



IZGRADNJA KREATIVNOG GRADA: RAZVOJ KULTURNIH/KREATIVNIH INDUSTRIJA ZAGREBA

Cool Industries for the Creative City

COOL
INDUSTRIJE
ZA
KREATIVNI
GRAD

IRMO

Institut za razvoj i međunarodne odnose

Institute for Development and International Relations



United Nations
Educational, Scientific and
Cultural Organization

Convention on the Protection
and Promotion of the
Diversity of Cultural
Expressions

Projekt je dio šire priče...

- ▣ Studija "Zagreb kao kulturni proizvod", 2010.
- ▣ Akcijski plan poticanja kulturnih/kreativnih industrija Zagreba, 2012.
- ▣ Prethodna istraživanja IRMO-a na temu kulturnih/kreativnih industrija...

O čemu govorimo?

- ▣ ARHITEKTURA
- ▣ DIZAJN
- ▣ FILM
- ▣ GLAZBA
- ▣ INFORMACIJSKO-KOMUNIKACIJSKE TEHNOLOGIJE
- ▣ IZVEDBENE UMJETNOSTI (KAZALIŠTE, BALET/PLES)
- ▣ NAKLADNIŠTVO
- ▣ OBRTI
- ▣ OGLAŠAVANJE
- ▣ VIZUALNE UMJETNOSTI

Cool Industries for the Creative City (CICC)

- ▣ UNESCO Međunarodni fond za kulturnu raznolikost
- ▣ Trajanje projekta: od 1.9.2013. – 1.4.2014.
- ▣ Ciljevi:
 - a) potaći socio-ekonomski razvoj grada
 - b) stvoriti značajniju prepoznatljivost grada
 - c) osigurati održivost sektora kulturnih/kreativnih industrija

Glavne aktivnosti projekta

- ▣ 1. mapiranje/inventarizacija
- ▣ 2. uvođenje kulturnih/kreativnih industrija u javne politike Grada
- ▣ 3. izgradnja ljudskih i institucionalnih kapaciteta i umrežavanje
- ▣ 4. promocija, podizanje javne svijesti i vidljivosti kulturnih/kreativnih industrija

1. Mapiranje/inventarizacija

- ▣ dodatno mapiranje potencijala KKI (ICT sektor i drugi)
- ▣ mapiranje tvrtki i pojedinaca KKI
- ▣ mapiranje proizvoda KKI
- ▣ prijedlog statističkog indeksa za mjerenje potencijala konkurentnosti
- ▣ istraživanje i prijedlog poticajnih mjera



Pretraži

[Aquarius music publishing](#)

Arhitektura

Trakošćanska 38 /4 10000 Zagreb

Film

[Aquarius records](#)

Glazba

Petrova 138 10000 Zagreb

Grafički dizajn

Aquarius Records, diskografska kuća, osnovana je u Zagrebu 1995. godine. U Klubu Aquarius izrasla kao rezultat grupe entuzijasta i zaljubljenika u glazbu, koji su brojnim koncertima i festivalima potaknuli cijelu novu glazbenu scenu u Hrvatskoj, ubrzo se etablirala kao jedna od vodećih nakladničkih kuća unutar hrvatske glazbene i diskografske djelatnosti. Pažljiv odabir kvalitetnih i originalnih izvođača, uvijek je bio postavljen kao glavni kriterij razvoja diskografske djelatnosti unutar Aquarius Recordsa, a dokaz tome su i dvijestotinjak osvojenih glazbenih nagrada Porin u proteklm godinama. Danas pod svojim nakladničkim okriljem ponosi se izvođačima kao što su Oliver Dragojević, Nina Badrić, Massimo, Tedi Spalato, Tamara Obrovac, Marko Tolja, Cubismo, Ivana & Marija Husar, Šajeta, Songkillers i mnogim drugim respektabilnim glazbenicima, koji su postigli značajne uspjehe i izvan granica Hrvatske. Posebna pažnja se pridaje izdanjima brojnih hrvatskih umjetnika klasične i jazz glazbe, folklornoj baštini, tradicionalnoj hrvatskoj glazbi, brojnim Klapama te izdanjima svojevrstnih "institucija" kao što su Ansambli Lado i Zagrebačka Filharmonija, no također i pronalaženju i poticanju mladih i originalnih glazbenika u području klupske, alternativne i etno glazbe. Aquarius Records, višegodišnji licencni partner Universal Music Recordsa, danas je licencni partner diskografskih kuća IRMA, Putomayo, Compost, Multimedia Records, Hayat Production i ECM. Maloprodajni lanac Aquarius CD shopova zauzima respektabilno mjesto u glazbenoj ponudi grada Zagreba, a CD shopom "Klasika&jazz" značajno doprinosi popularizaciji klasične glazbe. On-line shop Cedeterija.hr sa svojom aktualnom i atraktivnom ponudom glazbenog sadržaja privlači velik broj korisnika i vjernih kupaca.

ICT

Industrijski
dizajn

Kazalište

Likovna
umjetnost

Atar

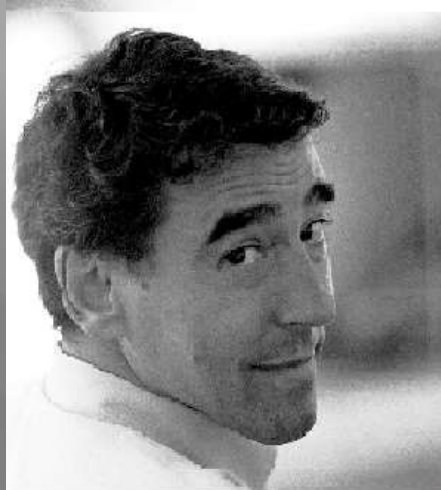
Što podrazumijeva kreativno zapošljavanje?



Pristup “dodane vrijednosti”?



A što je s “non-core” profesijama?



Predloženi pristup mjerenju kreativnosti I

- ▣ Valorizacija kreativnog sadržaja
- ▣ $Cc_i = Va_i \times Cf_i / Ti_i$
- ▣ Va_i dodana vrijednost, Cf_i faktor kreativnog zapošljavanja i Ti_i ukupan prihod u okviru određenih aktivnosti (i)

Predloženi pristup mjerenju kreativnosti II - “hard data” indeks

1. Education	4. IT related creative activities
PhD graduates per million	Internet hosts per 100,000 inhabitants
Persons aged 30-34 with tertiary education attainment	Percentage of Households with access to broadband
Percentage of population aged 25-64 participating in education and training	Public-private co-publications per million population
PISA test results	User created Internet contents (Uploads/downloads ratio)
World rank of the leading University	Individuals buying over internet
2. Science and technology	5. Culture related creative activities
EPO patent applications per billion regional GDP (PPSE)	Number of printed publications per million inhabitants
Total employment in R&D in business sector (FTA) per million population	Employment in Arts, entertainment and recreation; other service activities
Researchers employed in R&D in business sector (FTA) per million population	Value added in Arts, entertainment and recreation; other service activities
Publication per million inhabitants - ScienceMetrix based on Scopus data	Tourism overnight stays per million population
R&D expenditure in the business sector as % of GDP	Average spending by tourists
3. Firm level innovation	6. Quality of life
Non-R&D innovation expenditures as % of turnover (only for SMEs)	Employment rate
SMEs innovating in-house as % of SMEs	Unemployment rate 18-24
SMEs introducing product or process innovations as % of SMEs	Long term unemployment rate
SMEs introducing marketing or organisational innovations as % of SMEs	People at risk of poverty or social exclusion
Sales of new to market and new to firm innovations as % of turnover (only for SMFs)	Crimes recorded by the police

Predloženi pristup mjerenju kreativnosti III – “survey data” indeks

1. Education	3. Innovation and R&D
Quality of public schools	Local availability of specialized research and training services
Quality of math and science education	University/industry research collaboration
Quality of management and business schools	Willingness to delegate authority
Investment in life-long learning	Cooperation in labor-employer relations
2. Technology	4. Management and firm-level strategies
Technological readiness	Extent of marketing
Firm-level technology absorption	Degree of customer orientation
Nature of competitive advantage	Control of international distribution
Production process sophistication	Reliance on professional management

2. Uvođenje kulturnih/kreativnih industrija u javne politike Grada

- ▣ sastanci/radionice s lokalnom upravom i administracijom
- ▣ podrška u implementaciji mjera vezanih uz KKI
- ▣ Prijedlog osnivanja Centra za kreativne industrije (CKI)

Prijedlog mjera za javne politike - zbirno I

- ▣ Poticati poboljšanje edukacije i treninga za razvoj kreativnosti, inovativnosti, korištenje novih tehnologija, poduzetništva i menadžerskih vještina u KKI
- ▣ Poticati poslovno i razvojno povezivanje, umrežavanje i suradnju aktera u KKI za zajednički nastup na EU i svjetskom tržištu
- ▣ Uključiti pojedine djelatnosti KKI u novi sustav djelatnosti i indikatora za mjerenje doprinosa KKI gospodarskom i društvenom razvoju
- ▣ Poticati podizanje svijesti gradske uprave o važnosti KKI za razvoj pametnog i održivog kreativnog grada
- ▣ Poboľjšati uvjete za razvoj KKI (korištenje gradskih prostora, smanjenje lokalnih doprinosa i davanja i dr.) radi poticanja razvoja kreativnosti i povećanja konkurentnosti grada i zemlje

Prijedlog mjera za javne politike - zbirno II

- ▣ Poticati suradnju KKI s drugim sektorima u gradu (gospodarskim, turističkim, obrazovnim, prostornim...)
- ▣ Poticati jačanje marketinga, promocije KKI
- ▣ Poticati razvoj tržišta za proizvode i djelatnosti KKI
- ▣ Poticati zapošljavanje aktera u KKI posebnim mjerama u sklopu politike razvoja kreativnosti i inovacija i povećanja konkurentnosti grada i zemlje
- ▣ Uspostaviti Centar za KKI i poticati njegov rad na razvoju KKI

Centar za kreativne industrije (CKI)

- ▣ Grad Zagreb – prijedlog osnivanja koordinacijske točke – administrativnog tijela s predstavnicima svih GU koji imaju dodir s KKI
- ▣ Svrha: prvenstveno uvođenje i implementacija KKI u javne politike
- ▣ HGK – Komora Zagreb – pismo namjere osnivanja CKI
- ▣ Svrha: internacionalizacija i promocija proizvoda, pojedinaca i tvrtki KKI te ostale djelatnosti iz djelokruga HGK

3. Izgradnja ljudskih i institucionalnih kapaciteta i umrežavanje

- ▣ sastanci i radionice s predstavnicima KKI i umjetnicima
- ▣ uvođenje poduzetničkih modula na postojeće fakultete
- ▣ povezivanje KKI s industrijom i obrtom
- ▣ povezivanje KKI s turističkim sektorom

Radionice s predstavnicima KKI i umjetnicima

- ▣ SWOT analiza pojedinih sektora
- ▣ Na temelju SWOT analize predložene mjere za uvođenje u javne politike Grada Zagreba
- ▣ Pismo namjere o osnivanju Centra za kreativne industrije (CKI) pri Komori Zagreb
- ▣ Dio aktivnosti predloženih mjerama javnih politika može facilitirati CKI pri Komori Zagreb

Kreativni laboratorij

- ▣ prijedlog kolegija: Akademija likovnih umjetnosti, Muzička akademija, Studij dizajna, Fakultet elektrotehnike i računarstva te Ekonomski fakultet
- ▣ modul ima 30 sati – 25 studenata u grupi
- ▣ stvara inspiraciju u doticaju s drugima naglasak ne na objektima ili formama, nego na kreativnom procesu
- ▣ uporište u tri točke: umjetnost (otvara percepcije), tehnologija (alati i instrumenti), znanost (istraživanje, organizacija i upravljanje činjenicama)
- ▣ metode: neposredno iskustvo, *brainstorming* učenje kroz projekt, kolaborativna praksa

4. Promocija, podizanje javne svijesti i vidljivosti KKI

- ▣ promotivni materijal za KKI i njihove proizvode
- ▣ turistički materijal koji promovira KKI i njihove proizvode
- ▣ promotivni materijal za podizanje javne svijesti o KKI (poster, city lights, jumbo plakati, TV spot, radio jingle, web stranica)

Logo projekta

COOL
INDUSTRIJE
ZA
KREATIVNI
GRAD

Brošure – pojedinci i tvrtke KKI















Brošure – proizvodi KKI









Brošure – turizam



The Museum of Relationships
relationship
Museum of Relationships
collection.

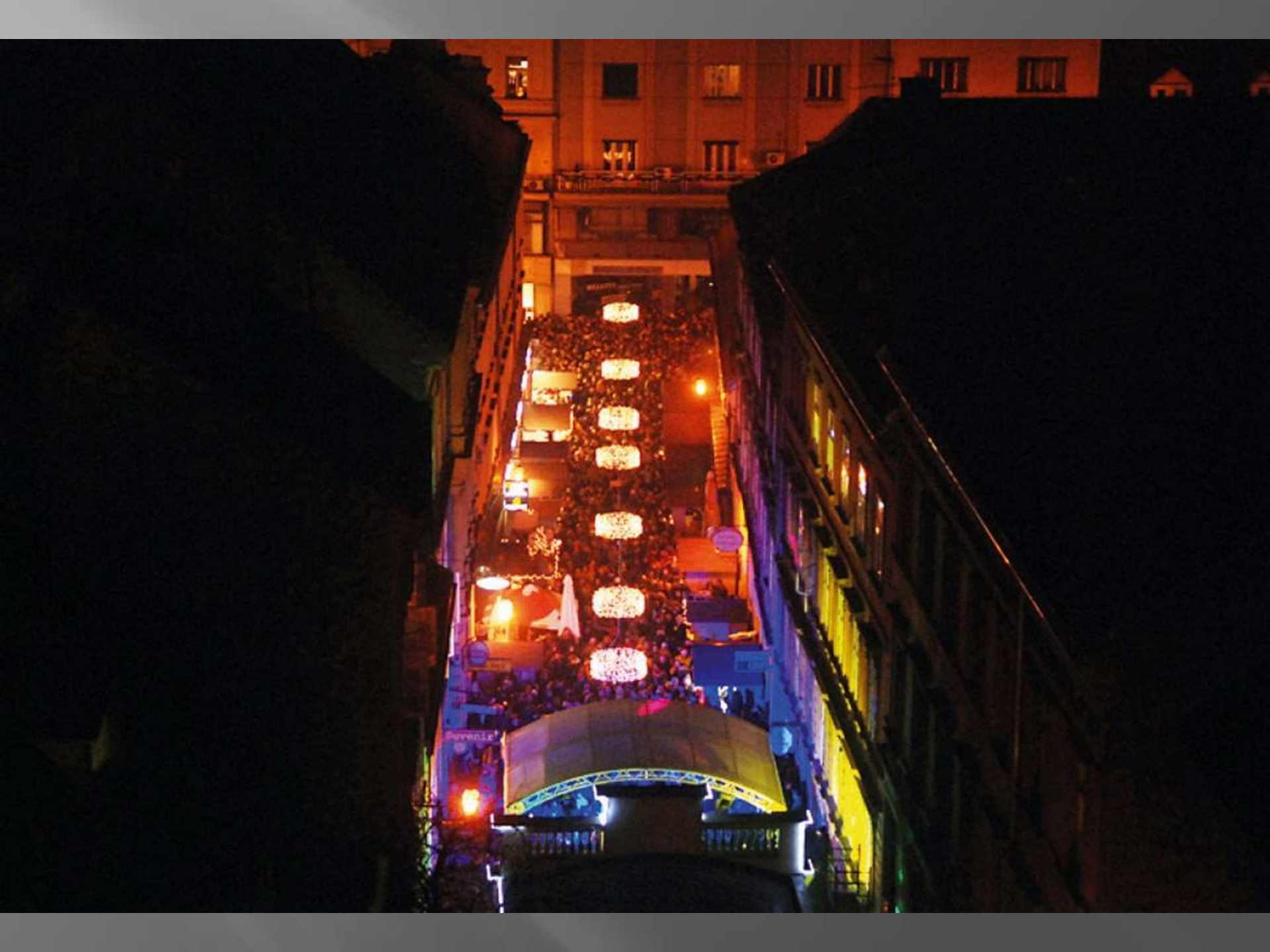
Relationships grew from a traveling exhibition revolving around the theme of relationships. Unlike 'destructive' self-help in exhibitions for recovery, the Museum of Relationships is a place to overcome an emotional collapse through creation by connecting with others. Whatever the motivation for donating personal belongings - be it sheer exhibitionism, therapeutic relief in simple curiosity - people embraced the idea of exhibiting their love legacy as a sort of ritual, a ceremony. Our societies oblige us with our marriages, funerals, and even graduation formalities, but deny us any formal recognition of the demise of a relationship, despite its strong emotional effect. In the words of Roland Barthes in *A Lover's Discourse*: "Every passion, ultimately, has its operation... there is no release obligation without a final theater."

Conceptualized in Croatia, the Museum has since toured internationally, amassing an amazing collection. Although often colored by personal experience, local culture and history, the exhibits preserve the same universal patterns offering us to discover them, and in the comfort they can bring. Hopefully they can also inspire our personal search for deeper insights and stories, our belief in something more meaningful than random suffering.

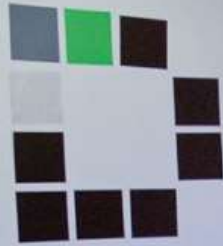








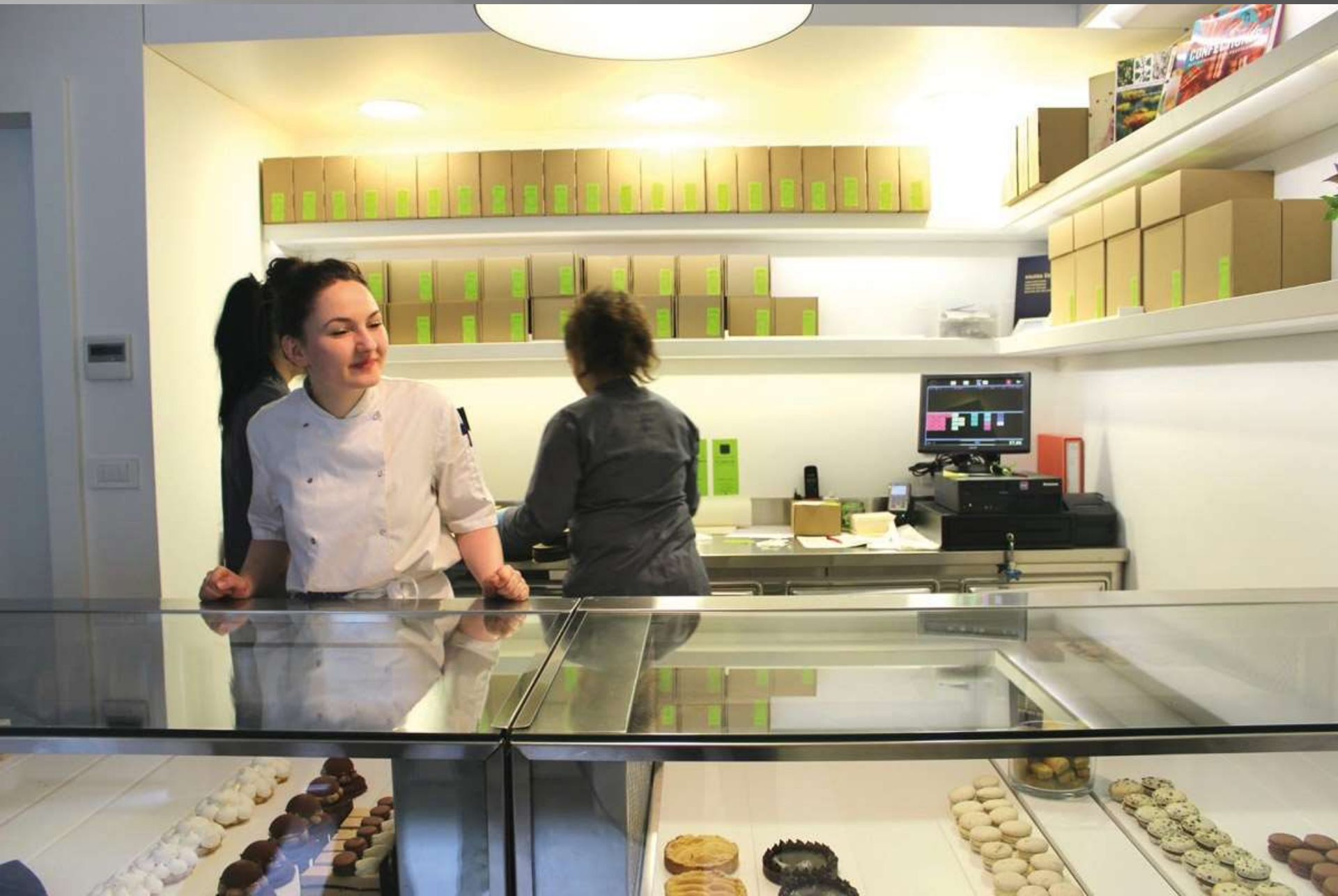
**POOL
HOUSE**



**OW
TIG**

**cho
cho**





Poster i plakati



IRMO

Ka

*Kreativnost je
neophodna u mom
poslu. Dijeleći je
s publikom stvaram
nove svjetove.*

Goran Bogdan, glumac

www.irmo.hr/cicc

INDUSTRIJE
KREATIVNI
ZAGREB
COOL GRAD



IRMO



*U idealnom gradu
kreativnost je
pokretač i poveznica
između kulture
i industrije.*

Dizajn studio Grupa

www.irmo.hr/cicc

COOL
INDUSTRIJE
ZAKREATIVNI
GRAD



IRMO



Tv

Kreativnost nam donosi inovativnost. Tako se u mnoštvu uvijek možemo istaknuti.

Robert Knjaz, tv autor

www.irmo.hr/cicc

INDUSTRIJE
KREATIVNI
GRAD
COOL
ZA

zagreb



IRMO

104

*Kreativni grad
su kreativni ljudi.
Nema uspješnog
grada bez
kreativnosti.*

Dr. Ivo Josipović,
predsjednik Republike Hrvatske

www.irmo.hr



Web, video spot i
radio jingl

Web stranica – www.irmo.hr/cicc

Mozilla Firefox

File Edit View History Bookmarks Tools Help

Google Prevoditelj x Problem loading page x http://irmounesco.azurewebsites.net/ x +

irmounesco.azurewebsites.net

Google

INDUSTRIJE ZA KREATIVNI GRAD

IRMO

ENG

O PROJEKTU ISTRAŽIVANJA I KKI O KKI RADIONICE BAZA PODATAKA PROGAMI I EDUKACIJA

Zašto CICC

Ciljevi

Aktivnosti

Korisnici

Projektni tim

Rezultati

O projektu „Cool Industries for the Creative City (CICC)“

Institut za razvoj i međunarodne odnose (IRMO) provodi projekt Cool Industries for the Creative City (CICC) koji je započeo u rujnu 2013., a traje do travnja 2014. Usmjeren je prema izgradnji kapaciteta kulturnih/kreativnih industrija grada Zagreba. To je istraživačko-konzultantski projekt i nastavlja se na prethodne aktivnosti IRMO-ovog Odjela za kulturu i komunikacije u području kulturnih/kreativnih industrija predstavljajući fazu uvođenja kulturnih/kreativnih industrija u zagrebačke javne politike.

Rezultati projekta će biti vidljivi kroz sljedeće aktivnosti: uvođenje kulturnih/kreativnih industrija u zagrebačke javne politike; izgradnja ljudskih i institucionalnih kapaciteta putem obrazovnih aktivnosti, kao i osnivanje središnje točke za kulturne/kreativne industrije (Centar za kulturne/kreativne industrije); umrežavanje relevantnih čimbenika; medijska kampanja za zagrebačke kulturne/kreativne industrije i promocija njihovih proizvoda.

Važnost i korist od projekta očitovat će se u ukupnom razvoju grada, uglavnom u povećanju prihoda od kulturnih/kreativnih industrija, u urbanom razvoju i razvoju kulturnog turizma, kao i u povećanju vibrantnosti grada. Osim toga, cilj projekta je diversifikacija turističke ponude, povećanje ekonomije i zapošljavanja grada.

start | Inbox - Mozilla Thund... | Mozilla Firefox | Press info_dulji.docx ... | Završna prezentacija... | HR | 15:03

Što dalje?

- ▣ implementacija mjera vezanih uz KKI
- ▣ osnivanje Centra za kreativne industrije (CKI)
- ▣ nastavak prikupljanja podataka za Registar kreativnih industrija – **PRIJAVITE SE SAMI!** na cicc@irmo.hr
- ▣ prijedlog i razrada konkretnih projekata u području KKI
- ▣ novi kolegij na Sveučilištu
- ▣ i još mnogo toga...



IRMO



*Kreativnost je
hrabrost da se čine
promjene i misli
drugačije.*

Ivana Sajko, spisateljica

www.irmo.hr/cicc

Iz Ka

COOL
INDUSTRIJE
KREATIVNI
ZAGREB





IRMO

RH

*Kreativni grad
su kreativni ljudi.
Nema uspješnog
grada bez
kreativnosti.*

Dr. Ivo Josipović,
predsjednik Republike Hrvatske

www.irmo.hr/cicc

C
O
O
L
I
N
D
U
S
T
R
I
J
E
Z
A
K
R
E
A
T
I
V
N
I
G
R
A
D

Tim stručnjaka uključenih u projekt I

- ▣ Dr. sc. Daniela Angelina Jelinčić – voditeljica projekta, istraživačica
- ▣ Mr. sc. Ana Žuvela - istraživačica
- ▣ Dr. sc. Krešimir Jurlin - istraživač
- ▣ Mario Polić – voditelj radionica
- ▣ Dr. sc. Feđa Vukić – koordinator akademskih aktivnosti
- ▣ Marko Baus – koordinator promotivnih aktivnosti

Tim stručnjaka uključenih u projekt II

- ▣ Vladimir Jelinčić – koordinator izrade registra KKI i njihovih proizvoda
- ▣ Petra Paulić – istraživačka i administrativna asistentica
- ▣ Žana Knežević – istraživačka i administrativna asistentica
- ▣ Ivan Hromatko – istraživački i administrativni asistent; volonter
- ▣ Arno Vinković – asistent; volonter

Creative PEOPLE ...

1. easily bored
2. risk takers
3. color outside the lines
4. think with their heart
5. make lots of mistakes
6. hate the rules
7. work independently
8. change their mind alot
9. have a reputation for eccentricity
10. dream big

www.Facebook.com/oliveruedesign



HVALA NA PAŽNJI!

