

BLIŻEJ BRUKSELI

PRZEMYSŁ KREATYWNY

DNI MAŁOPOLSKI
W BRUKSELI 2010

MAŁOPOLSKA –
NOWA DOLINA
KRZEMOWA?

KINO NA MIARĘ
XXI WIEKU –
CYFROWE PRZEJŚCIE

KREATYWNOŚĆ –
KOŁO NAPĘDOWE
LOKALNEGO ROZWOJU
GOSPODARCZEGO



KONTAKT Z REDAKCJĄ

Przedstawicielstwo Małopolski
w Brukseli
14, Rd Point Schuman
1040 Bruksela, BELGIA

bruxelles@umwm.pl
tel: +32 2 28 68 521

DESIGN

Parastudio
www.parastudio.pl

| | | |
|-----|---------------------------------------|---|
| 6 | POSTAW NA TALENT | Przepis na sukces regionów |
| 32 | MAŁOPOLSKA – NOWA DOLINA KRZEMOWA? | Sektor gier komputerowych rośnie w siłę |
| 42 | KREATYWNOŚĆ | Koło napędowe lokalnego rozwoju gospodarczego |
| 52 | PARASTUDIO* | Projektowanie z pasją |
| 58 | MAŁOPOLSKA PODBIJA BRUKSELĘ | Park Doświadczeń Kulturowych |
| 66 | KINO NA MIARĘ XXI WIEKU | Cyfrowe przejście |
| 74 | EUROPEJSKIE WZORCE CYFRYZACJI | Małopolska Sieć Kin Cyfrowych |
| 86 | ALVERNIA STUDIOS | Przemysł filmowy przyszłości pod Małopolską kopułą |
| 94 | PRZEMYSŁ KREATYWNY WE FRANCJI | Od antagonizmu do nowego Eldorado? |
| 100 | KLASTER IMAGINOVE | Dobre praktyki z zakresu polityki regionalnej w dziedzinie przemysłu |
| 104 | QUESTIO IURIS | |



Szanowni Państwo,

Małopolska jest regionem, który będąc świadomym własnego kapitału kulturowego aktywnie wspiera przemysł kreatywny. Znajdą Państwo w moim regionie prawdziwe skarby kultury: Królewski Wawel, piękny prastary Kraków, jedną z najstarszych na świecie kopalń soli – kopalnię w Wieliczce – Uniwersytet Jagielloński, który wkrótce obchodzić będzie jubileusz 650-lecia i wiele innych fantastycznych miejsc. Pragnę podkreślić, że ilość zabytków wpisanych na Światową Listę Dziedzictwa Kulturowego UNESCO w Małopolsce jest większa niż w całej Japonii. Musimy jednak pamiętać, że kultura to nie tylko dziedzictwo, ale i wyzwanie, które zarządzane przez mnie Województwo Małopolskie podjęło i z którego realizacją dobrze sobie radzi. Działania Zarządu Województwa Małopolskiego znacząco przyczyniają się do wzbogacenia oferty kulturalnej regionu i rozwoju instytucjonalnego jednostek organizacyjnych kultury. Do końca 2010 roku zostanie zakończonych 6 inwestycji, których łączna wartość wyniesie 119,3 mln zł, przy dofi-

nansowaniu z Małopolskiego Regionalnego Programu Operacyjnego na lata 2007 - 2013 w kwocie 70,7 mln zł i 48 mln zł z budżetu Województwa Małopolskiego. Budowa nowego gmachu Opery Krakowskiej, utworzenie Małopolskiego Ogrodu Sztuk, rozwój sądeckiego Miasteczka Galicyjskiego, budowa Lotniczego Parku Kulturowego to tylko niektóre ze zrealizowanych bądź planowanych projektów.

Biorąc pod uwagę zaangażowanie Województwa Małopolskiego we wspieranie rozwoju przemysłu kreatywnego, cieszę się, że mogę oddać w Państwa ręce tę publikację, stanowiącą kolejne świadectwo zaawansowania Małopolski w tej dziedzinie. Dzięki kolejnemu numerowi „Blżej Brukseli” dowiedzą się Państwo m. in. dlaczego nasze województwo jest liderem w zakresie cyfryzacji kin, poznają mechanizmy wsparcia kreatywności w naszych regionach partnerskich, a także dowiedzą się dlaczego Małopolska może być niedługo nazywana drugą krzemową doliną.

Życzę przyjemnej lektury!

Marszałek Województwa Małopolskiego



Marek Nawara

Postaw na talent

przepis na sukces regionów

Przemysły kreatywne w nowoczesnej gospodarce traktowane są jako główny czynnik wzrostu ekonomicznego, zdobywania przewag konkurencyjnych i dobrobytu państw i regionów.



PAWEŁ SZLACHTA

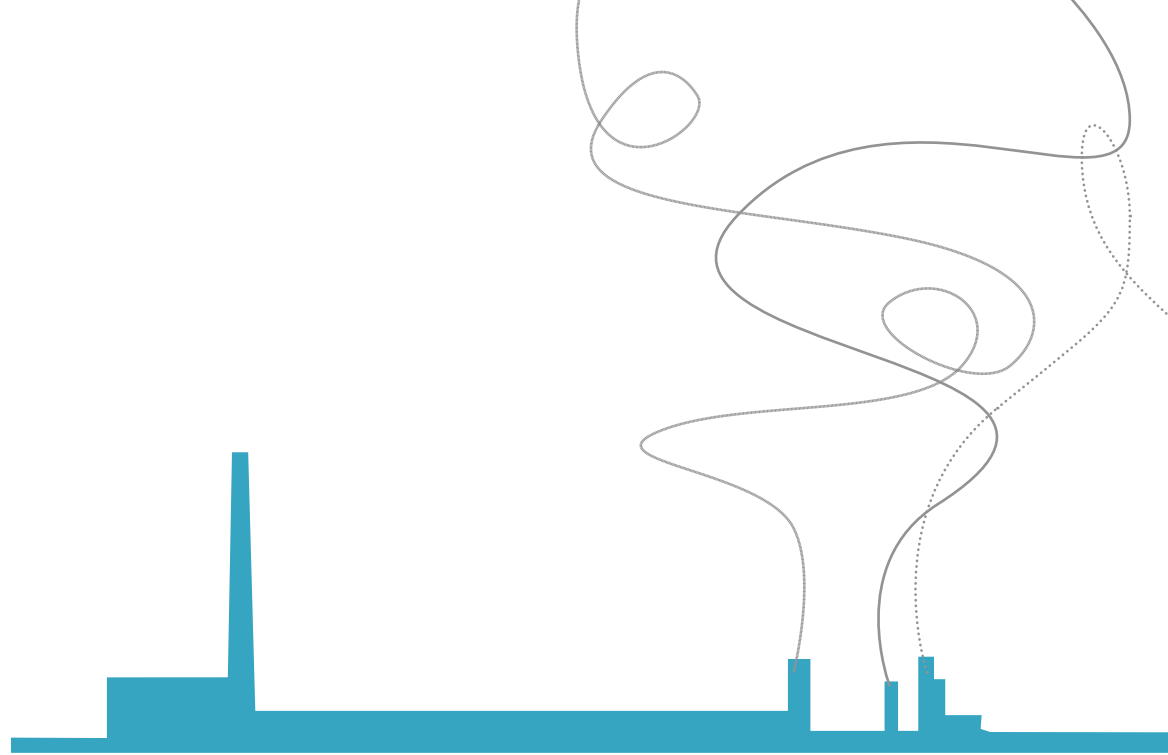
Absolwent Zarządzania Kulturą i Amerykistyki na Uniwersytecie Jagiellońskim. Prezes Zarządu „Klastra Przemysłów Kultury i Czasu Wolnego INRET”. Prezes Zarządu „Stowarzyszenia Twórców i Menedżerów Kultury UNISONO”. Członek Konwentu ds. Strategii Rozwoju Kultury Miasta Krakowa. Panelista w debatach nad aktualizacją Strategii UMWM „Małopolska 2020”. Członek kapituły nagrody Fundacji COMMITMENT TO EUROPE arts & business i Narodowego Banku Polskiego „Sztuka cenniejsza niż złoto”. Moderator forum w ramach Kongresu Kultury Polskiej 2009. Pracował m.in. w tematycznym parku rozrywki „Six Flags Marine World” w Kalifornii, projektował serwisy internetowe, zarządzał redakcją czasopisma, współtworzył telewizję internetową. Pomysłodawca i koordynator wielu projektów artystycznych. Prowadzi firmę informatyczną.

Na świecie i w Europie definiowane są odmiennie, ze względu na zakres sfery jaką obejmują. W Stanach Zjednoczonych coraz częściej nazywa się je przemysłami informacyjnymi, w Niemczech mówi się o gospodarce kultury (*Kulturwirtschaft*), w Holandii noszą one nazwę przemysłów praw autorskich (*copyright industries*), natomiast w Wielkiej Brytanii definicja ta jest rozszerzona do pojęcia przemysłów kreatywnych (*creative industries*).

Stwierdzenie, iż *kreatywność i talent, bardziej niż tradycyjne czynniki produkcji jak praca i kapitał, stają się silnymi napędami zrównoważonego rozwoju*, jest główną konkluzją zawartą w raporcie dotyczącym kreatywnej ekonomii, przygotowanym przez Konferencję Handlu i Rozwoju Narodów Zjednoczonych (UNCTAD) w 2008 roku. Kluczową rolę w rozwoju kreatywności i talentu odgrywają dziś technologie informacyjne, dzięki którym możliwa jest produkcja, promocja i dystrybucja treści, tzw. contentu.

Po raz pierwszy termin przemysły kultury został użyty przez teoretyków frankfurckiej szkoły filozofii krytycznej Theodora Adorno i Maxa Horkheimera w pracy zatytułowanej *The Dialectic of Enlightenment*. Przedstawili w niej tezę, iż kultura wytwarzana w sposób masowy, poprzez przemysł, niszczy sztukę wysoką.

*Kreatywność
i talent, bardziej niż
tradycyjne czynniki
produkcji jak praca
i kapitał, stają się
silnymi napędami
zrównoważonego
rozwoju.*




Nie pomyśleli oni jednak, że książka jako nośnik treści, czy to poezja, proza czy pozycja naukowa, może zaistnieć i spełnić swą funkcję kulturalną bądź edukacyjną tylko wtedy, kiedy zostanie zmultiplikowana w sposób przemysłowy i dystrybuowana na masowym rynku. Sytuacja ta przypomina przypadek Platona, który obarczył wynalazek pisma winą za osłabianie pamięci i powodowanie myślowego zubożenia. Sam natomiast, aby nadać rozgłos i tej idei, prezentował ją na piśmie.

Czy *Requiem* Mozarta, wykonane przez berlińskich filharmoników pod batutą Herberta von Karajana, zarejestrowane na płycie kompaktowej, powielone w dziesiątkach tysięcy egzemplarzy i sprzedawane w sklepach, traci w ten sposób cokolwiek ze swej wartości artystycznej?

Dlatego też należy wyraźnie zaznaczyć, iż termin przemysły kultury nie odnosi się do wartości kultury czy sztuki, lecz dotyczy sposobu organizacji, zarządzania, multiplikacji i dystrybucji jej produktów i usług.

Wypracowana w 1982 roku na konferencji UNESCO w Montrealu definicja przemysłów kultury mówi, iż jest to działalność w zakresie *produkcji, reprodukcji, magazynowania i dystrybucji na*



Przemysły kreatywne to te aktywności, które mają swoje źródło w indywidualnej kreacji, zdolnościach i talencie, mające potencjał tworzenia dobrobytu i miejsc pracy, poprzez produkcję i eksploatację własności intelektualnej.

dużą skalę dóbr i usług kultury.

Nie przystaje ona jednak do dzisiejszego stanu rozwoju owych przemysłów. Dlatego też potrzebne jest szerokie rozumienie owego terminu, gdzie jednym z ważniejszych kryteriów jest nastawienie na zysk: *wszelkie przedsięwzięcia w dziedzinie kultury, sztuki i mediów działające w ramach reguł rynkowych lub: zorientowana rynkowo działalność tych instytucji, które zajmują się produkcją oraz dystrybucją dóbr i usług kultury, czyli takich, których wartość płynie z ich funkcji jako nośników znaczeń przez obrazy, symbole, znaki i dźwięki.*

Definicja przemysłów kreatywnych zaproponowana przez Departament Kultury, Mediów i Sportu Wielkiej Brytanii brzmi: *są to te aktywności, które mają swoje źródło w indywidualnej kreacji, zdolnościach i talencie, mające potencjał tworzenia dobrobytu i miejsc pracy, poprzez produkcję i eksploatację własności intelektualnej.* Dzięki temu ujęciu możemy wyróżnić:

- przemysł filmowy, video i produkcji audiowizualnej
- przemysł muzyczny
- przemysł wydawniczy
- przemysł medialny (telewizja, radio, prasa, internet, mobile)



- przemysł reklamy
- projektowanie graficzne i wzornictwo przemysłowe (design)
- projektowanie ubioru (fashion design)
- architektura
- galerie i handel sztuką
- sztuki sceniczne (performatywne) – teatr, taniec, opera
- działalność artystów i rzemiosło artystyczne
- konserwacja zabytków i dzieł sztuki
- gry komputerowe i oprogramowanie

Natomiast przemysły czasu wolnego można podzielić na:

- turystykę
- rekreację
- gastronomię.

Bogdan Zdrojewski, Minister Kultury i Dziedzictwa Narodowego, w eseju *Przemysły kultury w rozwoju regionalnym i lokalnym – doświadczenia wrocławskie* napisał, iż dominacja kultury obrazkowej i fakt przenoszenia się części naszego życia do sfery wirtualnej nie powinny wyzwalać silniejszych mechanizmów obronnych, lecz bardziej przemyślane sposoby właściwego ko-


*Wyobraźnia jest
ważniejsza niż wiedza,
gdyż wiedza jest
ograniczona.*

rzystania ze zdobyczy cywilizacyjnych ery informacyjnej.

Albert Einstein, mówiąc że wyobraźnia jest ważniejsza niż wiedza, gdyż wiedza jest ograniczona, nie odnosił się do konkretnej dziedziny nauki, kultury czy innej formy ludzkiej aktywności, lecz do sposobu podejścia do problemu. Wyobraźnia w procesie kreatywnego myślenia podpowiada rozwiązania nie zawsze rewolucyjne w założeniach, a najczęściej łączące elementy bądź fakty już istniejące. Wynikiem tego procesu jest innowacja.

Ross A. Webber stwierdzał, że *twórczość będziemy określać jako generowanie pomysłu*, który może zaowocować powstaniem innowacji, np. wytworzeniem nowego wyrobu, usługi, procesu, struktury czy metody; zaś Yoneji Masuda, odpowiedzialny za japońską rewolucję komputerową, pisał, iż *czas wolny zastąpi akumulację materialną jako wartość krytyczną i nadrzędny cel społeczny*.

W swej książce pisze, iż *rewolucja informatyczna będzie się przyczyniać do powstawania większej ilości czasu wolnego, dzięki czemu ludzie będą mogli swobodnie i dobrowolnie decydować o swojej przyszłości*. Uważa on, że przejście od wartości materialnej do wartości czasu wolnego jest punktem zwrotnym w ewolucji naszego gatunku. Formy spędzania czasu wolnego zmieniać się



będą na korzyść rozrywki i turystyki kulturalnej, dlatego też wzrasta znaczenie przemysłów czasu wolnego i przemysłów kultury, co daje szansę na wzrost zatrudnienia w tych sektorach.

Internet spełni tu kluczową rolę, jako platforma najszybszej informacji umożliwiającej wybór oferty, dostępnej przy użyciu bezprzewodowych urządzeń przenośnych, pozwalających cieszyć się wolnością przestrzeni, czasu i wyboru.

Aby zrozumieć dzisiejszy świat i móc się rozwijać jako kraj, region, miasto, firma czy w wymiarze osobistym, należy przyswoić szeroki kontekst globalnych przemian gospodarczych, społecznych, kulturowych i technologicznych, jakie dokonują się na naszych oczach, za sprawą kreatywnej ekonomii.

Wywiera ona wpływ na komunikację międzyludzką, prowadzenie biznesu czy działalność twórczą, a zarazem stwarza ogromne szanse i stawia nowe wyzwania.

Teza, według której kreatywność i innowacje są dziś kluczowymi czynnikami rozwoju gospodarczego, tworząc wspólny mianownik dla aktywności w biznesie, nauce i kulturze, znajduje coraz częściej potwierdzenie w faktach. Dzięki ich umiejętnemu wykorzystaniu można uzyskiwać przewagi konkurencyjne na

*Koncentracja twórców,
przedsiębiorców
i odbiorców
w miastach
i dzielnicach
kreatywnych tworzy
atrakcyjną atmosferę,
mierzoną tzw.
indeksem bohemy.*

wielu poziomach.

Kreatywność i wyobraźnia zawsze były podstawą działalności artystycznej, która dziś wsparta technologiami informacyjnymi może się rozwijać szybciej niż kiedykolwiek wcześniej.

Nowe możliwości finansowania i modele biznesowe pozwalają na materializowanie najbardziej wyszukanych pomysłów a przedsiębiorczość w połączeniu z kreatywnością daje efekty w postaci dynamicznego rozwoju przemysłów kreatywnych i przemysłów czasu wolnego, które napędzają lokalne gospodarki i tworzą atrakcyjne miejsca pracy.

Sfera twórcza i kultura stają się więc obecnie lokomotywami rozwoju i katalizatorami zmian. Powstająca w ten sposób klasa kreatywna przyczynia się do budowy kreatywnych miast, przyciągających następnie utalentowane jednostki, które współpracując w sieciach, tworzą nowe powiązania kooperacyjne. Koncentracja twórców, przedsiębiorców i odbiorców w miastach i dzielnicach kreatywnych tworzy atrakcyjną atmosferę, mierzoną tzw. indeksem bohemy, oraz możliwości, które pozwalają na realizację międzybranżowych i międzysektorowych projektów. Efektywność i odnoszone korzyści przyczyniają się do upo-

Kaizen, czyli proces ciągłego doskonalenia, jest najważniejszą umiejętnością ery informacyjnej. Otwarta i ciągła innowacyjność, w świecie globalnego obiegu informacji, będzie decydować o przewadze konkurencyjnej

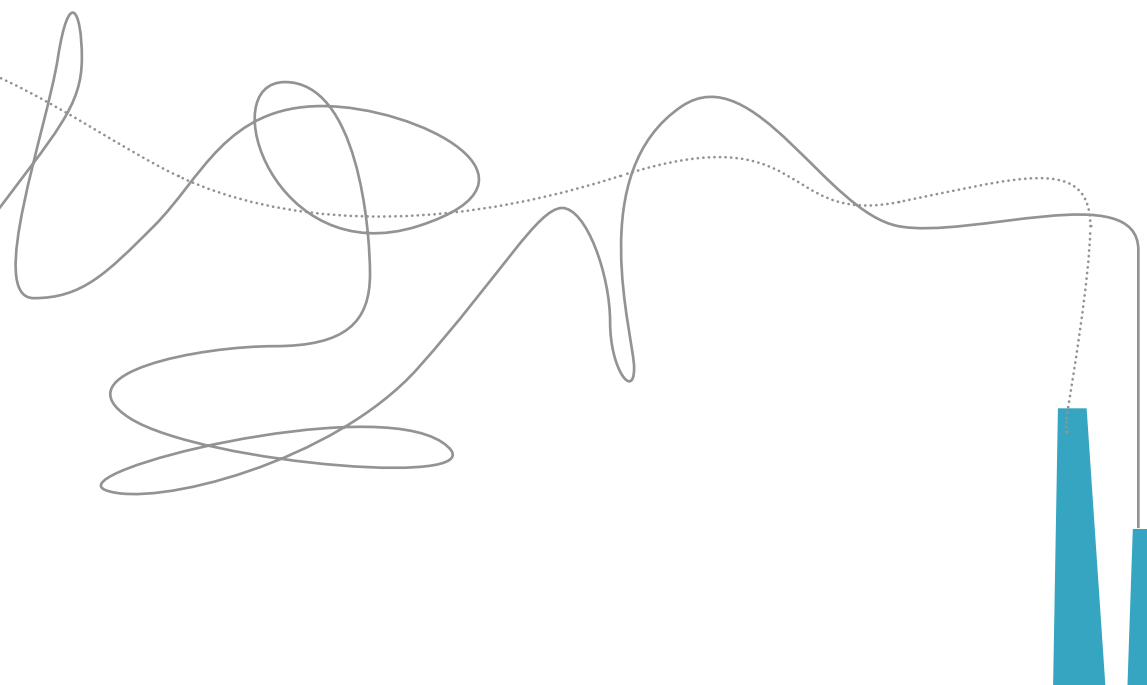


wszechnienia modeli współpracy sieciowej, przyjmującej coraz częściej formę klastrów kreatywnych.

Japońskie określenie Kaizen, czyli proces ciągłego doskonalenia, jest najważniejszą umiejętnością ery informacyjnej. Otwarta i ciągła innowacyjność, w świecie globalnego obiegu informacji, będzie decydować o przewadze konkurencyjnej. Dwa kluczowe czynniki rozwoju nowoczesnych gospodarek opartych na innowacjach i wiedzy to digitalizacja i konwergencja. Ucyfrowienie, to klucz do zrozumienia przemian ostatnich dwóch dekad. Można by rzec, za Nicolasem Negroponte, że *ze świata atomów przechodzimy w świat bitów*.

Konwergencję można tłumaczyć jako stapianie się cyfrowych urządzeń, jak: komputer, telefon, telewizor, aparat fotograficzny czy kamera, w jedno zminiaturyzowane, mobilne urządzenie, które można nazwać „teleputer”. Dziś takim urządzeniem jest telefon komórkowy, który łączy wszystkie te funkcje, stając się również platformą dostarczającą usługi dodatkowe i generującą zyski.

Kultura jest sferą, na której nie tylko opierają się przemysły kreatywne, ale także tym obszarem ludzkiej aktywności, który



Kultura traktowana jako inwestycja, opłaca się zarówno tym, którzy ją tworzą, jak i tym którzy w nią inwestują.

w ciągu ostatnich lat przechodzi niezwykłą transformację. Przyczyn tego faktu należy upatrywać m.in. w rozwoju technologii, mediów, nowych formach finansowania działalności artystycznej, zmianie pokoleniowej, a w przypadku Polski także w dostępie do funduszy unijnych. Wspomniane konteksty powodują, iż należy przededefiniować sposoby uczestnictwa w kulturze i jej konsumpcji oraz rolę i miejsce sektora twórczego.

Jeśli kultura jest traktowana jako inwestycja, opłaca się zarówno tym, którzy ją tworzą, jak i tym którzy w nią inwestują. Oprócz znanych dotychczas źródeł finansowania, w postaci środków budżetowych, *zasady przedłużonego ramienia* (arm's length principle), dotacji, grantów, funduszy unijnych, sponsoringu czy mecenatu, pojawiły się możliwości finansowania ze strony dedykowanych funduszy kapitałowych, aniołów biznesu czy giełdy (np. warszawskiej New Connect).

Dobra i usługi kultury to dobra rynkowe, dlatego też mówi się czasami o tzw. „utowarowieniu kultury” (cultural commodification). Francis Fukuyama, nawiązując do koncepcji Pierre’a Bourdieu uważa, że budują one kapitał kulturowy społeczeństwa i przyczyniają się do jego dobrobytu.

*Transformacja
powinna się
dokonywać przede
wszystkim w sferze
mentalnej, otwartości
i gotowości na
stosowanie nowych
rozwiązań.*

Aby Polska mogła czerpać korzyści z rozwoju sfery twórczej i kultury, transformacja powinna się dokonywać przede wszystkim w sferze mentalnej, otwartości i gotowości na stosowanie nowych rozwiązań, m.in. takich jak praca projektowa, deetyzacja, kontrakty menedżerskie, aktywność w pozyskiwaniu alternatywnych źródeł finansowania, wykorzystywanie narzędzi informatycznych w zarządzaniu, ocena efektywności działań poprzez np. Zrównoważoną Kartę Wyników (BSC), współpraca międzysektorowa i międzybranżowa, a także międzynarodowa, w celu wymiany doświadczeń i poznawania przykładów dobrych praktyk.

Poniższa ilustracja prezentuje wpływ działalności kreatywnej, w tym artystycznej, na rozwój gospodarki oraz powstawanie nowych produktów i usług, dla których wytworzona w ramach przemysłów kreatywnych własność intelektualna jest podstawą. Dzięki umiejętności zastrzegania majątkowych praw autorskich do pomysłów, ich twórcy mogą generować zyski z licencji, tantiem i patentów.

Przemysły kultury i czasu wolnego to jedno z najbardziej dynamicznie rozwijających się sektorów gospodarki. Według

PODSTAWOWE STREFY KREATYWNE

Komercyjna produkcja mająca wysoki stopień ekspresyjnej wartości, odwołujące się do ochrony praw autorskich.

PRZEMYSŁ KULTURY

Aktywności związane z masowym powielaniem twórczości.
Produkcja oparta na prawach autorskich np. przemysł filmowy, muzyczny, wydawniczy, gier video.

PRZEMYSŁY KREATYWNE I INNE AKTYWNOŚCI

Wykorzystanie wartości ekspresyjnej jest niezbędne do funkcjonowania tych sektorów np. design czy oprogramowanie w szerszym kontekście funkcjonowania gospodarki.

POZOSTAŁE SEKTORY GOSPODARKI

Przemysły usługowe i produkcyjne korzystające i eksploatujące ekspresyjną twórczość generowaną przez przemysły kreatywne np. emocjonalna ergonomia odtwarzacza iPod firmy Apple czy odkurzacz Dysona czy „retailtainment” usług, m.in. Virgin Atlantic i BA.

Ilustracja: Schemat wpływu przemysłów kreatywnych na gospodarkę Wielkiej Brytanii

Źródło: opracowanie własne na podstawie "Staying ahead: the economic performance of the UK's creative industries",
Department for Culture, Media and Sport, Wielka Brytania, 2007,
strona internetowa: <http://www.culture.gov.uk/>

Według danych Banku Światowego, aż 50% globalnych wydatków pochłaniają produkty kreatywne, a przemysły kreatywne stanowią już 7% produktu światowego brutto.

Główną strategią jaką zaadoptował globalny sektor przemysłów kultury, jest tendencja by łączyć zasoby z potrzebami, w postaci sieci współpracy,

raportu International Intellectual Property Alliance, ten sektor w Stanach Zjednoczonych miał większy pozytywny wpływ na rozwój gospodarki niż przemysł chemiczny, maszynowy, elektroniczny, tekstylny, odzieżowy czy lotniczy. W 1999 roku, przemysł muzyczny, wydawniczy, filmowy, telewizja, video i oprogramowanie komputerowe, dały amerykańskiej gospodarce 447,2 miliardów dolarów, czyli około 5% PKB.

Według raportu Kern'a, przemysły kultury wygenerowały w krajach Unii Europejskiej w 2003 roku średnio 2,6% PKB. W Polsce, według danych Ministerstwa Kultury i Dziedzictwa Narodowego z 2000 roku, było to około 4,5% PKB.

Ten sektor tworzy także dużą ilość atrakcyjnych miejsc pracy, co jest tendencją globalną. W USA na koniec 1999 roku zatrudnienie w sektorze wynosiło 7,6 mln osób, a Polsce w 2004 roku było to około 230 800 osób, co stanowiło 1,7% ogółu zatrudnionych.

W Stanach Zjednoczonych nie istnieje ministerstwo prowadzące politykę kulturalną. Mimo tego władze lokalne i stanowe odgrywają ważną rolę w promocji przemysłów kultury, kreując odpowiednie warunki i zachęty do rozwoju.

Organizacje pozarządowe nie płacą podatków, a wszystkie

Nowa wartość w tym sektorze powstaje, gdy spotkają się techniczna innowacja, kreacja artystyczna i przedsiębiorczość.

wpłaty na rzecz fundacji i stowarzyszeń, zarówno od osób fizycznych i prawnych mogą być odpisane od dochodu.

Według danych Banku Światowego, aż 50% globalnych wydatków pochłaniają produkty kreatywne, a przemysły kreatywne stanowią już 7% produktu światowego brutto.

Główną strategią jaką zaadoptował globalny sektor przemysłów kultury, jest tendencja by łączyć zasoby z potrzebami, w postaci sieci współpracy, także internetowej, klastrów, dzielnic artystycznych i różnego rodzaju partnerstwa podmiotów. Nowa wartość w tym sektorze powstaje, gdy spotkają się techniczna innowacja, kreacja artystyczna i przedsiębiorczość, by stworzyć nowe dobro lub usługę kulturalną.

Przemysły kreatywne są oparte na jednostkach z twórczymi umiejętnościami artystycznymi, na aliansie menedżerów z naukowcami, umiejętności tworzenia produktów rynkowych, a ich ekonomiczna wartość leży w ich kulturalnych lub intelektualnych własnościach. Zajmują się zarówno produkcją jak i prezentacją, promocją i dystrybucją treści.

W listopadzie 2007 w Pekinie odbyły się targi EXPO poświęcone przemysłom kultury. Podczas czterech dni trwania impre-

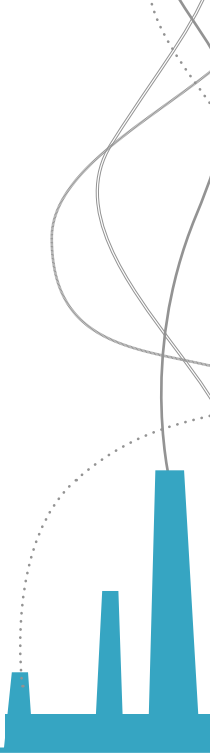
*Komercjalizacja
czyli umiejętność
przekuwania
pomysłu w biznes
jest kwintesencją
kreatywnej ekonomii.*

*Te jednostki, które
to potrafią, łącząc
wyobraźnię, wiedzę,
innovacyjne podejście
i wyczucie rynku,
wygrywają.*

zy zawarto ponad 200 umów o współpracy w dziedzinie filmu, produkcji telewizyjnej, rozwoju rynku gier, handlu antykami, rozwoju usług turystycznych, wydarzeń artystycznych oraz wydawnictw, na kwotę 3,8 miliarda dolarów.

Komercjalizacja czyli umiejętność przekuwania pomysłu w biznes jest kwintesencją kreatywnej ekonomii. Te jednostki, które to potrafią, łącząc wyobraźnię, wiedzę, innowacyjne podejście i wyczucie rynku, wygrywają. Stosowana przez nich często *strategia błękitnego oceanu*, dzięki której tworzą nowe nisze rynkowe i kreują trendy, w których przyjmują pozycję lidera, pozwala im uzyskiwać przewagę konkurencyjną.

W dobie globalizacji, szybkiej wymiany myśli i nieograniczonego transportu, na całym świecie powstają wielonarodowe centra kreatywności (*creative hubs*), w których mieszają się idee, kultury i obyczaje. Takie swoiste tygle kreatywności (*melting pots*) w ostatniej dekadzie zaczęły intensywnie rozwijać się także poza Europą, która tradycyjnie kojarzona była ze sztuką i dziedzictwem. Obok Londynu z dzielnicą teatralną na Shaftesbury Avenue w Soho i centrum kulturalnym w South Bank, Edynburgha z dzielnicą literacką, Dublina z dzielnicą artystyczną



Rewitalizacja, będąca dziś często czynnikiem rozwoju miast i regionów, przynosi doskonałe efekty, kiedy odbywa się poprzez wprowadzenie do odnowionych przestrzeni, funkcji kulturalnych i siedzib firm z sektora przemysłów kreatywnych.

Temple Bar, Wiednia z kwartałem muzealnym Museumsquartier, brytyjskiego Sheffield z Cultural Industries Quarter, niemieckiego Zagłębia Ruhry, będącego Europejską Stolicą Kultury 2010, hiszpańskiego Bilbao z Muzeum Guggenheima, Nowego Jorku z Broadway'owskim przemysłem sztuk performatywnych, Los Angeles i Hollywood z przemysłem filmowym i Nashville z przemysłem muzycznym, nowe centra energii i przyciągania powstają w dużych miastach dynamicznie rozwijających się regionów jak Pekin, Lagos czy San Paulo. To przykłady, których siła oddziaływania mierzona jest w skali globalnej.

Rewitalizacja, będąca dziś często czynnikiem rozwoju miast i regionów, przynosi doskonałe efekty, kiedy odbywa się poprzez wprowadzenie do odnowionych przestrzeni, funkcji kulturalnych i siedzib firm z sektora przemysłów kreatywnych. To właśnie działalność kulturalna jest w stanie przynosić korzyści a materializuje się w tworzeniu nowego wizerunku i atmosfery zrewitalizowanych miejsc. Należy mieć na uwadze, iż same odnowione budynki, choćby w najpiękniejszej formie, nie są w stanie wywołać impulsu do zmiany, trzeba je wypełnić treścią.

Przykładami dobrych praktyk są m.in. łódzka Manufaktu-

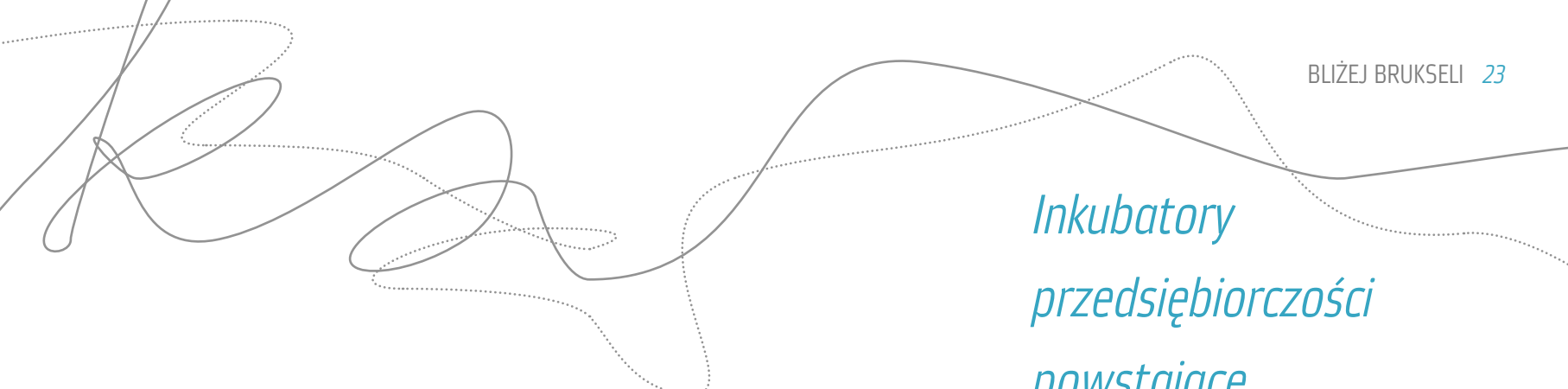
*Komercjalizacja
czyli umiejętność
przekuwania
pomysłu w biznes
jest kwintesencją
kreatywnej ekonomii.*

*Te jednostki, które
to potrafią, łącząc
wyobraźnię, wiedzę,
innowacyjne podejście
i wyczucie rynku,
wygrywają.*

ra z Muzeum Sztuki Współczesnej MS2 i projekt EC1 – Miasto Kultury, dzięki któremu Łódź pragnie zdobyć tytuł Europejskiej Stolicy Kultury 2016, krakowski Kazimierz z kwartałem św. Wawrzyńca i dzielnica Zabłocie z Fabryką Oskara Schindlera, przekształcaną w Muzeum Historyczne i Muzeum Sztuki Współczesnej.

Warto tu przywołać jeszcze dwa projekty rewitalizacyjne planowane w Krakowie. Pierwszy to dworzec towarowy przy ulicy Kamiennej, zakładający stworzenie tam Centrum Kreatywnego Spędzania Czasu *Między torami*. Drugi nosi nazwę NOVA PARK i został opracowany w 2007 roku przez byłego Wiceministra Gospodarki i Prezesa Huty im. Tadeusza Sendzimira, Edwarda Nowaka.

Koncepcja zakłada rewitalizację terenów znajdujących się dziś w granicach zakładu Arcelor Mittal Poland s.a. w Nowej Hucie. Do ponownego zagospodarowania i wykorzystania na tzw. czysty biznes (w tym technologie informatyczne i internetowe), stworzenie inkubatorów przedsiębiorczości, oddziału Specjalnej Strefy Ekonomicznej, przestrzeni do działań artystycznych, siedzib dla firm z sektorów kreatywnych, Muzeum Techniki



*Inkubatory
przedsiębiorczości
powstające
przy uczelniach,
centrach transferu
technologii i parkach
technologicznych,
dają szansę młodym
ludziom i studentom
na przekuwanie
własnych marzeń
i pomysłów w dobrze
prosperujący biznes.*

Przemysłowej i części rekreacyjnej w Przylasku Rusieckim, jest ponad 1000 hektarów. Ta skala działań, przy założeniu że projekt dojdzie do skutku, może być traktowana jako jedna z największych rewitalizacji tego typu na świecie, porównywalna z hamburską Hafen City. To także szansa dla wielu podmiotów kulturalnych z całego regionu Małopolski na znalezienie własnej siedziby i przestrzeni do działań twórczych.

Aby można było myśleć o rozwoju sektora kreatywnego, czy to na świecie czy w Polsce, potrzebne są narzędzia realizacji celów. Przedsiębiorczość, zwłaszcza na wczesnym etapie, wymaga wsparcia merytorycznego, menedżerskiego, administracyjnego, prawnego i księgowego. Zorganizowane i kompleksowe usługi jakie świadczą dziś inkubatory przedsiębiorczości powstające przy uczelniach, centrach transferu technologii i parkach technologicznych, dają szansę młodym ludziom i studentom na przekuwanie własnych marzeń i pomysłów w dobrze prosperujący biznes.

Są to m.in. inkubatory kreatywności Cube i Showroom/Workstation w Sheffield, Barbican Centre i O₂ Arena w Londynie, Gasometer w Wiedniu, Śląski Zamek Sztuki i Przedsiębiorczości

w Cieszynie, Stary Browar – Centrum Sztuki i Biznesu w Poznaniu czy Łódź Art Center i Fabryka Sztuki z Art Inkubatorem.

Efekty synergii jakie daje połączenie myślenia przedsiębiorczego, nie tylko liczącego na zysk ale szanującego pieniądź, z kreatywnością, doświadczeniem i wartościami jakie niesie kultura, pozwala w pełni wykorzystać potencjały i szanse.

Koncentracja siły twórczej i kreatywności w jednym miejscu, np. w ramach inkubatora czy centrum coworkingu, wyzwala dalsze efekty mnożnikowe, swego rodzaju *efekt kuli śnieżnej*.

Coraz częściej obserwowanym zjawiskiem jest współpraca tzw. freelancerów, czyli artystów, menedżerów i specjalistów wolnych zawodów, spotykających się w centrach coworkingu, gdzie oprócz otwartej przestrzeni (typu *open space*) z biurkami i bezprzewodowym internetem, mają dostęp do wspólnej drukarki, faksu i innych urządzeń biurowych, za co płacą niewielką opłatę.

W ten oto sposób powstaje klasa kreatywna, o której pisał Richard Florida, napędzająca lokalny, regionalny i globalny rozwój ekonomiczny.


Koncepcja klastrów zyskuje obecnie coraz większą popularność w Europie i w Polsce, jako atrakcyjne i efektywne narzędzie podnoszenia konkurencyjności oraz stymulowania innowacyjno-

Zyski pochodzące z działalności klastrów kreatywnych mogą być olbrzymie, zarówno w kontekście społecznym jak i czysto ekonomicznym.

ści gospodarek lokalnych i regionalnych. Uznawane są za *lokomotywy* rozwoju gospodarczego, aktywizujące eksport i przyciągające zagraniczne inwestycje.

The Clusters Group w Departamencie Handlu i Przemysłu Wielkiej Brytanii wskazuje, iż zyski pochodzące z działalności klastrów kreatywnych mogą być olbrzymie, zarówno w kontekście społecznym jak i czysto ekonomicznym. Jednakże pojawiają się tu szczególne wyzwania, gdyż klastry kreatywne nie rządzą się tymi samymi prawami co inne klastry, dlatego też nie wystarczą tu tradycyjne strategie. Tego typu klastry potrzebują o wiele więcej niż standardowa wizja parku technologicznego obok kampusu.

Klastry kreatywne skupiają organizacje pozarządowe, instytucje kulturalne, artystów i miejsca spotkań ze sztuką obok centrów nauki i mediów. Dają one przestrzenie zarówno do pracy jak i do życia, to miejsca gdzie dobra kultura się wytwarza i gdzie się z nich korzysta. Są czynne i aktywne przez całą dobę by móc się bawić i pracować. Napędzane energią i różnorodnością mieszkańców i gości oraz ciągłą zmianą, rozkwitają w zatłoczonych, wielokulturowych miastach, prezentując swoją lokalną




Zasady „każdy
wygrywa” (win-
to-win), będącej
podstawą nowej
formuły współpracy
ery informacyjnej

i kreatywnej
gospodarki,
nazywanej
„kapitalizmem
sojuszników”..

indywidualność, będąc równocześnie połączone ze światem.

Klustry tym m.in. różnią się od sieci, iż oprócz współpracy, występuje w nich konkurencja, rozumiana jako presja na zmiany, dyfuzja innowacji i zwiększenie wydajności. Efekty synergii dzięki funkcjonowaniu w takiej strukturze dają korzyści wszystkim podmiotom należącym do klastra, w imię zasady „każdy wygrywa” (win-to-win), będącej podstawą nowej formuły współpracy ery informacyjnej i kreatywnej gospodarki, nazywanej *kapitalizmem sojuszników*.

Takie miejsca przyciągają kolejne kreatywne umysły, młode ale posiadające już pewne doświadczenie zawodowe, legitymujące się wyższym wykształceniem, zazwyczaj specjalistycznym, chcące spełniać się zawodowo i realizować swoje pomysły. Dzięki rotacji kadry możliwa jest wymiana doświadczeń i usprawnienie procesów poprzez przekazywanie know-how oraz innowacji. Następuje proces profesjonalizacji kadry, która często odchodząc z kolejnej firmy zakłada swój własny biznes. Daje to szansę na kształcenie nowych osób na rynku pracy w formie atrakcyjnych praktyk studenckich czy płatnych staży zawodowych.



Wśród klastrów działających w przemysłach kreatywnych i przemysłach czasu wolnego wymienić można:

- *Culture Northeast* w ramach *North East One*
(Newcastle, WIELKA BRYTANIA)
- *Media Tree* (Maidstone, WIELKA BRYTANIA)
- *Creative Clusters* (Sevilla, HISZPANIA)
- *Hollywood* (Kalifornia, USA)
- *ARENA Creative Industries* (Lillehammer, NORWEGIA)
- *ADA Association for Design and Advertising*
(Gothenburg, SZWECJA)
- *South Transdanubian Cultural Industry Cluster* (Pécs, WĘGRY)
- *Musicon Valley Denmark* (DANIA)
- *Danish Fashion Insitute* (DANIA)
- *Consorzio della moda di Verona* (Wenecja, WŁOCHY)
- *Metadistretto del design* (Mediolan, WŁOCHY)
- *Network Design & Media* (Linz, AUSTRIA)
- *Creativ Wirtschaft Austria* (Wiedeń, AUSTRIA)
- *Exhibition Road* (Londyn)
- *City Fringe Partnership* (Londyn)
- *Media City UK* (Salford Quays, Manchester)

*Zasady
„każdy wygrywa”
(win-to-win), będącej
podstawą nowej
formuły współpracy
ery informacyjnej
i kreatywnej
gospodarki,
nazywanej
„kapitalizmem
sojuszników”..*

-
- *Media Park* (Hilversum, HOLANDIA)
 - *Multimedialna Dolina* (Flandria, HOLANDIA)
 - Klaster Filmowy (Babelsberg, NIEMCY)
 - Klaster Medialny (Kolonja, NIEMCY)
 - *Klaster Gier i Multimediiów* (FRANCJA)
 - *Tourism and Experience Management Competence Cluster* (Helsinki, FINLANDIA)
 - Łódzki Klaster Medialny *Media Klaster* (Łódź)
 - Stowarzyszenie Klaster Multimediiów i Systemów Informacyjnych *MultiKlaster* (Nowy Sącz)
 - Klaster *Krakowska Strefa Dizajnu* (Kraków)
 - Klaster Przemysłów Kultury i Czasu Wolnego INRET

Planowanie strategiczne, według metodologii Foresight, w wielu dziedzinach gospodarki stało się w ostatnich latach domeną tych krajów, które wkroczyły już na drogę rozwoju społeczeństwa informacyjnego. Przewidywanie kierunków rozwoju poszczególnych branż przemysłu, usług czy przemian społecznych, nosi znamiona samospełniającej się przepowiedni. Czasami jednak przewidywania nie sprawdzają się, przypominając



Szansą jest eksploatacja wyobraźni, tworzenie innowacji i kreatywnych rozwiązań, współpraca partnerska i edukacja poprzez doświadczenie, dzięki czemu Polska mogłaby konkurować w skali globalnej.

wróżenie z fusów. W. I. Thomas stwierdził, że jeżeli ludzie definiują jakieś sytuacje jako rzeczywiste, to takimi one się stają

Gospodarka w dobie globalnych przemian, przestawiła się z gromadzenia dóbr materialnych na dostęp do wartości niematerialnych, przedefiniowała pojęcia i stworzyła nowe formy prowadzenia działalności, w świecie, gdzie granica pomiędzy rzeczywistością a wirtualnością, już się zatarła.

Rozwój przemysłów kultury, na wzór amerykański czy brytyjski, powinien stać się w Polsce rządowym priorytetem, a postrzegane jako decydujący czynnik wzrostu gospodarczego, dadzą szansę polskiej kreatywności, kulturze i przedsiębiorczości na zaistnienie na poziomie globalnym.

Proces stymulowania przez podmioty sektora publicznego, prywatnego i pozarządowego powstawania centrów kreatywności, sieciowej współpracy, inicjatyw klastrowych, inkubatorów, parków technologicznych czy dzielnic artystycznych, stworzy nowe, pozytywne relacje społeczne, pozwoli zrewitalizować i zagospodarować zaniedbane przestrzenie publiczne, które wraz z nadaniem nowych funkcji zostaną udostępnione do życia i spędzania wolnego czasu, a także zaoferuje atrakcyjne miejsca pracy.

Człowiek woli patrzeć przez dziurkę od klucza niż przez lunetę”, a przecież wyobraźnia jest naszą największą zaletą, inteligencja najcięższą bronią, a ciekawość najprostszą drogą do znalezienia innowacyjnych rozwiązań.

Głównym przesłaniem dla decydentów, płynącym z owych kazusów, powinno być traktowanie kultury jako inwestycji w przyszłość i koła napędowego dla stabilnego i stałego rozwoju gospodarki. To inwestycja przynosząca w nieodległej perspektywie największą stopę zwrotu i pozwala osiągnąć efekty skali, generując przy tym wartość dodaną.

Nowa strategia dla Unii – *Europa 2020* zakłada, iż to właśnie poprzez przemysły kreatywne oraz stymulowanie innowacyjności, Europa będzie konkurować z gospodarką amerykańską i azjatycką.

Zaktualizowana Strategia Rozwoju Województwa Małopolskiego *Małopolska 2020* definiuje *Dziedzictwo i przemysły czasu wolnego* jako obszar strategiczny. Zapis ten jest komplementarny wobec Strategii Rozwoju Kultury Krakowa. Miasto również stawia na rozwój i wsparcie przemysłów kreatywnych. Pytaniem pozostaje dobór narzędzi realizacji celów i efektywność działań.

Nasz kraj i jego regiony nie będą się rozwijały np. poprzez eksploatację węgla kamiennego czy innych, nieodnawialnych złóż mineralnych. Szansą jest natomiast eksploatacja wyobraźni, tworzenie innowacji i kreatywnych rozwiązań, współpraca partnerska i edukacja poprzez doświadczenie, dzięki czemu Polska mogłaby konkurować w skali globalnej. Kreatywność jest jedynym zasobem, którego nam Polakom nie brakuje, a jako zasób niewyczerpalny może stanowić o stabilnym i długotrwałym rozwoju, przyczyniając się do sukcesu miast i regionów.

Karl Farkas stwierdził, iż *człowiek woli patrzeć przez dziurkę od klucza niż przez lunetę*, a przecież wyobraźnia jest naszą największą zaletą, inteligencja najcięższą bronią, a ciekawość najprostszą drogą do znalezienia innowacyjnych rozwiązań.

FUNDACJA KLASTER PRZEMYSŁÓW KULTURY I CZASU WOLNEGO INRET jest organizacją powstałą w celu utworzenia i koordynowania prac Klastra Przemysłów Kultury i Czasu Wolnego INRET.

Dzięki współpracy podmiotów z sektora prywatnego, publicznego i pozarządowego oraz instytucji otoczenia biznesu i jednostek naukowych, Klaster stanowi zorganizowaną strukturę zdolną do skutecznego wspierania procesu tworzenia i rozwijania produktów i usług w przemysłach kultury i przemysłach czasu wolnego oraz ich efektywnej komercjalizacji.

Podstawowym celem przedsięwzięcia jest ułatwienie współpracy między podmiotami tworzącymi Klaster, a tym samym wsparcie dla realizacji ich misji i celów biznesowych. Rezultat ten będzie możliwy do osiągnięcia dzięki korzyściom wynikającym ze współpracy w niektórych obszarach, podczas gdy w pozostałych utrzymywana będzie dynamiczna konkurencja.

Klaster łączy zasoby z potrzebami w celu skutecznego wykorzystywania istniejących możliwości oraz szans związanych z rozwojem gospodarki opartej na kreatywności i wiedzy.

Klaster realizuje swoje cele poprzez wykorzystanie trzech narzędzi:

- 1. EKON – cykl szkoleń, konferencji i warsztatów*
- 2. BiZEE – konwergentna platforma internetowa*
- 3. HUBEE – inkubator przedsiębiorczości*

Klaster INRET nie jest jedynie skupiskiem geograficznie skoncentrowanych podmiotów. Dzięki wykorzystaniu sieci internetowej, zasięg działania Klastra obejmuje teren Polski, dając Partnerom szansę na międzysektorową, międzybranżową a także międzynarodową współpracę, przekraczając granice województwa, regionu i kraju.



inret

Klaster Przemysłów Kultury
i Czasu Wolnego



MAŁOPOLSKA – NOWA DOLINA KRZEMOWA?

Małopolski sektor gier komputerowych
rośnie w siłę. To tutaj powstał
pierwszy w Polsce klaster zrzeszający
firmy z branży gier –
Europejskie Centrum Gier.

Bullet Storm,
copyrights Epic Games





Music Master Chopin,
copyrights Bloober Team

*Szczeniwy przypadek czy
początek nowego trendu?
Sukces CI nie jest pierw-
szym przypadkiem błysku
polskich developerów gier.*

We wrześniu tego roku oczy wszystkich inwestorów zwróciły się na polską branżę gier. W tym okresie kapitalizacja notowanej na Giełdzie Papierów Wartościowych spółki City Interactive poszybowała w górę ponad piętnastokrotnie.

Jeszcze na początku roku cena akcji kształtowała się na poziomie 2 PLN by osiągnąć we wrześniu pułap ponad 30 PLN.

Ten wzrost nie jest dziełem przypadku. City dotychczas kojarzone z produktami niskobudżetowymi (i takiej jakości) postanowiło korzystając ze swojej wiedzy i kapitału stworzyć grę średniobudżetową i korzystając z własnej rozległej sieci dystrybucji w przeciągu pierwszego miesiąca sprzedała ponad 500.000 egzemplarzy gry *Sniper: Ghost Warrior*.

Szczeniwy przypadek czy początek nowego trendu? Sukces CI nie jest pierwszym przypadkiem błysku polskich developerów gier. Najbardziej zasłużeni dla polskiego rynku gier – *People Can Fly* – autorzy pierwszego wielkiego międzynarodowego hitu (gry *Painkiller*) 3 lata temu zostali zakupieni przez amerykańskiego giganta – firmę Epic. Amerykanie pokładają olbrzymie nadzieje w polskim zespole – już na samym początku współpracy powierzyli im realizację edycji wersji PC swego super

hitu *Gears of War*, a obecnie na premierę czeka superprodukcja *Bulletstorm*, która już w tej chwili wzbudza zainteresowanie nie mniejsze niż najgłośniejsza seria gier produkcyjnej Epic.

Wielkim sukcesem wsławić się może również firma CD Projekt (obecnie jako część Optimus również notowana na GPW), której gra *Wiedźmin* (dostępna na razie jedynie na komputery klasy PC) spotkała się z olbrzymim zainteresowaniem graczy na całym Świecie. Do dnia dzisiejszego sprzedano ponad 1.500.000 egzemplarzy, a gra uzyskała niezliczoną ilość nagród. W przyszłym roku firma planuje premierę drugiej części gry i w zgodnej opinii specjalistów z branży powinna się ona spotkać z jeszcze większym zainteresowaniem, zwłaszcza, że już pokazane materiały z gry świadczą o najwyższej, światowej jakości.

Dwie wymienione wyżej firmy realizują swoje projekty korzystając z funduszy pozyskanych na GPW. Zupełnie inny model biznesowy przyjął wrocławski Techland. Firma współpracuje z największymi światowymi wydawcami, dzięki czemu zdobywa duże, jak na polskie warunki, budżety na produkcje. Techland wsławił się ostatnio głośnym za granicą hitem wydanym przez Ubisoft. *Call of Juarez*, który nie odstaje technicznie od naj-



PIOTR BABIENO

pomysłodawca i współorganizator
klastra Europejskie Centrum Gier,
wykładowca i członek Rady Programowej
Europejskiej Akademii Gier.
Prezes Bloober Team Sp. z o.o.

Klaster we współpracy z największymi krakowskimi uczelniami (UJ i AGH) utworzył pierwszy w Polsce kierunek studiów podyplomowych ze specjalizacją w grach wideo. Rozpoczyna się właśnie 4 semestr zajęć na tym kierunku – w lutym przyszłego roku wyjdą więc pierwsi absolwenci tego kierunku.

większych tytułów zachodnich developerów. A już niedługo na rynku zadebiutuje kolejna duża produkcja tego studia – świetnie wyglądające wyścigi *Nail'd*.

Silne ośrodki warszawskie i wrocławskie mimo niezaprzeczalnych sukcesów nie są jednak tak duże pod względem produkcji gier jak Małopolska. To tutaj powstał pierwszy w Polsce klaster zrzeszający firmy z branży gier – Europejskie Centrum Gier. Klaster we współpracy z największymi krakowskimi uczelniami (UJ i AGH) utworzył pierwszy w Polsce kierunek studiów podyplomowych ze specjalizacją w grach wideo. Rozpoczyna się właśnie 4 semestr zajęć na tym kierunku – w lutym przyszłego roku wyjdą więc pierwsi absolwenci tego kierunku.

Tate Interactive to firma która jako jedna z pierwszych w Polsce rozpoczęła produkcję gier. Obecnie ta krakowska firma tworzy kilka tytułów na konsole nowej generacji. Druga zasłużona dla polskiej branży firma to należąca do koncernu Topware firma Reality Pump. Obecnie firma zakończyła produkcję drugiej części gry *Two Worlds*. Pierwsza część sprzedała się w nakładzie ponad 1.000.000 sztuk, a druga zapowiada się na jeszcze większy hit.

Kolejnym developerem z Krakowa, o którym coraz więcej

Music Master Chopin,
copyrights Bloober Team



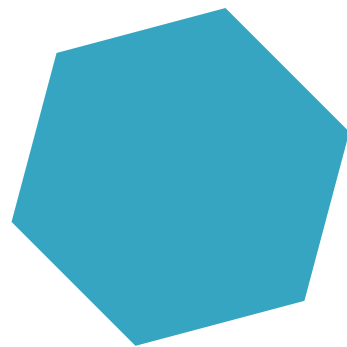


Wiedźmin,
copyrights CD Projekt

słysząc jest firma Bloober Team, która szykuje na koniec roku dwie duże produkcje: pierwszą dużą grę na system Nintendo Wiiware – *Last Flight* oraz nową grę muzyczną – *Music Master Chopin* przygotowywaną we współpracy z Ministerstwem Kultury i Dziedzictwa Narodowego. Szczególnie ten drugi tytuł spotkał się z olbrzymim zainteresowaniem mediów. Gra nawiązująca sposobem rozgrywki do największych hitów muzycznych takich jak *Guitar Hero* czy *Rock Band* pokazuje muzykę Chopina w zupełnie nowatorski sposób. Gra została podzielona na 3 części – klasyczną, rockową (rockowe aranżacje utworów Chopina) oraz popową (piosenki stworzone na bazie kompozycji Chopina). Projekt trafi na światowe rynki końcem listopada a udział w nim biorą największe gwiazdy polskiej i światowej sceny muzycznej takie jak: Rafał Blechacz, Marta Argerich, Bumblefoot (Guns'n'Roses), Edyta Górniak, Iwona Węgrowska, Stanisław Sojka, Chris Botti, Matt Dusk i wielu, wielu innych. W tym unikalnym projekcie niezwykle ważna jest również część encyklopedyczna stworzona przez światowej sławy chopinologa – prof. Mieczysława Tomaszewskiego.

Mówiąc o krakowskich firmach developerskich warto wspo-

Jednak Małopolska to nie tylko zagłębie firm tworzących gry, ale również firm wspomagających produkcję na różnych ich etapach.



Obecnie do największych wyzwań branży gier w Polsce należy stworzenie komórek badawczo-rozwojowych, gdyż tylko nowe pomysły, technologie i patenty sprawią, że polskie firmy będą w stanie konkurować z największymi zagranicznymi studiami.

Trzeba również zauważyć, że na wzrostowe perspektywy rozwoju polskiej branży gier wideo zwracają uwagi rynki finansowe.

mnąć jeszcze o takich firmach jak Teyon (średniobudżetowe tytuły multiplatformowe), Ganymede czy Pastel Games (dwie ostatnie zorientowane na gry casualowe i platformy mobilne).

Jednak Małopolska to nie tylko zagłębie firm tworzących gry, ale również firm wspomagających produkcję na różnych ich etapach. Alwernia Studios utworzone przez Stanisława Tyczyńskiego posiada jedno z najnowocześniejszych na Świecie pracowni motion-capture, krakowska firma Sonopatia realizuje nawet najbardziej skomplikowane prace muzyczne i dźwiękowe do gier.

Coraz większe jest też zaangażowanie krajowych i lokalnych władz w rozwój polskiej branży gier. Ministerstwo Kultury i Dziedzictwa Narodowego już wsparło powstanie dwóch gier, a zamierza to robić jeszcze częściej w przyszłości. Województwo Małopolskie opracowując strategię przyszłości (metodą *Foresight*) uznało *Bezdotykowe Interfejsy Komputerowe* jako jedną z 5 technologii przyszłości województwa. Technologia ta będzie miała olbrzymie zastosowanie w przyszłości gier wideo, a firmy developerskie będą aktywnie współuczestniczyć przy jej tworzeniu.

Obecnie do największych wyzwań branży gier w Polsce należy



Two Worlds,
copyrights Reality Pump

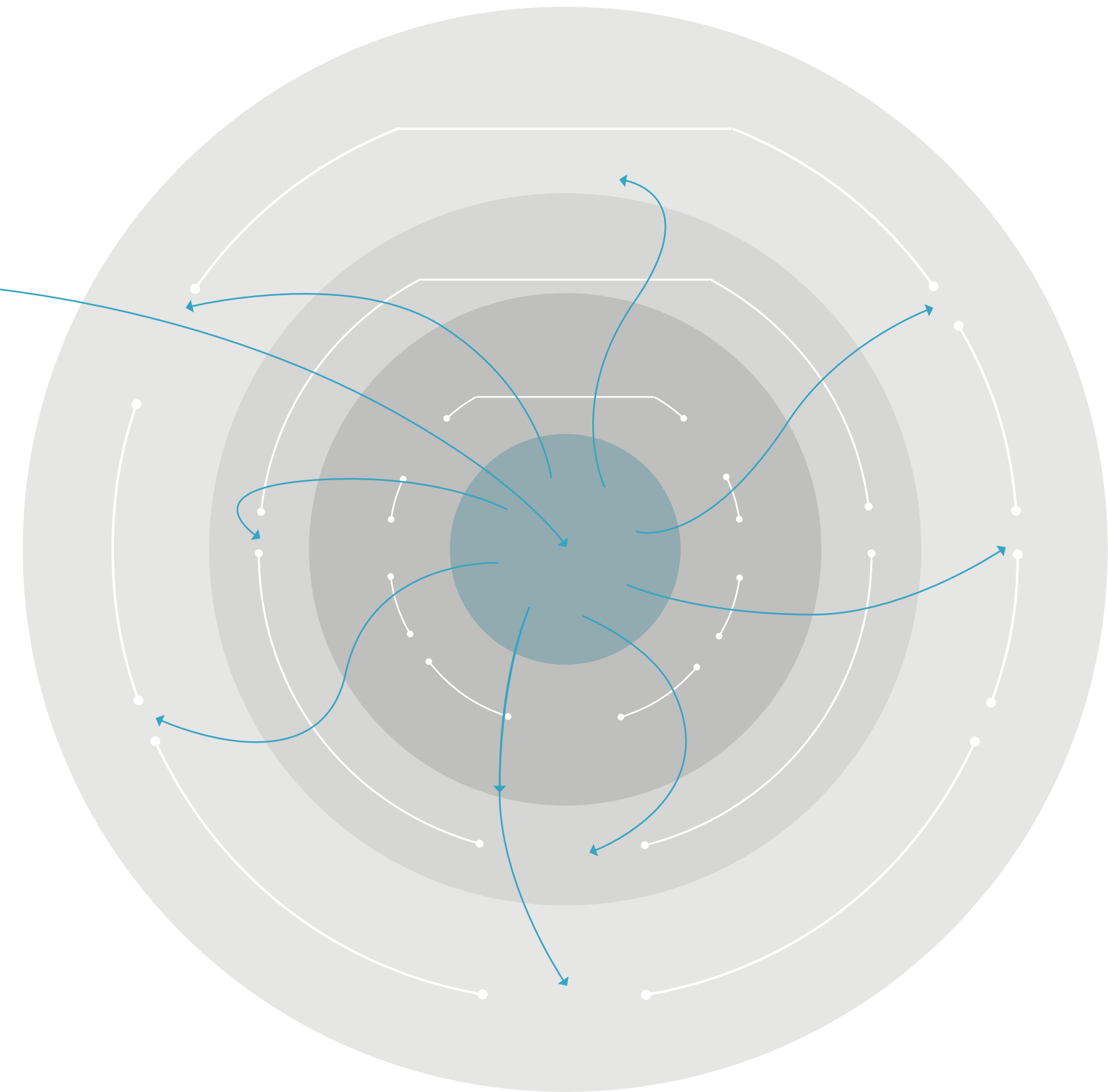
stworzenie komórek badawczo-rozwojowych, gdyż tylko nowe pomysły, technologie i patenty sprawią, że polskie firmy będą w stanie konkurować z największymi zagranicznymi studiami.

Trzeba również zauważyć, że na wzrostowe perspektywy rozwoju polskiej branży gier wideo zwracają uwagi rynki finansowe. Spółki tworzące gry notowane na giełdzie notują duże wzrosty, fundusze inwestycyjne i inkubatory przedsiębiorczości z ciekawością przyglądają się każdemu pomysłowi związanemu z branżą gier wideo. W ciągu najbliższych miesięcy należy spodziewać się również dużego finansowego zaangażowania ze strony zagranicznych inwestorów zarówno branżowych i finansowych, a także możliwych lokalnych konsolidacji.

KREATYWNOŚĆ

koło napędowe lokalnego rozwoju gospodarczego

W dzisiejszym społeczeństwie, w którym wiedza jest najcenniejszym z dóbr, uzasadnienie wsparcia publicznego dla kultury i sektora kreatywnego wykracza poza tradycyjne podejście *sztuka dla sztuki*. Wsparcie rozwoju sektora opiera się na wielu celach społecznych, kulturalnych i gospodarczych. Kultura i twórczość uważane są za istotne czynniki pozwalające przyciągnąć na dane terytorium inwestycje oraz utalentowane osoby. Stanowią uzupełnienie takich procesów jak rewitalizacja, wzmocnienie różnorodności kulturowej czy integracja społeczna..



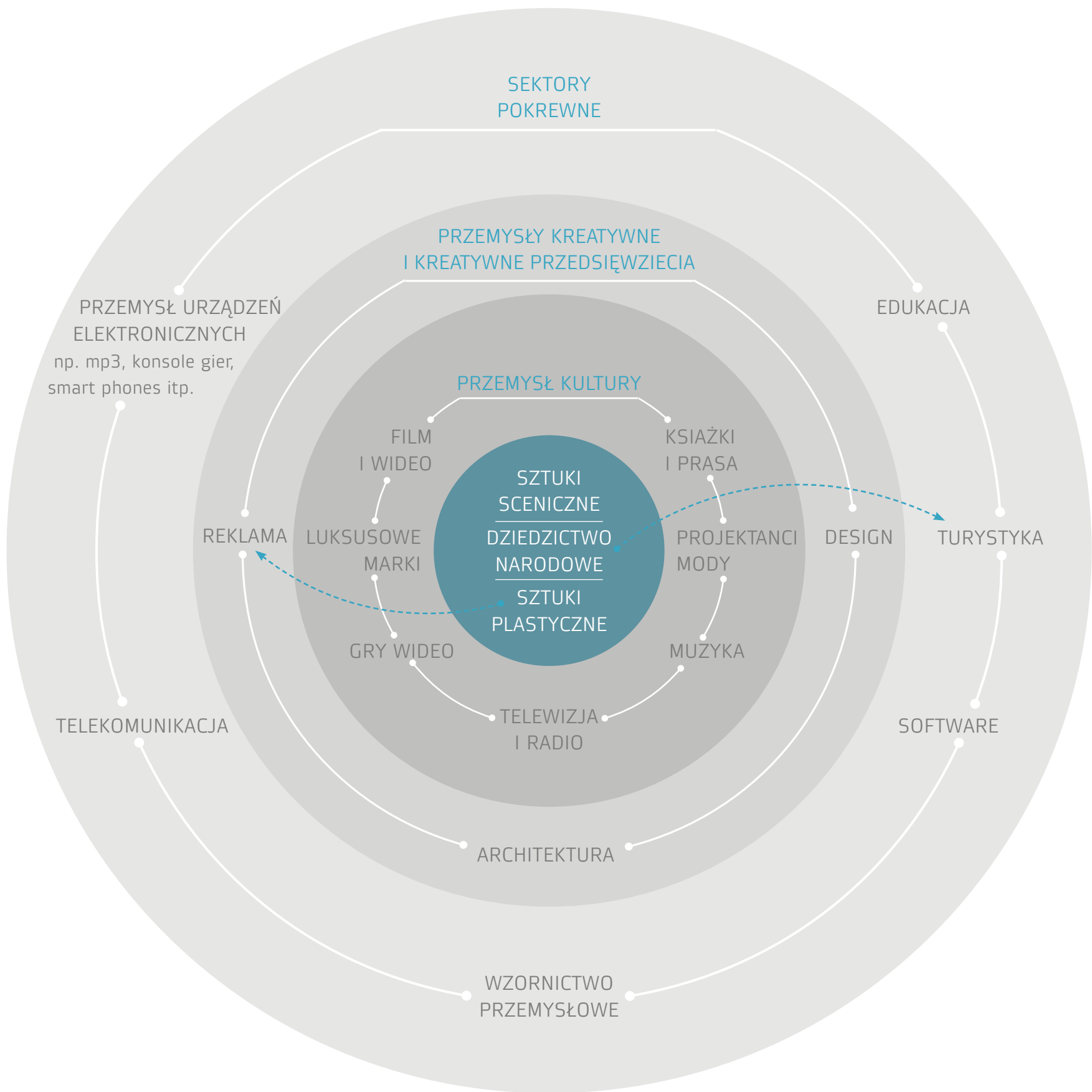


Frédéric Meseeuw

Frédéric Meseeuw jest starszym konsultantem ds. europejskich. W zespole KEA zajmuje się problematyką związaną z sektorem kultury, przemysłami kreatywnymi oraz kwestiami różnorodności językowej. Jego kompetencje obejmują opracowywanie projektów europejskich podejmujących problematykę przemysłów kreatywnych, rozwój regionalny, kwestie językowe oraz różnorodności kulturowej. Frédéric jest również konsultantem ds. rozwoju europejskich polityk oraz paneuropejskich sieci w tych dziedzinach. Przed rozpoczęciem pracy w KEA, Frédéric pracował w Departamencie Integracji Europejskiej i Rozwoju Rady Regionalnej Caras-Severin w Rumunii. Uzyskał dyplom tłumacza Institut Libre Marie Haps i magistra w zakresie integracji europejskiej i rozwoju na Wolnym Uniwersytecie w Brukseli.
fmeseeuw@keanet.eu

I Udział sektora kreatywnego w gospodarce i rozwoju społecznym

W dzisiejszym społeczeństwie, w którym wiedza jest najcenniejszym z dóbr, uzasadnienie wsparcia publicznego dla kultury i sektora kreatywnego wykracza poza tradycyjne podejście *sztuka dla sztuki*. Wsparcie rozwoju sektora opiera się na wielu celach społecznych, kulturalnych i gospodarczych. Kultura i twórczość uważane są za istotne czynniki pozwalające przyciągnąć na dane terytorium inwestycje oraz utalentowane osoby. Stanowią uzupełnienie takich procesów jak rewitalizacja, wzmocnienie różnorodności kulturowej czy integracja społeczna. Z badań KEA* nad Gospodarką kultury w Europie, przeprowadzonych na zlecenie Komisji Europejskiej w 2005 r., wynika, że sektor kultury i twórczości zatrudnia 5,8 mln osób i wygenerował ponad 654 mld euro w 2003 r. w Europie, więcej niż przemysł motoryzacyjny. Od późnych lat 1990 w Europie zlikwidowano ponad połowę miejsc pracy w produkcji. Jednocześnie jesteśmy liderami w takich dziedzinach jak muzyka, moda, design, architektura, sztuka i rynek gier komputerowych. W tym kontekście jasne staje się, że kultura i sektor twórczy stanowią ogromny potencjał, pozwalający UE nadal konkurować z innymi graczami w międzynarodowej rozgrywce o statut światowego lidera gospodarczego. Spojrzenie na sektor wymaga szerszej perspektywy: obok badań w dziedzinie nauki i technologii, kreatywność jest kluczowym czynnikiem stymulującym innowacyjność i wspierającym sukces gospodarczy w innych sektorach przemysłu. Weźmy za przykład znaczenie wzornictwa przemysłowego dla rynku elektroniki użytkowej. Oczywiście, kultura i kreatywność mają więcej niż tylko znaczenie gospodarcze. Kultura, jak żaden inny sektor, nadaje sens i znaczenie spójności społecznej oraz wspiera proces edukacji i propagowania wartości demokratycznych – tolerancji



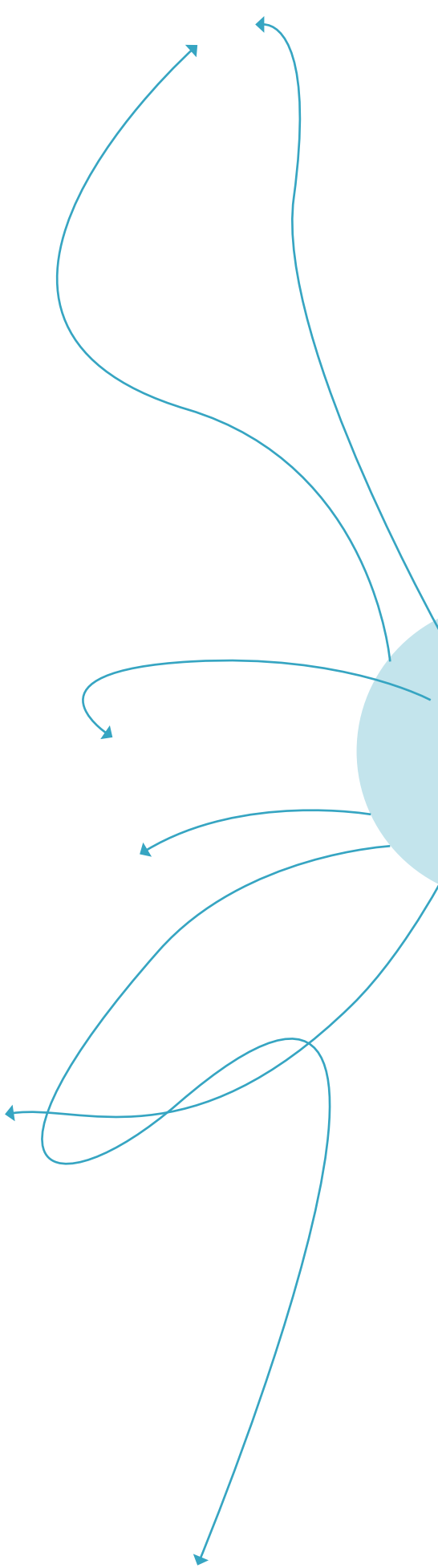
i solidarności. Ten wkład w rozwój społeczeństw jest trudny do odzwierciedlenia w statystykach narodowych.

II Kultura i twórczość jako źródło rozwoju lokalnego

Podczas gdy wiele sektorów unijnej gospodarki musi stawić czoła globalnej konkurencji oraz sprostać delokalizacji, produkcja dóbr kulturalnych i artystycznych w dużej mierze skierowana jest do lokalnych odbiorców oraz służy zaspokojeniu ich potrzeb. W pewnym stopniu jest to związane z różnorodnością kulturową i językową Europy. Mając powyższe na uwadze wiele krajów, regionów i miast w całej Europie coraz częściej poddaje ocenie swój potencjał twórczy i kulturowy, opracowując strategię służącą budowie trwałej gospodarki lokalnej.

Kilka przykładów: W Berlinie, około 23.000 firm działa właśnie w branżach twórczych, osiągając w 2006 roku obroty w wysokości 1,705 biliona euro. W 2004 r. 6,9% całkowitej liczby miejsc pracy w Amsterdamie zawdzięcza się przemysłowi kreatywnym. Co więcej uznaje się że to właśnie ten sektor stanowi klucz do regeneracji obszarów miejskich. W Londynie, branże twórcze są drugim co do wielkości sektorem biznesu i trzecim co do wielkości pracodawcą, zaraz po sektorze finansowym. Pojawia się pytanie: co łączy wszystkie te miasta? Odpowiedź jest prosta: stawiają one kulturę i kreatywność na szczycie swoich programów politycznych, łącząc je z innymi ważnymi dziedzinami polityki, takimi jak edukacja, urbanistyka i wsparcie dla małych przedsiębiorstw.

Sukces Creative Industries często zależy od dynamiki twórczej klastrów i towarzyszących im polityk pozwalających na wy-



cenę wartości niematerialnych. Otoczenie sprzyjające rozwojowi tych małych i elastycznych sieci lokalnej produkcji charakteryzuje się dużym stopniem otwartości, zachęcając artystów, firmy, ośrodki sztuki, nauki i działalności kulturalnej do wzajemnego wsparcia oraz komunikacji i pracy zespołowej. Wszystkie europejskie miasta, niezależnie od ich specyfiki kulturowej i różnorodności mają warunki do rozwoju tego typu klastrów.

Wybór danego miasta czy dzielnicy na miejsce osiedlania się tzw. klasy kreatywnej, pociąga za sobą pojawienie się na tym samym obszarze kreatywnych przedsiębiorców, innym słowy ośrodki uznane za sprzyjające kulturze i twórczości stają się kolebką nowoczesnego miejskiego życia, co owocuje pojawieniem się kolejnych podmiotów gospodarczych oferujących zróżnicowane usługi. Podjęte nie tak dawno lokalne inicjatywy mające na celu wspieranie kreatywności, a także inwestycje w kreatywność w bardzo krótkim okresie przynoszą efekty, o czym świadczą doświadczenia wielu europejskich miast i regionów.

III Europejskie wsparcie rozwoju regionalnego

Przytoczmy dwa fakty. Po pierwsze, jednym z narzędzi, którym dysponuje UE są służące wsparciu rozwoju regionalnego fundusze strukturalne (347 mld euro na lata 2007-2013). Po drugie, regiony i miasta posiadają liczne kompetencje w dziedzinie kultury. Mając powyższe na uwadze, wg. badań przeprowadzonych przez KEA szacuje się, że finansowanie działalności kulturalnej stanowiło mniej niż 3% całkowitych wydatków z funduszy strukturalnych w poprzednim okresie budżetowym. Nakłady te były istotne, choć niewystarczające, biorąc pod uwagę znaczenie kreatywności jako siły napędowej innowacji. W latach 2007-2013 Europejski Fundusz Rozwoju Regionalnego (EFRR) poświęci 8,7 mld euro na

rzecz wzmocnienia współpracy transgranicznej, w szczególności w sektorze MŚP. Ważne jest, aby władze regionalne uwzględniały te zasoby przy wdrażaniu strategii łączącej kulturę i twórczość z regionalnym rozwojem gospodarczym i społecznym.

Niektóre regiony dostrzegły wagę partnerstwa i utworzyły ogólnoeuropejskie sieci na rzecz wspierania współpracy w sektorze kreatywnym. Weźmy za przykład ogólnoeuropejską sieć Cine-Regio, która skupia ponad 30 instytucji stawiających sobie za cel promocję współprodukcji wśród władz regionalnych zaangażowanych w finansowanie filmów w Europie (Małopolskę w ramach tej sieci reprezentuje Kraków Film Commission). Regionalne i lokalne ośrodki to bardzo ważny mecenas branży filmowej – wsparcie udzielane przez samorządy dla branży filmowej dochodzi do 250 mln euro rocznie (około 20% wszystkich środków publicznych udzielanych na kinematografię w krajach UE). Inne ważne inicjatywy europejskie to np. Stratcult – projekt INTERREG realizowany przez 6 regionów, które dostrzegły w kulturze narzędzie rozwoju lokalnego. Inne przykłady współpracy międzyregionalnej realizowane w oparciu o inicjatywy kulturalne, to Europejska Sieć Komisji Filmowych (European Film Commission Network), która skupia 59 członków oraz Europejskie.

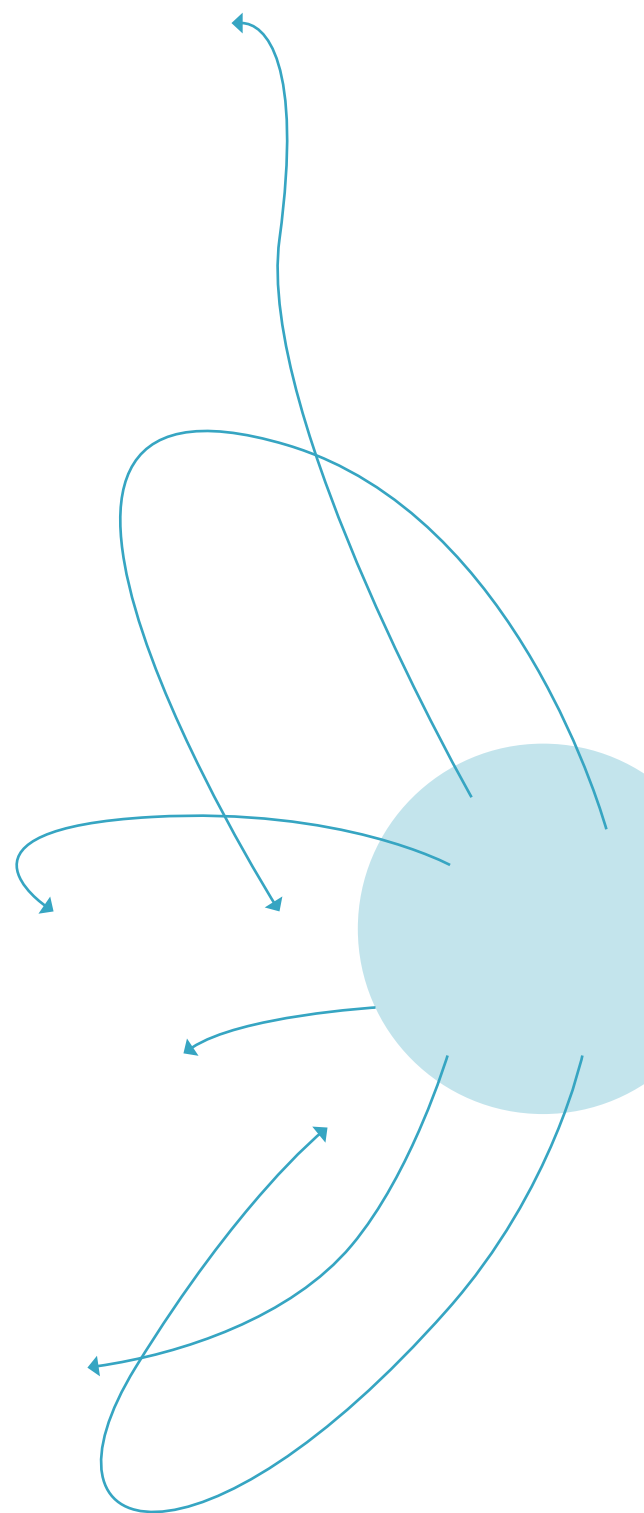
Stowarzyszenie Telewizji Regionalnych, które łączy 376 publicznych regionalnych stacji telewizyjnych z 38 krajów.

IV Opracowanie spójnej polityki kulturalnej na szczeblu lokalnym

Władze lokalne i regionalne na ogół wspierają działania kulturalne zmierzające do budowania/zachowania tożsamości kulturowej. Na innym poziomie, bardzo często inwestycje

w kulturę służyć mają promocji miasta, jego wizerunku, dziedzictwa, których celem jest przyciągnięcie turystów. Jednak nie należy zapominać, że kultura posiada jeszcze inny wymiar. Jest źródłem kreatywności, podstawowym elementem innowacji. Tak więc promowanie kreatywności jest kluczem do promowania konkurencyjności regionu. W tym rozumieniu polityka kulturalna staje się strategicznym narzędziem rozwoju gospodarczego i społecznego. W obecnej sytuacji ekonomicznej nie stać nas, aby kultura pozostawała na skraju podejmowania decyzji. Jej miejsce to centrum regionalnego procesu tworzenia strategii. Implementacja ambitnej polityki kulturalnej, której celem jest pielęgnowanie kreatywności, wymaga nie tylko odpowiednich procesów, ale także struktury zarządzania. Pierwszym krokiem zmierzającym do wyżej wyznaczonego celu jest opis i określenie lokalnej ekologii i jej twórczej wyjątkowości. Oznacza to konieczność przeprowadzenia konsultacji z zainteresowanymi stronami, definicję kluczowych sektorów związanych z kulturą, ocenę i określenie za pomocą przykładów najlepszych praktyk z innych regionów w kraju i za granicą, ich potrzeb oraz słabych stron. Konieczna jest także ocena możliwości współpracy z ośrodkami badawczymi, placówkami oświatowymi i centrami biznesu. Kolejnym etapem jest rozwój konkretnych narzędzi statystycznych, aby umożliwić władzom lokalnym podjęcie świadomych decyzji. Rzadko bowiem, zwłaszcza na poziomie regionalnym lub lokalnym, informacje gospodarcze obejmują przedsiębiorstwa prowadzące działalność twórczą.

W coraz większym stopniu, miejsce danego regionu w globalnym wyścigu zależeć będzie od jego zdolności do mobilizowania twórczych i artystycznych zasobów na rzecz przedsiębiorstw i społeczności lokalnych.



Mając na uwadze powyższe, połączenie w sposób wyważony poniżej wymienionych elementów powinno przyczynić się do rozwoju lokalnej strategii na rzecz twórczości lokalnej:

- Jasny podział odpowiedzialności w zarządzaniu procesem koordynacji i konsultacji pomiędzy sektorem prywatnym i administracją publiczną.
- Identyfikacja wspólnych obszarów oddziaływania z innymi dziedzinami polityk, takimi jak planowanie zatrudnienia, wsparcie dla MŚP, ochrona środowiska, rewitalizacja obszarów miejskich, edukacja i szkolenia.
- Określenie regionalnych obszarów kreatywności oraz lokalnej odrębności.
- Zidentyfikowanie, we współpracy z przedsiębiorstwami oraz placówkami oświatowymi, czy też podmiotami związanymi z nauką, innowacjami, sztuką i designem, narzędzi i programów edukacyjnych służących wsparciu kreatywności.
- Identyfikacja istniejących środków i instrumentów polityki na rzecz promowania innowacji i kreatywności.
- Stworzenie narzędzi wspierających kreatywnych przedsiębiorców (szkolenia, doradztwo zawodowe lub finansowe).
- Ocena potencjalnych powiązań pomiędzy instytucjami i istniejącą ofertą kulturalną.
- Zachęta dla miejscowej społeczności do twórczego uczestnictwa.

Jak można się domyślać, nie istnieje uniwersalne podejście dostosowane do wszystkich miast i regionów pragnących rozwijać sektor kreatywny na swoim terytorium. Każdy musi odkryć swoją kulturę i twórczą „wyjątkowość”, która wzmocni jego potencjał twórczy na rzecz gospodarki i jej mieszkańców.

Konsultanci KEA udzielają porad eksperckich władzom pu-

blicznym i politykom pragnącym rozwijać spójne strategie i programy wsparcia dla sektora kultury i przemysłów kreatywnych. Znane są nam różne narzędzia metodologiczne i jesteśmy w stanie wskazać na wiele przykładów dobrych praktyk i doświadczeń w całej Europie oraz poza jej granicami. Aby uzyskać więcej informacji, odwiedź stronę www.keanet.eu.

- *KEA jest firmą konsultingową specjalizującą się w doradztwie, wsparciu i badaniach sektora twórczego, kultury, rozrywki, mediów, różnorodności językowej i sportu. Działa w Brukseli od 1999 roku. Do usług kea zaliczyć można prowadzenie badań i analiz, opracowywanie strategii dla sektora publicznego, public relations, pozyskiwanie funduszy, zarządzanie sieciami oraz organizację wydarzeń.*
- *KEA doradza swoim klientom w zakresie spraw publicznych, prawnych i regulacyjnych. Spektrum klientów kea jest szerokie, znajdują się wśród nich małe i średnie przedsiębiorstwa, wysokie rangą instytucje takie jak: ministerstwa, agencje rządowe, władze lokalne i regionalne, organizacje pozarządowe, instytucje UE i organizacje zawodowe. W ciągu ostatnich kilku lat, na zamówienie Komisji Europejskiej,*
- *KEA przeprowadziło kilka poważnych badań w tym „Gospodarka Kultury” (2006), „Wkład kultury w kreatywność” (2009) i „Licencja Multi-terytorialna dla dóbr audiowizualnych w Europie” (2010). Dzięki szerokiemu i zróżnicowanemu wachlarzowi usług związanych z prowadzeniem badań i zarządzaniem projektami, firma postrzegana jest jako lider w zakresie specjalistycznej wiedzy nt. sektora kultury, gospodarki opartej na wiedzy, łącząc doświadczenia zawodowe ekspertów z głębokim rozumieniem strategicznych wyzwań dla sektora. Wielojęzyczny i międzynarodowy zespół posiada duże doświadczenie w dziedzinach, które wymagają specjalistycznej wiedzy i umiejętności;*
- *KEA jak nikt inny potrafi zrozumieć kulturalną i polityczną różnorodność.*

.....

PARASTUDIO*

PROJEKTOWANIE Z PASJĄ

.....

**Pasjonujemy się designem
więc projektujemy!**

.....

Wywiad z Grześkiem Podsiadlikiem,
dyrektorem artystycznym,
założycielem Parastudio



GRZEGORZ PODSIADLIK

Ur. 1981, Projektant grafiki użytkowej, fotograf. Jest absolwentem Wydziału Form przemysłowych na Akademii Sztuk Pięknych w Krakowie. Dyrektor artystyczny w firmie Parastudio. Laureat m.in. ED AWARDS 2009, Śląska Rzecz 2009, konkursów Polskiego Towarzystwa Wydawców Książek na Najpiękniejszą Książkę PTWK.

Parastudio to zespół doświadczonych projektantów, zajmujących się zarówno grafiką użytkową jak i fotografią. Eksperymentują z typografią i ilustracją. Ich projekty są świeże, unikatowe, zaskakują oryginalnymi pomysłami, czy zabawnymi skojarzeniami. Zależy im nie tylko na tym, by ich rozwiązania były atrakcyjne w formie, innowacyjne i nowatorskie, ale przede wszystkim aby były funkcjonalne. Parastudio to także młoda firma z Małopolski, którą postanowiliśmy zapytać o tym jak wygląda ich praca na co dzień.



Co to jest kreatywność?

Czy określiłbyś się jako osoba kreatywna?

To umiejętność tworzenia nowych rozwiązań do różnego typu problemów i zadań. Najczęściej naszym zadaniem jest stworzenie czegoś nowego, unikatowego np. identyfikacji wizualnej, publikacji, itd. Tak, określenie to jak najbardziej do nas pasuje. wiedzialności za realizowane działania.

Co oznacza dla Was pojęcie

„przemysły kreatywne”?

Dla nas jest to powiązanie szeroko rozumianej kreatywności, talentu z biznesem.

Daje to dynamiczny rozwój w różnych sektorach kultury, handlu, produkcji itp.

Kto tworzy Parastudio?

Czym zajmuje się Parastudio?

Skąd pomysł na powołanie firmy?

Nasze studio tworzą głównie projektanci grafiki użytkowej, absolwenci Akademii Sztuk Pięknych. Parastudio zatrudnia czterech projektantów. Pomysł na założenie firmy projektowej zrodził się już podczas studiów. Zajmujemy się projektowaniem graficznym w szerokim tego słowa znaczeniu.

W naszym portfolio znajdują się zarówno skomplikowane layouty gazet, magazynów, okładki książek, identyfikacje wizualna firm i marek jak a także działania w Internecie.



Postanowiliśmy założyć Parastudio, bo chcieliśmy kreować własny styl i jakość, pracować dla siebie i stworzyć ciekawe miejsca pracy dla innych.

Czy korzystaliście z jakiś narzędzie wsparcia dla przedsiębiorców oferowanych przez instytucje publiczne?

Tak, gdy zakładaliśmy firmę skorzystaliśmy z dofinansowania na rozpoczęcie działalności gospodarczej z Urzędu Pracy. Dofinansowanie to nie było tak wysokie jak teraz, ale pozwoliło nam to na start i wyposażenie studia.

Jak określilibyście sektor w którym pracujecie?

Działamy chyba na pograniczu kilku sektorów. W pierwszej kolejności wymieniłbym ten związany z kulturą, który jest dla nas bardzo ważny i zarazem prestiżowy. Na drugim miejscu postawiłbym naszą współpracę z branżą IT i PR.



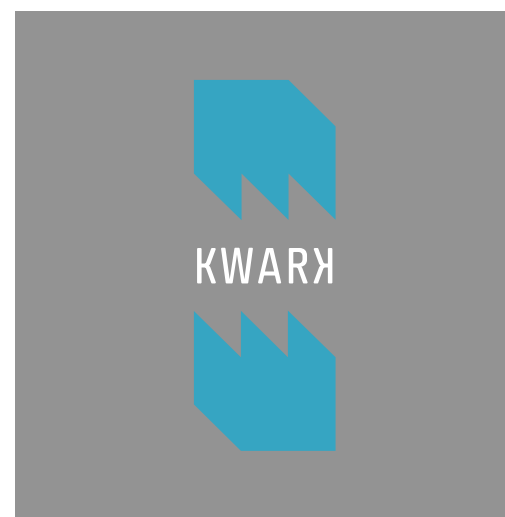
Z jakimi największymi trudnościami się napotykanie w swojej działalności?

Często duże wyzwania w projektach powodują szereg problemów na poziomie budżetu, produkcji lub bariery mentalnej, które trzeba rozwiązać. Najczęściej nasze rozwiązania to rodzaj kompromisu. Projekty tworzą się w dialogu z klientami, nie są narzucane przez nas. Nie zawsze jest tak, że klient zostawia nas z projektem, daje nieograniczoną możliwość tworzenia. Oczywiście mamy swoje zdanie i zawsze proponujemy naszym zdaniem najlepsze rozwiązania. Finalny projekt jest efektem

wielu czynników składowych. Jest wypracowany i dopracowany przez nas, ale też klient ma często możliwość wyrażenia swojego zdania. Nie zapominamy, że to on płaci za naszą pracę.

Jakie był Wasz największy sukces?

Mamy na koncie kilka nagród i wyróżnień ale najcenniejszy jest dla nas srebrny medal na European Design Awards 2009 za wykonanie layout'u podręczników dla Wydawnictwa PWN. Było to dla nas dużym zaskoczeniem i bardzo się cieszymy tym, że nasz wkład w edycję tych publikacji został zauważony.



Co jest najważniejsze dla Ciebie w Twojej pracy?

Spokój podczas projektowania, ważne jest żeby nasza praca, kreacja nie była ograniczona czymś co wiąże nam myśli. Nie mówię tu o pełnym luzie, izolacji, bo często jest tak, że czując presję np. czasu jesteśmy w stanie stworzyć coś bardzo dobrego w stosunkowo krótkim czasie. Z drugiej strony warto też mieć czas na wypracowanie, sprawdzenie i dopracowanie projektu. Wyzwania projektowe, są dla nas bardzo ważne, z zasady nie lubimy monotonii, więc cieszymy się dostając nowe zlecenia w których możemy się

zrealizować. Świadomy klient, to dla nas osoba, która docenia pracę projektantów, rozmawia z nami i liczy na coś ponadczasowego, nie stawiając na pierwszym planie zysków.

Jak będzie wyglądała działalność Parastudia za 10 lat?

Kreatywność wiąże się z rozwojem. Mam nadzieję, że staniemy się poważnym studiem, swoistą marką na rynku, która jednoznacznie kojarzyć będzie się z gwarancją dobrego designu. Mam nadzieję, że będziemy mieli okazję w ciągu tych 10 lat stworzyć niesamowite projekty :)... że będziemy w stanie podążać za rozwojem cywilizacji co przekażmy w naszych projektach graficznych.

Dziękuję za rozmowę.

Dziękuję :)

DNI MAŁOPOLSKI W BRUKSELI

5-16 września

Z roku na rok Dni Małopolski stają się coraz bardziej widoczne. Tym razem Małopolska gościła w Brukseli przez blisko dwa tygodnie, dając tysiącom osób szansę na lepsze zapoznanie się z regionem. Od konferencji w Parlamencie Europejskim po małopolski plac zabaw – tegoroczne Dni Małopolski prezentowały różnorodność naszego regionu, jego nowoczesność i bogatą tradycję.







Już na kilka dni przed rozpoczęciem imprezy, małopolski Lajkonik opanował Brukselę.



W Parku Pięćdziesięciolecia (Parc du Cinquantenaire/Jubelpark), kilka kroków od budynków Komisji Europejskiej i Rady UE, stanął jedyny w swoim rodzaju plac zabaw. Przez dwa tygodnie mieszkańcy Brukseli i jej goście mieli okazję podziwiać małopolskie regionalne zabawki.



Już na kilka dni przed rozpoczęciem imprezy, małopolski Lajkonik opanował Brukselę. Uśmiechając się do przechodniów z plakatów w całym mieście, w autobusach i na stacjach metra, zapraszał na Dni Małopolski 2010.

5 września w Parku Pięćdziesięciolecia (*Parc du Cinquantenaire/Jubelpark*), kilka kroków od budynków Komisji Europejskiej i Rady UE, stanął jedyny w swoim rodzaju plac zabaw. Przez dwa tygodnie mieszkańcy Brukseli i jej goście mieli okazję podziwiać małopolskie regionalne zabawki. Kolorowe huśtawki, karuzele i wiatraki przyciągały uwagę nie tylko dzieci. Przygotowane przez Muzeum Etnograficzne w Krakowie interaktywne *megazabawki* pozwalały także dorosłym na przeniesienie się w świat dziecięcych zabaw. Nietypowa ekspozycja wzbudziła także zainteresowanie mediów. Oprócz polskich stacji, takich jak Polsat News czy Polskie Radio, nasza ekspozycja przyciągnęła nawet reporterów telewizji z... Chin.

Merytoryczna część Dni Małopolski 2010 rozpoczęła się 15 września. Z inicjatywy Małopolski, w jednej z sal Parlamentu Europejskiego, zgromadziło się ponad 100 ekspertów w dziedzinie cyfryzacji kin, polityków, przedstawicieli świata nauki, kul-

Nasza ekspozycja przyciągnęła nawet reporterów telewizji z.. Chin!

Konferencja „Cyfrowa przyszłość europejskich kin – Wzmacnianie konkurencyjności regionów” nadała europejski wymiar osiągnięciom Małopolski w tej dziedzinie.

Zwieńczeniem tegorocznych Dni Małopolski był koncert Zespołu Polskiego Marii Pomianowskiej.

tury i przemysłów kreatywnych. Konferencja *Cyfrowa przyszłość europejskich kin – Wzmacnianie konkurencyjności regionów* nadała europejski wymiar osiągnięciom Małopolski w tej dziedzinie. Bazując na pionierskim projekcie Małopolskiej Sieci Kin Cyfrowych, nasz region zaprezentowany był jako lider, którego nowatorskie rozwiązania godne są naśladowania w reszcie Europy. Po zakończeniu konferencji, na dziedzińcu przed budynkiem Parlamentu Europejskiego odbyła się prezentacja Małopolskiego Drzewa Inwestycji i Innowacji połączona z pokazem artystycznym.

Zwieńczeniem tegorocznych Dni Małopolski był koncert Zespołu Polskiego Marii Pomianowskiej. Artystka zaprezentowała oryginalne spojrzenie na muzykę Chopina. Koncert *U źródeł muzyki Fryderyka Chopina* oferował zaproszonym gościom niezwykle aranżacje znanych kompozycji w wykonywaniu na tradycyjne instrumenty ludowe.







Po zakończeniu konferencji, na dziedzińcu przed budynkiem Parlamentu Europejskiego odbyła się prezentacja Małopolskiego Drzewa Inwestycji i Innowacji połączona z pokazem artystycznym duetu akrobatów Bartłomieja Pankau & Jacka Wyskupa tworzących Melkart Ball.

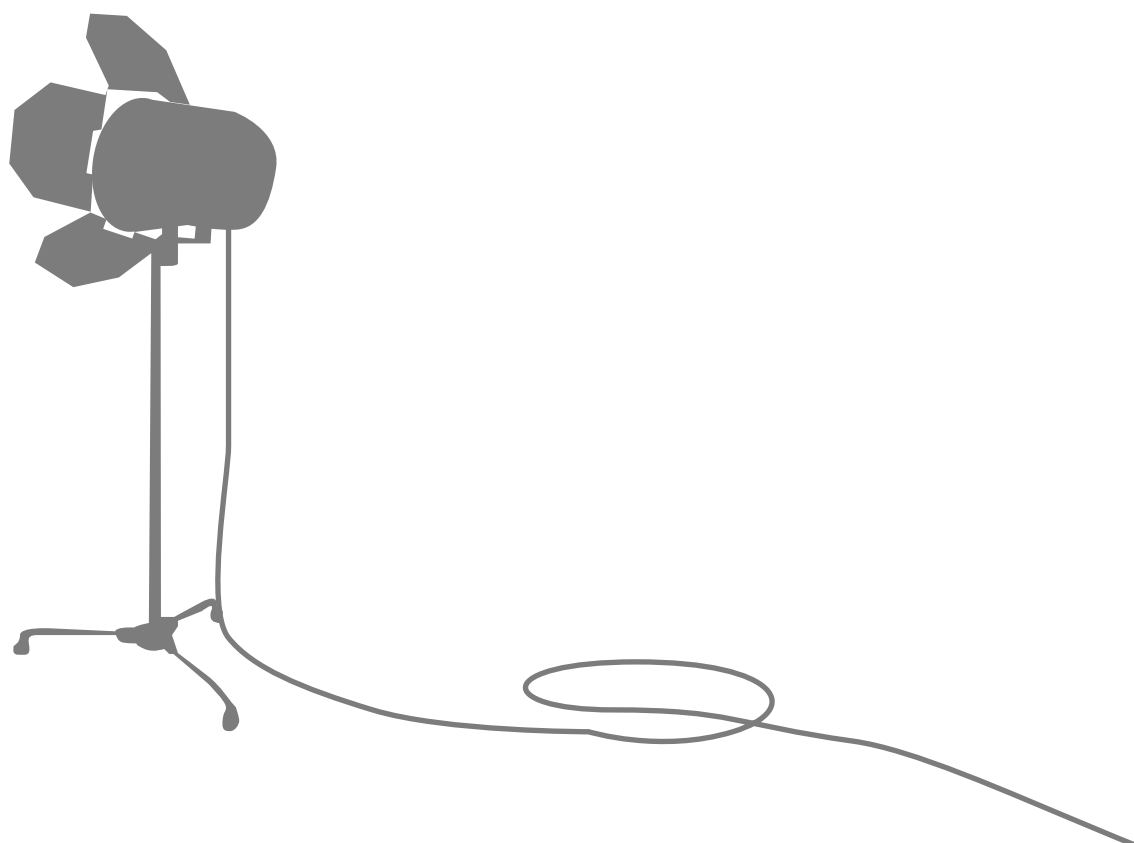


KINO NA MIARĘ XXI WIEKU



GARETH LOCKSLEY

jest konsultantem sieci eris@. Od 1999 do 2010 pracował w departamencie ICT Banku Światowego jako koordynator polityki medialnej na Europę i Azję Centralną. Wcześniej zajmował stanowisko dyrektora ds. regulacji w międzynarodowej firmie informatycznej. W latach 1989-1994 członek zespołu przygotowującego liberalizację rynku telekomunikacyjnego w Dyrekcji Generalnej ds. Konkurencji Komisji Europejskiej. Wcześniej zajmował się działalnością naukową.

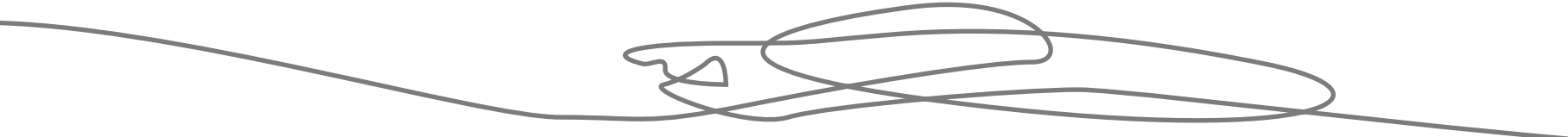


cyfrowe przejście

Kino doświadcza fenomenu znanego w telewizji jako przejście na nadawanie cyfrowe (digital switchover, DSO).

W przypadku telewizji wiąże się to z zaprzestaniem nadawania sygnału analogowego i rozpoczęcia emisji cyfrowej, co przynosi *cyfrową dywidendę*, m.in. w postaci telewizji wysokiej rozdzielczości (HD TV).





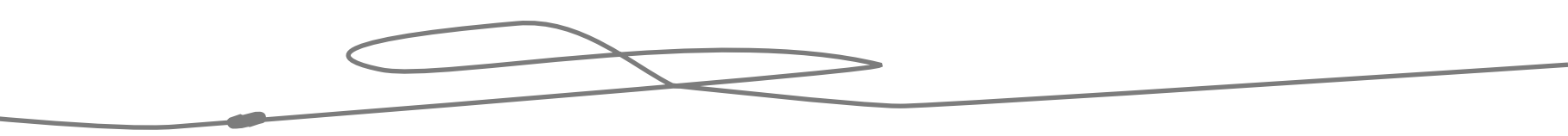
W okresie przejściowym wykorzystywane są obie metody transmisji. Po całkowitym przejściu na nadawanie cyfrowe, odbiór przy użyciu analogowych telewizorów będzie możliwy tylko dzięki specjalnym konwerterom; zaprzestana zostanie też produkcja telewizorów starej generacji.

Przejęcie na emisję cyfrową w kinie zaczyna się na etapie produkcji, postprodukcji, efektów specjalnych, udźwiękowania, animacji i zdjęć

Przejęcie na emisję cyfrową w kinie zaczyna się na etapie produkcji, postprodukcji, efektów specjalnych, udźwiękowania, animacji i zdjęć. Od chwili, kiedy ukończona produkcja filmowa zostaje zapisana w postaci pliku, jego dystrybucja i wyświetlanie w postaci cyfrowej jest zarówno technicznie możliwe, jak i ekonomicznie uzasadnione, przynosząc dywidendę cyfrową podobną do zalet HD TV. Również w tym wypadku potrzebny jest okres przejściowy, w którym równolegle w obrocie znajdują się kopie cyfrowe i powoli wycofywane tradycyjne kopie 35 mm.

Cyfrowa produkcja i dystrybucja filmów przynosi wiele korzyści – cyfrową dywidendę – szczególnie w zakresie oszczędności związanych z dystrybucją (brak kosztów związanych z produkcją i wysyłką taśm oraz większa elastyczność).

Cyfrowa produkcja i dystrybucja filmów przynosi wiele korzyści – cyfrową dywidendę – szczególnie w zakresie oszczędności związanych z dystrybucją (brak kosztów związanych z produkcją i wysyłką taśm oraz większa elastyczność). Niemniej jednak przejście na wyświetlanie cyfrowe wymaga inwestycji ze strony kin i dostępu do odpowiednich sieci dystrybucji. Dla większości kin sieciowych i multipleksów, wymagania te nie będą stanowić



istotnej przeszkody. Problemem natomiast mogą być kina małe. W tych wypadkach uzasadnione jest wsparcie publiczne zgodne z wytycznymi unijnymi, w celu zagwarantowania wszystkim obywatelom równego udziału w cyfrowej dywidendzie.

Przemysł kreatywny, który stanowi istotną i szybko rozwijającą się część gospodarki, nie może istnieć bez kina. Produkcja filmowa jest związana z działalnością innowacyjnych i kreatywnych mikro-, małych i średnich przedsiębiorstw. Rola sektora filmowego w gospodarce została zauważona przez sektor publiczny, którego wsparcie może przyspieszyć proces przejścia na wyświetlanie cyfrowe. Zaledwie niewielki odsetek środków już oferowanych przez państwa unijne na produkcję filmową wystarczy, by pomóc małym kinom w przystosowaniu się do standardów cyfrowych. Technologia cyfrowa pozwala też na otwieranie kin w miejscach, w których dotąd nie było to możliwe.

Przedsiębiorstwa sektora filmowego są jednymi z wielu producentów przekazu medialnego. Cykl życia filmu wykracza poza okres wyświetlania w kinie, obejmując sprzedaż i wypożyczalnię DVD oraz emisję telewizyjną. Oddziaływanie produkcji na gospodarkę sięga również poza sektor kinowy i filmowy. Angażowane i rozwijane są również branża muzyczna, telewizyjna,


Przemysł kreatywny, który stanowi istotną i szybko rozwijającą się część gospodarki, nie może istnieć bez kina.

Rola sektora filmowego w gospodarce została zauważona przez sektor publiczny, którego wsparcie może przyspieszyć proces przejścia na wyświetlanie cyfrowe. Zaledwie niewielki odsetek środków już oferowanych przez państwa unijne na produkcję filmową wystarczy, by pomóc małym kinom w przystosowaniu się do standardów cyfrowych.

reklamowa i wiele innych. Na kanwie filmów powstają inne produkcje, takie jak gry komputerowe, komiksy, książki czy zabawki. Wiąże się to z wysokim stopniem przepływy kapitału ludzkiego, kulturalnego, intelektualnego, ale i fizycznego pomiędzy poszczególnymi obszarami przemysłów kreatywnych. Produkcja filmowa ma tym samym szerokie oddziaływanie społeczne, kulturalne i ekonomiczne.

Przemysły kreatywne kojarzone są z takimi pojęciami jak *kreatywny przedsiębiorca, klastry kreatywności, kreatywne miasteczka* czy *kreatywna gospodarka*. Niektóre regiony traktują rozwój przemysłów kreatywnych jako istotny element rozwoju regionalnego. Przemysł filmowy leży na styku sztuki, biznesu i technologii, wykorzystując i wzmacniając relacje międzysektorowe, tworzące wspólnie klaster przemysłów kreatywnych. Przemysły te charakteryzują się wysokim tempem wzrostu, na który składa się kilka czynników, m.in.: deregulacja sektora IT, polityka kulturalna i medialna, wzrost dochodów, nowe technologie i przejście na przekaz cyfrowy. Szybki wzrost przemysłów kreatywnych sprawia, że coraz częściej widziane są one jako istotny czynnik rozwoju gospodarczego.

Przemysł filmowy leży na styku sztuki, biznesu i technologii, wykorzystując i wzmacniając relacje międzysektorowe, tworzące wspólnie klaster przemysłów kreatywnych.



Znaczenie sektora przemysłów kreatywnych potwierdzają liczne badania. Przygotowany w 2006 r. przez Komisję Europejską raport szacuje, że sektor ten daje zatrudnienie dla blisko 6 mln osób. Co więcej, tworzone miejsca pracy charakteryzują się blisko dwukrotnie wyższym od średniej odsetkiem osób z wyższym wykształceniem (blisko połowa etatów).

Bazując na doświadczeniu, zakłada się, że każda złotówka wydana na produkcję filmową, generuje od 2 zł do 7 zł dla danego regionu, po uwzględnieniu powstającej na potrzeby produkcji infrastruktury i zaopatrzenia. Jednym z ciekawszych pośrednich źródeł przychodów jest tzw. turystyka filmowa. Szacuje się, że co piątego turystę odwiedzającego Wielką Brytanię zainspirował do wyjazdu obejrzaany film.

Sama produkcja filmowa nigdy nie będzie jednak istnieć bez odpowiedniej sieci dystrybucji. Aby umożliwić wszystkim obywatelom dostęp do cyfrowej dywidendy, w niektórych wypadkach potrzebne będzie wsparcie publiczne. Pierwszą okolicznością, która uzasadnia pomoc publiczną, jest niedostateczny dostęp do infrastruktury. Podobnie jak w przypadku internetu szerokopasmowego, rynek nie jest w stanie zapewnić dostępu do kin cyfrowych w przystępnej cenie całemu społeczeństwu. Kry-

Znaczenie sektora przemysłów kreatywnych potwierdzają liczne badania. Przygotowany w 2006 r. przez Komisję Europejską raport szacuje, że sektor ten daje zatrudnienie dla blisko 6 mln osób. Co więcej, tworzone miejsca pracy charakteryzują się blisko dwukrotnie wyższym od średniej odsetkiem osób z wyższym wykształceniem (blisko połowa etatów).

Bazując na doświadczeniu, zakłada się, że każda złotówka wydana na produkcję filmową, generuje od 2 zł do 7 zł dla danego regionu

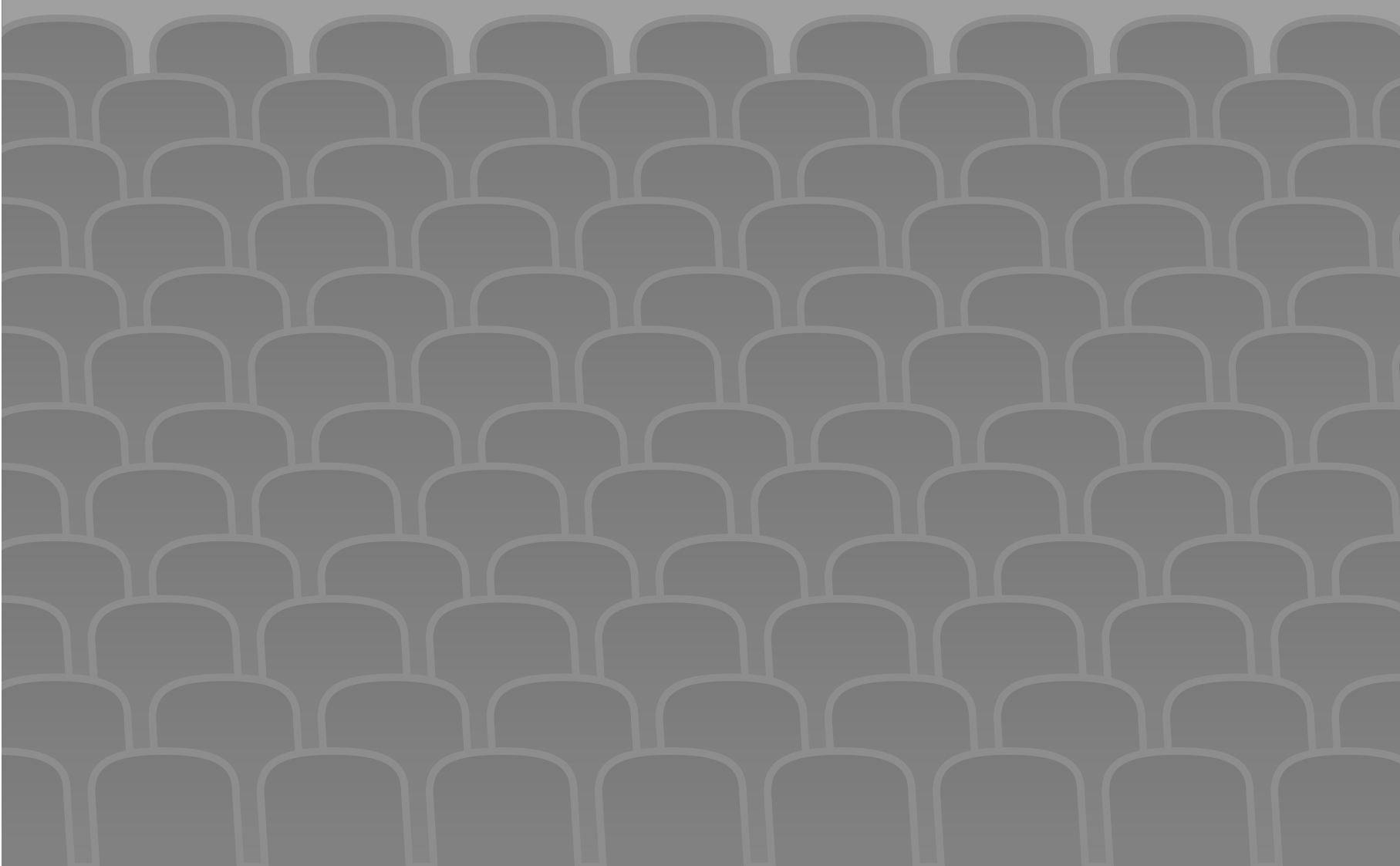
Drugą sytuacją, w której publiczne wsparcie dla cyfryzacji powinno być dopuszczone, jest przypadek kin jednosalowych, których w tej chwili na terenie UE jest ok. 6000.

terium udzielania wsparcia byłaby w tym wypadku lokalizacja.

Drugą sytuacją, w której publiczne wsparcie dla cyfryzacji powinno być dopuszczone, jest przypadek kin jednosalowych, których w tej chwili na terenie UE jest ok. 6000. Prowadzone zazwyczaj przez niezależne podmioty, lokalne społeczności czy samorządy, kina takie często mają charakter *art-house* – instytucji kultury, które poza wyświetlaniem hitów kasowych, oferują także seanse kina europejskiego.

Takie lokalne kina, które bez odpowiedniego wsparcia mogą stać się ofiarami przejścia na emisję cyfrową, stanowią istotny element różnorodności kulturowej. Nieudzielenie im pomocy stanowiłoby poważne niedopatrzenie i przeczyło celom unijnej polityki spójności. Pozytywne konsekwencje gospodarcze produkcji filmowej są łatwe do wykazania i udokumentowania. Korzyści płynące ze zróżnicowanej oferty kinowej, dostępnej dla szerokiego grona nie tylko w największych miastach, są trudniejsze do zmierzenia. Jeśli jednak nie zadbamy dziś o zapewnienie odpowiednich warunków do wyświetlania filmów, jutro może okazać się, że nie ma już dla kogo ich produkować.

01110101001010001001000100010010101000110101001000011010101010
11010100101000100100010001001010100010101001000011010101010 01
101001010001001000100010010101000110101001000011010101010 0111
10010100010010001000100101010000110101001000011010101010 0111
001010001001000100010010101000110101001000011010101010 011101
101000100100010001001010100010101001000011010101010 0111010100
00010010001000010010101000110101001000011010101010 01110101001
001001000100010010110100010101010011000011010101010 0111010100
10001001000100010010101000110101001000011010101010 01110101001
00100000100010001001010100010101001000011010101010 01110101001
001001000100010010101000110101001000011010101010 0111010100101
1001000100010010101000110101001000011010101010 01110101 011101
1010001001000100010010101000110101001000011010101010 011101010
1000100100010001001010100010101001000011010101010 011101010010
01001000100010010101000110101001000011010101010 01110101001010



Europejskie wzorce cyfryzacji

Małopolska Sieć Kin Cyfrowych

W ślad za publikacją komunikatu Komisji Europejskiej pt. *Europejska agenda cyfrowa*¹, a zwłaszcza stwierdzeniem, zgodnie z którym *wsparcie cyfryzacji kin jest niezbędne do ochrony różnorodności kulturowej*, rozpoczęto dyskusję na temat szans i wyzwań stojących przed kinem europejskim w erze cyfrowej. W ramach toczących się rozmów uznano, że *cyfryzacja kin stwarza bezprecedensowe szanse dla kina europejskiego, ale może wymagać restrukturyzacji rynku, a także spowodować pojawienie się na nim nowych podmiotów lub zniknięcie obecnych*².

Dodatkowo zauważono zagrożenie likwidacji kin, których nie stać na poniesienie kosztów cyfryzacji, a to utrudniłoby utrzymanie różnorodności filmów wchodzących na ekrany i ograniczyłoby niektórym grupom ludności dostęp do produkcji filmowej. Podkreślono także, że zmiany te mogą *zagrozić spójności społecznej, ponieważ w niektórych regionach kina odgrywają ważną rolę jako miejsca spotkań i wymiany poglądów*³.

Kontekst europejski

1. Dok. COM(2010) 245
wersja ostateczna.
2. Projekt konkluzji Rady w sprawie szans i wyzwań stojących przed kinem europejskim w erze cyfrowej – dokument roboczy z dnia 30 września 2010r.
3. Ibidem.
4. DGT Online Informer No. 64,
1 September 2010
[http://www.mediasalles.it/dgt_online/index.htm]
5. Działalność instytucji kultury w Polsce w 2009 r.
[http://www.stat.gov.pl/cps/rde/xbcr/gus/PUBL_kts_dzialalnosc_instyt_kultury_w_polsce-2009.pdf]

Zdecydowano także o uruchomieniu do końca 2010 roku mechanizmu finansującego cyfryzację kin w ramach programu MEDIA. Ma on na celu wesprzeć wysiłki państw członkowskich UE, którym nie udało się wypracować systemowych rozwiązań w tym zakresie. Przypomnieć należy, że jedyny *narodowy program cyfryzacji*, który zakłada konwersję wszystkich kin na rynku (ponad 400 ekranów) realizowany jest z powodzeniem w Norwegii. Pozostałe programy albo okazywały się niewystarczające by objąć swoim wsparciem wszystkie wymagające tego kina, albo ze względu na przepisy związane z pomocą publiczną, utknęły na etapie notyfikacji w Komisji Europejskiej. W wyniku niepowodzeń federalnego programu w Niemczech, Minister Kultury i Mediów (BKM) Bernd Neumann zaproponował by landy stały się inicjatorami regionalnych programów cyfryzacji⁴. Stąd też tendencja by zamiast podejścia całościowego reprezentowanego przez narodowe programy cyfryzacji stosować rozwiązania w oparciu o zróżnicowane źródła finansowania i tworząc sieci kin (*cinema buying group*), które razem przygotowują się do wdrożenia nowej technologii.

Specyfika rynku kinowego w Polsce

Na polskim rynku kinowym według danych GUS w 2009 roku funkcjonowało 455 kin⁵, co stanowi ok. 800 sal kinowych. Większość z nich to kina lokalne, posiadające jedną lub dwie sale, działające w ośrodkach kultury lub przy wsparciu miejscowego samorządu. Widzowie tych kin stanowią tylko 13,9% wszystkich widzów. 20,0% widzów korzysta z minipleksów, a zdecydowanie najwięcej, bo 66,1% widzów odwiedza multipleksy, które zlokalizowane są jedynie w dużych aglomeracjach miejskich.

Przez ostatnie lata, ilość kin lokalnych znacząco zmniejszyła się. Do najważniejszych przyczyn tego zjawiska należy zaliczyć:

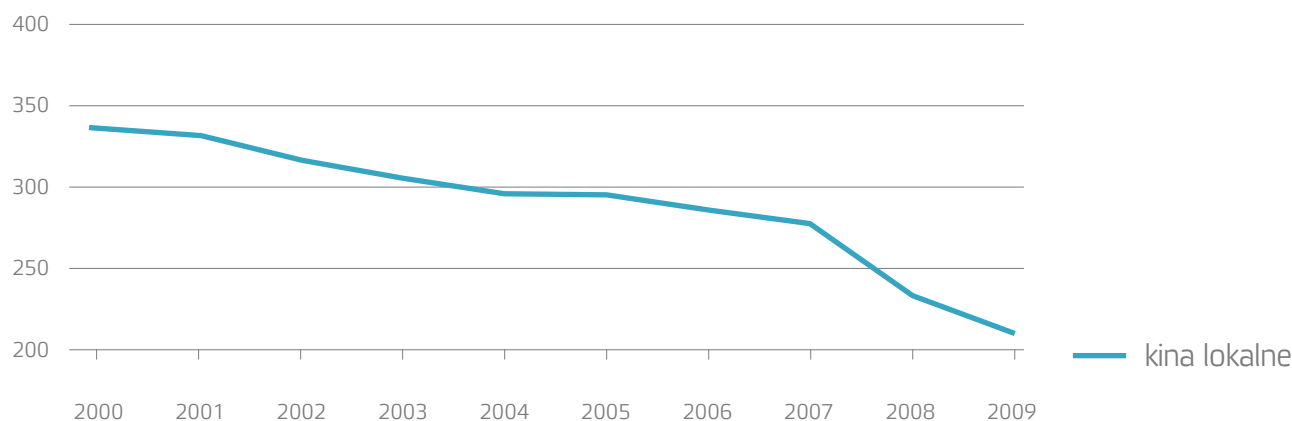
- wysokie koszty stałe prowadzenia kina, które w przeliczeniu na widzów jednej sali kinowej w przypadku prowadzenia kina jedno- lub dwusalowego sprawiają, że kino nie jest w stanie samofinansować się (kina takie prowadzone są bardzo często w strukturach lokalnej instytucji i korzystają z dotacji podmiotowej od organizatora)
- problemy z zapewnieniem w repertuarze atrakcyjnych pozycji filmowych, w szczególności filmów premierowych (kopie filmów na taśmie celuloidowej, ze względu na wysoki koszt ich wytworzenia trafiają w pierwszej kolejności do multiplexów, a dopiero po miesiącach od premiery do kin w mniejszych miejscowościach).



MARTA MATERSKA-SAMEK

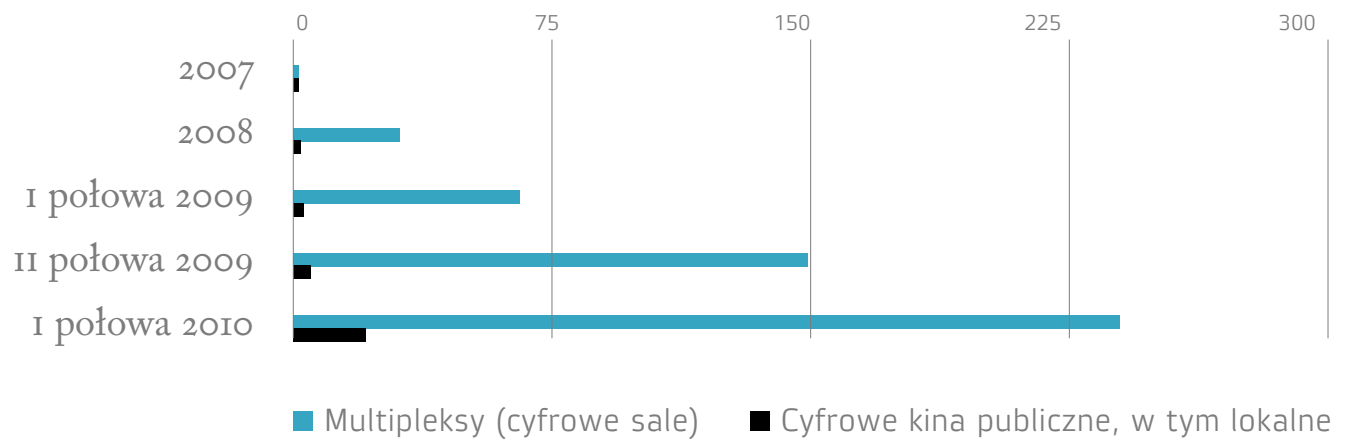
doktorantka Wydziału Zarządzania i Komunikacji Społecznej na Uniwersytecie Jagiellońskim, gdzie przygotowuje rozprawę na temat strategicznych aspektów cyfryzacji kin. Laureatka programu Doctus Małopolski i stypendystka Fundacji Rozwoju Systemu Edukacji – w ramach Działania III. Stypendia Indywidualne Funduszu Stypendialnego i Szkoleniowego w 2009 roku zrealizowała badania kin lokalnych w Norwegii. Specjalista w zakresie nowych technologii cyfrowych i młody badacz rynku kultury, wiceprezes Fundacji Rozwoju Kina i koordynator projektu „Małopolska Sieć Kin Cyfrowych”

Kina lokalne w Polsce



Dodatkowe zagrożenie dla kin lokalnych stanowi dynamicznie postępujący proces cyfryzacji, który powoduje wycofywanie z dystrybucji dotychczasowego formatu filmu – taśmy celuloidowej i sprawia, że kina, które nie wyposażą swoich sal w nowoczesny bardzo kosztowny sprzęt cyfrowy, zostaną zamknięte. Zagrożenie to jest bardzo istotne zważywszy na opóźnienie kin

lokalnych we wdrażaniu nowej technologii względem sieci multipleksów, które posiadają dominującą pozycję na rynku.



Jednak cyfryzacja z drugiej strony stanowi szansę dla kin lokalnych by móc premierowo wyświetlać filmy, których ilość nie jest już ograniczona ekonomicznie, gdyż dystrybuowane są na nośniku cyfrowym, o wiele tańszym niż tradycyjna taśma filmowa. Umożliwia także wdrożenie systemu do projekcji trójwymiarowej (3D) oraz szereg innych przedsięwzięć dotychczas nieosiągalnych dla kina analogowego.

Założenia małopolskiego projektu cyfryzacji kin lokalnych

Projekt *Małopolska Sieć Kin Cyfrowych* został przygotowany przez Fundację Rozwoju Kina w 2008 roku w odpowiedzi na zmiany związane z cyfryzacją i rodzącym się zagrożeniem funkcjonowania kin lokalnych w Małopolsce. Celem głównym projektu jest stworzenie trwałego i nowoczesnego systemu instytucji kultury jako czynnika rozwoju społeczno-gospodarczego regionu. Instytucje kultury, które stanowią partnerów projektu i członków Małopolskiej Sieci Kin Cyfrowych to:

- Miejski Dom Kultury w Bochni
- Ośrodek Kultury w Brzeszczach

- Miejski Ośrodek Kultury Sportu i Rekreacji w Chrzanowie
- Dąbrowski Dom Kultury
- Dom Kultury w Kętach
- Limanowski Dom Kultury
- Centrum Kultury w Krynicy-Zdroju
- Oświęcimskie Centrum Kultury
- Dom Kultury w Tuchowie
- Miejsko-Gminny Ośrodek Kultury, Sportu i Rekreacji w Trzebini
- Wadowickie Centrum Kultury

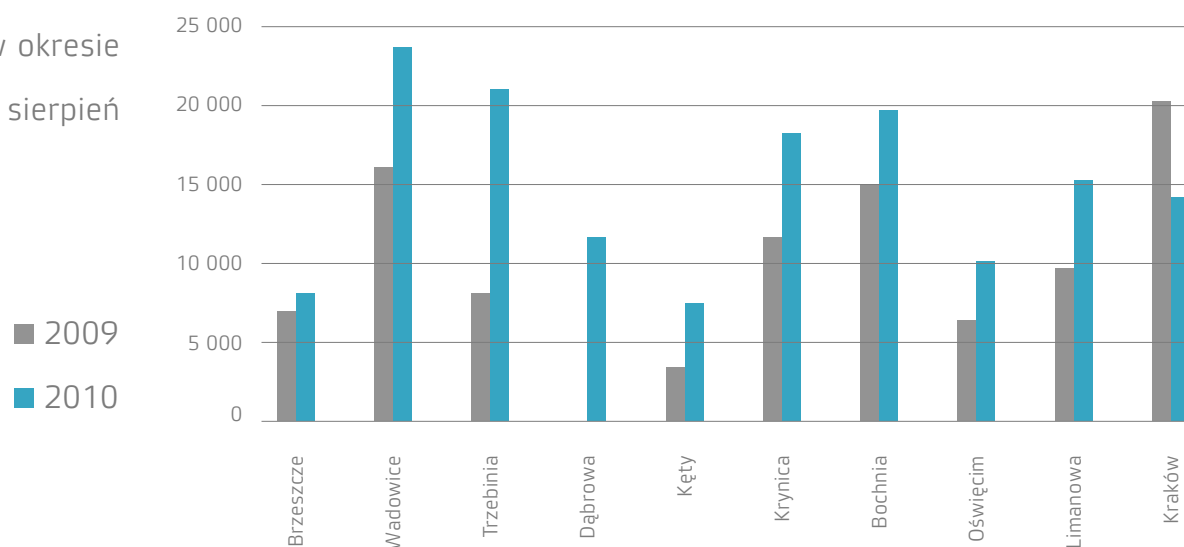
Wszystkie powyższe instytucje, jak również prowadzony przez fundację (lidera projektu) *Klub Sztuki Filmowej Mikro & Mikroffala* zostały wyposażone w nowoczesny sprzęt cyfrowy wraz z zestawem do projekcji trójwymiarowej (3D) i powiązane szczegółowymi umowami w sieć. Zarządzanie siecią wspomaganą będzie przez platformę z rozbudowaną częścią intranetową dla członków, portalem do komunikacji z mieszkańcami regionu i działań marketingowych oraz infrastruktury potrzebnej do odbioru satelitarnego i przechowywania plików (filmów, transmisji wydarzeń kulturalnych etc.). Funkcjonowanie w sieci kin, które nie były ze sobą powiązane ani organizacyjnie ani finansowo stanowi nową jakość w działaniu lokalnych instytucji kultury. Wzmocni je nie tylko technologicznie (inwestycja w nowoczesny sprzęt kinotechniczny), pozwoli wykorzystać efekt skali (tańsze pozyskiwanie zasobów), ale także spowoduje podniesienie jakości ich działania poprzez wykorzystanie efektu organizacyjnego (synergii), w tym dzielenie know-how, wymianę opinii i informacji, dobrych praktyk oraz wzajemną motywację do działania.





Wskaźniki osiągnięcia celów

Porównanie widowni w okresie
styczeń – sierpień



Podstawowym rezultatem projektu jest ożywienie instytucji kultury, co skutkuje znaczącym zwiększeniem frekwencji w cyfrowym kinie. Zakładany w studium wykonalności projektu wskaźnik wzrostu ilości widzów o 1% rocznie udało się przekroczyć w drugim miesiącu działania cyfrowych kin sieci. Porównując ilość widzów od stycznia do sierpnia w roku bazowym (2009), która wyniosła 60 596 osób do tego samego okresu w 2010 roku (121 921 osób) można zaobserwować ponad 100% wzrost widowni. Warto tu także zauważyć, że pierwsze instalacje miały miejsce pod koniec lutego 2010 roku.

Na potrzeby projektu, aby dobrze zobrazować stan po realizacji projektu zdefiniowano także szereg wskaźników autorskich, między innymi:

- Nowe produkty. Dzięki zastosowaniu nowoczesnej technologii cyfrowej możliwe jest zaoferowanie nowych produktów kulturalnych nieznanymi dotąd lokalnym społecznościom. Uruchomione zostały transmisje oper z Metropolitan Opera w Nowym Jorku (Kino DK w Kętach, kino Sokół w Trzebini) i spektakli teatralnych z National Theatre w Londynie (*Klub Sztuki Filmo-*

wej *Mikro & Mikroffala* w Krakowie). Planowane są także transmisje operetek, baletów, koncertów i innych wydarzeń, które przeistoczą lokalne kina i domy kultury w prawdziwe art house'y. Zgodnie z założeniami projektu, każde z kin średnio raz w miesiącu (12 razy w roku) organizuje takie specjalne wydarzenie.

– Ulepszone produkty, wykorzystanie technologii kina cyfrowego sprawia, że system do projekcji 3D staje się dostępny dla każdego kina cyfrowego. Kino trójwymiarowe ma ponad półwieczną historię, jednak rewolucja cyfrowa sprawiła, że jego koszty nieproporcjonalnie spadły w stosunku do atrakcyjności. Trójwymiarowe filmy pokazywane dotychczas w sieci to: *Avatar 3D*, *Alicja w krainie czarów*, *Ocean 3D*, *Starcie Tytanów* oraz bijąca rekordy widowni czwarta część filmu *Shrek 3D*. Do ulepszonych produktów należą także różne wersje filmów wyświetlanych dwuwymiarowo w technologii cyfrowej np. dotąd niedostępne premiery, wersje z audiodeskrypcją dla osób niewidzących. Założono, że średnio w każdym kinie w sieci wyświetlany będzie minimum jeden ulepszony film (tytuł) na kwartał.

– Produkty kompleksowe. Instytucje kultury prowadzące kina mają ogromne możliwości łączenia poszczególnych obszarów działalności. Podejmowane są starania, by działające w ramach domów kultury kółka zainteresowań także korzystały z nowoczesnego zaplecza kinowego (np. połączenie uczestnictwa w chórze z możliwością udziału w transmisjach muzycznych odbywających się w kinie czy programy edukacyjne obejmujące oprócz wykładu czy prelekcji także projekcje filmów). Przekłada się to na atrakcyjność pozostałych działań instytucji. Każde z kin w sieci oferuje minimum trzy produkty kompleksowe w roku



Narzędzie wzmocnienia konkurencyjności i atrakcyjności Małopolski

Celem ogólnym *Małopolskiej Sieci Kin Cyfrowych* jest podniesienie konkurencyjności i zwiększenie atrakcyjności Małopolski dzięki aktywizacji mniejszych miast w obszarze kultury. Następuje to poprzez wdrożenie najnowocześniejszej technologii wyświetlania filmów w dwunastu kinach województwa małopolskiego. Nowa technologia zapewnia nie tylko wysoką jakość świadczonych usług kulturalnych, ale także lepsze dopasowanie repertuaru do potrzeb widzów. Działanie w strukturze sieci pozwala zminimalizować koszty oraz zapewnia szybsze podniesienie konkurencyjności i innowacyjności kin. Zastosowanie nowych technologii umożliwia projekcje filmów 3D – produktów o wyższej wartości dodanej, co jest bardzo znaczącym krokiem w rozwoju przemysłu czasu wolnego. Ma to bezpośredni wpływ na aktywizację mniejszych miejscowości i podniesienie ich konkurencyjności.

Dzięki powiązaniu lokalnych kin w regionalną sieć i horyzontalnej koordynacji procesu cyfryzacji na terenie całego województwa projekt *Małopolska Sieć Kin Cyfrowych* może stanowić wzorzec nowego programu cyfryzacji. Jego atutem jest wykorzystanie skali regionu gwarantującej działanie bliżej społeczeństwa i lepiej odpowiadającej na jego potrzeby oraz możliwość wykorzystania współfinansowania z regionalnych programów operacyjnych, które tak jak cyfryzacja kin lokalnych przyczyniają się do wyrównywania dysproporcji pomiędzy mniejszymi miastami powiatowymi a metropoliami dążąc do zrównoważonego rozwoju regionu.

Projekt *Małopolska Sieć Kin Cyfrowych* – inwestycja jest współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Małopolskiego Regionalnego Programu Operacyjnego na lata 2007-2013.



Alvernia zmienia krajobraz filmowy

Na europejskim rynku filmowym pojawił się nowy, istotny gracz. W połowie drogi z Krakowa do Katowic, przy autostradzie A-4, między lotniskami Balice i Pyrzowice działa pierwsza w powojennej historii prywatna wytwórnia filmowa. Tworzą ją dwie spółki Alvernia Studios i Alvernia Production. Za przedsięwzięciem stoi Stanisław Tyczyński, twórca potęgi radia RMF FM.



Robert Kalinowski

odpowiada za public relations wytwórni filmowej Alvernia Studios. Przez wiele lat związany był z RMF FM, gdzie pracował jako dziennikarz i prezenter. Jest z wykształcenia socjologiem, pasjonuje się filmem i muzyką. Jako dziennikarz wielokrotnie obserwował festiwal filmowy w Cannes, a także relacjonował z Festiwalu Polskich Filmów Fabularnych w Gdyni. Przeprowadził wiele wywiadów z osobistościami świata filmu. Rozmawiał między innymi z Larsem von Trietem, Wimem Wendersem, Alanem Parkerem, Michaeliem Nymanem czy Jirim Menzlem.

Branżowy magazyn *The Hollywood Reporter* zaliczył Alvernię do najbardziej obiecujących, nowych studiów filmowych i porównał jej działalność do tego co robią słynne europejskie studia Pinewood czy Babelsberg. *Polska wytwórnia chce łączyć kompleksowe usługi filmowe z inwestowaniem w produkcje własne i koprodukcje* – czytamy w prestiżowym amerykańskim magazynie.

Z kolei wydawany w Londynie *Moviescope* w obszernym artykule poświęconym Alverni opisuje dlaczego hollywoodzcy filmowcy już skusili się na produkcję efektów specjalnych pod Krakowem. Skusili się bo nowa firma Stanisława Tyczyńskiego, jednego z najbardziej znanych polskich przedsiębiorców, stawia na działania kompleksowe, oparte na profesjonalnym zespole i technologii z najwyższej półki.

Kompleksowość i nowoczesność

Alvernia Studios dostarcza kompleksowe usługi dla klientów realizujących filmy, gry komputerowe, reklamy czy projekty muzyczne, zaś jej produkcyjne ramię Alvernia Production realizuje własne projekty filmowe i koprodukcje.

Wytwórnia jest przygotowana technologicznie do zrealizo-



wania najbardziej skomplikowanych filmów fabularnych. Alvernia Studios dysponuje najnowocześniejszymi kamerami 35mm i oświetleniem – między innymi czterema lampami o potężnej mocy – jakiego nie ma żadna światowa wytwórnia filmowa. Takie lampy oświetliłyby wielki stadion piłkarski. Firma posiada ogromny, bezcieniowy Blue Screen i zaplecze Digital Intermediate. Dysponuje studiem nagraniowym gdzie można nagrywać zespoły rockowe jak i stuosobowe orkiestry, a studio finalnego zgrania dźwięku otrzymało jako pierwsze w Polsce certyfikat Dolby Premier. Efekty specjalne można w Alverni realizować między innymi w technice Motion Capture. Działa tu także laboratorium obróbki taśmy filmowej. To obecnie jedyne w kraju laboratorium, gdzie negatyw filmowy wywołuje się, wzorem największych światowych wytwórni filmowych, w ultranowoczesnej australijskiej maszynie Filmlab. Wytwórnia posiada też mobilne *miasteczko filmowe*, składające się z 16 jednostek, zapewniających na planie całą niezbędną infrastrukturę.



Na rynku polskim i zagranicznym

Alvernia współpracuje nie tylko z największymi polskimi, ale i zagranicznymi twórcami filmowymi. 2010 to tak naprawdę pierwszy rok, pełnej operacyjnej działalności wytwórni, a już ma na swoim koncie współpracę ze słynnymi reżyserami Andrzejem Wajdą, Jerzym Skolimowskim i Filipem Bajonem. Na jesieni na ekranach kin pojawiły się *Śluby Panieńskie* A. Fredry adaptowane przez Bajona. Alvernia jest koproducentem tego filmu. Wajda wyprodukował nową wersję szekspirowskiego *Makbeta* ze zdjęciami zrealizowanymi w Alverni z użyciem najnowszych cyfrowych technologii. W podkrakowskiej wytwórni odbywały się też końcowe prace postprodukcyjne nad nagrodzonym w Wenecji nowym filmem Jerzego Skolimowskiego *Essential Killing*. Zespół Alverni wykonał część efektów specjalnych, Digital Intermediate w rozdzielczości 4K, naświetlanie negatywu i zkopie cyfrowe. *Praca przy cyfrowej koloryzacji obrazu odbywała się w Alverni na sprzęcie najnowszej generacji – mówi Adam Sikora, autor zdjęć do Essential Killing. Wszystkie bardzo skomplikowane operacje przebiegały bardzo szybko, co jest również zasługą hinduskiego kolorysty Glena Castinho, który nadzoruje*



w Alverni tak zwany Digital Intermediate – ocenia Sikora.

Aktualnie najważniejsze przedsięwzięcie firmy Tyczyńskiego to praca nad *Vamps* nowym filmem Amy Heckerling amerykańskiej reżyserki, znanej z bestsellerowej komedii familijnej *I kto tu mówi*. Opowieść o Vampach to największa, jak dotąd, inwestycja polskich wytwórni filmowych w amerykańską produkcję niezależną, *Vamps* powstaje, bowiem jako koprodukcja polsko-amerykańska. Zdjęcia były kręcone latem w Detroit i w Nowym Jorku, a w Alverni realizowane są efekty specjalne i cała postprodukcja (korekcja barwna, nagranie muzyki, zgranie finalne, kopie cyfrowe). Alvernia Studios bierze też znaczący udział w – powstającej we współpracy z Warner Bros i firmą San Graal – realizacji najnowszego filmu Andrzeja Saramonowicza *Jak się pozbyć cellulitu*, obsługując plan oraz zapewniając podczas zdjęć najwyższej klasy sprzęt, a także zajmując się postprodukcją (m.in. efekty specjalne, Digital Intermediate i zgranie Dolby).

Podkrakowska wytwórnia to także gry komputerowe i muzyka. Alvernia Studios współpracuje z największymi w Polsce firmami produkującymi gry komputerowe, takimi jak CD Projekt RED, People Can Fly, czy Techland. W Alverni do produkcji gier wy-



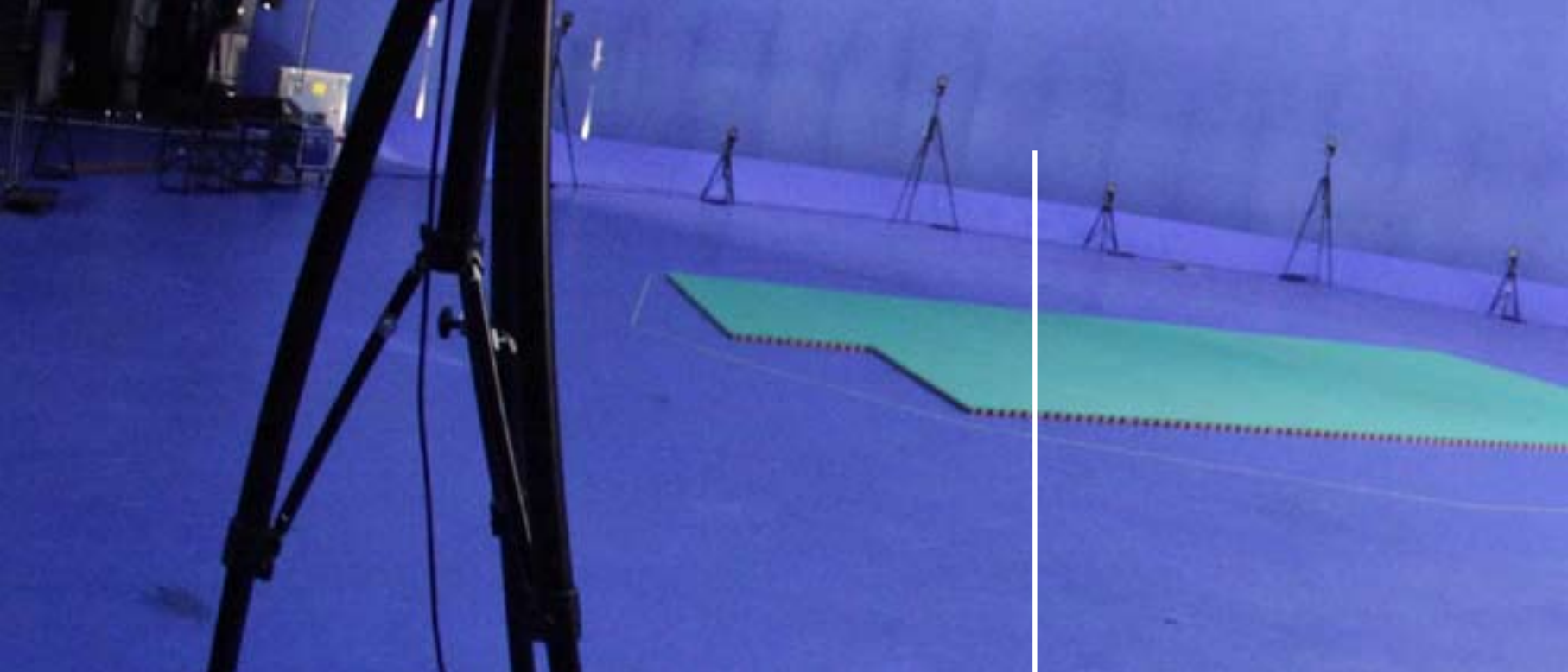
korzystywana jest między innymi technologia Motion Capture.

W studiu nagraniowym rejestrowane były *Najmniejsze Koncerty Świata*, nagrywały tu takie gwiazdy polskiej muzyki rockowej jak Hey, Muniek, Lech Janerka czy Tilt, tu nagrano zamówioną przez krakowski festiwal Unsound muzykę do filmu *Solaris* czy *Pasję* Pawła Mykietyna. Alvernia na stałe współpracuje z orkiestrą Aukso kierowaną przez znakomitego dyrygenta Marka Mosia.

Innowacyjna gospodarka

Alvernia Studios w 2008 r. złożyła wniosek o dotację w ramach Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka. Nie było kłopotów z przyznaniem dofinansowania, bo projekt wspiera przedsięwzięcie, w którym olbrzymią rolę odgrywają nowoczesne technologie.

Pełny tytuł projektu brzmi: *Uruchomienie studia i planu filmowego poprzez wdrożenie innowacyjnej technologii produkcji i przetwarzania obrazu filmowego*. Wartość jest 17,9 mln zł. Dotacja wyniosła 8,8 mln zł. Z czego Unia wyłożyła 85 proc., czyli blisko 7,5 mln zł, a polski budżet dodał ok. 1,3 mln zł. Realizacja pro-



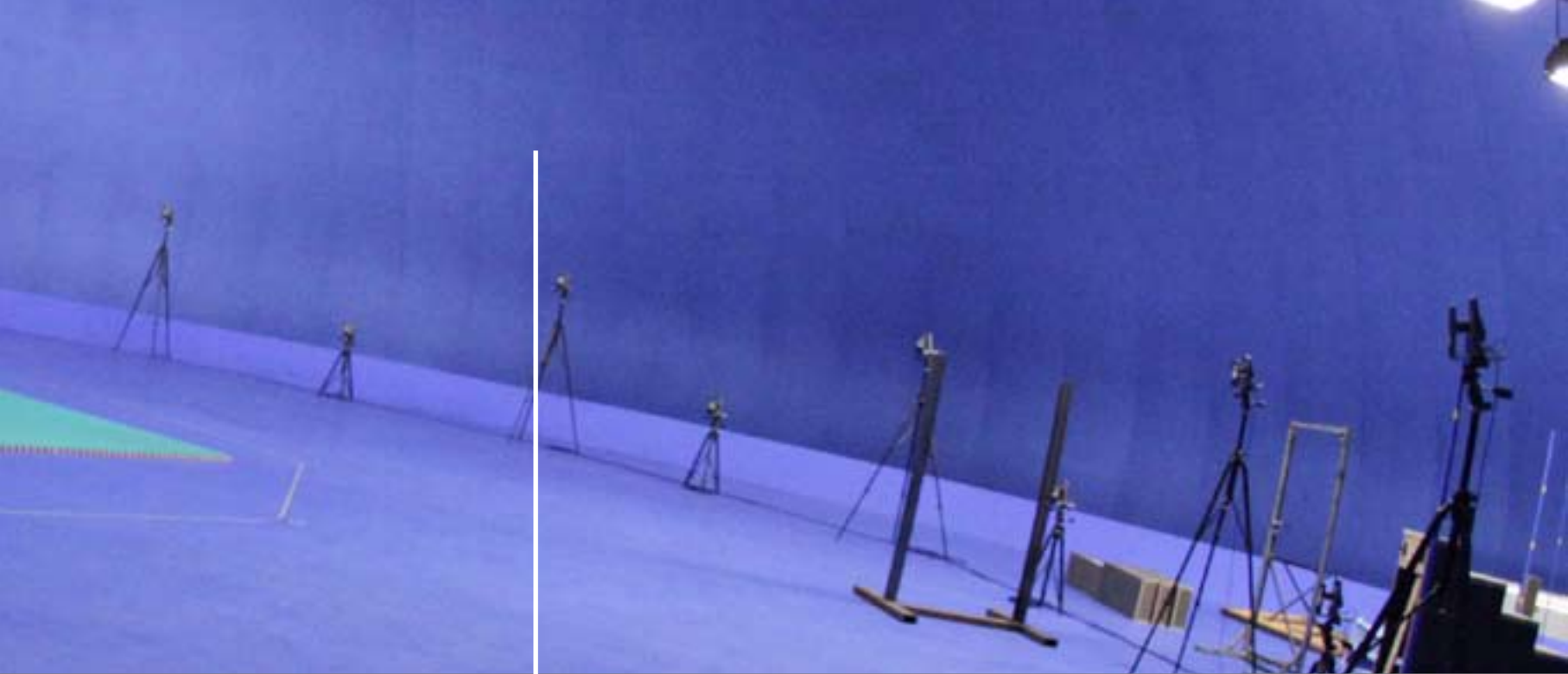
jektu ułatwia zaistnienie *Alvernia Studios* na światowym rynku produkcji filmowej.

Dotacja to oczywiście tylko niewielka część kwoty, jaką zainwestowano ale także dzięki pieniądzą z Unii powstało miejsce do pracy dla filmowców, jakiego nie ma nigdzie indziej w Polsce, a i w całej Europie trudno dzisiaj znaleźć tak nowoczesne studio. Firma jest gotowa sprostać każdemu filmowemu zadaniu, z którym trafią tam twórcy krajowi i zagraniczni.

Wiarygodny partner

Alvernia Studios pomaga przyciągać krajową i międzynarodową produkcję filmową do Krakowa i Małopolski. Na wytwórnię filmową stawiają krakowscy urzędnicy prężnie działający w Krakowskiej Komisji Filmowej, dlatego Krakowskie Biuro Festiwalowe i Alvernia Studios podpisali list intencyjny o współpracy.

Miasto liczy na to, że z Alvernią i aktywnie działającym regionalnym funduszem filmowym ściągnie filmowców z zagranicy, a zwłaszcza z Ameryki i zaistnieje na kinematograficznej mapie Europy. Problem w tym, że jak niedawno przypomniał Dziennik Gazeta Prawna, *produkcja filmowa jest w Polsce obłożo-*



na 22-procentowym podatkiem VAT. Jedną z najwyższych stawek w Europie sprawia, że Czesi i Węgrzy wygrywają z nami właśnie dlatego, że zdecydowali się przyznać filmowcom ulgi podatkowe. W Polsce rząd niestety nie kwapi się do wprowadzenia takich finansowych udogodnień. Pomimo tego, niedawno Kraków wygrał z Pragą i część zdjęć do bollywoodzkiego filmu akcji *Banita* w reżyserii Prashanta Chadha była realizowana pod Wawelem. Wspólną ofertę, która przyciągnęła hinduskich filmowców, przygotowały Film Polska sp. z o.o., Alvernia Studios i Krakowska Komisja Filmowa. Budżet *Banity* wynosi około 6 mln dolarów. Szacuje się, że jedna trzecia tej kwoty zostanie w Krakowie.

PRZEMYSŁ KREATYWNY WE FRANCJI

**od antagonizmu
do nowego Eldorado?**



CHRISTOPHE BLANDIN-ESTOURNET

Od stycznia 2006, Dyrektor Festiwalu Excentrique, od stycznia 2009 Dyrektor Regionalnej Agencji Kultury Culture O Centre. Od 2007 Radca artystyczny Miasta Paryża. W latach 2000-2006 kurator artystyczny w Parc de la Grande halle de la Villette (Paryż). Christophe Blandin-Estournet na każdym z opisanych stanowisk przykładał wielką wagę do współpracy i wymiany międzynarodowej.

Jesteśmy świadkami bezprecedensowej transformacji praktyk artystycznych i kulturalnych zachodzących na tle zmian w globalnej gospodarce, napięć społecznych, rewolucji technologicznej oraz zatarcia estetyki.

Mutacje twórczości artystycznej (pojawienie się nowych trendów estetycznych, wielodyscyplinarność, status dzieła ...) oraz zasadnicze zmiany w produkcji i rozpowszechnianiu wiedzy, towarzyszy głęboka i trwała rekonstrukcja stosunków ludzi do pracy i wiedzy.

To właśnie ten kontekst sprzyja kształtowaniu się nowych wzorów, w których gospodarka i kultura są ściśle powiązane, przekra-

W ten nowy kontekst wpisują się nowe wzory, w których gospodarka i kultura są ściśle związane, przekraczając aspekty rozwoju technologicznego i społecznego, w sercu którego leży kreatywność, wymiana wiedzy i dostęp do niej.

czając aspekty rozwoju technologicznego i społecznego, w sercu którego leży kreatywność, wymiana wiedzy i dostęp do niej. Te nowe aktywności są często określane jako przemysł kreatywny, co tym samym oznacza, że sankcjonują umiejscowienie się kreatywności na granicy sztuki, handlu i technologii.

Theodor Adorno był pierwszym twórcą, który na początku XX w. wypracował krytyczny punkt nt. widzenia przemysłu kulturalnego. Jego analiza, a za tem krytyka rozgrywała się na polu estetyki (urynkowanie kultury popularnej, poprzez produkcję masową, *konsumowaną* pod szyldem sztuki). Gospodarka zawładnęła następnie określeniem przemysłu kulturalnego jako kreacji (chronionej prawem autorskim), przeznaczonej do masowej reprodukcji: wydawnictwa drukowane, multimedia, produkcja kinematograficzna, audiowizualna i fonograficzna...

Wyraźnie nawiązując do tradycyjnego przemysłu kulturalnego, przemysł kreatywny z kolei zawiera w sobie szereg aktywności, które angażują bezpośrednio lub pośrednio i trwale kreatywność w służbie funkcjonalności. Co więcej, aktywności te obejmują zarówno przemysł kulturowy², jak i wszystkie działania o charakterze produkcyjnym w wymiarze artystycznym i twórczym (architektura,

1. Dzieła produkowane i dystrybuowane masowo w identycznej postaci

2. W ostatnim artykule Obserwatorium zmian przemysłu kulturalnego pt. „Zagadnienia przemysłu kulturowego we Francji jego autorzy kontestują to pojęcie.

Przemysł kreatywny z kolei zawiera w sobie szereg aktywności, które angażują bezpośrednio lub pośrednio i trwale kreatywność w służbie funkcjonalności.

projektowanie, reklama, moda, grafika, Internet, digitalizacja...).

Powyższe branże znajdują się w centrum tego, co nazywamy twórczą gospodarką. Jeśli nie istnieje oficjalna definicja, to dlatego, iż jest to ciągle ewoluujące, subiektywne pojęcie. Konferencja Narodów Zjednoczonych ds. Handlu i Rozwoju (UNCTAD), zaproponowała oparcie definicji na następujących parametrach:

- Zespół działań ukierunkowanych na tworzenie wiedzy, zawierających w sobie wymiar rozwoju, związanych z produkcją gospodarczą na małą lub dużą skalę;
- Pojęcie zmiany stworzone w oparciu o zasoby twórcze zdolne do wytwarzania pewnego efektu na podstawie wzrostu gospodarczego i rozwoju;
- Źródła dochodów, tworzące nowe miejsca pracy i wpływów z eksportu, przy jednoczesnym wspieraniu integracji społecznej, różnorodności kulturowej i rozwoju człowieka;
- Sektor, zawierający aspekty gospodarcze, kulturalne i społeczne, związane z celami technologii, własności intelektualnej i turystyki;
- Możliwa opcja rozwoju, który wymaga wielosektorowych strategii oraz środków ze strony rządów;

Projektanci mody, twórcy reklamy, architekci ... zgromadzeni

Problem branży twórczej w krajach skandynawskich oraz anglosaskich przyciągał uwagę władz od dawna. Później kwestia ta wprowadzona została do debaty we Francji, która w niewielkim tylko stopniu wykorzystwała doświadczenia swoich sąsiadów. Sytuację tę można wytłumaczyć faktem, że nasz francuski, przyp. tłumacza) model kulturowy jest wciąż bardzo (zbyt?) naznaczony „latami Langa”, który jako pierwszy zwrócił większą uwagę na przemysł kreatywny, w małym jednak stopniu odnosząc się do jego wartości ekonomicznej.

wokół wyzwań swych praktyk zawodowych... naukowcy, krytycy ekonomii politycznej w ramach przemysłu kulturalnego..., problem branży twórczej w krajach skandynawskich oraz anglosaskich przyciągał uwagę władz od dawna. Później kwestia ta wprowadzona została do debaty we Francji, która w niewielkim tylko stopniu wykorzystwała doświadczenia swoich sąsiadów. Sytuację tę można wytłumaczyć faktem, że nasz* [*francuski* – przyp. tłumacza] model kulturowy jest wciąż bardzo (zbyt?) naznaczony *latami Langa*, który jako pierwszy zwrócił większą uwagę na przemysł kreatywny, w małym jednak stopniu odnosząc się do jego wartości ekonomicznej. Wspomniane wyżej branże twórcze nie podniosły jeszcze wielu kwestii polityki publicznej (przede wszystkim kulturowych i przemysłowych) w kontekście pojawienia się nowego modelu *gospodarczo-kreatywnego*, którego skomplikowana nazwa (wartości niematerialne, cyfrowe, inteligentne...) odzwierciedla nasze trudności z rozumieniem zagadnienia. Znajdujemy się obecnie w decydującym dla przemysłu kreatywnego momencie, w którym władze publiczne, choć nie zawsze przekonane o jego wartości, zaczynają rozumieć stojące przed nim wyzwania. Obecnie łatwiej jednak mówić o wsparciu polityki rolnej niż pomocy dla cyfrowego huba.

Nowym dowodem znaczenia przemysłu kreatywnego jest fakt, iż coraz częściej pojawia się on w centrum zainteresowania naukowców (ekonomiści, statystycy) oraz decydentów politycznych.

Pomimo to, przemysł kreatywny aktywizując kompetencje twórców i badaczy z zakresu ekonomii i innowacji, przyczynia się do rozwoju terytorialnego oraz wzrostu zatrudnienia. Model ten opiera się na innowacji technologicznej i wiedzy, leżących u zbiegu kultury i gospodarki. Oferuje on nowe podejście, które nie może wystąpić w obronie polityki kulturalnej, ani pozostać posłuszne tym samym kwestiom, ale które może stać się komplementarnym modelem gospodarczym. Twórcy małych startupów, gier wideo, innowacji www... stanowią część tej *klasy kreatywnej*, która wraz z artystami tworzy dynamiczny sektor gospodarki, któremu należy się wsparcie.

Nowym dowodem znaczenia przemysłu kreatywnego jest fakt, iż coraz częściej pojawia się on w centrum zainteresowania naukowców (ekonomiści, statystycy) oraz decydentów politycznych. To uznanie odzwierciedla rosnącą świadomość jego szczególnego potencjału gospodarczego i roli w kwestiach różnorodności kulturowej w globalnym zjednoczonym rynku.

Należałoby chyba powiedzieć, że zachodzące w przemyśle kreatywnym i kreatywnym zmiany stanowią wielki pokład bogactwa, możliwości zatrudnienia, integracji społecznej i rozwoju w ramach sektora gospodarki i kultury.

Klaster Imaginove

dobre praktyki z zakresu regionalnej polityki
w dziedzinie przemysłu kreatywnego

Praca zbiorowa pod redakcją Przedstawicielstwa WM w Brukseli

Klaster, nazywany czasem we Francji także biegunem konkurencyjności, pełni istotną funkcję jako przedłużenie regionalnego narzędzia stymulacji rozwoju.

Wsparcie sztuk audiowizualnych jest jednym z priorytetów Regionu Rhone-Alpes, dlatego do jego wsparcia, w roku 2005, powołano Klaster Imaginove.

Klaster, nazywany czasem we Francji także biegunem konkurencyjności, pełni istotną funkcję jako przedłużenie regionalnego narzędzia stymulacji rozwoju. Wsparcie sztuk audiowizualnych jest jednym z priorytetów Regionu Rhone-Alpes, dlatego do jego wsparcia, w roku 2005, powołano Klaster Imaginove.

Skupia on ok.200 podmiotów których wspólnym celem jest rozwój synergii pomiędzy nimi, ze szczególnym uwzględnieniem antycypacji i stymulacji innowacji. Działanie to możliwe jest dzięki stosowaniu mechanizmów analizy rynku i pomiaru konsumpcji (mobilność, dematerializacja, rozszerzenie targetu itp.).

Ambicją Imaginove jest osiągnięcie w ciągu pięciu najbliższych lat statusu autorytetu w dziedzinie twórczości i dystrybucji produkcji multimedialnych. Dlatego też klaster ściśle współdziała z regionem, co zaowocowało sukcesem w postaci znacznej frekwencji rhonalpejskich podmiotów. Jednym z warunków uzyskania członkostwa w klastrze jest opłacenie składki członkowskiej. Profity, które może czerpać potencjalny członek sklasyfikować można w następujący sposób:

- Synergia pomiędzy sektorem filmowym, audiowizualnym, gier komputerowych, multimediami, jak również ośrodkami badawczymi oraz strukturami uniwersyteckimi
- Uczestnictwo w programach Imaginove: badania i rozwój, wystawy międzynarodowe, szkolenia
- Promocja własnego know-how i działań w wymiarze regionalnym i międzynarodowym
- Dostęp do informacji z pierwszej ręki i w pierwszej kolejności
- Współdziałanie w nowych wydarzeniach organizowanych przez klaster (dni tematyczne, wielowymiarowe platformy współpracy, wystawy itp.)

Ambicją Imaginove jest osiągnięcie w ciągu pięciu najbliższych lat statusu autorytetu w dziedzinie twórczości i dystrybucji produkcji multimedialnych.

Imaginove proponuje swoim członkom wsparcie w dziedzinach: innowacji i technologii, zatrudnienia i szkoleń, serious game, zwiększenia przychodów, organizacji wystaw i innych eventów promocyjnych oraz ochrony własności intelektualnej.

Imaginove proponuje swoim członkom wsparcie w dziedzinach: innowacji i technologii, zatrudnienia i szkoleń, serious game, zwiększenia przychodów, organizacji wystaw i innych eventów promocyjnych oraz ochrony własności intelektualnej. Od początku swojego istnienia Imaginove zrealizowała wiele z zamierzonych celów poprzez konkretne programy:

- *Acompagnement d’innovation*: wsparcie procesu tworzenia innowacyjnych projektów, pośrednictwo w kontaktach ze środowiskiem przemysłowym i akademickim, consulting w poszukiwaniu źródeł finansowania,
- *Imaginove Commercial*: wsparcie przedsiębiorstw w dziedzinie innowacyjnych działań gospodarczych. Testowanie nowych modeli sprzedaży,
- *Imaginove International*: program wsparcia przedsiębiorstw w dziedzinie współpracy międzynarodowej. Program dysponuje środkami budżetowymi, które mogą zostać przeznaczone na inicjację eksportu oraz szkolenia,
- *Imaginove Stratégie*: wsparcie rozwoju przedsiębiorstw, program zapewnia środki na poprawę konkurencyjności członków klastra poprzez takie działania jak transfer know-how, wypra-

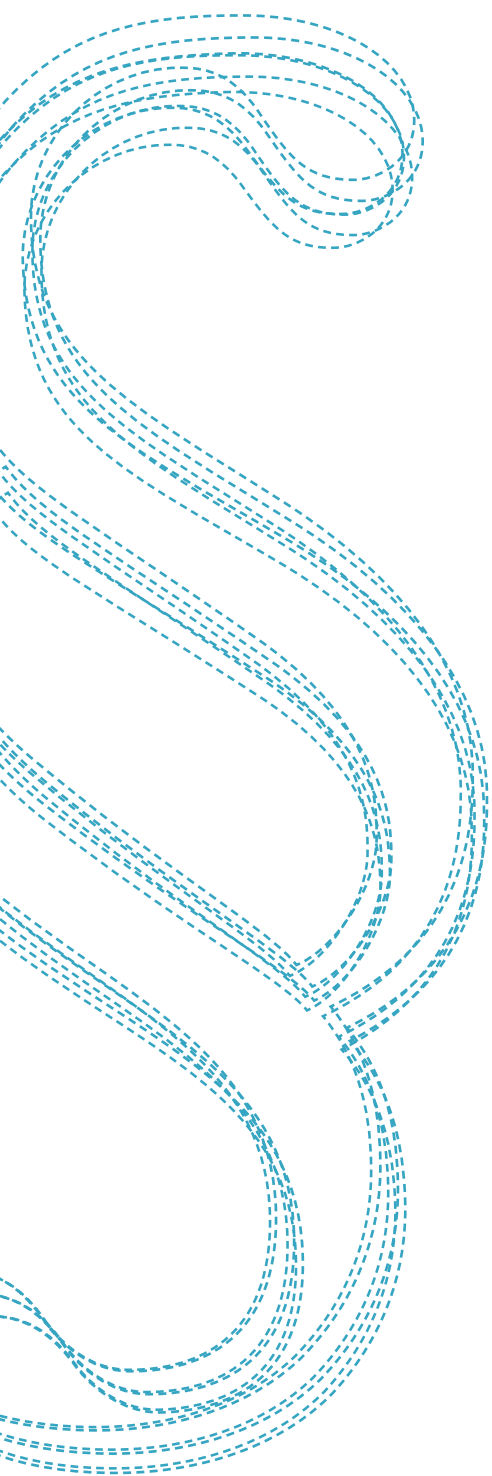
Kluczowym projektem realizowanym obecnie przez klaster we współpracy z władzami Rhone-Alpes jest CReATE – ICT Innovations in Creative Industries.

cowywanie przewag konkurencyjnych, analiza ewolucji rynków,

– *Accompagnement de l'emploi et de la formation*: wsparcie zatrudnienia i kształcenia,

– *Imaginove Compétences*: ma za cel adaptację programów kształcenia zawodowego do potrzeb przedsiębiorców celem utrzymania wysokiego poziomu ich kompetencji.

Kluczowym projektem realizowanym obecnie przez klaster we współpracy z władzami Rhone-Alpes jest CReATE – ICT Innovations in Creative Industries. Partnerami projektu są: MFG Baden-Württemberg – Innovation Agency for ICT and Media (Badenia-Wirtembergia), Steinbeis-Europa-Zentrum (SEZ, Badenia-Wirtembergia), CSP – Innovation in ICT (Piemont), Region Piemonte, Politecnico Torino, Imaginove, Advantage West Midlands (AWM, West Midlands). Cele partnerów to: identyfikacja obszarów badań celem promocji przemysłu kreatywnego, wsparcie strategicznej współpracy europejskich klastrów w zakresie przemysłu kreatywnego, wsparcie MŚP w dziedzinie badań naukowych i transferu technologii, utworzenie paneuropejskiej platformy współpracy dla przedstawicieli przemysłu kreatywnego z poszczególnych państw.



Questio Iuris

ZIELONA KSIĘGA

w sprawie uwalniania
potencjału przedsiębiorstw
z branży kultury
i branży twórczej §



§

W ciągu ostatnich dziesięcioleci świat rozwijał się w przyspieszonym tempie. Szybki rozwój nowych technologii oraz postęp globalizacji oznaczał dla Europy i innych części świata odejście od tradycyjnej wytwórczości na rzecz usług i innowacji. Fabryki są stopniowo zastępowane przez zespoły twórcze, których surowcem jest wyobraźnia, kreatywność i innowacyjność.

§

W nowej gospodarce cyfrowej wartość niematerialna w coraz większym stopniu decyduje o wartości materialnej, gdyż konsumenci poszukują nowych, wzbogacających „doznań”. Zdolność do oferowania wspólnych „doznań” i tworzenia sieci społecznych jest obecnie czynnikiem wpływającym na konkurencyjność.

§

Aby w tym zmieniającym się globalnym kontekście Europa pozostała konkurencyjna musi ona stworzyć warunki sprzyjające rozkwitowi kreatywności i innowacyjności w nowej kulturze przedsiębiorczości¹.

§

Przedsiębiorstwa z branży kultury i branży twórczej dysponują wielkim niewykorzystanym potencjałem tworzenia wzrostu gospodarczego i miejsc pracy. Aby go wykorzystać Europa musi znaleźć nowe źródła inteligentnego, zrównoważonego, obejmującego wszystkich wzrostu i zainwestować w nie, aby zapewnić ich trwanie². Nasz przyszły dobrobyt w znacznym stopniu zależeć będzie od tego w jaki sposób wykorzystamy nasze zasoby, naszą wiedzę i twórczy talent do pobudzenia innowacyjności. Europa powinna stać się pionierem nowych sposobów tworzenia wartości dodanej, życia razem, dzielenia się zasobami i korzystania z róż-



norodności, w oparciu o naszą bogatą i zróżnicowaną kulturę.

§

Europejskie przedsiębiorstwa z branży kultury i branży twórczej posiadają rzeczywisty potencjał pozwalający podjąć te wyzwania, przyczyniając się tym samym do sukcesu strategii Europa 2020, w tym jej kluczowych inicjatyw, takich jak Unia Innowacji, agenda cyfrowa, przeciwdziałanie zmianom klimatu, program na rzecz nowych umiejętności i zatrudnienia oraz polityka przemysłowa w erze globalizacji³.

Wiele nowych badań⁴ wykazało, że przedsiębiorstwa z branży kultury i branży twórczej (dalej „PKT”) cechuje

innowacyjność i ogromny potencjał ekonomiczny. Tworzą one jeden z najbardziej dynamicznych sektorów wytwarzający około 2,6 % PKB Europy, charakteryzujący się wysokim potencjałem wzrostu i zapewniający dobre miejsca pracy dla około 5 mln ludzi w całej UE.⁵





§

Treści kulturalne odgrywają ponadto kluczową rolę w tworzeniu społeczeństwa informacyjnego, pobudzaniu inwestycji w infrastrukturę i usługi związane z łącznością szerokopasmową oraz w technologiach cyfrowe, a także nowe ogólnodostępne urządzenia elektroniczne i telekomunikacyjne.

§

Oprócz bezpośredniego wkładu w tworzenie PKB, przedsiębiorstwa z branży kultury i branży twórczej są także motorem innowacyjności w wymiarze gospodarczym i społecznym wielu innych sektorów.

§

Dzięki kreatywności tych przedsiębiorstw w wielu różnych sektorach pojawiają się nowatorskie rozwiązania, od rewitalizacji lub „brandingu” państw, regionów lub miast po rozwój umiejętności w zakresie technologii informacyjno-komunikacyjnych (TIK) tj. e-umiejętności⁶, niezbędnych dla uczenia się przez całe życie, od stymulowania badań naukowych po przekazywanie wartości w dostępny sposób, od innowacyjnych produktów i usług po promowanie zrównoważonej gospodarki niskoemisyjnej, od dialogu międzypokoleniowego po dialog międzykulturowy i budowanie wspólnoty⁷.

§

Poprzez partnerstwo z sektorem edukacji PKT mogą także odgrywać ważną rolę, umożliwiając europejskim obywatelom nabywanie potrzebnych umiejętności w zakresie kreatywnego myślenia, przedsiębiorczości i międzykulturowości. W tym sensie PKT mogą przyczynić się do rozwoju europejskich ośrodków doskonałości i wspierać powstawanie społeczeństwa opartego na wiedzy. Równocześnie umiejętności te stymulują zapotrzebowanie na bardziej zróżnicowane i wyższej klasy treści i produkty. Może to ukształtować przyszłe rynki w sposób lepiej dostosowany do atutów Europy.

§

Poprzez takie zewnętrzne efekty, europejskie PKT otwierają drogę prowadzącą ku bardziej twórczej, spójnej, dobrej dla środowiska naturalnego i zasobnej przyszłości.

§

Aby PKT mogły w pełni wykorzystać możliwości, jakie niosą ze sobą różnorodność kulturowa, globalizacja i digitalizacja, które w największym stopniu przyczyniają się do rozwoju tych przedsiębiorstw, konieczne jest:

- zapewnienie odpowiednich warunków, takich jak zwiększenie możliwości eksperymentowania, wprowadzania innowacji i osiągnięcia sukcesu przez przedsiębiorców oraz zapewnianie łatwiejszego dostępu do finansowania i odpowiedniego zestawu umiejętności;
- wspieranie rozwoju PKT w środowisku lokalnym i regionalnym, co stanowi punkt wyjścia do silniejszej obecności na arenie światowej, także poprzez zintensyfikowaną wymianę i mobilność;
- oraz
- przejście do gospodarki kreatywnej poprzez stymulowanie wpływu PKT na różnorodne aspekty gospodarki i życia społecznego.

§

W momencie kiedy wielu spośród naszych międzynarodowych partnerów w szerokim zakresie korzysta z różnorodnych zasobów PKT przed UE nadal stoi zadanie opracowania strategii, która pozwoli na uczynienie z jej wyjątkowych atutów kulturowych podstawy dla silnej kreatywnej gospodarki i spójności społecznej.



PRZYPISY

1. Zgodnie z „Załoženiami politycznymi dla następnego Komisji” przewodniczącego Barroso. Pełny tekst znajduje się na stronie: http://ec.europa.eu/commission_barroso/president/pdf/press_20090903_EN.pdf.

2. Zob. komunikat Komisji „Europa 2020: Strategia na rzecz inteligentnego i zrównoważonego rozwoju sprzyjającego włączeniu społecznemu” - COM (2010)2020.

3. We wspomnianym wyżej opracowanym przez Komisję dokumencie do dyskusji oraz w dokumencie roboczym Komisji „Challenges for EU support to innovation services – Fostering new markets and jobs through innovation” – SEC

(2009)1195, uznano kulturę i branżę twórczą za sektory przyczyniające się do wzrostu.

4. Badanie nt. ekonomii kultury w Europie, przeprowadzone przez KEA dla Komisji Europejskiej, 2006, wspomniany wyżej dokument roboczy Komisji nt. wyzwań stojących przed UE w zakresie wspierania innowacji oraz sprawozdanie UNCTAD (2008) „Creative Economy – the Challenge of Assessing the Creative Economy – towards informed policy-making”.

5. Więcej informacji na temat tego sektora, a zwłaszcza zharmonizowane statystyki potrzebne są, aby lepiej monitorować sytuację PKT i umożliwić analizę aktualnej sytuacji, trendów, trudności i wyzwań.

6. We wrześniu 2007 r. Komisja Europejska opublikowała Komunikat zawierający długoterminową agendę e-umiejętności: „E-umiejętności na XXI wiek: wspieranie konkurencyjności, wzrostu i zatrudnienia” - COM (2007) 496 i obecnie rozważa dalsze jej rozwijanie.

7. Zob. badanie na temat wpływu kultury na kreatywność przeprowadzone dla Komisji Europejskiej przez KEA, 2009.

Źródło: Komisja Europejska

http://ec.europa.eu/culture/our-policy-development/doc/GreenPaper_creative_industries_pl.pdf

