

Izvješće medijskih objava

2014.

Hrvatski klaster kreativnih i kulturnih  
industrija

Datum : 03.12.2014.

[Mvinfo.hr - Predstavljanje projekta "Kreativna Hrvatska"](#)

Datum : 04.12.2014.

[Muzika.hr - Kulturne i kreativne industrije pokazuju put izlaska iz krize](#)

[zamp.hr - Predstavljanje projekta "Kreativna Hrvatska"](#)

Datum : 05.12.2014.

[Tportal - HUP i Klaster kreativnih industrija predstavili projekt 'Kreativna Hrvatska'](#)

[Tportal - Šef ZAMP-a: 'Kreativci moraju postati poduzetnici'](#)

[Limun - Mogu li hrvatske kreativne i kulturne industrije postati pokretač razvoja?](#)

[liderpress - Mogu li hrvatske kreativne i kulturne industrije postati pokretač razvoja?](#)

[HUP - „Kreativna Hrvatska“ projekt Hrvatskog klastera kreativnih i kulturnih industrija i Hrvatske udruge poslodavaca](#)

[EZadar - Predstavljen projekt “Kreativna Hrvatska”](#)

[DURA - PREDSTAVLJEN PROJEKT „KREATIVNA HRVATSKA“](#)

Datum : 05.12.2014.

[Narodni radio - audio](#)

[Katapultura - audio](#)

[N1 - dnevnik - video](#)

[Pola ure kulture - video](#)



Datum : 07.12.2014.

[Jabuka TV - video](#)

Datum : 08.12.2014.

Poslovni dnevnik

HRVATSKI KLASTER KREATIVNIH I KULTURNIH  
INDUSTRIJA



## Kreativa kao pokretač razvoja

Hrvatski klaster kreativnih i kulturnih industrija i HUP predstavili su zajednički projekt *Kreativna Hrvatska – kreativna i kulturna industrija kao pokretač razvoja*. Kako je istaknula predsjednica Klastera Ivana Nikolić Popović, u sklopu projekta izradit će se i nacionalna studija mapiranja kreativnih i kulturnih industrija i prijedlog strategije razvoja. Kreativna i kulturna industrija je najbrže rastući sektor gospodarstva koji u EU-u zapošljava sedam milijuna ljudi, a gotovo 4,2 posto europskog BDP-a dolazi upravo iz tog sektora. Tranzicijske zemlje, pa tako i Hrvatska, još uvijek

nisu iskoristile taj veliki gospodarski potencijal.

“Područje kreativnih i kulturnih industrija nije dovoljno kvalitetno pozicionirano u postojećim politikama, zakonima i strategijama premda prema nekim pokazateljima drži četiri posto udjela u BDP-u. Promocija ove industrije važan je preduvjet dodanoj vrijednosti koju stvaraju, posebno u segmentu kulturne prepoznatljivosti Hrvatske, jačanju izvoza i zapošljavanja”, izjavila je direktorica granskih udruga u HUP-u Jasminka Martinović. Hrvatski klaster kreativnih i kulturnih industrija, inače, okuplja 12 sektora. (I.G.) ■

# Kulturnjaci i kreativci mogu izvući RH iz krize

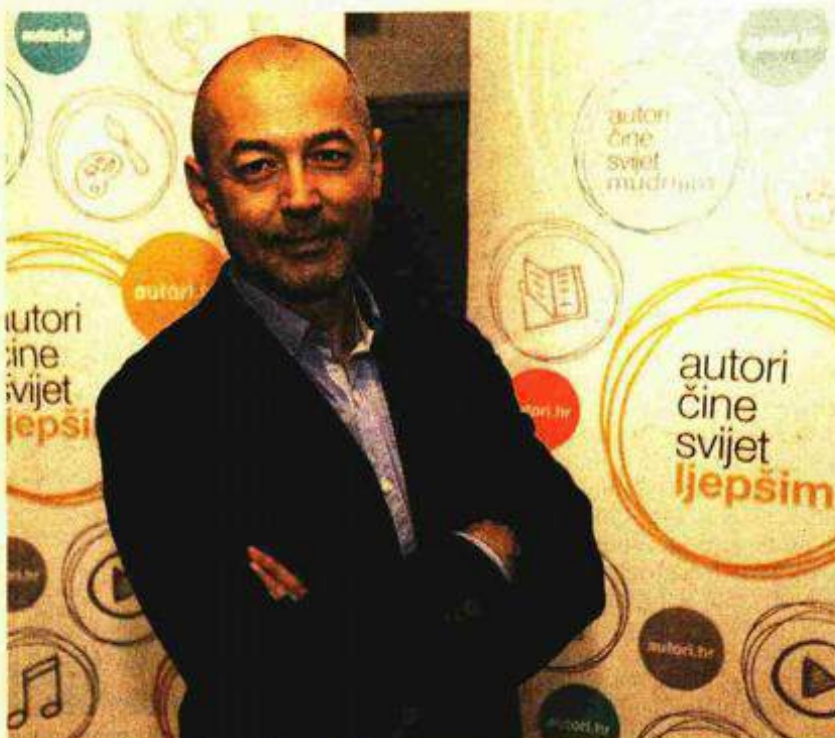
**Podcijenjeni** Po broju zaposlenih treća su grana EU, jači od prehrane

**SAŠA PAPARELLA**  
sasa.paparella@poslovni.hr

Cilj nam je razvoj kreativnih i kulturnih djelatnosti kao legitimnoga gospodarskog sektora, rekla je Ivana Nikolić Popović

Europska kulturna i kreativna industrija (KKI) impresivna je gospodarska grana čijih je sedam milijuna zaposlenika lani ostvarilo 535,9 milijardi eura prometa, odnosno 4,2 posto BDP-a Europske unije, jedan je od podataka koji su se čuli na promociji europske studije "Stvaranje rasta: mjerenje kulturnih i kreativnih tržišta u EU" u petak u zagrebačkom Muzeju suvremene umjetnosti.

"Kulturna i kreativna industrija, u koju se ubraja 11 sektora u rasponu od novina i knjiga do videoigara, filma i glazbe, pravi je protuotrov za naše gospodarske probleme. Ta industrija ima potencijal Hrvatsku izvući iz krize jer pokazuje veliku otpornost na gospodarska kretanja: kad BDP pada, ona raste. U EU se od 2008. do 2012. broj radnih mjesta smanjuje po stopi od 0,7 posto godišnje, dok u kreativnoj industriji po istoj stopi zaposlenost raste. KKI je po broju zaposlenih treća najvažnija grana EU, tek neznatno slabija od ugostiteljstva, jača je od industrija prehrane, automobila te šest puta veća od telekoma", naglasio je Nenad Marčec, glavni direktor ZAMP-a. "Zemlje s velikom koncentracijom KKI imaju najveći



Nenad Marčec, direktor HDS ZAMP-a



**U EU SE BROJ RADNIH MJESTA SMANJUJE PO STOPI 0,7% GODIŠNJE, A U KREATIVNOJ INDUSTRIJI TOLIKO RASTE**

stupanj gospodarskoga rasta. Ta je industrija predvodnik u prihvaćanju digitalnog tržišta, glavni nositelj inovacija i pokreće nove cikluse rasta zrelih industrija", naglasio je Marčec. Promocija europske studije iskorištena je i za predstavljanje Kreativne Hrvatske. Taj projekt vode HUP-ova Koordinacija KKI i Hrvatski klaster kreativnih i kulturnih industrija (HKKKI), koji je osnovan lani na inicijativu Ministarstva gospodarstva i okuplja 64 člana.

Kulturna i kreativna industrija važna je za razvoj identiteta, odnosno prepoznatljivosti, a time i turističku privlačnost svake države, rekla je Iva-

na Nikolić Popović, predsjednica klastera. Najavila je razvoj internetske platforme za spajanje kreativaca s korisnicima njihove usluge, a služiti će i kao baza ideja i sudionika.

"Kako bi se kvalitetnije promicao pametan i održivi rast, počeli smo surađivati s HUP-om. Naš cilj je razvoj kreativnih i kulturnih djelatnosti kao legitimnog gospodarskog sektora", rekla je Nikolić Popović. Aleksandar Battista Ilić, dekan zagrebačke Akademije likovnih umjetnosti, rekao je da nije toliko važno koliko ljudi zapošljava ta industrija "jer daje znatan doprinos drugim industrijama".

ANTO MAGZAN/PIXSELL

Datum : 11.12.2014.

Business.hr

## **Predstavljanje zajedničkog projekta „Kreativna Hrvatska“ Hrvatskog klastera kreativnih i kulturnih industrija i Hrvatske udruge poslodavaca – Koordinacija kreativnih i kulturnih industrija**

Hrvatski klaster kreativnih i kulturnih industrija i Hrvatska udruga poslodavaca – Koordinacija kreativnih i kulturnih industrija predstavili su zajednički projekt „KREATIVNA HRVATSKA – kreativna i kulturna industrija kao pokretač razvoja“ u petak, 5. prosinca 2014. godine u Muzeju suvremene umjetnosti. Udruge ovim projektom započinju intenzivan rad na oformljivanju gospodarskog sektora Kreativnih i kulturnih industrija u Hrvatskoj zbog čega su organizirali javno predstavljanje najnovije

Europske studije „Stvaranje rasta: Mjerenje kulturnih i kreativnih tržišta u EU“. Također su predstavili i projekte s kojima će razvijati spomenute industrije u Hrvatskoj u okviru projekta KREATIVNA HRVATSKA. Klaster je udruga članova kreativnih i kulturnih industrija u Hrvatskoj koja ima za cilj ostvariti kreativni potencijal i dugu tradiciju kulture u RH kroz jačanje konkurentnosti. Kako bi kvalitetnije promicao pametan, održivi i uključivi rast, ostvarena je suradnja s Hrvatskom udrugom poslodavaca s kojom dijeli ciljeve kao što su zastupanje interesa članova u odnosima s tijelima javne uprave i u području zakonodavstva te stvaranje boljeg poslovnog okruženja za pridružene članove i kao najvažnije rad na razvoj kreativnih i kulturnih industrija kao legitimnog gospodarskog sektora. Studija koju su ove dvije udruge predstavile inicirala je Europska grupacija društava autora i skladatelja GESAC. Predstavljanje je počelo govorom predsjednice Hrvatskog klastera kreativnih i kulturnih industrija i HUP – Koordinacije kreativnih i kulturnih industrija Ivane Nikolić Popović.

„Kreativne i kulturne industrije su svugdje u svijetu najbrže rastuće industrije po svim ekonomskim mjerilima, a to su broj zaposlenih, prihod, izvoz te udio tih parametara u ukupnom izvozu, prihodu i broju zaposlenih unutar cijelog gospodarstva pojedinih država i Europske unije u cjelini. Unutar projekta „Kreativna Hrvatska“ napraviti ćemo i Nacionalnu studiju mapiranja kreativnih i kulturnih industrija kako bi vidjeli ekonomsku snagu ovog važnog sektora, a potom i prijedlog strategije razvoja“, smatra Nikolić Popović.

Uz predsjednicu dviju udruuga, nazočnima se obratila i načelnica sektora u Ministarstvu gospodarstva Marija Rajaković, direktorica HUP granskih udruuga Jasminka Martinović, direktor EY

### **PREDSTAVLJANJE PROJEKTA u Muzeju suvremene umjetnosti**



Berislav Horvat, ravnateljica Muzeja suvremene umjetnosti Snježana Pintarić, dekan Akademije likovnih umjetnosti Aleksandar Battista Ilić, glavni direktor Hrvatskog društva skladatelja ZAMP-a Nenad Marčec, predsjednik Hrvatskog audiovizualnog centra Hrvoje Hribar te direktor Machine Lovro Nola.

„Područje kreativnih i kulturnih industrija nije dovoljno kvalitetno pozicionirano u postojećim politikama, zakonima i strategijama premda prema nekim pokazateljima drže 4% udjela u BDP-u. Promocija ove industrije i unaprjeđenje okvira njihova rada važan je preduvjet dodanoj vrijednosti koju stvaraju, posebno u segmentu kulturne prepoznatljivosti Hrvatske, jačanju izvoza i zapošljavanja“, izjavila je direktorica HUP granskih udruuga Jasminka Martinović. Dodaje kako kroz poziciju HUP-a kao socijalnog partnera i legitimnog predstavnika privatnog sektora u Hrvatskoj, na način kako to čine i za ostalih 30 sektorskih udruženja organiziranih u HUP-u, lobirat će prema svim relevantnim predstavnicima javne vlasti za promjene politika koje definiraju područje kreativnih i kulturnih industrija. U procesima izmjena zakona i ostalih propisa vezanih uz gospodarstvo, HUP kao socijalni partner Vlade i sindikata, zastupa stavove 6000 tvrtki koje zapošljavaju više od 400.000 djelatnika privatnog sektora

„Tranzicijske zemlje po svim istraživanjima još uvijek nisu iskoristile taj veliki gospodarski potencijal. U razvoju ovog važnog sektora, a pogotovo kroz podršku i prepoznavanje relevantnih državnih institucija vidimo budući mogući rast gospodarstva Hrvatske uopće“, zaključila je predsjednica novoosnovanog Hrvatskog klastera konkurentnosti kreativnih i kulturnih industrija Ivana Nikolić Popović.

Datum : 12.12.2014.

[www.index.hr](http://www.index.hr) - Najprestižnija europska filmska nagrada u Zagrebu

[www.pazisnimase.com](http://www.pazisnimase.com) - EUROPSKA FILMSKA NAGRADA U ZAGREBU

[www.tvprofil.net](http://www.tvprofil.net) - Europska filmska nagrada u Zagrebu

Datum : 16.12.2014.

[www.najnovijevijesti.net](http://www.najnovijevijesti.net) - Zagreb MAKK 2014.



Datum : 22.12.2014.

Privredni vjesnik

# 7 milijuna Europljana

izravno zaposleno u kulturnoj i kreativnoj industriji

## KULTURNA I KREATIVNA INDUSTRIJA

# Kreativa i kultura kao pokretač gospodarskog

U razvoju ovog važnog sektora, a pogotovo kroz podršku i prepoznavanje relevantnih državnih institucija i gospodarstva Hrvatske, kaže predsjednica Hrvatskog klastera konkurentnosti kreativnih i kulturnih industrija, napominjući kako je riječ o najbrže rastućim industrijama po svim ekonomskim parametrima

**28 zemalja / 11 potrošačkih tržišta: promet od 535,9 milijardi eura**

**28 zemalja / 11 potrošačkih tržišta: promet od 535,9 milijardi eura**

**Kultura i stvaranje u Europi**

- 100 milijuna** prodanih i distribuiranih novina i časopisa godišnje
- više od 1 milijun** radnih mjesta, poput telekomunikacija
- 5 od 10** najposjeđenijih međunarodnih festivala održava se u Europi
- više od 10** najposjeđenijih međunarodnih festivala održava se u Europi
- 930 milijuna** izlazna godišnje
- 4 od 5** europskih svakodnevnih službi radio 24 sata
- Očekuje se da će** kreativni sektor porasti za 5% između 2012. i 2015.
- 7 od 10** najposjeđenijih svjetskih umjetnosti su iz Europe
- 4 od 5** najposjeđenijih svjetskih umjetnosti su iz Europe
- Više od 493 000** registriranih umjetnika u Europi, a u većini ih postoji poslovni odnos s tržištem
- 7 od 10** najposjeđenijih svjetskih umjetnosti su iz Europe
- 7 od 10** najposjeđenijih svjetskih umjetnosti su iz Europe
- 7 od 10** najposjeđenijih svjetskih umjetnosti su iz Europe
- 7 od 10** najposjeđenijih svjetskih umjetnosti su iz Europe

**Kreativne i kulturne industrije u Hrvatskoj su relativno nov pojam i trenutačno nisu prepoznate kao zaseban sektor**

**Neiskorišten gospodarski potencijal**

“Tranzicijske zemlje još nisu iskoristile taj veliki gospodarski potencijal. U razvoju ovog važnog sektora, a pogotovo kroz podršku i prepoznavanje relevantnih državnih institucija, vidimo budućnost

**sjednica Hrvatskog klastera konkurentnosti kreativnih i kulturnih industrija Ivana Nikolić Popović** napominjući kako je riječ o najbrže rastućim industrijama po svim ekonomskim parametrima.

Nije zanemariva činjenica da će kreativnom sektoru u Hrvatskoj biti dostupan program Europske unije *Kreativna Europa 2014.-2020.*, vrijedan 1,8 milijardi eura, ali i sredstva iz fondova

ze Europska je komisija, na temelju prijedloga UNESCO-a, definirala što čini kreativnu i kulturnu industriju: oglašavanje, arhitektura, elektronički mediji, dizajn - grafički, produkt, modni, interijera; video igre, novi mediji, film, lijepe umjetnosti - spisateljske, vizualne i izvedbene; knjižnice, muzeji i baština, glazba, fotografija, izdavaštvo te primijenjene umjetnosti - sta-

“Arhitektura je spoj tehnike i umjetnosti, tako da je ona čvrsto jednomnogom u građevinskoj industriji, a drugom u kreativnoj. Ta činjenica znači da arhitekturu možete ocjenjivati kroz metre četvorne, ali također možete govoriti o društvenom razvoju i kulturi”, kaže **profesor s Arhitektonskog fakulteta u Zagrebu Bojan Balačić** ističući kao dobar primjer morske orgulje u Zadru koje su uz dodatni identitet no-



## g rasta

a, vidimo budući mogući rast  
Ivana Nikolić Popović

Kreativna i kulturna industrija privlači mlade radnike, pa tako više od 19 posto radnih mjesta drže osobe mlađe od 30 godina, a te industrije kao nositelji inovacija cijelo društvo uvode u nove dimenzije razvoja od socijalnih do ekonomskih.

### Stvaranje dodane vrijednosti

"Povezanost između kreativne i kulture s jedne te gospodarstva i tehnologije s druge strane ima karakteristiku da stvara tu intelektualnu vrijednost i intelektualni kapital, koji ima iznimnu važnost kako bi se stvorila dodana vrijednost u gospodarstvu", ističe Ivana Nikolić Popović dodajući kako upravo kreativne i kulturne industrije jačaju prihode i izvoz te stvaraju nova radna mjesta. Sektor kreativnih i kulturnih industrija je jedan od najbrže rastućih sektora svjetskog gospodarstva. To najbolje ilustrira podatak Creative Economy Reporta

UNCTD iz 2013. koji pokazuje da je svjetska trgovina dobrima i uslugama u 2011. iznosila 624 milijarde dolara što je dvostruko više nego u 2002. godini. A u tom razdoblju izvoz se povećavao po prosječnoj godišnjoj stopi od 8,8 posto. No, nažalost u Hrvatskoj još nema relevantnih podataka koji bi zbirno obuhvatili cijeli ovaj sektor. S druge strane u Europskoj uniji najbolji primjer kako iskoristiti potencijal kreativne i kulturne industrije pokazuje Velika Britanija, gdje taj sektor u ukupnom gospodarstvu ima udjel veći od pet posto.

### Mijenjati percepciju

Čak i u vrijeme najveće krize od 2008. do 2012. godine zabilježen je rast od 15,6 posto. Nije zanemariva ni vrijednost izvezenih usluga, koja je u tom razdoblju rasla 16,1 posto i iznosila samo u 2011. godini 15,5 milijardi funti. Sve to dokazuje potencijal rasta kreativne

i kulturne industrije unatoč recesiji i padu ostalih industrijskih sektora.

"Prije stotinu godina kreativnost je bila stvar pojedinca. U tu kategoriju spadali su i izumi i otkrića, dok danas cijela zajednica od tih industrija pokušava graditi sustav. Nije zanemariv podatak da u Europskoj uniji gotovo 90 posto izvoza dolazi od kreativnosti i od kreativne industrije", istaknuo je član Suda časti Hrvatskog udruženja društava za tržišno komuniciranje (HURA) Kamilo Antolović napominjući kako upravo ljudi iz tog sektora moraju promijeniti percepciju koju društvo ima o kreativnosti i kulturi. Kreativne i kulturne industrije u Hrvatskoj su relativno nov pojam i trenutno nisu prepoznate kao zaseban sektor, unatoč tome što cijeli sustav od obrazovanja do klasifikacije postoji i aktivan je. Stoga je neophodno kao i za svaki drugi industrijski sektor napraviti kvalitetnu analizu, otkriti specifičnosti, prilagoditi sve metodologije i alate istraživanja osobnosti te industrije, ali i predstaviti sektor u

više od 600

sudionika okupilo se na Forumu

QATAR  
INTERNATIONAL  
BUSINESS  
FORUM

### 5. MEĐUNARODNI FORUM POSLOVNIH ŽENA U KATARU



## Zahtjevno tržište velikim potencija

Predstavili smo katarskim partnerima i inovativne hrvatske poduzetnice - članice Zajednice za inženjering i dizajn (ZID) - rad pri HGK-u i njihove luksuzne proizvode koji plasirati na tržište Katara, istaknula je Tajana Ke

Prošlog tjedna u Dohi u Kataru održan je 5. međunarodni forum poslovnih žena, u organizaciji Udruge poslovnih žena Katara (QBWA) u suradnji s Interaktivnom poslovnom mrežom (IBN). Forum je okupio više od 600 sudionika iz arapskih zemalja, Njemačke, Turske, Velike Britanije, SAD-a, Kanade, Au-

rasta temeljenog na ljudskom kapitalu i diverzifikaciji te jačanju utjecaja žena u ekonomskom, političkom i kulturnom smislu.

Na Forumu je sudjelovala i Tajana Kesić Šapić, pomoćnica direktora Sektora za industriju Hrvatske gospodarske komore koja je razgovarala s generalnim direktorom Katarske gospodarske i industrijske komore Remiem Rowhaniem o mogućnostima suradnje na razini komora.

### Potencijali za suradnju postoje

"Potencijali za suradnju postoje sukladno s potpisanim sporazumom između Hrvatske gospodarske komore i Katarske gospodarske i industrijske komore. Razgovarali smo i o mogućnostima orga-

zište Katara Tajana Kesić Šapić Na sklopu ovog foruma predstavljeni su i proizvodi hrvatske poduzetnice, koji su se sastojali od različitih vrsta kozmetičkih proizvoda, od kojih su neki već u prodaji. Tajana Kesić Šapić istaknula je da su hrvatske poduzetnice imale priliku predstaviti svoje proizvode i usluge na jednom od najvažnijih međunarodnih foruma u Kataru. Ona je istaknula da su hrvatske poduzetnice imale priliku predstaviti svoje proizvode i usluge na jednom od najvažnijih međunarodnih foruma u Kataru. Ona je istaknula da su hrvatske poduzetnice imale priliku predstaviti svoje proizvode i usluge na jednom od najvažnijih međunarodnih foruma u Kataru.

### Kreativne i kulturne industrije u EU-u

- 535,9 milijardi eura prometa
- 7,1 milijun radnih mjesta
- Rastu čak i tijekom

Bilo je riječi i o mogućnostima suradnje HGK-a i Katarske gospodarske komore