



Partnerstwo na rzecz rozwoju sektora kreatywnego.



Ministerstwo
Kultury
Dziedzictwa
Narodowego
i Sportu.

*„Dofinansowano ze środków Ministra Kultury,
Dziedzictwa Narodowego i Sportu
pochodzących z Funduszu Promocji Kultury”*



Partnerstwo na rzecz rozwoju sektora kreatywnego.

Tytułem wstępu

Kultura w owym okresie programowania

PROJEKT UMOWY PARTNERSTWA DLA REALIZACJI POLITYKI SPÓJNOŚCI 2021-2027 W POLSCE

1.4. CEL „EUROPA O SILNIEJSZYM WYMIARZE SPOŁECZNYM”

Obszar: kultura i turystyka

Projekt Programu Fundusze Europejskie na Infrastrukturę, Klimat, Środowisko 2021-2027

PRIORYTET VII: Kultura

Cel szczegółowy: Wzmacnianie roli kultury i zrównoważonej turystyki w rozwoju gospodarczym, włączeniu społecznym i innowacjach społecznych



Partnerstwo na rzecz rozwoju sektora kreatywnego.

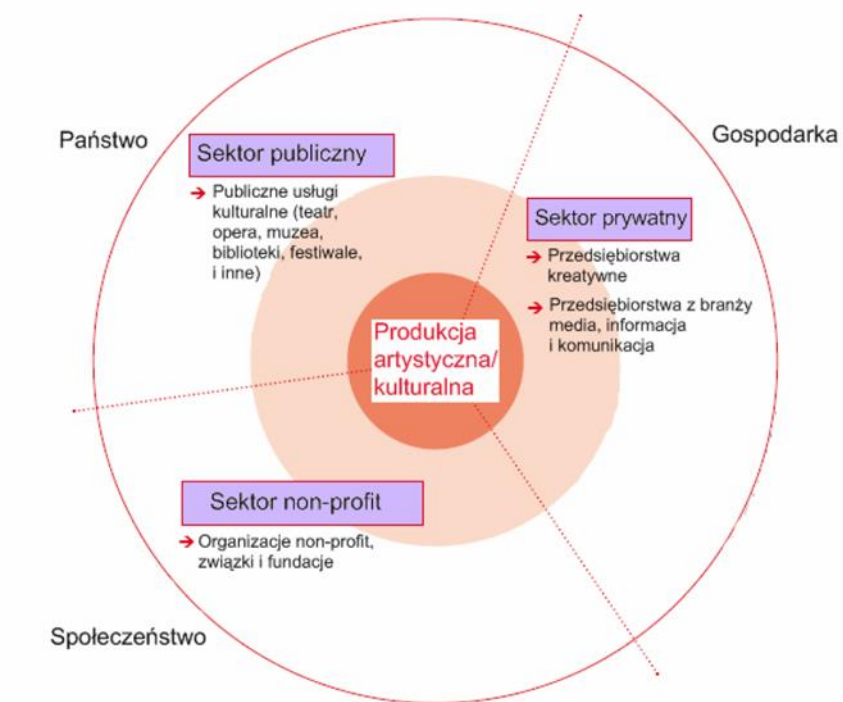
Kreatywność to umiejętność wyszukiwania, tworzenia nowych ścieżek i narzędzi rozwoju oraz koncepcji, idei, rozwiązań. Przedsiębiorczość to umiejętność przekucia idei/pomysłu w konkretne działanie przynoszące wymierne korzyści. Z ich połączenia powstaje przemysł kreatywny.



Partnerstwo na rzecz rozwoju sektora kreatywnego.

Sektory kreatywne są szeroko rozumiane jako kreatywne przedsiębiorstwa, które są w szczególności zorientowane na rynek, a zajmują się kreacją, produkcją, dystrybucją i/lub rozprzestrzenianiem kreatywnych dóbr i usług poprzez media

Model trzech sektorów działalności kreatywnej





Partnerstwo na rzecz rozwoju sektora kreatywnego.

Sektory kreatywne dostarczają produkty i usługi, które szeroko łączą się z kulturalną, artystyczną lub zwykle rozrywkową wartością. Zawierają książki, publikacje w magazynach, sztukę wizualną (malarstwo, rzeźbiarstwo), sztukę teatralną (teatr, operę, koncerty, taniec), nagrania, filmy kinowe i telewizyjne, modę, zabawki i gry komputerowe



Partnerstwo na rzecz rozwoju sektora kreatywnego.

Sektory kreatywne to cykle kreacji, produkcji i dystrybucji dóbr i usług, które używają kreatywności i kapitału intelektualnego jako podstawowego nakładu. Tworzą zestaw działań opartych na wiedzy, skoncentrowanych, ale nieograniczonych do sztuki, potencjalnie generujących przychody z handlu i praw własności intelektualnej. Obejmują produkty namacalne i nienamacalne, artystyczne usługi zawierające kreatywną treść, wartość ekonomiczną i cele marketingowe

Richard Caves,

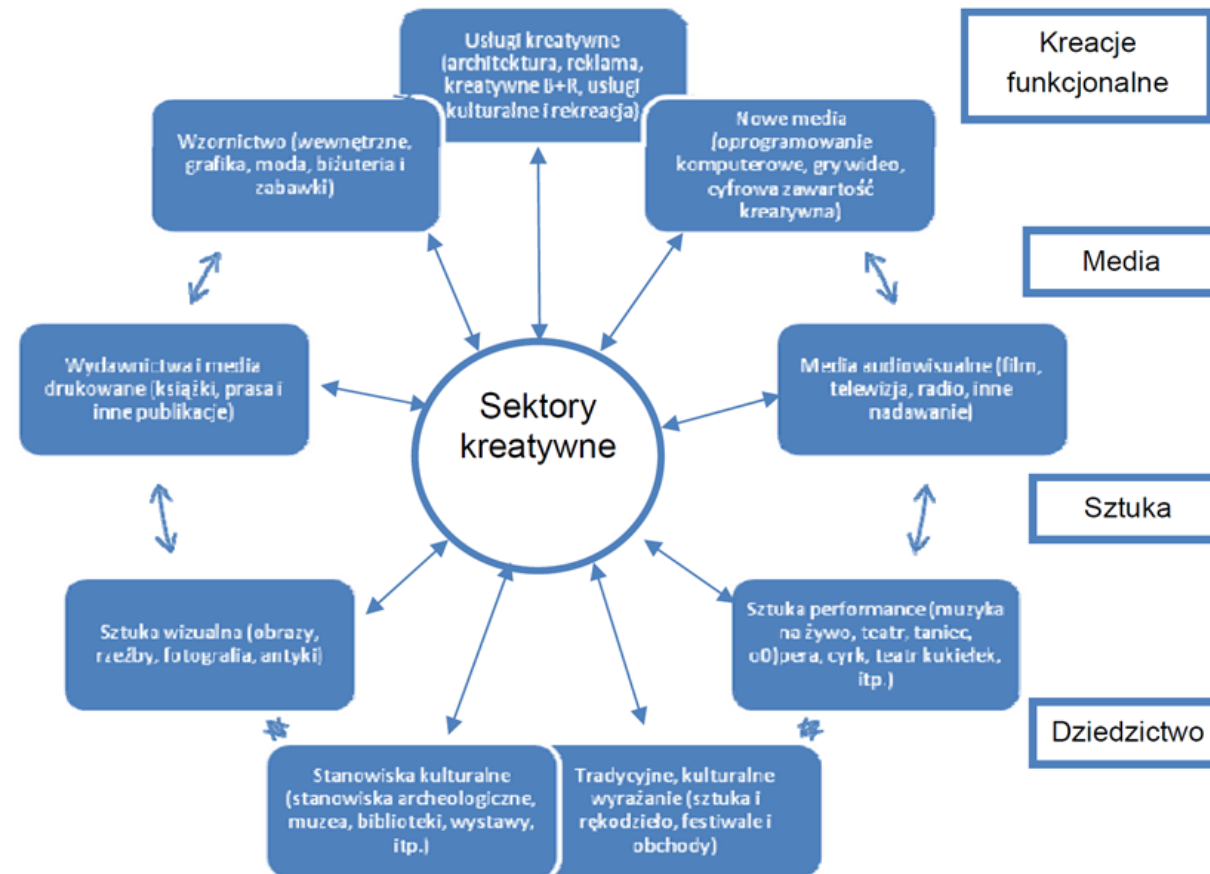


Partnerstwo na rzecz rozwoju sektora kreatywnego.

Sektory kreatywne to cykle kreacji, produkcji i dystrybucji dóbr i usług, które używają kreatywności i kapitału intelektualnego jako podstawowego nakładu. Tworzą zestaw działań opartych na wiedzy, skoncentrowanych, ale nieograniczonych do sztuki, potencjalnie generujących przychody z handlu i praw własności intelektualnej. Obejmują produkty namacalne i nienamacalne, artystyczne usługi zawierające kreatywną treść, wartość ekonomiczną i cele marketingowe.

UNCTAD

Klasyfikacja sektorów kreatywnych UNCTAD





Partnerstwo na rzecz rozwoju sektora kreatywnego.

Komponenty działalności kreatywnej

- Usługi kreatywne oferowane są przez firmy czerpiące dochód z poświęcania swojego czasu i użyczenia własności intelektualnej innym firmom czy organizacjom. Jednostki tego typu to np. agencje reklamowe, architekci, projektanci, fotografowie czy konsultanci oprogramowania.

- Firmy zajmujące się treścią kreatywną inwestują w rozwój treści kreatywnych. Zarabiają na sprzedaży możliwości wykorzystania własności intelektualnej, reklamy i licencji. Grupa ta obejmuje transmisje na żywo, wydawców książek i magazynów, firmy nagraniowe, studia filmowe oraz wydawców gier video i gier komputerowych, indywidualnych producentów takich jak muzycy i firmy produkujące programy telewizyjne.

- Firmy zajmujące się doznaniem kreatywnym sprzedają konsumentom prawo doświadczenia lub uczestniczenia na żywo w określonych widowiskach, przedstawieniach, występach, pokazach plenerowych.

- Firmy zajmujące się kreatywnymi jednostkami produkują i sprzedają materialne wytwory działalności człowieka, których wartość oceniana jest na podstawie ich dostrzegalnej wartości kreatywnej czy kulturowej, ich ekskluzywności i autentyczności. Są to np. sztuki plastyczne, rękodzieło i rzemiosło.



Partnerstwo na rzecz rozwoju sektora kreatywnego.

Korzyści z funkcjonowania sektora kreatywnego

1. Sektory kulturalne i kreatywne są zazwyczaj postrzegane jako źródła korzyści dla społeczności o charakterze nie rywalizujących i nie wykluczających zaangażowania dóbr publicznych, dlatego też interwencja publiczna na tym rynku nie będzie odbierana negatywnie, jako zaburzenie konkurencji.
2. Korzyścią wynikającą z interwencji w omawianym obszarze jest zwiększenie spójności społecznej. Wsparcie kreatywnych przedsiębiorstw przyczynić się może do redukcji biedy i nierówności społecznych, ponieważ w odróżnieniu od sektorów przemysłowych, przedsiębiorstwa sektorów kreatywnych są raczej małe, często są to firmy rodzinne, zatrudniające lokalnych pracowników.



Korzyści z funkcjonowania sektora kreatywnego

3. Troska o poczucie tożsamości kulturowej w społeczeństwie, przy zachowaniu jej różnorodności, wymaga zapewnienia obywatelom możliwości korzystania z kultury, stanowiącej dziedzictwo narodowe, zaspokajającej potrzeby wyższe, decydujące o poczuciu tożsamości kulturowej w społeczeństwie. Sektory kreatywne przybliżają kulturę do ludzi.
4. Produkcja kreatywnych dóbr i usług daje wiele możliwości kobietom do zaistnienia na rynku. Jest to działalność, która przynosi satysfakcję pod względem ekonomicznym, jak i osobistym.
5. Promocja sektorów kreatywnych powoduje włączenie kultury do strategii przekierowania gospodarki na ścieżkę zrównoważonego rozwoju.
6. Działalność kulturalna i kreatywna może być wykorzystana jako środek włączania do produktywniej pracy młodzieży, która w przeciwnym wypadku mogłaby pozostawać na bezrobociu;



Partnerstwo na rzecz rozwoju sektora kreatywnego.

Korzyści z funkcjonowania sektora kreatywnego

7. Rozwój sektorów kreatywnych jest silnie związany z nowymi technologiami komunikacyjnymi, w związku z tym powoduje popularyzację i rozprzestrzenianie nowych technologii w społeczeństwie.

8. Sektory kreatywne tworzą rynek pracy. Sprzyjają alokacji zasobów ludzkich w sektorach rozwojowych, zwiększaniu dochodów mieszkańców i władz lokalnych, a także zwiększaniu produktywności, zatrudnienia, innowacyjności.

9. Środki zainwestowane w sektory kreatywne stymulują powstanie efektów mnożnikowych, prowadzących do szybszej regeneracji społecznej i kulturalnej oraz rewitalizacji obszarów.



Korzyści z funkcjonowania sektora kreatywnego

10. Działania kulturalne przyciągają turystów, co w sposób bezpośredni (miejsca pracy, przychody ze sprzedaży biletów na wydarzenia kulturalne) i pośredni (wydatki turystów na hotele, transport, restauracje) wpływa na gospodarkę regionu.

Dodatkowo, dzięki atrakcyjności turystycznej poprawia się wizerunek miasta czy regionu, co stanowi bodziec dla zwiększania się ruchu turystycznego i lepszego postrzegania miejsca zamieszkania przez samych mieszkańców. Powiązanie kultury z turystyką jest najbardziej widocznym aspektem oddziaływania kultury na rozwój lokalny, w tym także na sektor kreatywny. Sektor kreatywny stymuluje rozwój turystyki kulturalnej (the visitor economy) i sprzyja powstawaniu efektów spillover – rozprzestrzeniania idei i wiedzy (szacuje się, że turystyka kulturowa stanowi prawie 70% ruchu turystycznego na świecie).

11. Dobra wytwarzane przez sektor kreatywny są wytwarzane lokalnie, nawet wówczas, gdy przeznaczone są na eksport i konsumowane poza terenem, na którym zostały stworzone, co oznacza, że stworzone miejsca pracy będą bardziej stabilne.



Korzyści z funkcjonowania sektora kreatywnego

12. Sektory kreatywne swoją działalnością wspierają tradycyjne sektory produkcyjne. Dzięki temu poprawiają wyniki zarówno własne, jak kooperantów, jednocześnie dzięki powstającej sieci powiązań mogą zatrzymywać tradycyjne sektory w dotychczasowej lokalizacji. Dlatego też ważne jest wspieranie współpracy przedsiębiorstw kreatywnych między sobą i z innymi uczestnikami rynku tak, aby w przyszłości to one stanowić mogły źródło wzrostu gospodarczego i innowacji w gospodarce.

13. Działalność kulturalna zawsze wiąże się z wysokim oddziaływaniem społecznym. Przyczynia się do tworzenia nowych umiejętności, poprawy komunikacji i dialogu między różnymi społecznościami i stanowi istotne narzędzie dla polityki urbanistycznej, regionalnej i społecznej. Przedsiębiorstwa kreatywne organizują przestrzeń urbanistyczną miast, stanowią spoiwo lokalnych społeczności, współokreślają funkcje metropolitarne miast. Wpływają na atrakcyjność osiedleńczą i lokalizacyjną regionów dla mieszkańców i inwestorów, kreują wizerunki miejsc, poprzez poprawę jakości życia mieszkańców, atrakcyjności dla inwestycji (w odniesieniu zarówno do miast, jak i obszarów wiejskich).



Partnerstwo na rzecz rozwoju sektora kreatywnego.

Wyzwania

1. W sferze planowania rozwoju traktowanie miasta jako ośrodka kulturalnego, skarbnicy wiedzy i miejsca lokalizacji przestrzeni publicznych, gdzie mieszkańcy i przyjezdni wchodzą w różnorodne interakcje społeczne; traktowanie to powinno przekładać się na strategię, polityki, plany i działania rozwojowe oraz planowanie przestrzenne w sensie lokalizacji funkcji i sposobów zagospodarowania terenu.
2. Formułowanie (bądź zmiany w istniejącej polityce) polityki rozwoju zawierającej cele rozwoju sektora kreatywnego akceptowanej przez wszystkie zainteresowane strony: władze, środowisko artystów, przedstawicieli innych branż.
3. Wprowadzenie form zarządzania kulturą prowadzących do stymulowania kontaktów i współpracy środowiska twórców z przedstawicielami środowisk naukowych i biznesowych.



Wyzwania

4. Przygotowanie programów wsparcia twórców lokalnych i motywowania rozwoju indywidualnej kreatywności artystycznej w szerokim zakresie działań kulturalnych; istotne jest tu odróżnianie lokalnych twórców – „kreatywnych przedsiębiorców” od innych przedsiębiorców mieszczących się w kategorii MŚP.
5. Wspieranie rozwoju dzielnic artystycznych i naukowych jako unikalnych przestrzeni nagromadzenia potencjału innowacyjnego i naturalnego środowiska powstawania klastrów.
6. Wpisanie problemów rozwoju sektora kreatywnego w programy rewitalizacji miast.
8. Tworzenie produktów lokalnych i regionalnych w oparciu o zasoby przemysłu kreatywnego.
9. Opracowanie programów przygotowujących twórców do roli przedsiębiorców w dziedzinie kultury.



Partnerstwo na rzecz rozwoju sektora kreatywnego.

Wyzwania

10. Tworzenie podstaw informacyjnych: systematyczne zbieranie danych i informacji na temat rozwoju sektora kreatywnego niezbędnych do formułowania polityk wsparcia i oceny skutków ich realizacji.
11. Wprowadzanie programów edukacyjnych nauki przedsiębiorczości na poziomie średnim i wyższym, zwłaszcza na kierunkach humanistycznych, artystycznych i kulturalnych.
12. Zwiększenie świadomości wśród konsumentów, w szczególności młodzieży, na temat znaczenia własności intelektualnej oraz ogólniej znaczenia twórczości, oraz zachęcanie konsumentów do przestrzegania praw własności intelektualnej.



Partnerstwo na rzecz rozwoju sektora kreatywnego.

Wyzwania

13. Zapewnienie skutecznych kanałów komunikacji między przemysłem związanym z twórczością a sektorem finansowym w celu rozwoju usług konsultacyjnych w dziedzinie zarządzania przedsiębiorstwami, doradztwa finansowego, informacji i kształcenia skierowanych do małych przedsiębiorstw, przedsiębiorców i rzemieślników z sektora kultury i sektora kreatywnego.
14. Stworzenie narzędzi wsparcia finansowego dla realizacji innowacyjnych projektów powstających w sektorze kreatywnym.



Partnerstwo na rzecz rozwoju sektora kreatywnego.

Dlaczego partnerstwo jest ważne?



Partnerstwo na rzecz rozwoju sektora kreatywnego.

Cel 17. Wzmocnić środki wdrażania i ożywić globalnego partnerstwo na rzecz zrównoważonego rozwoju.

Skuteczna realizacja Agendy na Rzecz Zrównoważonego Rozwoju wymaga partnerskiej współpracy między rządami, sektorem prywatnym i społeczeństwem obywatelskim. Takie inkluzywne partnerstwa powinny być budowane w oparciu o zasady i wartości, wspólną wizję i wspólne cele, które stawiają człowieka i naszą planetę w centrum działań. Potrzebujemy takich partnerstw na szczeblu globalnym, regionalnym, krajowym i lokalnym.

17.17 Zachęcać do tworzenia i promować efektywne partnerstwa publiczne, publiczno-prywatne i **partnerstwa z udziałem społeczeństwa obywatelskiego, budowane na doświadczeniu i strategiach pozyskiwania zasobów w ramach partnerstwa**

Przekształcamy nasz świat: Agenda na rzecz zrównoważonego rozwoju 2030



Partnerstwo na rzecz rozwoju sektora kreatywnego.

Podział ról

Najważniejsze jest wspólne działanie na rzecz osiągnięcia wyznaczonych celów. W naszych wzajemnie połączonych gospodarkach odpowiedni poziom wzrostu i zatrudnienia może zostać przywrócony jedynie pod warunkiem, że będą do tego dążyć wszystkie państwa członkowskie, uwzględniając sytuację we własnym kraju. Musimy zwiększyć zaangażowanie w ten proces. Rada Europejska na wniosek Komisji powinna zapewniać ogólne wytyczne dla strategii oparte na jednej podstawowej zasadzie: wyraźnej wartości dodanej dla UE. W tym kontekście szczególnie ważna jest rola Parlamentu Europejskiego. **Należy również wzmocnić udział zainteresowanych stron na poziomie krajowym i regionalnym oraz udział partnerów społecznych**

Zainteresowane podmioty i społeczeństwo obywatelskie

Sukces nowej strategii będzie zatem w głównej mierze zależał od tego, na ile instytucje Unii Europejskiej, państwa członkowskie oraz regiony będą umiały przekonująco wyjaśnić, że reformy są nieuniknione i niezbędne do utrzymania obecnej jakości życia i modeli społecznych, a również od tego, jak będą przekazywać swoją wizję Europy i państw członkowskich w 2020 r. **i informować o tym, jakiego udziału oczekują od obywateli, środowisk biznesowych i ich organizacji przedstawicielskich.** W uznaniu konieczności uwzględnienia różnic krajowych oraz wykształconych tradycji Komisja przedstawi propozycję wspólnych narzędzi komunikacyjnych na potrzeby strategii.



Partnerstwo na rzecz rozwoju sektora kreatywnego.

ZASADY WSPARCIA UNIJNEGO DLA EFSI

Partnerstwo i wielopoziomowe zarządzanie

Promowanie równości mężczyzn i kobiet oraz niedyskryminacji

Zrównoważony rozwój

*Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE)
Nr 1303/2013 ustanawiającego wspólne przepisy dotyczące EFRR, EFS, FS,
EFRROW i EFMR.*



Partnerstwo na rzecz rozwoju sektora kreatywnego.

W odniesieniu do umowy partnerstwa i każdego programu państwo członkowskie organizuje, zgodnie z jego ramami instytucjonalnymi i prawnymi, partnerstwo z właściwymi instytucjami regionalnymi i lokalnymi. Partnerstwo obejmuje także następujących partnerów:

- a) właściwe władze miejskie i inne instytucje publiczne;
- b) partnerów gospodarczych i społecznych; oraz
- c) właściwe podmioty reprezentujące społeczeństwo obywatelskie, w tym partnerów działających na rzecz ochrony środowiska, organizacje pozarządowe oraz podmioty odpowiedzialne za promowanie włączenia społecznego, równouprawnienia płci i niedyskryminacji.

*art. 5 Rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE)
Nr 1303/2013 ustanawiającego wspólne przepisy dotyczące EFRR, EFS, FS, EFRROW i EFMR.*



Partnerstwo na rzecz rozwoju sektora kreatywnego.

Zasada partnerstwa oznacza ścisłą współpracę między instytucjami publicznymi, partnerami gospodarczymi i społecznymi oraz podmiotami reprezentującymi społeczeństwo obywatelskie na szczeblu krajowym, regionalnym i lokalnym w trakcie całego cyklu programowania obejmującego **przygotowanie, wdrożenie, monitorowanie i ocenę.**

Europejski kodeks postępowania w zakresie partnerstwa w ramach europejskich funduszy strukturalnych i inwestycyjnych



Partnerstwo na rzecz rozwoju sektora kreatywnego.

POLSKA SILNA WSPÓŁPRACĄ

Współpraca, partnerstwo i współodpowiedzialność
podmiotów publicznych, biznesu i obywateli przy realizacji
polityk publicznych

STRATEGIA na rzecz
Odpowiedzialnego
Rozwoju



Partnerstwo na rzecz rozwoju sektora kreatywnego.

Warunkiem rozwoju nowoczesnej gospodarki i efektywnej współpracy **jest kapitał społeczny. Zasada współpracy i partnerstwa oznacza zaangażowanie i szeroko zakrojone współdziałanie pomiędzy podmiotami publicznymi, prywatnymi, organizacjami pozarządowymi, sektorem nauki i społeczeństwem obywatelskim na różnych etapach planowania i realizacji działań rozwojowych.** Różne podmioty stają się nie tylko współuczestnikami działań rozwojowych, ale także je współtworzą, co wiąże się z budową poczucia współodpowiedzialności za przebieg procesów rozwojowych.

Szczególnie istotne dla skuteczności polityki rozwoju jest partnerstwo i kreatywność samorządów terytorialnych najistotniejszych przedsięwzięć rozwojowych. Rolą państwa w tym procesie jest wyznaczanie ramowych celów w inicjowaniu oraz podstawowego instrumentarium, pozostawiając przesądzenia odnośnie sposobu realizacji określonych celów samorządom terytorialnym, jako współtwórcom procesów rozwojowych, a nie jedynie dawcom środków finansowych.



Partnerstwo na rzecz rozwoju sektora kreatywnego.

Cel szczegółowy 2. Wzmacnianie roli kultury w budowaniu tożsamości i postaw obywatelskich

Podstawą budowania silnego kapitału społecznego jest również wzmacnianie prospołecznych postaw i tożsamości opartych na wspólnym dorobku kulturowym. Szacunek do tradycji oraz poczucie przynależności do wspólnoty i jej historii powinny iść w parze z rozwojem kreatywności, otwartości i tolerancji. Dlatego istotnym elementem SRKS będą także działania ukierunkowane na wzmocnienie i wykorzystanie potencjału kultury i zasobów dziedzictwa narodowego na rzecz utrwalania wzorców i kompetencji sprzyjających rozwojowi kapitału społecznego.



Partnerstwo na rzecz rozwoju sektora kreatywnego.

W ramach celu szczegółowego 2 SRKS wyróżniono następujące priorytety:

- 2.1. Tworzenie warunków oraz budowanie kompetencji dla wzmocnienia uczestnictwa w kulturze,
- 2.2. Ochrona dziedzictwa kulturowego oraz gromadzenie i zachowywanie dzieł kultury,
- 2.3. Digitalizacja, cyfrowa rekonstrukcja i udostępnianie dóbr kultury,
- 2.4. Umocnianie tożsamości i postaw obywatelskich przez kulturę,
- 2.5. Wzmocnienie promocji kultury polskiej za granicą.



Partnerstwo na rzecz rozwoju sektora kreatywnego.

Cel szczegółowy 1. Zwiększenie zaangażowania obywateli w życie publiczne



1.1. Usprawnienie mechanizmów wspierania i współpracy instytucji publicznych z obywatelami



1.1.2. Wspieranie rozwoju partnerstwa i innych form współpracy w obszarze realizacji zadań publicznych

STRATEGIA ROZWOJU KAPITAŁU SPOŁECZNEGO
(współdziałanie, kultura, kreatywność)
2030



Partnerstwo na rzecz rozwoju sektora kreatywnego.

Drabina partycypacji Arnstein



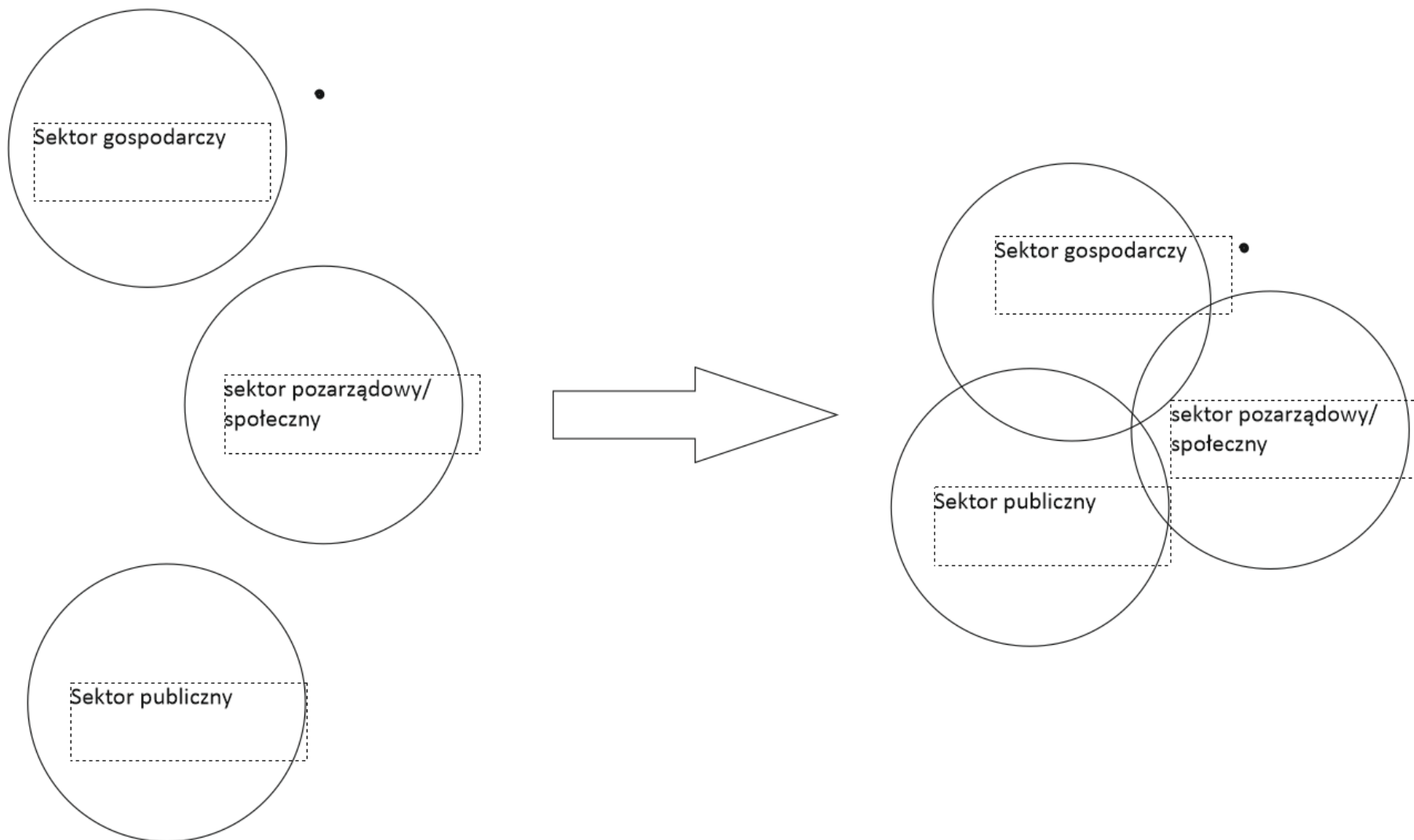


Partnerstwo na rzecz rozwoju sektora kreatywnego.

Jak budować partnerstwo?

Jak tym zarządzać w sytuacji gdy mamy
trzy sektory?
Czym one się różnią?

Partnerstwo na rzecz rozwoju sektora kreatywnego.





Partnerstwo na rzecz rozwoju sektora kreatywnego.

ANALIZA SEKTORÓW



Sektor publiczny

Mocne strony

- Tworzy warunki do rozwoju społeczno-gospodarczego
- Ustanawia przepisy i regulacje

Słabe strony

- Biurokracja
- Konserwatywność
- Kierowany ponownymi wyborami
- Gotów poświęcić środki dla spraw publicznych jak zdrowie czy edukacja



Partnerstwo na rzecz rozwoju sektora kreatywnego.

Biznes

Mocne strony

- Efektywność działania
- Odpowiadanie na potrzeby klientów
- Otwartość na innowacje
- Umiejętność zarządzania relacjami, reputacją i ryzykiem

Słabe strony

- Zorientowany na zysk
- Krótkoterminowe spojrzenie



Organizacje pozarządowe

Mocne strony

- Chronią kulturę, wolność, rozwój indywidualny i prawo wyrażania się
- Informują o sprawach, które dotyczą wszystkich
- Podejmują się wyzwań sprzecznych z obowiązującymi poglądami
- Są otwarte na innowacje

Słabe strony

- Brak profesjonalizmu
- Walczą o przetrwanie
- Niedoinformowane
- Wąskie spojrzenie
- Brak wiarygodności, gdy są włączone w ponadlokalne procesy decyzyjne lub dotyczą wąskich grup



Partnerstwo na rzecz rozwoju sektora kreatywnego.

Co mogą zyskać ORGANIZACJE POZARZĄDOWE od:

WŁADZY PUBLICZNEJ

- Wsparcie finansowe i rzeczowe,
- Preferencje podatkowe
- Dostęp do informacji

BIZNESU

- Wsparcie finansowe i logistyczne
- Wiedzę o zarządzaniu



Partnerstwo na rzecz rozwoju sektora kreatywnego.

Co może zyskać WŁADZA PUBLICZNA od:

BIZNESU

- **Wsparcie finansowe realizacji niektórych zadań**
- **Wzorce dobrego zarządzania**

ORGANIZACJI POZARZĄDOWYCH

- **Wrażliwość społeczną**
- **Wiedzę na temat problemów społecznych**
- **Pomoc w realizacji niektórych zadań**



Partnerstwo na rzecz rozwoju sektora kreatywnego.

Co może zyskać BIZNES od:

WŁADZY PUBLICZNEJ

- Sprzyjające prawo lokalne (preferencje)
- Dostęp do informacji
- Autorytet społeczny
- Promocja (kontakty i zamówienia)

ORGANIZACJI POZARZĄDOWYCH

- Wrażliwość społeczną
- Nawiązanie relacji ze społecznością lokalną
- Poprawę wizerunku



Partnerstwo na rzecz rozwoju sektora kreatywnego.

KORZYŚCI



Partnerstwo na rzecz rozwoju sektora kreatywnego.

Korzyści z partnerstwa dla partnerów

- rozwój zawodowy kluczowych pracowników;
- lepszy dostęp do informacji i różnych sieci współpracy;
- większy zasięg oddziaływania;
- poprawa efektywności działania;
- lepiej dostosowane i bardziej efektywne produkty i usługi;
- większa innowacyjność;
- wzrost wiarygodności;
- większy dostęp do różnych zasobów.



Partnerstwo na rzecz rozwoju sektora kreatywnego.

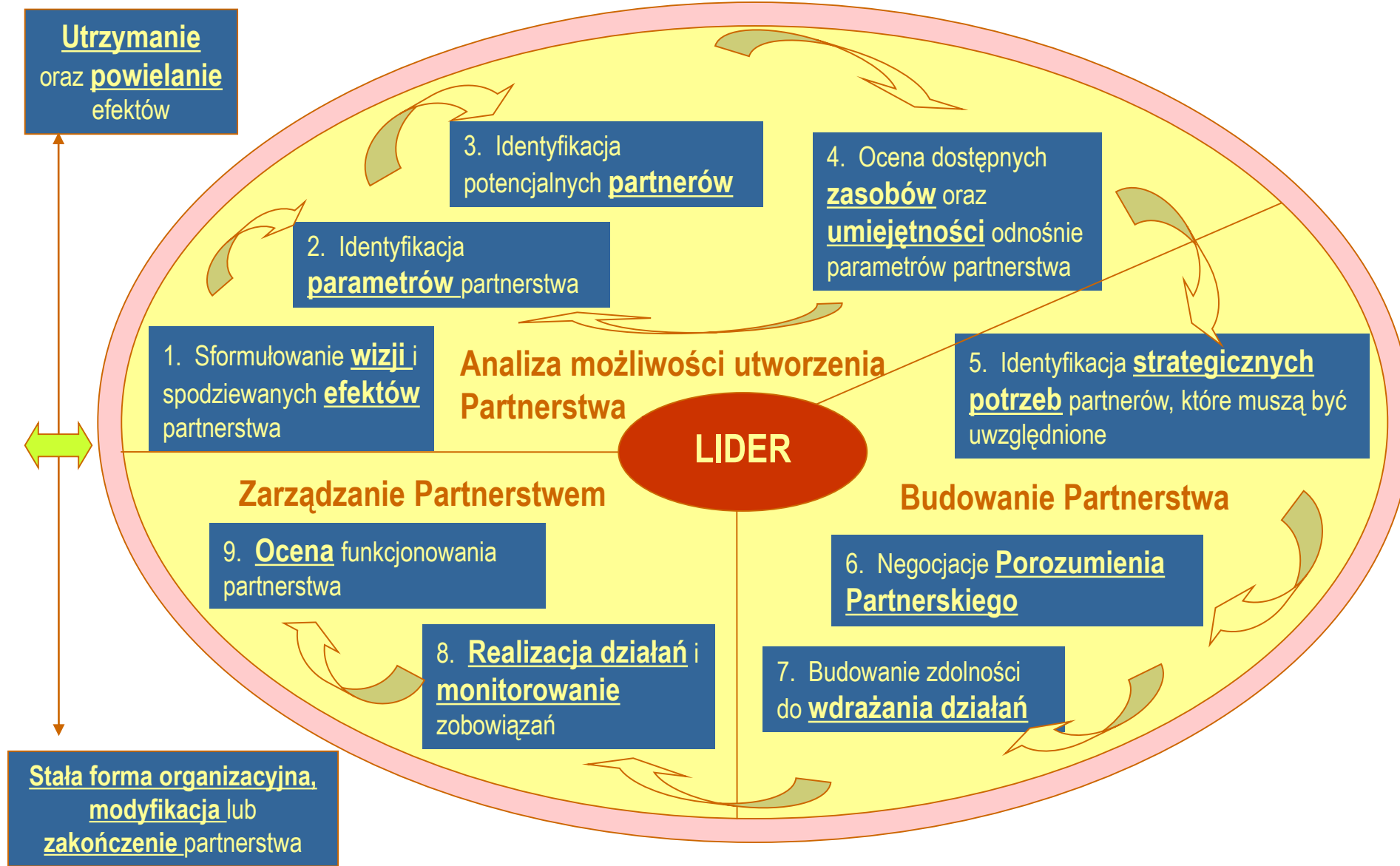
Potencjalne korzyści działań partnerskich

- ✱ trafniejsze definiowanie potrzeb**
- ✱ optymalne wykorzystanie zasobów**
- ✱ odbudowa aktywności obywatelskiej**
- ✱ rekonstrukcja zaufania i budowa sieci społecznych**
- ✱ poszerzanie strefy bezpieczeństwa socjalnego**
- ✱ minimalizowanie zjawiska wykluczenia społecznego**
- ✱ zwiększanie konkurencyjności obszaru**
- ✱ wzmacnianie postaw przedsiębiorczych i przedsiębiorczości**
- ✱ dostosowanie programów nauczania do wymagań rynku pracy**
- ✱ lokalne wzmacnianie długofalowych tendencji modernizacyjnych**
- ✱ tworzenie realnych podstaw do budowania gospodarki opartej na wiedzy (knowledge-based economy) wytwórczość, dystrybucja, usługi**

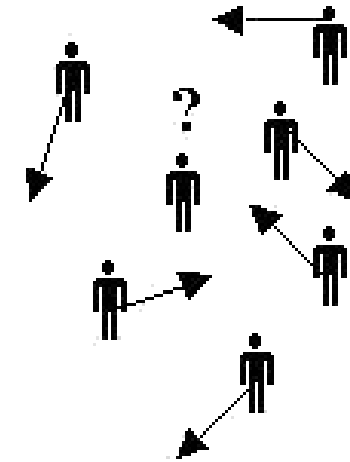


Partnerstwo na rzecz rozwoju sektora kreatywnego.

Cykl rozwoju partnerstwa



Etap I: Inicjowanie współpracy



1. Identyfikacja potencjalnych partnerów i inicjatyw lokalnych

**Kto działa na terenie regionu?
Kto jest potencjalnym partnerem?**

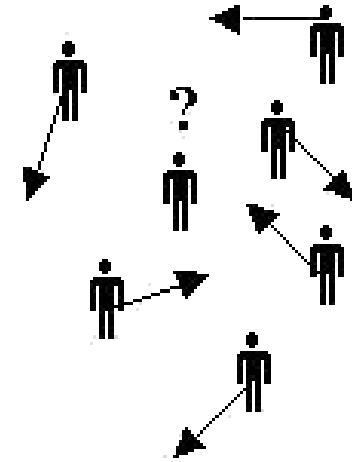
Etap I: Inicjowanie współpracy

**1. Znalezienie partnerów i
inicjatyw lokalnych**



**2. Określenie wspólnych wyzwań i
szans w regionie**

**Jakie wyzwania stoją
przed regionem?
Które z wyzwań są
wspólne dla partnerów?**



Etap I: Inicjowanie współpracy

**1. Znalezienie partnerów i
inicjatyw lokalnych**

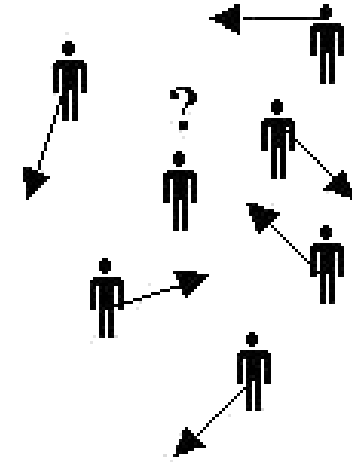


**2. Określenie wspólnych wyzwań i
szans w regionie**

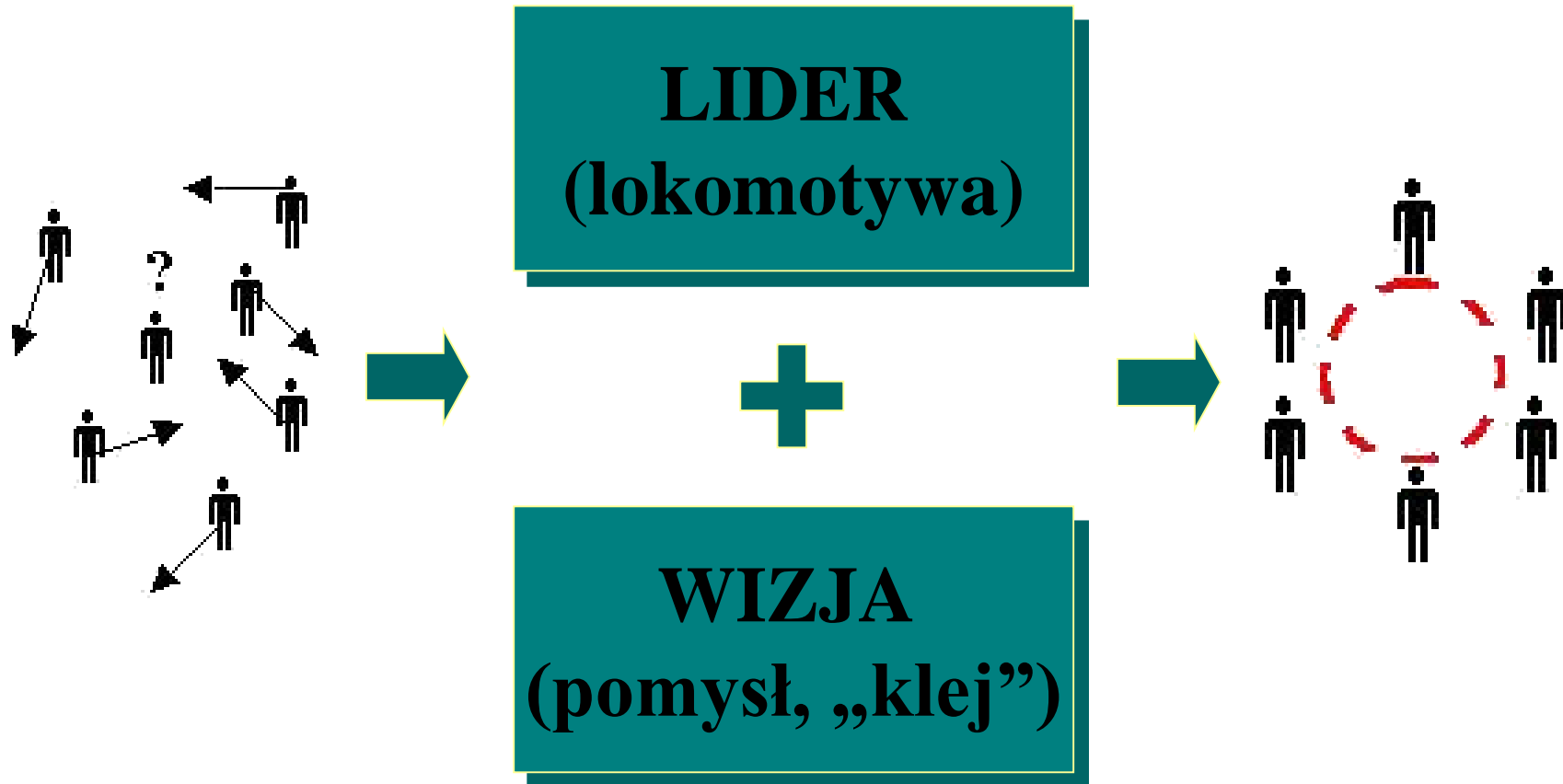


**3. Określenie wizji wspólnego
działania**

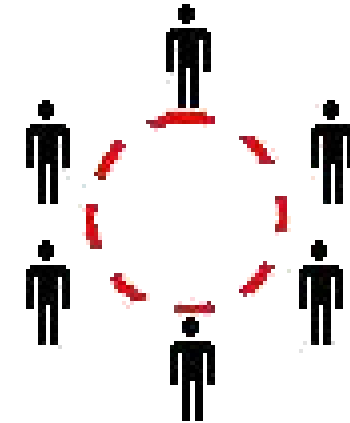
**Jakie inicjatywy o
regionalnym zasięgu
można połączyć w
działania partnerskie?**



Początek współpracy



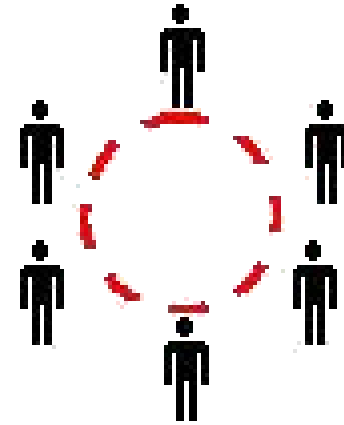
Etap II: Organizowanie partnerstwa



4. Podpisanie Porozumienia o Partnerstwie (Deklaracji Współpracy)

**Jakie wspólne cele
i wartości jednoczą
partnerów?
Co partnerzy chcą
razem osiągnąć?**

Etap II: Organizowanie partnerstwa



**4. Podpisanie Porozumienia
o Partnerstwie
(Deklaracji Współpracy)**



**5. Przyjęcie Regulaminu
Partnerstwa**

**Jak będą podejmowane
decyzje w Grupie?
Jaka struktura organizacyjna
jest najodpowiedniejsza?**

Etap II: Organizowanie partnerstwa

**4. Podpisanie Porozumienia
o Partnerstwie
(Deklaracji Współpracy)**

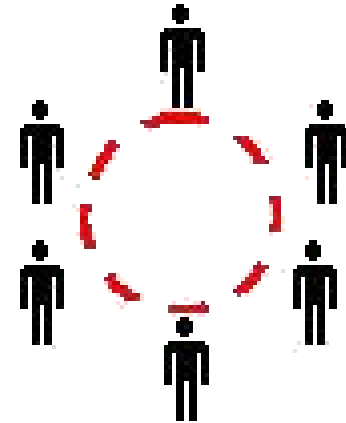


**5. Przyjęcie regulaminu
Partnerstwa**

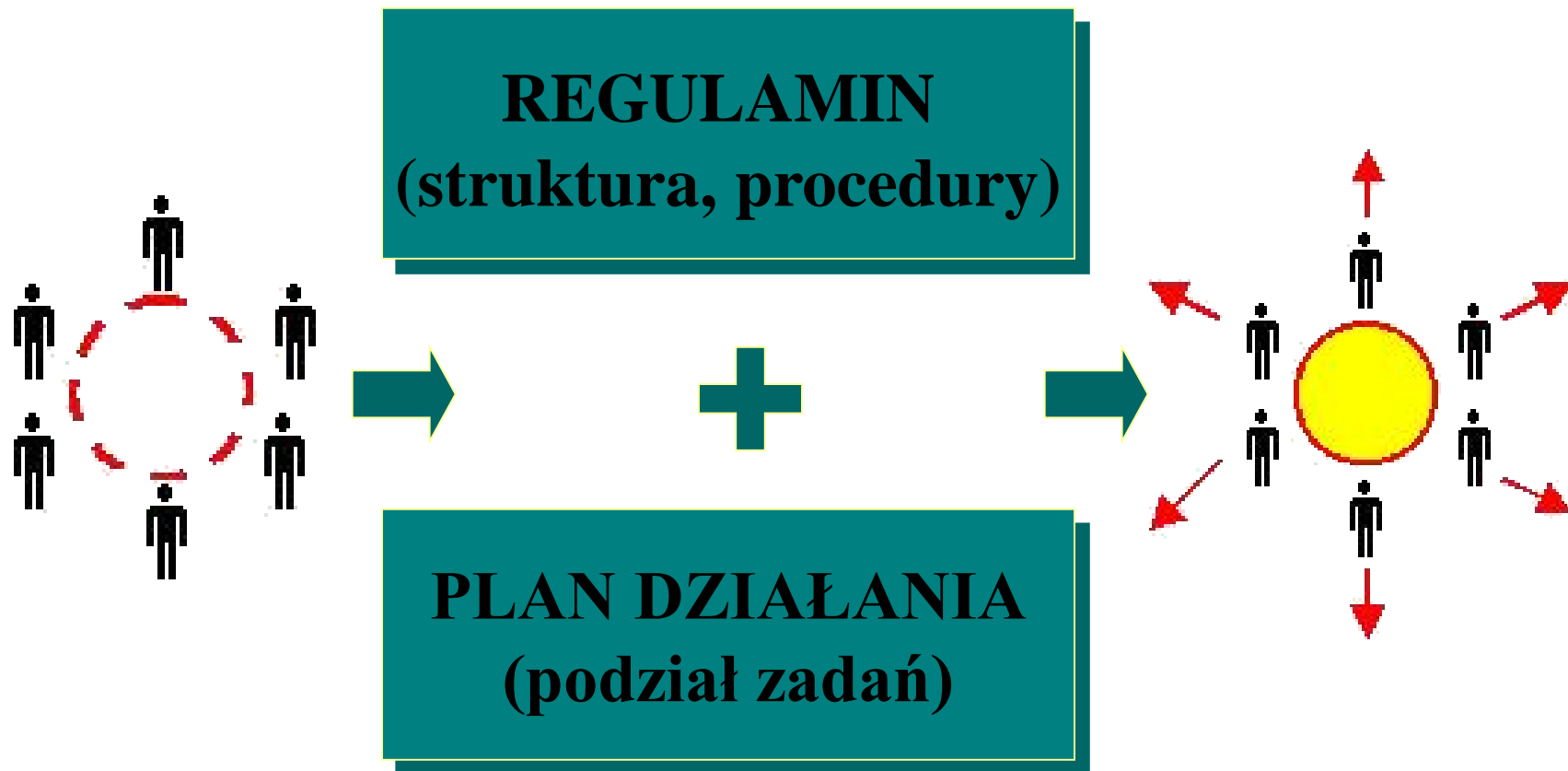


**6. Planowanie wspólnych
działań**

**Co partnerzy chcą razem
osiągnąć i w jaki sposób?**



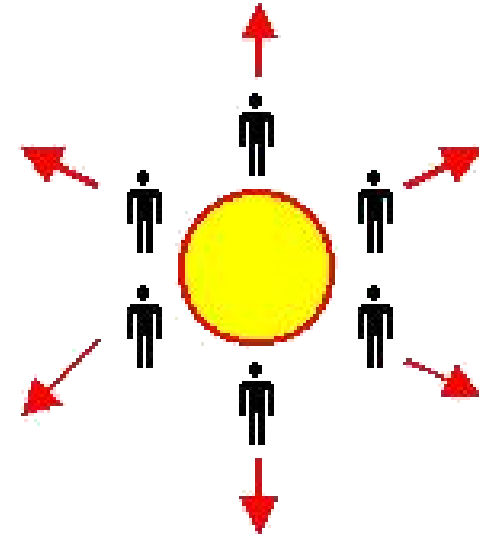
Początek wspólnego działania



Etap III: Zarządzanie partnerstwem

7. Funkcjonowanie partnerstwa

**Jaki jest podział ról i
obowiązków w partnerstwie?**

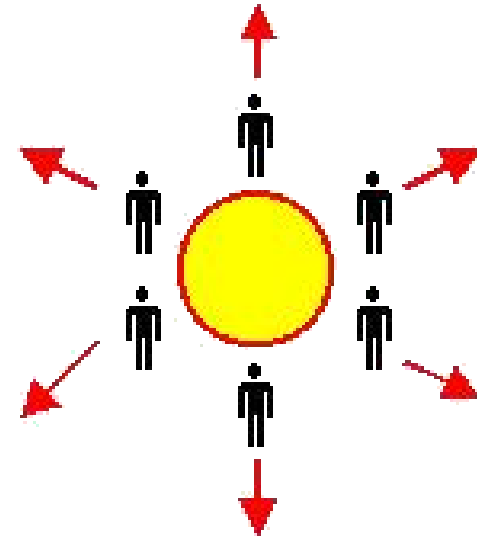


Etap III: Zarządzanie partnerstwem

**7. Funkcjonowanie
partnerstwa**

**8. Wdrażanie partnerskich
projektów i programów**

**Jakie wspólne i indywidualne
zadania wynikają z przyjęcia
planu działania?**

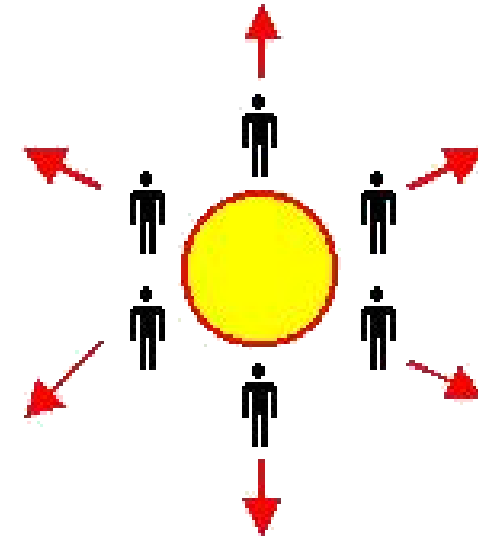


Etap III: Zarządzanie partnerstwem

7. Funkcjonowanie partnerstwa

8. Wdrażanie partnerskich projektów i programów

9. Finansowanie partnerstwa



Z jakich źródeł można pozyskać fundusze na wspólne działania?

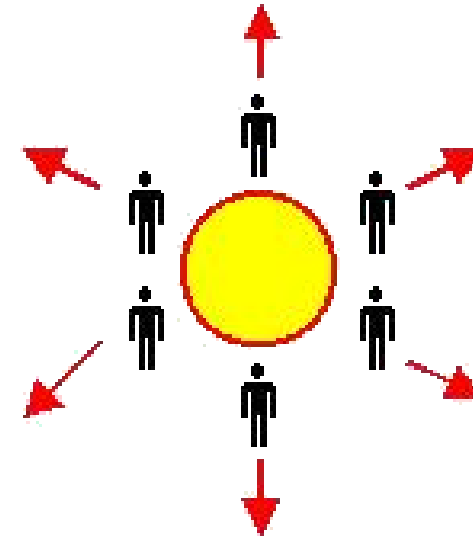
Etap III: Zarządzanie partnerstwem

7. Funkcjonowanie partnerstwa

8. Wdrażanie partnerskich projektów i programów

9. Finansowanie partnerstwa

10. Budowanie potencjału partnerstwa



Jakie kompetencje można zdobyć dzięki partnerskiej współpracy?

Etap III: Zarządzanie partnerstwem

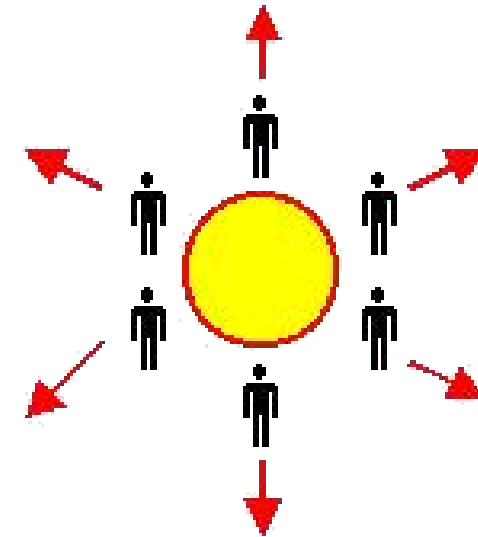
7. Funkcjonowanie partnerstwa

8. Wdrażanie partnerskich projektów i programów

9. Finansowanie partnerstwa

10. Budowanie potencjału partnerstwa

11. Monitorowanie i ewaluacja



Jakie są efekty podejmowanych działań?

Etap III: Zarządzanie partnerstwem

7. Funkcjonowanie partnerstwa

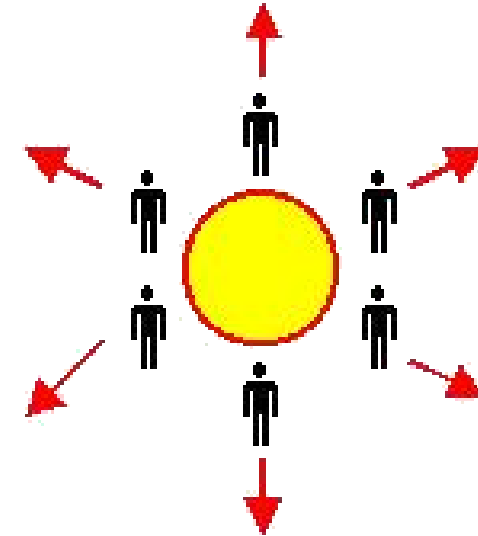
8. Wdrażanie partnerskich projektów i programów

9. Finansowanie partnerstwa

10. Budowanie potencjału partnerstwa

11. Monitorowanie i ewaluacja

12. Współpraca z innymi partnerstwami



Z kim można współpracować i jakie będą z tego korzyści?



Etapy budowania partnerstwa wg Ros Tennyson (1)

- 1 Określanie zakresu działania** Zrozumienie wyzwania, zebranie informacji, konsultacja z partnerami, z zewnętrznymi dostawcami środków, budowanie wizji partnerstwa
- 2 Identyfikowanie partnerów** Identyfikowanie potencjalnych partnerów i jeśli są odpowiedni - zapewnienie ich udziału, motywowanie i zachęcenie ich do wspólnej pracy



Etapy budowania partnerstwa (2)

3 Budowanie

Partnerzy budują swoje relacje i do siebie przez uzgadnianie wspólnych celów, zadań i podstawowych zasad, na których opierać się będzie ich partnerstwo

4 Planowanie

Partnerzy planują program działań i zaczynają szkicować wspólny projekt

5 Zarządzanie

Partnerzy badają strukturę i zarządzanie swojego partnerstwa średnio- i długoterminowo



Etapy budowania partnerstwa (3)

- 6 Zbieranie środków** Partnerzy (i inni wspierający) identyfikują i mobilizują środki finansowe i niefinansowe
- 7 Wdrożenie** Praca według uzgodnionego harmonogramu i idealnie, gdy z zapewnieniem 'rozwiązań awaryjnych' (kiedy środki są zebrane i projekt jest uzgodniony w szczegółach)
- 8 Merzenie** Merzenie i raportowanie wpływu i efektywności wyników- czy partnerstwo osiąga swoje cele?



Etapy budowania partnerstwa (4)

9 **Przebieganie**

Przebieganie partnerstwa jaki jest wpływ partnerstwa na partnerów?
Czy to jest czas na puszczenie partnerstwa przez rękę niektórych partnerów i lub włączenie nowych partnerów?

10 **Krygowanie**

Krygowanie partnerstwa, program działania lub projektu w świetle świadczeń



Partnerstwo na rzecz rozwoju sektora kreatywnego.

Etapy budowania partnerstwa (5)

- 11 Instytucjonalizacja** Budowanie powielich struktur i mechanizmów partnerstwa zapewniających ciągłość
- 12 Podzwanie lub zakończenie** Budowanie powielich lub ugodnie powieliego zakończenia



Partnerstwo na rzecz rozwoju sektora kreatywnego.

Partnerstwo to proces



Partnerstwo na rzecz rozwoju sektora kreatywnego.

Partnerstwo oznacza opartą na **zaufaniu** ścisłą, trwałą, **niewymuszoną** współpracę między instytucjami publicznymi, gospodarczymi i społecznymi na rzecz programowania rozwoju obszaru, charakteryzującego się wspólnymi uwarunkowaniami i przewidywanymi, jednolitymi celami rozwoju. Współpraca obejmuje **przygotowanie, wdrożenie, monitorowanie i ocenę** wspólnych działań na rzecz rozwoju obszaru funkcjonalnego w oparciu o zasoby własne partnerów.

Dziękuję za uwagę