów w sferze PKK.

Analiza zidentyfikowanych projektów uwidacznia sytuację braku koncentracji wsparcia na przedsięwzięciach, które można by klasyfikować jako dotyczące wspierania PKK. W zasadzie brak jest programów (de facto są one bardzo rzadkie), które w wyraźny sposób dedykowane były kreatywności i sektorowi PKK. Stan ten rodzi zarówno konsekwencje negatywne,

jak i pozytywne. Negatywne polegają na tym, że ewentualne programy wsparcia nie uwzględniają specyfiki sektora PKK. W takiej sytuacji, realizacja projektów poświęconych PKK w ramach rozmaitych instrumentów interwencji (działań i poddziałań) skutkuje rozproszeniem wsparcia. Brak jest jednak argumentów, które w sposób zdecydowany pozwalałyby oceniać taką sytuację pejoratywnie. Z drugiej jednak strony (aspekt pozytywny), okazuje się, że przedsięwzięcia mające za przedmiot wspieranie sektora PKK z powodzeniem mieściły się w sferze przedmiotowej programów, w ramach, których udzielane było wsparcie. W rezultacie, w ramach dostępnych programów mogły być dość swobodnie modelowane tego rodzaju projekty, koncentrujące się na sektorze PKK (widać to wyraźnie w przypadku

elastycznych działań wspierających komponentu regionalnego PO KL). Zauważmy jednak, że pojawianie się projektów dotyczących PKK w ramach programów wsparcia, które nie są im wyraźnie dedykowane, warunkuje elastyczność przedmiotowa tych programów. Ewentualne problemy w koncentracji wsparcia nie powinny być znaczące, jak długo dostępne programy dopuszczają będą odpowiednią elastyczność dla pomysłodawców (np. jak miało to miejsce dotąd w programach wsparcia PO KL).

Charakterystyczna jest także bardzo duża różnorodność przedmiotowa (tematyczna) projektów. Jest ona dyktowana charakterem wsparcia oferowanego w ramach danego źródła finansowania. W tej sytuacji mamy do czynienia zarówno z projektami o charakterze inwestycyjno-rozwojowym (dedykowanymi konkretnemu beneficjentowi – przedsiębiorcy działającemu w sektorze PKK – np. tworzenie mocy wytwórczych oraz usługowych, finansowanie udziału w imprezach targowych i wystawienniczych, szkolenia „zamknięte” – źródłem finansowania są w tym przypadku działania wspierające PO IG oraz – w mniejszej skali – programy regionalne), jak i projektami o charakterze „miękkim”, stanowiącymi przedmiot finansowania PO KL oraz programów regionalnych. Te ostatnie służą w głównej mierze wspieraniu inicjatyw różnego rodzaju projektodawców (głównie organizacji pozarządowych, instytucji otoczenia biznesu) proponujących przedsięwzięcia wobec przedstawicieli sektora PKK – osób fizycznych / twórców, przedsiębiorców (głównie mikro i małych) i ich otoczenia, w tym administracji publicznej. W całej badanej populacji projekty tego rodzaju wyraźnie przeważają – stanowią one główny szkielet działań wspierających. Pośród tych projektów występują liczne działania promocyjne, w tym realizowane za pośrednictwem tworzonych portali internetowych. Dominują jednak projekty szkoleniowo-doradcze i informacyjne, dotyczące komercjalizacji kreatywnych pomysłów oraz przedsięwzięć, poprzez podejmowanie działalności gospodarczej przez twórców i/lub nawiązywanie współpracy z przedsiębiorcami. Na uwagę zasługuje interesująca grupa projektów, które polegały na tworzeniu powiązań kooperacyjnych i klastrów (szczególnie w województwie śląskim).

Jeśli chodzi o sferę finansowania działalności gospodarczej, opartej na zasobach sektora PKK, to nie udało się uruchomić konkretnych tego rodzaju instrumentów (w odpowiedniej skali), które były dedykowane temu sektorowi. Oczywistym jest, że finansowanie przedsięwzięć w sektorze PKK jest utrudnione, przede wszystkim z uwagi na wiążące się z nimi ponadstandardowe ryzyko i często wysoką niepewność, co do ostatecznego powodzenia rynkowego projektu (biznesu). Zauważmy, że w przypadku podmiotów sektora PKK charakterystyczne są trudności w dostępie do kapitału, ponieważ podmioty te najczęściej nie są w stanie zaoferować wiarygodnych, odpowiedniej jakości zabezpieczeń (co wynika z nieprzewidywalnego popytu, niematerialnego charakteru aktywów, trudności w ocenie kreatywności, oryginalności, talentu itp.), a instytucje finansowe nie dysponują fachową wiedzą, pozwalającą na efektywną ocenę tego rodzaju projektów (np. występują bardzo poważne trudności w zakresie wyceny wartości przedsięwzięcia w sferze PKK).

Analizując projekty wsparcia zauważamy, że nie udało się dotąd stworzyć centralnego bądź regionalnych mechanizmów finansowania (dłużnego – np. za pośrednictwem pozabankowych funduszy pożyczkowych, jak i gwarancyjnego – np. funkcjonującego za pośrednictwem działających w Polsce funduszy poręczeniowych, które mogłyby aktywizować kredyty bankowe dla potrzeb sektora PKK). Projekty, które prowadziłyby do pojawienia się tego typu instrumentów wcześniej nie występowały. Problem, o którym tu mowa jest szerszy (na pewno nie jest specyficzny dla sytuacji w Polsce). Został odnotowany także na szczeblu Europejskim, czego wyrazem jest propozycja uruchomienia tzw. międzysektorowego instrumentu wsparcia w ramach nowego europejskiego programu Kreatywna Europa, tj. instrumentu gwarancyjnego, ułatwiającego dostęp do źródeł finansowania, a także skierowanego na podnoszenie kompetencji pośredników finansowych w zakresie finansowania przedsięwzięć w sektorze PKK. Szczegóły dotyczące tego instrumentu nie są jeszcze znane – będzie on jednak dostępny dla polskich pośredników finansowych. Pytaniem otwartym pozostaje natomiast, w jaki sposób zainteresować ich podjęciem wyzwań w zakresie finansowania PKK (tworzenia nowych produktów oraz skutecznego wykorzystania wsparcia ze szczebla europejskiego). Zagadnienie to staje się istotne, szczególnie w świetle planowanego, znacznie szerszego niż dotąd, opierania interwencji, dotyczącej wspierania działalności gospodarczej, na zwrotnych instrumentach finansowych, a nie (jak wcześniej) na instrumentach bezzwrotnych. Skoro tak, to istotne staje się tworzenie mechanizmów ułatwiających dostęp do istniejących źródeł finansowania (np. kredytów), jak i tworzenie takich źródeł (np. w postaci pozabankowych pożyczek). Kwestią jest także stwarzanie określonych zachęt do korzystania z finansowania zewnętrznego przez podmioty sektora PKK.

Bardzo trudno jest wypowiedzieć się na temat ostatecznego oddziaływania projektów, dotyczących sektora PKK – np. w zakresie liczby ich beneficjentów (pośrednich lub bezpośrednich). Niestety brak jest publicznie dostępnych informacji na ten temat, w tym również publicznie dostępnych ewaluacji takich projektów. W tej sytuacji nie są możliwe jakiegokolwiek, odpowiednio wiarygodne oszacowania.

5. Programy wsparcia dla sektora PKK wybrane do realizacji wywiadów IDI

Spośród zidentyfikowanych projektów wspierających PKK wyróżnionych zostało osiem przedsięwzięć. Z ich realizatorami zostaną przeprowadzone pogłębione wywiady indywidualne (IDI) w łącznej liczbie 24 wywiadów. Poniższe zestawienie zawiera także 8 projektów, stanowiących listę rezerwową. Projekty, które nie zostaną wybrane do badania IDI, zostaną zbadane w trakcie wywiadów telefonicznych (ITI).

Lp.	Tytuł projektu	Realizator	Źródło finansowania	Uzasadnienie wyboru
<i>Lista główna</i>				
1	Kreatywni	Urząd Miasta Lublin	Miasto Lublin	Oryginalny przykład wspierania amatorskich, ale wyróżniających się twórców kreatywnych. Inicjatywa regionalna bez finansowego wsparcia UE. Przykład wspierania PKK przez samorząd z terenu Polski Wschodniej.
2	Go Creative. Biznes na Start	Gdańska Fundacja Przedsiębiorczości wraz z Miastem Gdańsk, Gdańskim Centrum Obsługi Przedsiębiorców i Inkubatorem Starter.	Miasto Gdańsk	Projekt nakierowany na promowanie przedsiębiorczości w branży PKK, realizowany od długiego czasu (11 edycji) i z pokaźnymi rezultatami (utworzenie 117 firm). Inicjatywa regionalna bez finansowego wsparcia UE.
3	Wzornictwo-Biznes-Zysk	Instytut Wzornictwa Przemysłowego	PO IG, Działanie 5.2 Wspieranie instytucji otoczenia biznesu świadczących usługi proinnowacyjne oraz ich sieci o znaczeniu ponadregionalnym	Projekt o znacznej wartości (5,8 mln zł), skierowany nie tylko do przedsiębiorców, projektantów i studentów/absolwentów, ale również do przedstawicieli administracji.
4	CREATIVE POLAND	Towarzystwo Amicus w partnerstwie z Miastem Stołecznym Warszawa, Urzędem Miasta Łodzi i Polskim Stowarzyszeniem Doradczym i Konsultingowym	PO KL, Poddziałanie 2.2.1 Poprawa jakości usług świadczonych przez instytucje wspierające rozwój przedsiębiorczości i innowacyjności (Fundusz Grantów na Inicjatywy - III edycja)	Projekt skierowany do przedstawicieli licznych branż przemysłów kreatywnych (design, moda, architektura, muzyka, grafika itp.). Oferuje uczestnikom kompleksową pomoc w planowaniu indywidualnej ścieżki biznesowej. Projekt w końcowej fazie - może więc być bogatym źródłem wiedzy.
5	Znajdź niszę - wspieranie przemysłów kreatywnych.	Fundacja Promocji Innowacji w Toruniu wraz z Województwem Kujawsko-Pomorskim, Kujawsko-Pomorskim Funduszem Pożyczkowym, Pomorskim Funduszem Pożyczkowym, Fundacją Promocji Innowacji oraz Europejskim Centrum Wspierania Młodzieży	PO KL, Poddziałanie 2.2.1 Poprawa jakości usług świadczonych przez instytucje wspierające rozwój przedsiębiorczości i innowacyjności (Fundusz Grantów na Inicjatywy - III edycja)	Projekt realizowany na obszarze Pomorza i województwa kujawsko-pomorskiego z szerokim udziałem instytucji specjalizujących się w finansowym wsparciu mikroprzedsiębiorców. Stąd należy spodziewać się interesujących spostrzeżeń w zakresie wspierania przedsiębiorczości w obszarze PKK.
6	Przedsiębiorczość w sektorach kreatywnych	Akademia Leona Koźmińskiego	PO KL, Działanie 6.2 Wsparcie oraz promocja przedsiębiorczości i samozatrudnienia	Projekt obejmujący kompleksowe wsparcie merytoryczne oraz dotacje na uruchomienie działalności gospodarczej. Przykład działań na znaczną skalę (100 uczestników projektu) podjętych przez uczelnię niepubliczną.

Lp.	Tytuł projektu	Realizator	Źródło finansowania	Uzasadnienie wyboru
7	Kultura naszym biznesem	Fundacja Rozwoju Kina	PO KL, Poddziałanie 8.2.1 Wsparcie dla współpracy sfery nauki i przedsiębiorstw	Projekt rozwijający współpracę uczelni i przemysłów kreatywnych, wspierający zakładania działalności gospodarczej typu spin-off, spin-out w obszarze kultury. Projekt skierowany do studentów i doktorantów uczelni małopolskich.
8	Faber – rzemiosło motorem tworzenia zawodów kreatywnych	Miasto Stołeczne Warszawa w partnerstwie z Ogólnopolskim Cechem Rzemieślników Artystów	PO KL, Działanie 9.2 Podniesienie atrakcyjności i jakości szkolnictwa zawodowego	Projekt w obszarze rzemiosła artystycznego, ze szczególnym uwzględnieniem branż, na które istnieje wyraźne zapotrzebowanie na warszawskim rynku. Podjęto próbę modernizacji oferty kształcenia w rzemiosle artystycznym poprzez opracowanie programu szkolenia umożliwiającego podnoszenie wiedzy i kwalifikacji rzemieślników oraz młodzieży kształcącej się w tych zawodach.
<i>Lista rezerwowa</i>				
9	Zaprojektuj swoje miejsce pracy - przemysł kreatywny szansą dla osób niepełnosprawnych	Instytut Organizacji Przedsiębiorstw i Technik Informatycznych InBIT Sp. z o.o.	PO KL, Działanie 7.4 - Niepełnosprawni na rynku pracy	Oryginalny projekt aktywizacji zawodowej osób niepełnosprawnych z terenu województwa zachodniopomorskiego, przygotowujący do pracy w branży PKK, w obszarach: plastyka, rzemiosło artystyczne, grafika komputerowa, typografia i edytorstwo, montaż obrazu i dźwięku, nowe media, fotografia, webmastering, administrowanie sieciami komputerowymi.
10	Eko - kreatywni - Przedsiębiorczy Projektanci Przyszłości.	Oddział Stowarzyszenia Wolna Przedsiębiorczość w Świdnicy w partnerstwie z Urzędem Miejskim w Bielawie oraz Opolskim Parkiem Naukowo – Technologicznym	PO KL, Poddziałanie 2.2.1 Poprawa jakości usług świadczonych przez instytucje wspierające rozwój przedsiębiorczości i innowacyjności (Fundusz Grantów na Inicjatywy - III edycja)	Oryginalny projekt skierowany do wąskiego obszaru zintegrowanego projektowania budownictwa niskoenergetycznego, realizowany na obszarze województw: opolskiego, dolnośląskiego i śląskiego.
11	Centrum Promocji Mody	Akademia Sztuk Pięknych im. Wł. Strzemińskiego w Łodzi	RPO Województwa łódzkiego, Działanie 3.1 Wsparcie jednostek B+R, 3.4 Rozwój otoczenia biznesu	Utworzenie i rozwój Centrum Promocji Mody - klastra branży tekstylno-odzieżowej. Projekt integrujący wokół regionalnej specjalizacji obszary edukacji, przemysłu i IOB.
12	Śląski Klaster Dizajnu	Zamek Cieszyn	RPO Województwa Śląskiego, Działanie 1.3 Transfer technologii i innowacji	Projekt wspierający powstawanie nowych innowacyjnych produktów i firm oraz rozwój współpracy partnerskiej na rzecz innowacji
13	Projektanci przyszłości	Moda Forte Grupa Kreatywna	PO KL, Poddziałanie 8.1.1 Wspieranie rozwoju kwalifikacji zawodowych i doradztwo dla przedsiębiorstw	Relatywnie niewielki projekt skierowany do projektantów branży odzieżowej województwa łódzkiego. Bardzo praktyczny wymiar wsparcia - przeszkolenie 30 projektantów z mikro i małych firm regionu.
14	Inkubator Przedsiębiorczości Media 3.0	Miasteczko Multimedialne Sp. z o.o.	PO IG, Działanie 3.1 Inicjowanie działalności innowacyjnej	Oferowanie w projekcie kompleksowego wsparcia dla wysoce innowacyjnych firm. Projekt znanego podmiotu wspierającego rozwój branży multimedialnej. Projekt realizowany w bardzo szerokim partnerstwie.
15	Vortal artystyczny Gallery Store innowacją na rynku e-usług.	Gallery Store Sp. z o.o.	PO IG, Działanie 8.1 Wspieranie działalności gospodarczej w dziedzinie gospodarki elektronicznej	Przykład portalu o bardzo bogatej zawartości. Unikalny sposób promowania artystów poprzez kojarzenie ich z odbiorcami sztuki.
16	Studia II stopnia w	Politechnika	Norweski Mechanizm	Projekt rozpoczęty w marcu 2014 r. (realizowany do

Lp.	Tytuł projektu	Realizator	Źródło finansowania	Uzasadnienie wyboru
	języku angielskim: multiMEDIA – technologie, projektowanie artystyczne, zarządzanie	Warszawska	Finansowy oraz Mechanizm Finansowy EOG, Działanie IV Rozwój Polskich Uczelni	29.02.2016 r.), rozwijający ofertę uczelni technicznej w obszarze PKK.

Bibliografia

- 1) Alfiero, S., Casalegno, C., Indelicato, A., Rainero, Ch., Secinaro, S., Tradori, V., Venuti, F., 2014, *Communication as the basis for a Sustainable Crowdfunding: The Italian Case*, International Journal of Humanities and Social Science, vol. 4, No. 5(1), str. 46-55.
- 2) Aluchna M., Fabrowska P., Kasprzak R., Skrobol M., 2012, *Badanie sektora kreatywnego na potrzeby projektu European Creative Cluster Lab (ECCL)*, Warszawa.
- 3) Bina V., Chantepie P., Deroin V., Frank G., Kommel K., Kotynek J., Robin P., 2012, *European Statistical System Network on Culture FINAL REPORT*, Luxemburg.
- 4) Creative & Cultural Skills, 2014, *Building a Creative Nation: Evidence Review*, Essex.
- 5) *Creative Industries. Access to Finance*, 2014, draft version (10.03.2014), European Creative Industries Alliance, Catalan Institute for the Cultural Companies, Barcelona.
- 6) Creative Metropolises, *How to support Creative industries. Good practices from European cities*.
- 7) Creative Metropolises, *Situation analysis of 11 cities, Final report*.
- 8) *CROWDFUNDING*, 2013, Position Paper, Social Economy Europe, ref. 2013-081.
- 9) Davies, R. 2014 Civic Crowdfunding: Participatory Communities, Entrepreneurs and the Political Economy of Place; MIT.
- 10) Dragicevic-Sesic, M., Stojkovic, B., 2010, *Kultura: zarządzanie, animacja, marketing*, Narodowe Centrum Kultury, Warszawa.
- 11) Etmanowicz A., Martela B., Trzebeński M., 2012, Rekomendacje działań i kierunków wsparcia rozwoju przemysłów kreatywnych w województwie pomorskim.
- 12) ESSnet, 2012, *Culture European Statistical System Network on Culture FINAL REPORT*, Luxemburg.
- 13) EUROPEAN COMMISSION, COMMUNICATION FROM THE COMMISSION TO THE EUROPEAN PARLIAMENT, THE COUNCIL, THE EUROPEAN ECONOMIC AND SOCIAL COMMITTEE OF THE REGIONS. 2014, *Unleashing the potential of Crowdfunding in the European Union*, COM(2014) 172 final, Brussels.
- 14) Gajewski, M., Szczucki, J., 2013, *Ekspertyza nt. dobrych praktyk w zakresie rozwiązywania problemów w dostępie do finansowania zwrotnego w wybranych krajach Europy, w tym w prístwach regionu Europy Środkowo-Wschodniej*, PARP, Warszawa.
- 15) Gałka J., Grodny S., Olszewska D., Tompolska A., 2012, *Potencjał małopolskich przemysłów kreatywnych*, Kraków.
- 16) Gorzelak, G., Smetkowski, M. 2010, *Regionl Development Dynamics in Central and Eastern European Countries*, w: Gorzelak, G., Bachtler, J., Smetkowski, M., (red.) *Regions of Central and Eastern Europe: Development Processes and Policy Challenges*, Routledge.
- 17) Grochowski M., Dudek-Mańkowska S., Fuhrmann M., Zegar T., Agencja Rozwoju Pomorza S.A., 2012, *Sektor kreatywny w województwach pomorskim i kujawsko-pomorskim. Raport z badań*, Gdańsk.
- 18) Grochowski M., Wojnar K., 2012, *Infrastruktura kultury – polityka spójności a atrakcyjność miast*, Warszawa.
- 19) Grochowski M., 2010, *Sektor kreatywny w Warszawie. Potencjał i warunki rozwoju*, Creative Metropolises, Warszawa.

- 20) Herbst M. 2010, *Kapitał ludzki w polskich regionach*, w: Tucholska, A. (red.) *Europejskie wyzwania dla Polski i jej regionów*, MRR, Warszawa.
- 21) Hausner, J., Karwińska, A., Purchla, J. (red.) 2013, *Kultura a rozwój*, Narodowe Centrum Kultury, Warszawa.
- 22) Idea Consult, 2013, *Survey on access to finance for cultural and creative sectors*, European Union.
- 23) Instytut Badań Strukturalnych, 2012, *Analiza potencjału rozwojowego funkcji metropolitalnych obszarów aglomeracji miejskich województwa śląskiego, będących ośrodkami wzrostu gospodarczego województwa śląskiego w kontekście procesów zachodzących na regionalnym rynku pracy – kultura i przemysły kreatywne*, Warszawa.
- 24) Kasprzak R., 2013, *Przemysły kreatywne w Polsce – uwarunkowania i perspektywy*, Warszawa.
- 25) Kasprzak R. Skalska, T. 2010, *Badanie oddziaływania społeczno-ekonomicznego przedsięwzięcia kulturalnego na region*. Raport końcowy. Fundacja Kultury, Warszawa.
- 26) KEA, European Affairs, 2010, *Promoting Investment in the Cultural and Creative Sector: Financing Needs, Trends and Opportunities Report prepared for ECCE Innovation – Nantes Metropole*.
- 27) Komisja Europejska, 2010, *Zielona księga w sprawie uwalniania potencjału przedsiębiorstw z branży kultury i branży twórczej*, KOM (2010) 183 wersja ostateczna, Bruksela.
- 28) Komornicki, T., 2010, *Powiązania międzynarodowe polskich regionów*, w: Tucholska, A. (red.) *Europejskie wyzwania dla Polski i jej regionów*, MRR, Warszawa.
- 29) *Komponent MEDIA Programu Kreatywna Europa 2014-2020*, KE, Dyrekcja Generalna ds. Polityk Wewnętrznych, 2012.
- 30) Lazaretti L. (red.), 2013, *Creative Industries and Innovation in Europe – Concepts, Measures and Comparative Case Studies*, Oxon.
- 31) Linton A., Michanek J., 2012, *To do: development of cultural and creative industries in practice*, Göteborg.
- 32) Interact, 2013, *Inspiring Creativity – Promoting Culture and Creative Industries in Europe*, Wiedeń.
- 33) Mackiewicz M., Michorowska B., Śliwka A., 2008, *Analiza potrzeb i rozwoju przemysłów kreatywnych*, Warszawa.
- 34) Moretti, E., 2012, *The New Geography of Jobs*, Mariner Books, HoughtonMifflin Hartcourt, Boston, New York.
- 35) Murovec N., 2012, *Analysis of Support Policies and Financing of Creative Industries in Ljubljana Urban Region*, Ljubljana.
- 36) OECD, 2010, *Higher Education in Regional and City Development. The Autonomous Region of Catalonia, Spain*, OECD Publishing.
- 37) OECD, 2009, *Promoting entrepreneurship, employment and business competitiveness. The experience of Barcelona*, OECD Publishing.
- 38) OSB Open Source Business ALLIANCE, 2013, *Institutional crowdfunding project to improve OOXML in LibreOffice/Apache OpenOffice successfully finished, next user-driven development phase planned*, <http://www.osb-alliance.de>.

- 39) *Realising the full Potential of Crowdfunding Initiatives*, 2011, The Bielsko-Biała Declaration approved on 18 November 2011 at Agorada 2011+.
- 40) Richards P., 2010, *Wspieranie przemysłów kreatywnych na Pradze Północ. Wytyczne do opracowania planu działania*, Warszawa.
- 41) Toruńska Agencja Rozwoju Regionalnego S.A., 2012, *Rekomendacje działań i kierunków wsparcia rozwoju dla sektora kreatywnego w województwie kujawsko-pomorskim*, Toruń.
- 42) Staines, J., Mercer, C., 2013, *Mapping of Cultural and Creative Industry Export and Internationalization Strategies in EU Member States*, European Expert Network on Culture, EENC Report.
- 43) Strykiewicz, T., Stachowiak, K., 2010, *Uwarunkowania, poziom i dynamika rozwoju sektora kreatywnego w poznańskim obszarze metropolitalnym*, Sektor kreatywny w poznańskim obszarze metropolitalnym, tom I, Bogucki Wydawnictwo Naukowe, Poznań.
- 44) Strykiewicz, T., Mączyński, M. 2010, *Atrakcyjność poznańskiego obszaru metropolitalnego dla pracujących w sektorze kreatywnym*, Sektor kreatywny w poznańskim obszarze metropolitalnym, tom II, Bogucki Wydawnictwo Naukowe, Poznań.
- 45) Strykiewicz, Kaczmarek, T., T., Mączyński, M., Parysek, JJ., Stachowiak, K. 2010, *Polityka wspierania rozwoju sektora kreatywnego w poznańskim obszarze metropolitalnym na tle doświadczeń zagranicznych*, Sektor kreatywny w poznańskim obszarze metropolitalnym, tom III, Bogucki Wydawnictwo Naukowe, Poznań.
- 46) Szultka S. (red.), 2012, *Klasy w sektorach kreatywnych – motory rozwoju miast i regionów*, Warszawa.
- 47) Ulatowska R. (red), 2012, *Przemysły Kreatywne 2.0.12*, Kraków.
- 48) United Nations/UNDP/UNESCO, 2013, *Creative Economy report 2013 Special Edition Widening local economy pathway*.
- 49) Universities UK, 2010, *Creating Prosperity: the role of higher education in driving the UK's creative economy*, Londyn.
- 50) Whitaker, A., 2014, *Council crowdfunding platforms could tap into the goodwill of communities*, Guardian Professional, 29 January 2014.
- 51) Working Group of EU Member States Experts, 2012, *European Agenda for Culture, policy handbook: How to strategically 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?* – European Union.

Źródła internetowe:

www.creativepoland.eu

kreatywni-kreatywnym.pl

ekokreatywni.fea.pl

<http://www.frk.org.pl/wpisy.php?d=li&leaf=3b1b9a7adb78d7&kryterium=usun>

<http://www.kreatywna-europa.eu/>

gencat.cat/kultura

<http://comunicatadhesions.wordpress.com/>

<http://crowdfunding.pl/>

<http://stowarzyszenie.crowdfunding.pl/>

<http://www.wspieram.to>

<http://www.osb-alliance.de>

<http://www.screenwest.wa.gov.au>

<http://www.headstar.com>

<http://pz.wz.uw.edu.pl/sites/default/files/artykuly/dziuba.pdf#sthash.dR8cA0KW.dpuf>,

<http://www.crowdsourcing.org.pl/specyfika-cele-i-formy-dzisiejszego-crowdfundingu.html>)

<https://www.gov.uk/government/news/skills-minister-announces-multi-million-pound-drive-to-boost-diversity-in-creative-industries>

<http://creativeaccess.org.uk/>