

# Strategie pro podporu regionálního rozvoje **kulturních a kreativních odvětví** v Moravskoslezském kraji

2025

## Autoři dokumentu a kontakty:

Mgr. Ondřej Slach, Ph.D.

E-mail: [Ondrej.Slach@osu.cz](mailto:Ondrej.Slach@osu.cz)

Mgr. Blanka Marková, Ph.D.

E-mail: [markova.blanka@gmail.com](mailto:markova.blanka@gmail.com)

Mgr. Lenka Paszová

E-mail: [Lenka.Paszova@osu.cz](mailto:Lenka.Paszova@osu.cz)

## Autoři prostorové analýzy KKO v MSK na základě kvantitativního výzkumu:

Prof. RNDr. Jan Ženka, Ph.D.

E-mail: [Jan.Zenka@osu.cz](mailto:Jan.Zenka@osu.cz)

Mgr. Luděk Krτίčka, Ph.D.

E-mail: [Ludek.Krticka@osu.cz](mailto:Ludek.Krticka@osu.cz)

Mgr. Daniel Janečko

E-mail: [Daniel.Janecko@osu.cz](mailto:Daniel.Janecko@osu.cz)

Mgr. Jakub Gabryš

E-mail: [Jakub.Gabrys@osu.cz](mailto:Jakub.Gabrys@osu.cz)

Mgr. Marek Krumník

E-mail: [Marek.Krumnikl@osu.cz](mailto:Marek.Krumnikl@osu.cz)

Mgr. Adam Červenka

E-mail: [Adam.Cervenka@osu.cz](mailto:Adam.Cervenka@osu.cz)

## Úvod

Strategie rozvoje kulturních a kreativních odvětví v Moravskoslezském kraji je součástí širšího rámce krajské kulturní politiky, který usiluje o vyvážený a udržitelný rozvoj celého kulturního ekosystému. Tento dokument nepředstavuje izolovaný zásah do jednoho segmentu, ale navazuje na snahu systematicky posilovat kulturní prostředí regionu jako celek – ve vzájemném propojení tradičních kulturních institucí, nezávislých iniciativ, podnikatelských aktivit a komunitních platforem.

Moravskoslezský kraj si je vědom významu kulturních a kreativních odvětví nejen z hlediska jejich kulturní a společenské hodnoty, ale také jejich ekonomického a inovačního potenciálu. Zároveň však přistupuje k jejich podpoře realisticky a s důrazem na efektivitu – nesměřuje k budování rozsáhlého a finančně nákladného systému, který by zajišťoval vstupní podmínky pro každého začínajícího aktéra.

Záměrem kraje je vytvářet podmínky tam, kde již existuje přirozený zárodek aktivity – tedy tam, kde jednotlivci či subjekty prokazují vlastní iniciativu, kreativní potenciál a snahu o rozvoj. Právě tato schopnost aktivního zapojení je vnímána jako základní předpoklad pro to, aby kraj mohl poskytovat cílenou a smysluplnou podporu. Strategický rámec se tak opírá o princip partnerství, motivace a vzájemné důvěry mezi veřejnou správou a kulturně kreativními aktéry.

Moravskoslezský kraj vidí svou klíčovou roli především v **koordinaci již existujících a vznikajících iniciativ** a ve **vytváření propojení mezi jednotlivými aktéry** kulturně kreativního sektoru. Neusiluje o dominanci nebo centralizaci řízení, ale o vytvoření **podnětného rámce pro spolupráci**, sdílení dobré praxe a vzájemné posilování kapacit.

Kraj má k dispozici **více typů subjektů** – od příspěvkových organizací přes rozvojové agentury až po specializované instituce – které mohou sehrát zásadní roli v podpoře a rozvoji kulturně kreativního prostředí. Právě jejich **vzájemná koordinace, cílené zapojení a strategické směřování** představují významný potenciál pro další růst a stabilizaci celého odvětví.

Úlohou kraje je proto nejen nabídnout zastřešující platformu a strategické vedení, ale také aktivně **propojovat jednotlivé sektory, odborníky a tvůrce**, vytvářet prostor pro sdílení zdrojů, navazování spolupráce a efektivní využívání dostupných nástrojů podpory.

# Obsah

|                                                                               |    |
|-------------------------------------------------------------------------------|----|
| Úvod .....                                                                    | 3  |
| Obsah .....                                                                   | 4  |
| O dokumentu .....                                                             | 5  |
| Metodika tvorby Strategie .....                                               | 7  |
| Etapa 1: Tvorba analytické části .....                                        | 7  |
| Etapa 2: Tvorba návrhové části .....                                          | 10 |
| Etapa 3: Finalizace dokumentu .....                                           | 10 |
| Analytická část .....                                                         | 13 |
| Prostorová analýza KKO v MSK na základě kvantitativního výzkumu .....         | 13 |
| Analýza prostředí KKO v MSK na základě kvalitativního výzkumu .....           | 22 |
| SWOT analýza .....                                                            | 35 |
| Návrhová část .....                                                           | 37 |
| Vize a mise strategie .....                                                   | 37 |
| Vybraná klíčová odvětví KKO ke strategické podpoře .....                      | 37 |
| Design – klíčový ekonomický sektor KKO .....                                  | 38 |
| Audiovize – strategická oblast s růstovým potenciálem .....                   | 38 |
| Festivaly a eventy – jako průřezová oblast KKO .....                          | 39 |
| Prioritní oblasti a strategické cíle .....                                    | 40 |
| A. Talenty, podpora podnikání .....                                           | 40 |
| B. Infrastruktura a technologie (prostory, vybavení, rezidence) .....         | 42 |
| C. Institute, síťování .....                                                  | 44 |
| C. Branding a internacionalizace .....                                        | 47 |
| D. Finance .....                                                              | 49 |
| Implementační část .....                                                      | 51 |
| Akční plán pro rok 2025 .....                                                 | 51 |
| Název aktivity 1: Vytvoření pracovního místa Krajského koordinátora KKO ..... | 52 |
| Název aktivity 2: Vytvoření Platformy pro rozvoj KKO .....                    | 53 |
| Název aktivity 3: Úvodní setkání Platformy pro rozvoj KKO .....               | 54 |
| Zdroje a odkazy na literaturu .....                                           | 55 |
| Příloha 1: Návaznost Strategie na další koncepční dokumenty .....             | 57 |
| Příloha 2: Teoretická východiska k rozmístění KKO .....                       | 65 |
| Příloha 3: Přehled respondentů polostrukturovaných rozhovorů .....            | 68 |

## O dokumentu

Strategie pro podporu regionálního rozvoje kulturních a kreativních odvětví (dále jen KKO) je prvním dokumentem svého druhu věnující se koncepčním úvahám nad možnostmi podpory rozvoje KKO v Moravskoslezském kraji (dále jen MSK). Dokument vznikl jako výstup projektu Mapování a tvorba strategie kulturních a kreativních odvětví v Moravskoslezském kraji, který byl financován Evropskou unií prostřednictvím Národního plánu obnovy a Ministerstva kultury. Dle mapování se na území kraje nachází na 6600 subjektů KKO. Strategie je prostředkem k naplnění cíle projektu, a to aktivizace potenciálu KKO pro rozvoj MSK. Strategie vychází z robustní empirické evidence, která byla vytvořena mapováním KKO a následnou analýzou dat, a také z principu participace široké skupiny regionálních stakeholderů KKO.

Dle Metodiky Ministerstva pro místní rozvoj byl vytvořen strategický dokument, který je členěn do tří vzájemně propojených částí – analytické, návrhové a implementační. Analytická část vychází primárně z výsledků kvantitativního a kvalitativního mapování KKO. Hlavním výstupem analytické části je analýza kulturního prostředí, kulturního potenciálu kraje, analýza stakeholderů, finanční analýza a SWOT analýza s využitím již realizovaných dokumentů řešitelů (Koncepte rozvoje města Ostravy, Fajnova Centrum) a nadřazených dokumentů na národní a regionální úrovni (prioritně ze Státní kulturní politiky, Strategie rozvoje KKO, Strategie MSK, Regionální inovační strategie MSK a dalších).

Snahou bylo do tvorby Strategie zapojit co nejširší spektrum aktérů rozvoje KKO, a to jak zástupce KKO, tak MSK – Odbor kultury a památkové péče, Odbor regionálního rozvoje a cestovního ruchu, zástupce samospráv, vzdělávacích institucí a další. Ve spolupráci s Odborem kultury a památkové péče MSK a MSIC proběhly 3 pracovní skupiny, jejichž cílem byla validace výstupů analytické části a zejména pak formulování vize, mise, prioritních oblastí a na ně navázaných strategických cílů/opatření. Součástí návrhové části Strategie jsou konkrétní aktivity v podobě akčního plánu (rok 2025), který byl sestaven na základě sběru typových projektů včetně nositele a zdroje financování. Návrhová část u každé navržené aktivity specifikuje úlohu kraje.

Strategie má platnost do roku 2030, přičemž v uvedeném roce bude provedena dílčí aktualizace.

Strategie pro podporu regionálního rozvoje KKO v MSK má tyto nezpochybnitelné přínosy:

- ✓ Propagace KKO
- ✓ Zvýšení povědomí o dopadech KKO na rozvoj ekonomiky a společnosti, propagace odvětví
- ✓ Zjištění stavu KKO a potřeb zástupců KKO
- ✓ Prohloubení znalosti o struktuře a dopadech KKO na regionální rozvoj
- ✓ Zapojení fragmentovaných aktérů do plánování rozvoje KKO
- ✓ Síťování aktérů KKO
- ✓ Zmapování regionální výhody (s ohledem na úroveň rozvoje KKO v daném regionu).
- ✓ Identifikace struktury specializace v daném regionu prostřednictvím mapovací analýzy KKO.

- ✓ Identifikace optimálních podmínek vytváření vhodného prostředí pro rozvoj kreativity, které by zvýšilo přitažlivost města nebo regionu (kreativní ekosystém).
- ✓ Identifikace vůdčích organizací a dynamických osobností, které budou potenciálními partnery v rozvojových projektech a možných strukturách pro koordinaci činnosti.
- ✓ Díky dostupnosti statistických dat možnost provádět kvalitativní průzkumy k lepšímu porozumění dynamiky KKO, jež se použijí k implementaci strategií inteligentní specializace.
- ✓ Možnost provádět srovnávací činnosti (benchmarking) zlepšující porozumění pozice regionu v sektoru KKO v porovnání s jinými regiony v rámci EU.
- ✓ Zejména existující robustní datová základna KKO může být zdrojem informací pro strategické řízení rozvoje KKO nejen na úrovni kraje, jednotlivých měst a obcí, ale i kulturních a kulturně-vzdělávacích institucí.

# Metodika tvorby Strategie

Proces tvorby Strategie byl rozdělen do tří základních etap, které reflektují logickou strukturu od analytického zkoumání přes formulaci strategických opatření až po finální odevzdání dokumentu (viz Schéma 1).

**Schéma 1: Proces tvorby Strategie**



Zdroj: vlastní zpracování

## Etapa 1: Tvorba analytické části

Podstatou této etapy byl zisk potřebných informací pro tvorbu analytické části strategického dokumentu podpory a rozvoje KKO v MSK. Zahrnovala verifikaci datového setu KKO obdrženého od MK. Následovalo zpřesnění (odstranění nevyhovujících subjektů) a doplnění (přidání chybějících subjektů, vč. doplnění dílčích proměnných). Poté došlo k zařazení subjektů do sektorů a oblastí KKO. Výsledky analýzy byly využity pro tvorbu Strategie.

Cílem sekundární analýzy dat bylo shromáždit a analyzovat všechny relevantní informace související se sledovanou problematikou, včetně strategických dokumentů a dalších klíčových zdrojů. Výsledky této analýzy jsou shrnuty v Příloze 1 Návaznost Strategie na další koncepční dokumenty.

Využity byly i do té doby realizované průzkumy, šetření v dané oblasti. V rámci kvalitativního výzkumu byla použita metoda Focus Group, dotazníků a semistrukturovaných rozhovorů.

## Kvantitativní výzkum – Tvorba datové základny a analýza prostorového rozmístění KKO v MSK

Sběr dat o KKO, jejich aktualizace a vyhodnocování v celém kraji mělo za cíl odhalit sílu jednotlivých odvětví v krajích a zjistit inovační potenciál jednotlivých oborů. Pro účely tvorby Strategie byla KKO vymezena v souladu se Strategií MK s tím, že nebylo uplatněno hledisko závislosti / nezávislosti na veřejných zdrojích, tedy došlo k zahrnutí subjektů, které nejsou alespoň z 50 % finančně soběstačné. Pro potřeby mapování byly proto subjekty rozděleny v návaznosti na statistické vymezení v certifikované metodice na základě troj-sektorového členění kulturního a kreativního sektoru, resp. oblasti kultury dle Satelitního účtu kultury (dále jen „SÚK“).

**Tabulka 1: Členění kulturního a kreativního sektoru**

| Kulturní a kreativní sektor se člení na:                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                               |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>I. Kulturní a umělecké jádro (tradiční a umělecký sektor)</b><br>Kulturní a umělecké jádro v sobě zahrnuje 5 oblastí:<br>i. kulturní dědictví<br>ii. scénické umění<br>iii. výtvarné umění<br>iv. umělecké vzdělávání<br>v. umělecká řemesla | <b>II. Kulturní odvětví (audiovizuální a mediální sektor)</b><br>Kulturní odvětví obsahuje 6 oblastí:<br>i. knihy a tisk<br>ii. hudba<br>iii. film a video<br>iv. rozhlas<br>v. televize<br>vi. videohry | <b>III. Kreativní odvětví (kreativní sektor)</b><br>Kreativní odvětví představuje 3 oblasti:<br>i. architektura<br>ii. reklama<br>iii. design |

Subjekty jsou, v souladu s certifikovanou metodikou, do KKO řazeny dle klasifikace CZ-NACE, která byla vypracována podle mezinárodní statistické klasifikace ekonomických činností, v souladu s nařízením Evropského parlamentu a Rady (ES) č. 1893/2006. Ministerstvem kultury Poskytnutý dataset se bude opírat o Registr ekonomických subjektů (RES). Chybějící data byla doplněna z vlastních výzkumů Ostravské univerzity, dohledána z webových stránek subjektů či jejich výroční zprávy.

Mapování spočívá zejména v ověřování počtu zaměstnanců, firem a OSVČ, které podnikají nebo jsou zaměstnány v KKO, jejich roční obrat a další jiné ekonomické ukazatele dle aktualizace metodiky MK pro účely výzvy 0232/2022.

### Kvalitativní výzkum

V kvalitativní části mapování byla prováděna hloubková šetření a doplňkový výzkum Mezi techniky sběru dat patřily polostrukturované rozhovory, Focus Group, a dotazníkové šetření.

Pro zmapování potenciálu a dynamiky patřily k diskutovaným tématům tyto oblasti:

- vnímání existence KKO všeobecně, konkrétní přínos pro kraj (poslání, vize), - zhodnocení vnějšího a vnitřního prostředí KKO:
- dostupná podpora KKO ze strany kraje (granty, poradenství, propagace, ...) a bariéry rozvoje KKO v kraji,
- úroveň spolupráce subjektů KKO na místní, krajské, národní a mezinárodní úrovni,
- potřebné kroky pro rozvoj KKO ze strany státu, kraje, obce,
- potřebné kroky pro rozvoj KKO ze strany subjektů KKO.

### Focus Group

Metoda Focus Group je kvalitativní výzkumná technika, která se zaměřuje na sběr dat prostřednictvím skupinové diskuse. Cílem je získat hlubší vhled do postojů, motivací, zkušeností a názorů účastníků na konkrétní téma. Výhodou této metody je interaktivita mezi účastníky, která umožňuje rozvinutí témat, vyjasnění postojů a identifikaci shod i odlišností. Moderátor diskuse řídí konverzaci podle předem stanovených okruhů, přičemž zachovává prostor pro spontánní podněty.

**První Focus Group** se uskutečnila dne 25. června 2024 v prostorách Moravskoslezského inovačního centra (MSIC), Technologická 375/3, Ostrava. Zúčastnilo se jí 20 účastníků z různých oblastí kulturního a kreativního sektoru. Diskuse byla zaměřena na:

- reflexi předběžných výsledků kvantitativního mapování KKO,
- identifikaci potřeb, bariér a výzev tvůrců,
- společné sestavení návrhu SWOT analýzy.

**Druhá Focus Group** proběhla dne 26. listopadu 2024 na Fakultě umění Ostravské univerzity v City Campusu na Černé louce. Zúčastnilo se jí 24 osob. Setkání se věnovalo zejména:

- rozpracování návrhové části Strategie,
- ověřování výstupů analytické fáze,
- diskusi nad konkrétními návrhy opatření a typových intervencí.

**Třetí a závěrečná Focus Group** se konala dne 6. března 2025 na Krajském úřadě Moravskoslezského kraje. Zúčastnilo se jí 17 odborníků a zástupců kulturních a kreativních odvětví. Setkání se zaměřilo na:

- finální validaci navrhovaných opatření,
- jejich tematickou a časovou prioritizaci,
- diskusi nad strukturou a hierarchií koordinace KKO v regionu,
- na přípravu implementační části dokumentu, vč. návrhu Akčního plánu do konce roku 2025.

Tyto diskuse přinesly cenné podněty a umožnily zohlednit praktickou zkušenost a znalost prostředí ze strany aktérů KKO, čímž významně přispěly ke kvalitě navržené strategie.

### **Polostrukturované rozhovory**

Polostrukturovaný rozhovor je kvalitativní výzkumná metoda, která kombinuje předem stanovené tematické okruhy s otevřeným prostorem pro spontánní odpovědi a hlubší reflexi ze strany respondentů. Výzkumník pracuje s průvodním scénářem otázek, ale zároveň flexibilně reaguje na průběh konverzace, čímž získává detailní vhled do osobních zkušeností, názorů a motivací. Tato metoda je vhodná pro témata, kde je třeba pochopit komplexní souvislosti a individuální perspektivy. Rozhovory s předními představiteli KKO v MSK probíhaly od srpna do prosince 2024 jako klíčová součást kvalitativního výzkumu. Hlavním kritériem pro výběr respondentů byla profesní identifikace v rámci KKO napříč různými oblastmi (např. audiovizí, design, scénická umění, kulturní dědictví, kreativní služby). Pro výběr respondentů byla využita metoda cíleného výběru (*purposive sampling*), která byla dále rozšířena o techniku "sněhové koule" (*snowball sampling*) – tedy doporučení dalších relevantních kontaktů od oslovených osob. Tento přístup umožnil zasáhnout široké spektrum aktérů, včetně těch, kteří nejsou běžně napojeni na veřejné struktury nebo dotační schémata, a přispěl tak k vyšší inkluzivitě zjištění. Celkem bylo osloveno 39 osob, přičemž se realizovalo 20 polostrukturovaných rozhovorů o délce 60 až 180 minut (v závislosti na časových možnostech a ochotě respondentů; viz Příloha č. 3).

### **Dotazníkové online šetření**

Dotazníkové šetření je standardizovaná kvantitativní výzkumná metoda, která umožňuje sběr většího množství dat v kratším časovém období. Dotazník byl sestaven jako kombinace

uzavřených a polouzavřených otázek, doplněných o možnost otevřených odpovědí. Tento formát umožnil jednak statistické vyhodnocení klíčových proměnných, ale zároveň přinesl kvalitativní komentáře k individuálním výzvám a zkušenostem respondentů.

Online dotazník byl distribuován v období říjen–listopad 2024 a zaměřoval se především na profil respondent, analýzu jejich potřeb, bariér a možností rozvoje, způsob financování a přístup ke zdrojům, a také na žádanou formu podpory od MSK v budoucnu. Celkem bylo získáno 30 kompletně vyplněných dotazníků, které tvoří důležitý statistický základ pro doplnění kvalitativních zjištění a přispívají k celkové triangulaci výzkumných dat.

Výsledky kvantitativního a kvalitativního mapování jsou součástí analytické části Strategie a tvoří základní informační bázi pro část návrhovou. Ta se opírá i o existující strategické a koncepční dokumenty související úzce s tematikou KKO.

## **Etapu 2: Tvorba návrhové části**

Druhá etapa se soustředila na komplexní syntézu poznatků a dat získaných prostřednictvím kombinace kvantitativních a kvalitativních výzkumných metod. Tyto metody zahrnovaly realizaci dotazníkového šetření, strukturovaných rozhovorů s klíčovými aktéry a následné dokončení SWOT analýzy, která umožnila detailní identifikaci silných a slabých stránek, příležitostí a hrozeb v daném kontextu. V rámci této etapy byly rovněž definovány prioritní oblasti a strategické cíle, které odrážejí potřeby a výzvy identifikované během analytické části.

Zásadní součástí této fáze byla organizace druhého setkání Focus Group s aktéry KKO, která se konala 26. listopadu 2024 v prostorách Fakulty umění Ostravské univerzity v City Campusu na Černé louce. Zúčastnilo se jí 23 odborníků a aktérů KKO, kteří se zaměřili během diskuse na kolektivní tvorbu návrhů konkrétních opatření, jejichž cílem je podpora a dlouhodobý rozvoj kulturní a kreativní sféry v MSK. V rámci setkání Focus Group byly definovány prioritní oblasti Strategie, a to:

- A. Talenty, podpora podnikání
- B. Infrastruktura a technologie
- C. Instituce, síťování
- D. Branding a internacionalizace
- E. Finance

Výstupy setkání také posloužily jako klíčový vstup pro tvorbu návrhové části dokumentu.

## **Etapu 3: Finalizace dokumentu**

Závěrečná etapa procesu byla zaměřena na komplexní zpracování návrhové části dokumentu, která zahrnovala nejen formulaci konkrétních opatření, ale také návrh implementačního rámce a systému hodnotících indikátorů. Tyto indikátory byly navrženy s cílem monitorovat efektivitu a účinnost realizace jednotlivých opatření a sloužit jako klíčový nástroj pro průběžnou evaluaci a strategické řízení naplňování cílů Strategie.

V rámci této fáze byla zorganizována 6. března 2025 v prostorách Krajského úřadu MSK třetí a závěrečná Focus Group s klíčovými aktéry, která se zaměřila na finální validaci navrhovaných opatření a jejich prioritizaci.

Po ukončení práce Focus Group následovalo intenzivní připomínkování celého dokumentu, při kterém byly zohledněny relevantní podněty od odborné veřejnosti. Tento proces přispěl k doladění finální podoby Strategie a zajistil její koncepční, metodologickou i obsahovou kvalitu. Výsledný dokument tak reflektuje jak expertní poznatky, tak i potřeby a očekávání zainteresovaných aktérů, což zvyšuje jeho relevanci a aplikační potenciál v praxi.

Struktura dokumentu byla vytvořena dle metodického doporučení Ministerstva pro místní rozvoj pro tvorbu strategických dokumentů. Strategie byla tvořena transparentně za účasti širokého okruhu zainteresovaných organizací a aktérů KKO (freelanceři, QQ Studio Ostrava s.r.o., Kantor's Creative Club, s.r.o., Černá kostka, Moravskoslezská vědecká knihovna, Těšínské divadlo, Divadlo Mír, městská galerie současného umění Plato, Česká televize, Galerie výtvarného umění v Ostravě), vzdělávacích institucí (Ostravská univerzita, VŠB-TUO, Janáčkova konzervatoř), krajského úřadu Moravskoslezského kraje, magistrátu statutárního města Ostravy, Moravskoslezského inovačního centra (MSIC), Krajské hospodářské komory a dalších. Ti byly zapojeni do tvorby strategie prostřednictvím individuálních rozhovorů a Focus Group.

Nejúžeji byl do tvorby Strategie zapojen Odbor kultury a památkové péče MSK, který poskytoval informační a komunikační podporu pro tým realizátorů a dále Odbor regionálního rozvoje a cestovního ruchu MSK, který má tematiku KKO také v gesci.

Termíny setkávání se zástupci KÚ:

24.8.2023; 4.9.2023; 11. 10. 2023; 24.2.2024; 13.12.2023; 18. 2. 2025; 25.3.2025

Napojení na Regionální inovační strategii (dále jen RIS) bylo zajištěno prostřednictvím úzké spolupráce s Moravskoslezským inovačním centrem (MSIC), díky čemuž byly výsledky mapování/strategie promítnuty do aktualizace RIS v roce 2024.

Celkem se do tvorby Strategie prostřednictvím pracovních skupin zapojilo 42 osob, jejichž přehled tvoří Tabulka 2.

**Tabulka 2: Seznam zapojených aktérů a realizátorů Focus Group**

| Seznam zapojených aktérů do Focus Group |           |        |                                     |
|-----------------------------------------|-----------|--------|-------------------------------------|
| #                                       | Příjmení  | Jméno  | Organizace                          |
| 1.                                      | Adámková  | Romana | Černá kostka, p. o.                 |
| 2.                                      | Avrat     | Tomáš  | Moravskoslezské inovační centrum    |
| 3.                                      | Čuba      | Albert | Divadlo Mír                         |
| 4.                                      | Danielová | Alena  | Moravskoslezské inovační centrum    |
| 5.                                      | Eibenová  | Dita   | Plato                               |
| 6.                                      | Foberová  | Libuše | Moravskoslezská vědecká knihovna    |
| 7.                                      | Harmečko  | Andrej | Černá kostka, p. o.                 |
| 8.                                      | Hradilová | Adéla  | Moravskoslezské inovační centrum    |
| 9.                                      | Ivan      | Igor   | VŠB-TUO                             |
| 10.                                     | Jánská    | Denisa | Ostravská univerzita, Fakulta umění |
| 11.                                     | Javůrková | Soňa   | Janáčkova konzervatoř v Ostravě     |
| 12.                                     | Jůza      | Jiří   | Galerie výtvarného umění v Ostravě  |
| 13.                                     | Kantor    | David  | Kantor 's Creative Club, s.r.o.     |

|     |                      |          |                                         |
|-----|----------------------|----------|-----------------------------------------|
| 14. | Knápek               | Aleš     | Muzeum Novojičínska                     |
| 15. | Knoflíček            | Tomáš    | Ostravská univerzita, Fakulta umění     |
| 16. | Kohutová             | Klára    | Moravskoslezská filmová kancelář        |
| 17. | Kracík               | Petr     | Těšínské divadlo Český Těšín            |
| 18. | Kusá                 | Veronika | Divadlo Mír                             |
| 19. | Lokajová Hluchníková | Irena    | Černá kostka, p. o.                     |
| 20. | Madejová             | Zuzana   | MSK, Odbor kultury a památkové péče     |
| 21. | Mertha               | Kateřina | Těšínské divadlo Český Těšín            |
| 22. | Mráz                 | Dalibor  | QQ Studio Ostrava s.r.o.                |
| 23. | Ondřejková           | Kateřina | Česká televize, studio Ostrava          |
| 24. | Oramus               | Lukáš    | Moravskoslezské inovační centrum        |
| 25. | Oravová              | Monika   | Moravskoslezská vědecká knihovna        |
| 26. | Papřok               | Petr     | MSK, Odbor kultury a památkové péče     |
| 27. | Polášková            | Petra    | Národní klastrová asociace              |
| 28. | Rechová              | Vendula  | Brand manager na volné noze             |
| 29. | Skipala              | Jan      | Krajská hospodářská komora MSK          |
| 30. | Sliwková             | Pavla    | MSK, Odbor regionálního rozvoje         |
| 31. | Stanček              | Tomáš    | Janáčkova konzervatoř v Ostravě         |
| 32. | Stankušová           | Barbora  | Statutární město Ostrava, odbor kultury |
| 33. | Surovcová Staňková   | Jana     | Moravskoslezská filmová kancelář        |
| 34. | Štverková            | Barbora  | VŠB-TUO, Green Light                    |
| 35. | Štvrtňová            | Denisa   | MSK, Odbor regionálního rozvoje         |
| 36. | Šůstková             | Miriam   | MSK, Odbor regionálního rozvoje         |
| 37. | Tomáš                | Adam     | Český rozhlas                           |
| 38. | Vitásková            | Karin    | MSK, Odbor kultury a památkové péče     |
| 39. | Vlčková              | Markéta  | Open Studios Ostrava                    |
| 40. | Vontor               | Marcela  | MSK, Odbor regionálního rozvoje         |
| 41. | Vůjtková             | Sylvie   | Statutární město Ostrava, odbor kultury |
| 42. | Zarodňanská          | Daniela  | Statutární město Ostrava, odbor kultury |

#### **Realizační tým Focus Group**

| #  | Příjmení  | Jméno    | Organizace           |
|----|-----------|----------|----------------------|
| 1. | Marková   | Blanka   | Ostravská univerzita |
| 2. | Paszová   | Lenka    | Ostravská univerzita |
| 3. | Slach     | Ondřej   | Ostravská univerzita |
| 4. | Husáková  | Adéla    | Ostravská univerzita |
| 5. | Kabelková | Zuzana   | Ostravská univerzita |
| 6. | Kolářová  | Štěpánka | Ostravská univerzita |

# Analytická část

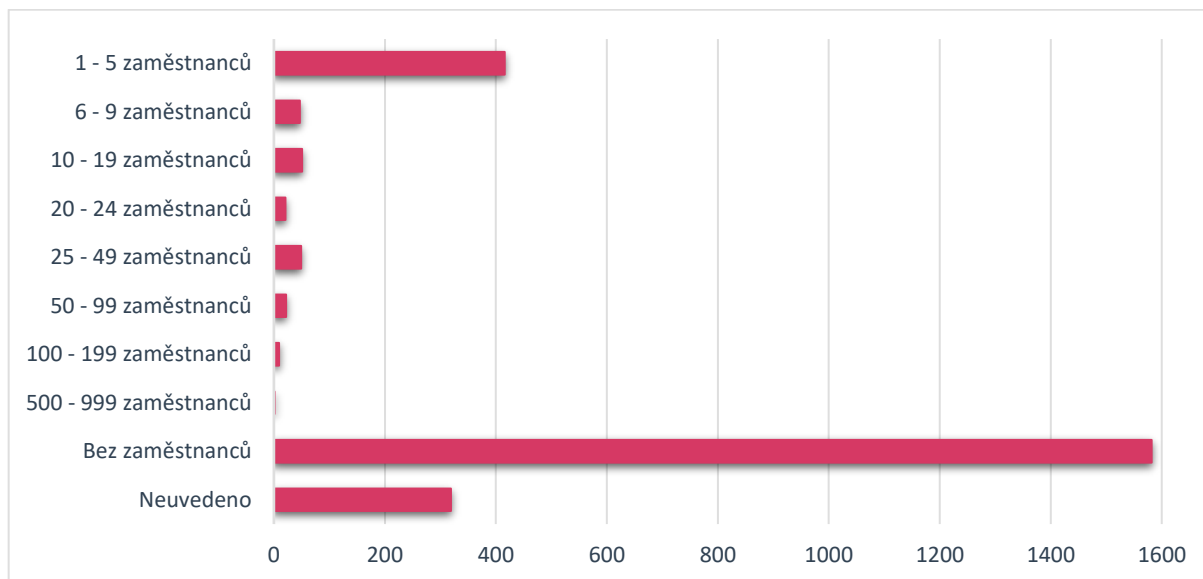
## Prostorová analýza KKO v MSK na základě kvantitativního výzkumu

Cílem analytické sekce prostorového rozmístění je na základě kvantitativního výzkumu vizualizovat výsledky terénního mapování firem v KKO, vysvětlit a interpretovat nejdůležitější zjištěné lokalizační vzorce rozmístění KKO na území MSK.

Detailní mapování subjektů v sektoru kulturních a kreativních odvětví (dále KKO) v období 2023/2024 identifikovalo 2517 subjektů, přičemž subjekty nad 5 zaměstnanců byly šetřeny plošně a menší subjekty výběrově. Z celkového počtu 5285 prověřovaných subjektů bylo tedy za KKO označeno 47,6 % subjektů. Pokud vztáhneme tyto poměry i na soubor 8614 nešetřených mikrofirem a fyzických osob, může se na území Moravskoslezského kraje v současnosti nacházet přibližně 6600 subjektů v sektoru KKO.

Firmy s 1 a více zaměstnancem tvořily zhruba třetinu z celkového počtu subjektů, zbývající subjekty byly bez zaměstnanců, nebo počet zaměstnanců nebyl uveden (Obrázek 1). Deset firem mělo více než 100 zaměstnanců, 143 firem spadlo do kategorie 10-99 zaměstnanců. Naprostou většinu subjektů (93,9 %) z šetřených subjektů KKO tedy tvoří malé firmy/mikrofirmy a fyzické osoby, což je v souladu s předpoklady literatury i situací ve většině ostatních krajů. Nicméně omezený počet velkých firem v KKO (např. v odvětví reklamy nebo médií) též do značné míry odráží nižší ekonomickou a inovační výkonnost metropolitního regionu Ostravy oproti Praze a částečně i Brnu, které soustřeďují (regionální) ústředí významných firem v KKO.

**Obrázek 1: Počty šetřených subjektů KKO dle velikostních kategorií zaměstnanosti**



Zdroj: ČSÚ 2023, vlastní zpracování

Velikostní struktura firem se výrazně liší mezi jednotlivými odvětvími sektoru KKO (Tabulka 3). Vyšší zastoupení středních a větších subjektů je charakteristické pro aktivity kulturního dědictví a uměleckého vzdělávání, kde dominují instituce. Fragmentovaná velikostní struktura je naopak typická pro oblasti, kde převažují jednotlivci tvořící podle autorského zákona (výtvarné

umění, hudba), vydávání a tisk knih, dále některá komerční kreativní odvětví jako architektura, reklama a design.

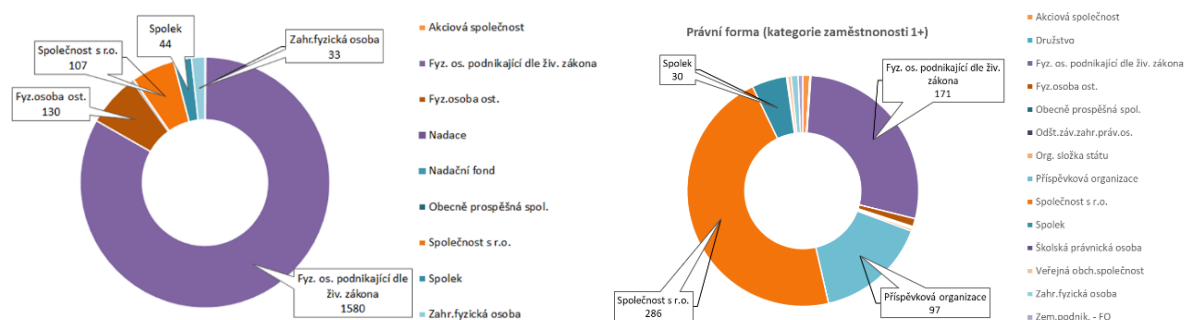
**Tabulka 3: Struktura zaměstnanosti v KKO podle velikostních kategorií firem**

|           | Architektura | Design | Film a video | Hudba | Knihy a tisk | Kulturní dědictví | Reklama | Rozhlas | Scénické umění | TV   | Umělecká řemesla | Umělecké vzdělávání | Videohry | Výtvarné umění | Celkem |
|-----------|--------------|--------|--------------|-------|--------------|-------------------|---------|---------|----------------|------|------------------|---------------------|----------|----------------|--------|
| 500-999   | 0,0          | 0,0    | 0,0          | 0,0   | 0,0          | 0,0               | 0,0     | 0,0     | 0,4            | 0,0  | 0,0              | 0,0                 | 0,0      | 0,0            | 0,0    |
| 100-199   | 0,0          | 0,0    | 0,0          | 0,0   | 0,0          | 1,7               | 0,0     | 0,0     | 1,4            | 0,0  | 0,7              | 0,0                 | 0,0      | 0,0            | 0,4    |
| 50-99     | 0,0          | 0,0    | 0,0          | 0,0   | 0,0          | 4,0               | 0,1     | 0,0     | 1,4            | 0,0  | 0,0              | 11,4                | 0,0      | 0,0            | 0,9    |
| 25-49     | 0,7          | 0,0    | 0,0          | 0,0   | 0,0          | 6,8               | 0,5     | 0,0     | 1,8            | 10,0 | 1,4              | 25,0                | 0,0      | 0,0            | 1,9    |
| 20-24     | 0,7          | 0,8    | 0,0          | 0,0   | 0,0          | 1,1               | 0,1     | 0,0     | 1,4            | 0,0  | 0,0              | 13,6                | 0,0      | 0,0            | 0,8    |
| 10-19     | 0,7          | 2,4    | 7,7          | 0,0   | 0,7          | 4,5               | 0,4     | 0,0     | 3,2            | 0,0  | 3,8              | 12,5                | 12,5     | 0,0            | 2,0    |
| 6-9       | 1,5          | 0,8    | 0,0          | 0,0   | 1,4          | 1,1               | 1,5     | 0,0     | 2,5            | 10,0 | 5,5              | 0,0                 | 0,0      | 0,5            | 1,9    |
| 1-5       | 12,6         | 14,3   | 30,8         | 6,7   | 11,0         | 31,1              | 13,0    | 50,0    | 13,2           | 10,0 | 38,6             | 11,4                | 12,5     | 7,6            | 16,5   |
| bez zam.  | 71,9         | 69,0   | 53,8         | 66,7  | 74,8         | 40,7              | 70,2    | 0,0     | 50,2           | 20,0 | 45,9             | 18,2                | 37,5     | 85,9           | 62,9   |
| neuvedeno | 11,9         | 12,7   | 7,7          | 26,7  | 12,1         | 9,0               | 14,1    | 50,0    | 24,6           | 50,0 | 4,1              | 8,0                 | 37,5     | 6,1            | 12,7   |

Zdroj: ČSÚ 2023, vlastní zpracování

Nejčastější kategorií z hlediska právní formy jsou opět fyzické osoby podnikající dle živnostenského zákona s 62,3 % podílem na celkovém počtu subjektů (Obrázek 2), společnosti s ručením omezeným tvoří pouze 4,3 % všech subjektů. Ve skupině ekonomických subjektů s jedním nebo více zaměstnanci převažují společnosti s ručením omezením, ale fyzické osoby jsou též významně zastoupeny (Obrázek 2).

**Obrázek 2: Struktura šetřených subjektů KKO z hlediska právní formy (počty subjektů)**

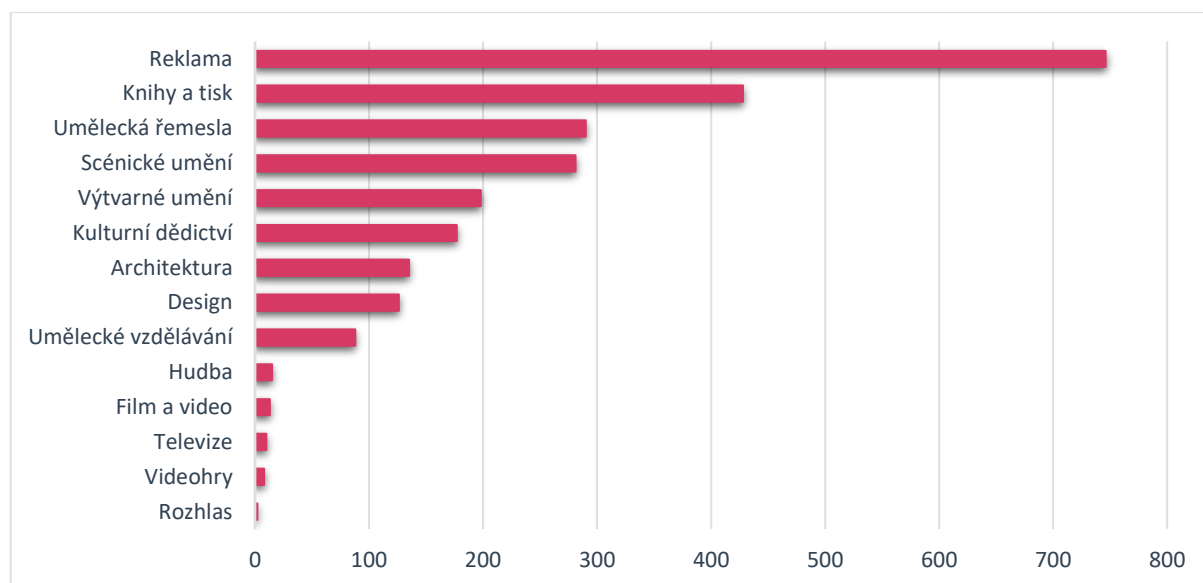


Pozn.: Levý graf zobrazuje všechny ekonomické subjekty, pravý graf pouze subjekty s jedním nebo více zaměstnanci.

Zdroj: ČSÚ 2023, vlastní zpracování

Z hlediska počtu ekonomických subjektů (Obrázek 3) dominují odvětví KKO s fragmentovanou velikostí strukturou, mezi která patří jak komerční kreativní odvětví (reklama, vydávání a tisk knih), tak kulturní odvětví s velkým počtem osob tvořících dle autorského zákona: umělecká řemesla, scénická a výtvarná umění.

**Obrázek 3: Počet ekonomických subjektů KKO v MSK podle odvětví**



Zdroj: ČSÚ 2023, vlastní zpracování

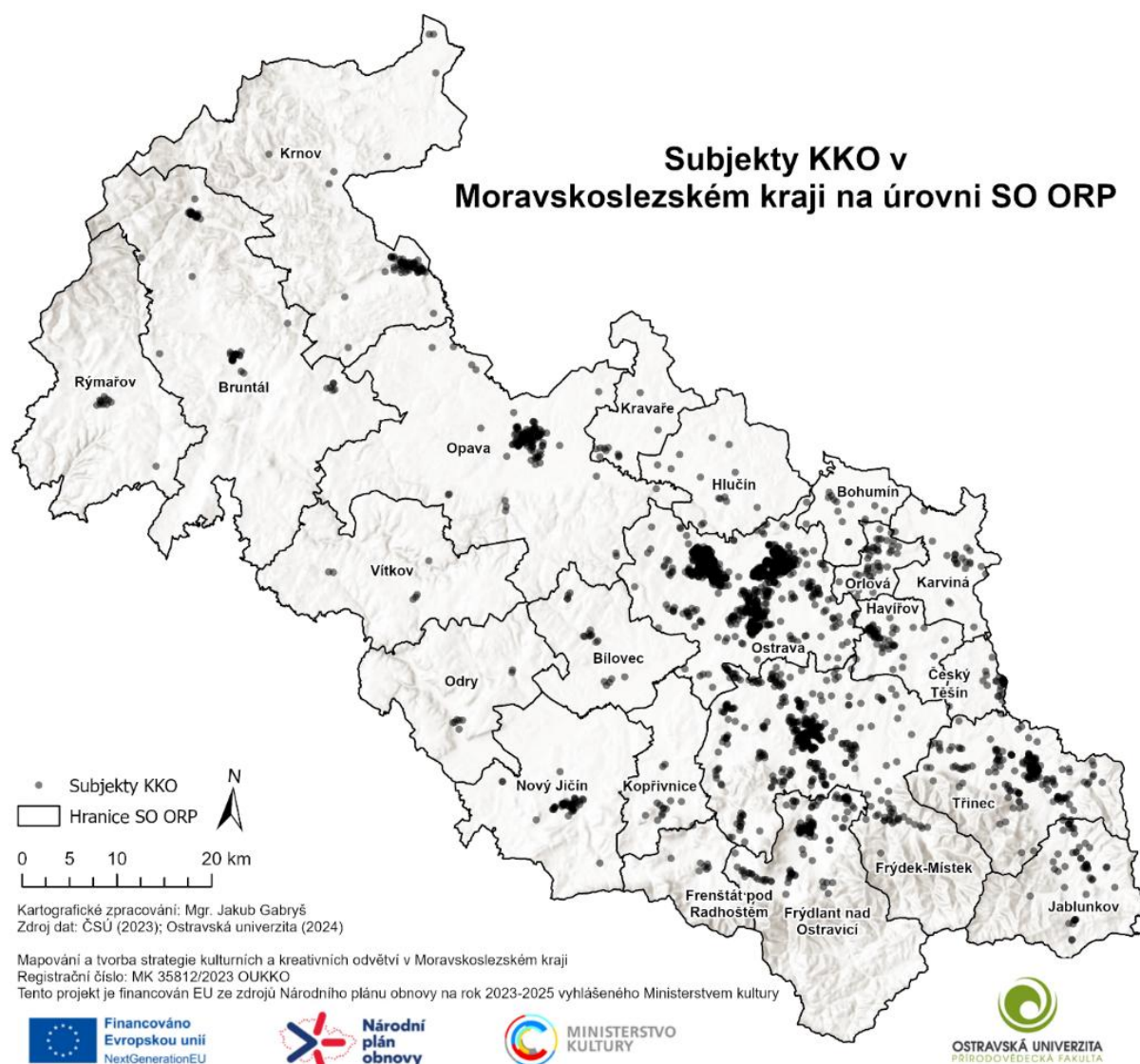
**Tabulka 4: Rozmístění odvětví KKO na úrovni SO ORP**

|                | Architektura | Design | Film a video | Hudba | Knihy a tisk | Kulturní dědictví | Reklama | Rozhlas | Scénické umění | TV    | Umělecká řemesla | Umělecké vzdělávání | Videohry | Výtvarné umění | Celkem |
|----------------|--------------|--------|--------------|-------|--------------|-------------------|---------|---------|----------------|-------|------------------|---------------------|----------|----------------|--------|
| Ostrava        | 63,7         | 50,0   | 69,2         | 60,0  | 49,3         | 35,0              | 50,7    | 100,0   | 57,7           | 100,0 | 33,8             | 42,0                | 50,0     | 45,5           | 48,5   |
| Frýdek-Místek  | 11,1         | 19,0   | 7,7          | 13,3  | 14,3         | 15,3              | 19,4    | 0,0     | 8,9            | 0,0   | 22,4             | 3,4                 | 0,0      | 20,7           | 16,2   |
| Třinec         | 4,4          | 11,1   | 15,4         | 0,0   | 8,4          | 5,6               | 7,4     | 0,0     | 4,6            | 0,0   | 8,6              | 3,4                 | 0,0      | 5,6            | 7,0    |
| Opava          | 11,1         | 4,0    | 0,0          | 13,3  | 5,6          | 6,8               | 3,6     | 0,0     | 3,6            | 0,0   | 3,4              | 6,8                 | 12,5     | 6,1            | 4,9    |
| Frýdlant n. O. | 1,5          | 9,5    | 0,0          | 0,0   | 5,1          | 4,0               | 5,5     | 0,0     | 3,2            | 0,0   | 4,8              | 2,3                 | 25,0     | 5,6            | 4,8    |
| Krnov          | 0,7          | 1,6    | 0,0          | 0,0   | 2,8          | 4,5               | 2,3     | 0,0     | 2,5            | 0,0   | 3,8              | 4,5                 | 12,5     | 1,0            | 2,6    |
| Bruntál        | 0,0          | 0,8    | 0,0          | 0,0   | 2,3          | 3,4               | 1,7     | 0,0     | 2,1            | 0,0   | 2,4              | 1,1                 | 0,0      | 3,5            | 2,0    |
| Havířov        | 0,7          | 1,6    | 0,0          | 6,7   | 1,4          | 2,8               | 2,3     | 0,0     | 1,4            | 0,0   | 2,4              | 5,7                 | 0,0      | 1,5            | 2,0    |
| Jablunkov      | 1,5          | 0,0    | 0,0          | 0,0   | 2,1          | 4,0               | 1,3     | 0,0     | 2,1            | 0,0   | 3,8              | 1,1                 | 0,0      | 2,0            | 2,0    |
| Nový Jičín     | 4,4          | 0,0    | 0,0          | 0,0   | 1,9          | 4,0               | 0,9     | 0,0     | 1,4            | 0,0   | 2,4              | 2,3                 | 0,0      | 2,5            | 1,8    |
| Orlová         | 0,0          | 0,0    | 0,0          | 0,0   | 0,9          | 1,7               | 1,3     | 0,0     | 3,9            | 0,0   | 2,4              | 3,4                 | 0,0      | 3,5            | 1,8    |
| Český Těšín    | 0,0          | 0,0    | 0,0          | 0,0   | 2,1          | 3,4               | 0,4     | 0,0     | 1,8            | 0,0   | 1,4              | 3,4                 | 0,0      | 1,0            | 1,3    |
| Karviná        | 0,0          | 0,0    | 0,0          | 0,0   | 1,4          | 1,1               | 0,5     | 0,0     | 1,8            | 0,0   | 1,4              | 1,1                 | 0,0      | 0,0            | 0,9    |
| Bílovec        | 0,0          | 0,8    | 7,7          | 6,7   | 0,5          | 0,6               | 0,5     | 0,0     | 0,7            | 0,0   | 0,3              | 3,4                 | 0,0      | 1,0            | 0,7    |
| Hlučín         | 0,0          | 0,0    | 0,0          | 0,0   | 0,2          | 1,7               | 0,4     | 0,0     | 1,1            | 0,0   | 1,0              | 1,1                 | 0,0      | 0,0            | 0,6    |
| Kopřivnice     | 0,0          | 0,8    | 0,0          | 0,0   | 0,0          | 1,1               | 0,3     | 0,0     | 0,4            | 0,0   | 1,4              | 3,4                 | 0,0      | 0,5            | 0,6    |
| Bohumín        | 0,0          | 0,0    | 0,0          | 0,0   | 0,2          | 1,7               | 0,5     | 0,0     | 0,7            | 0,0   | 0,0              | 4,5                 | 0,0      | 0,0            | 0,6    |
| Rýmařov        | 0,0          | 0,0    | 0,0          | 0,0   | 0,2          | 2,3               | 0,3     | 0,0     | 0,4            | 0,0   | 1,0              | 1,1                 | 0,0      | 0,0            | 0,5    |
| Kravaře        | 0,7          | 0,0    | 0,0          | 0,0   | 0,5          | 0,6               | 0,3     | 0,0     | 0,4            | 0,0   | 1,0              | 1,1                 | 0,0      | 0,0            | 0,4    |
| Odry           | 0,0          | 0,0    | 0,0          | 0,0   | 0,0          | 0,6               | 0,0     | 0,0     | 1,4            | 0,0   | 0,3              | 2,3                 | 0,0      | 0,0            | 0,3    |
| Frenštát p. R. | 0,0          | 0,0    | 0,0          | 0,0   | 0,5          | 0,0               | 0,1     | 0,0     | 0,0            | 0,0   | 1,0              | 1,1                 | 0,0      | 0,0            | 0,3    |
| Vítkov         | 0,0          | 0,8    | 0,0          | 0,0   | 0,2          | 0,0               | 0,1     | 0,0     | 0,0            | 0,0   | 0,7              | 1,1                 | 0,0      | 0,0            | 0,2    |

Lokalizační vzorce jednotlivých odvětví sektoru KKO v Moravskoslezském kraji se výrazně liší (Tabulka 4). Rozhlasové a televizní vysílání je zcela soustředěno na území Ostravy, která má více než poloviční podíl na počtu subjektů ve většině odvětví KKO. Komerční kreativní odvětví jsou též charakteristické vysokou mírou územní koncentrace do největších měst, zejména Ostravy a Frýdku-Místku.

Umělecká řemesla, výtvarné umění a kulturní dědictví vykazují rovnoměrnější územní rozmístění a výraznější zastoupení i v některých menších městech, ačkoli Ostrava, Frýdek-Místek a Opava mají též dominantní postavení.

**Obrázek 4: Rozmístění subjektů KKO v Moravskoslezském kraji na úrovni SO ORP**

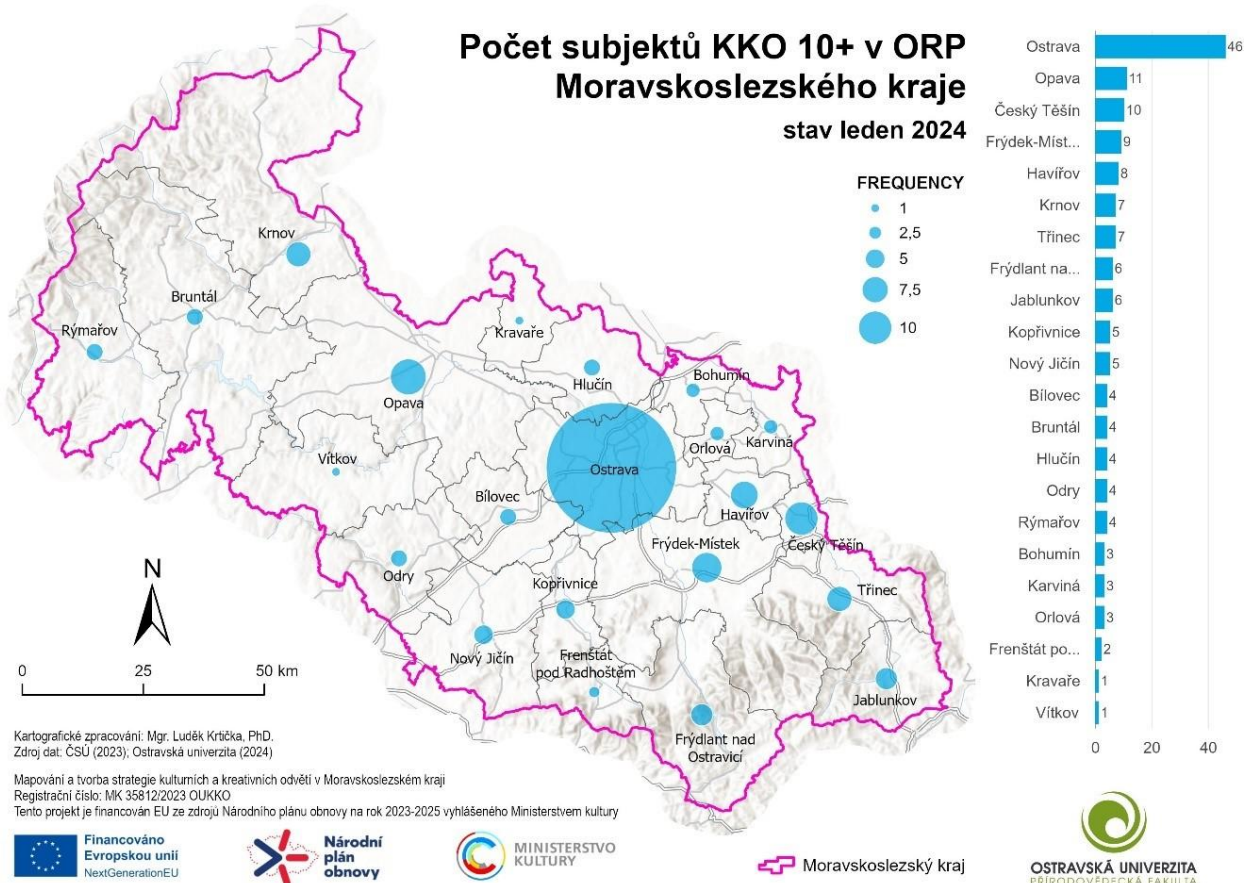


Empirické výsledky rozmístění KKO na interurbánní úrovni (Obrázek 4,5,6) zřetelně potvrzují dominantní vliv centripetálních lokalizačních faktorů. Zásadní vliv má kombinace lokalizačních a urbanizačních úspor (Slach a kol. 2015, Ženka a kol. 2020). Subjekty KKO jsou výrazně územně koncentrovány ve třech subcentrech Ostravy. Krajské město je nejatraktivnější lokalitou pro všechna odvětví KKO i všechny velikostní kategorie firem v Moravskoslezském kraji. Obzvláště

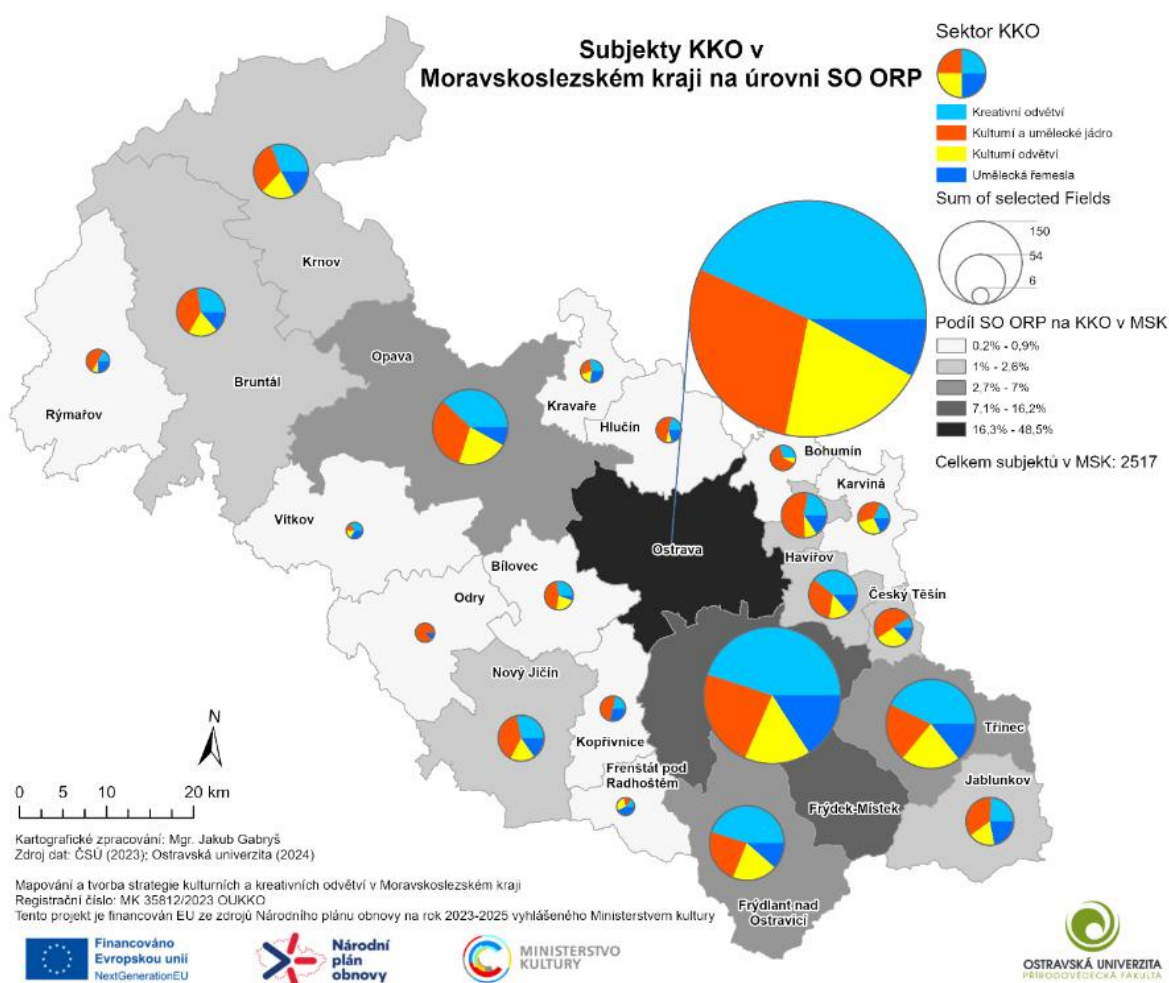
silnou pozici má Ostrava jako sídlo firem s 10 a více zaměstnanci, které jsou ještě silněji územně koncentrovány než malé firmy a fyzické osoby (Obrázek 6).

Navzdory polycentrickému charakteru Ostravska se v užším metropolitním zázemí Ostravy nenacházejí žádné významné koncentrace subjektů KKO. Na rozdíl od některých odvětví znalostně náročných obchodních služeb nebyl sektor KKO významně ovlivněn procesem komerční suburbanizace. Klastry KKO mimo Ostravu jsou výrazně vázány na městská jádra. Opava má navzdory významnému kulturnímu dědictví nižší počet subjektů KKO než ekonomicky silný Frýdek-Místek nebo Třinec, což na první pohled nepotvrzuje předpoklad, že nemetropolitní centra s velkými průmyslovými firmami nemají příznivé podmínky pro rozvoj KKO. Opava si však pozici druhého nejvýznamnějšího centra KKO obhájí při sledování rozmístění subjektů KKO s deseti a více zaměstnanci.

**Obrázek 5: Počet subjektů KKO s 10 a více zaměstnanci podle SO ORP**



**Obrázek 6: Počet ekonomických subjektů dle oblasti KKO**

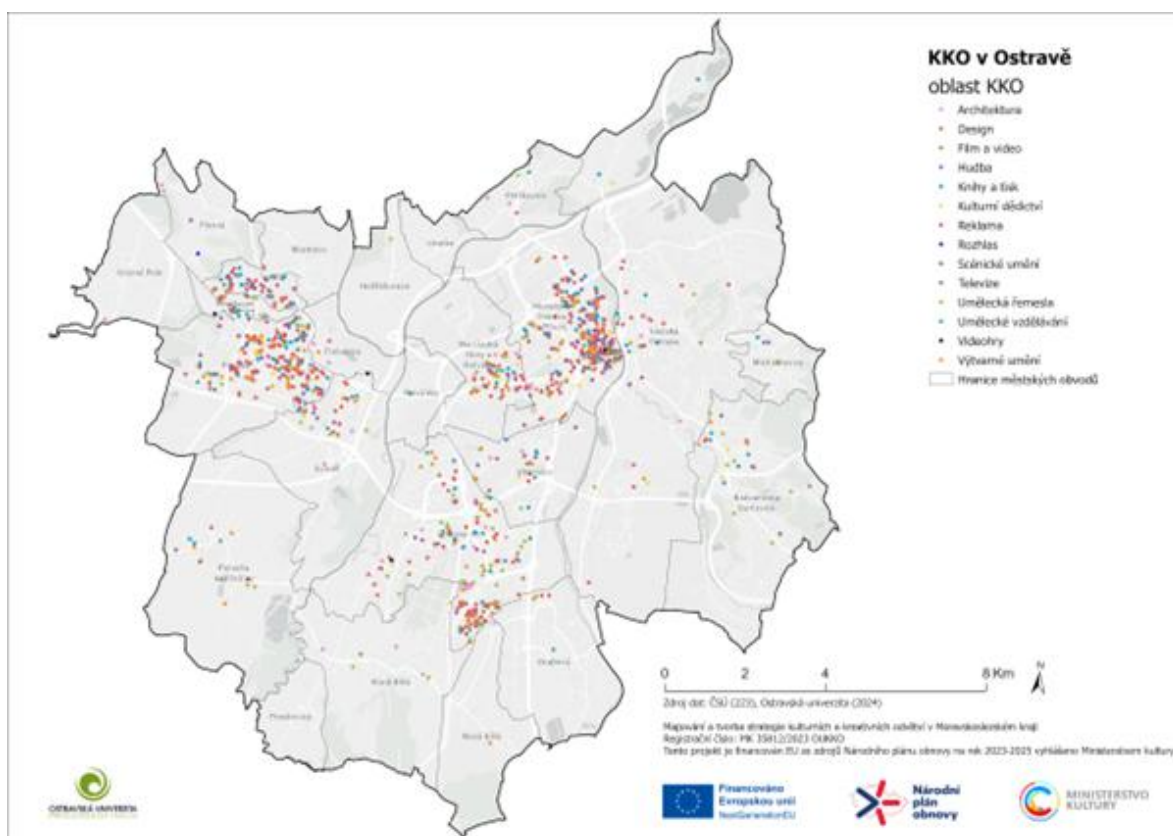


Na území města Ostravy se nacházejí hlavní jádra koncentrace subjektů kulturně kreativních odvětví ve třech lokalitách: Moravská Ostrava (včetně Přívozu a Mariánských Hor), Poruba a Ostrava-Jih. V těchto oblastech je patrné výrazné shlukování subjektů, zatímco v okrajových částech města, vzdálenějších od těchto center, dochází k výraznému poklesu prostorové koncentrace (viz Obrázek 7).

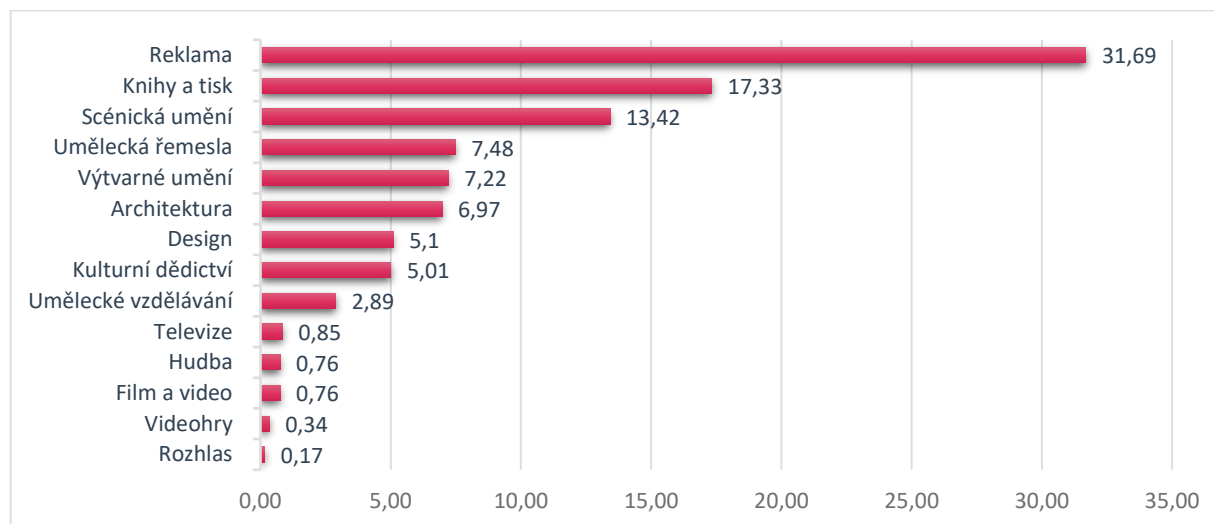
V Ostravě dominuje oblast reklamy, která tvoří téměř 32 % počtu všech subjektů KKO (Obrázek 8). Následuje oblast knih a tisku s přibližně 17 % a scénická umění s více než 13% podílem. V ostatních odvětvích nedosahuje zastoupení jednotlivých oblastí ani 10 %. Reklama, knihy a tisk jsou nejvíce rozšířené mezi živnostníky a nacházejí se v celé Ostravě. Vyšší podíl scénických umění lze přičíst velkému počtu divadel ve městě a skutečnosti, že mnoho divadelních herců má pro tuto oblast zřízenou živnost.

Detailnější pohled na výše zmíněné části města odhaluje více informací o kulturních subjektech v Ostravě. Pro centrum města, tedy část Moravské Ostravy, je charakteristická vysoká územní koncentrace subjektů uvnitř historického jádra, která postupně klesá směrem na sever k Přívozu a na západ do Mariánských Hor. Tato lokalita je známá koncentrací subjektů v historické polyfunkční kompaktní městské zástavbě. Objevují se zde také socialistická a modernistická sídliště, jako například Fifejdy či Šalamouna, avšak v těchto oblastech je počet subjektů i jejich shlukování výrazně nižší.

**Obrázek 7: Subjekty KKO v Ostravě**



**Obrázek 8: Subjekty KKO v Ostravě (v%)**



Zdroj: vlastní zpracování

Sídlištní zástavba se vyznačuje výrazným oddělováním funkcí v území, kde budovy slouží výhradně rezidenčním nebo komerčním účelům. Výjimkou jsou oblasti postavené ve stylu socialistického realismu, kde je běžný komerční parter poblíž hlavní ulice.

Rozmístění KKO v Ostravě vykazuje silnou tendenci ke koncentraci uvnitř nebo poblíž centrálních oblastí města. V těchto oblastech subjekty KKO tvoří shluky, které se nejčastěji nacházejí v historickém centru Ostravy (Moravská Ostrava a Přívoz) a jeho nejbližším okolí.

Podobnou koncentraci lze také sledovat v městském obvodu Poruba a výrazné zastoupení je patrné i v obvodu Ostrava-Jih. Zatímco Ostrava-Jih je převážně rezidenční oblastí, Poruba funguje jako druhé centrum města. Tento status odpovídá jak její funkční struktuře, tak i jejímu historickému vzniku a vývoji, kdy byla Poruba zamýšlena jako nové centrum města, které není zasažené těžbou a průmyslovou činností. Existence tří hlavních lokalit s vysokou prostorovou koncentrací KKO (centrum města Moravská Ostrava a Přívoz, Poruba a Ostrava-Jih) odpovídá polycentrické struktuře Ostravy a reflektuje hlavní těžiště osídlení, což jsou největší městský obvod Ostrava-Jih (110 343 obyvatel), druhý největší obvod Poruba (68 031 obyvatel) a třetí centrum města Moravská Ostrava a Přívoz (40 040 obyvatel).

Mapa subjektů KKO ovšem může poskytovat i poměrně zkreslené výsledky, byť potvrzuje trend, kdy rozmístění kopíruje hlavní osy osídlení. Tyto koncentrační, ale i disperzní efekty, kdy můžeme pozorovat poměrně dost subjektů i v okrajových částech Ostravy, jsou zapříčiněny lokalizací především samostatných podnikatelů v místě jejich bydliště. Je nezbytné podrobněji analyzovat překvapivý výsledek vyšší územní koncentrace (KKO) v městském obvodu Ostrava-Jih. Tento obvod, který k 1. lednu 2023 čítá 110 343 obyvatel, je největším obvodem města z hlediska počtu obyvatel. Funkční struktura Ostravy-Jih je však převážně rezidenční, s rozsáhlými panelovými sídlišti, zahrnujícími vysokopodlažní i nízkopodlažní zástavbu, a oblastmi s rodinnými domy. Přes tuto dominanci obytné funkce je zde patrná výrazná koncentrace subjektů KKO, což naznačuje potřebu hlubšího zkoumání faktorů přispívajících k tomuto jevu.

## Shrnutí

- ✓ Z hlediska počtu subjektů KKO dominují odvětví s fragmentovanou velikostí strukturou (oblasti, kde převažují tvořící jednotlivci), mezi která patří jak komerční: reklama, vydávání a tisk knih, tak odvětví s velkým počtem osob tvořících dle autorského zákona: umělecká řemesla, scénická a výtvarná umění.
- ✓ Vyšší zastoupení středních a větších subjektů je charakteristické pro aktivity kulturního dědictví a uměleckého vzdělávání, kde dominují instituce.
- ✓ Ostrava je nejatraktivnější lokalitou pro všechna odvětví KKO i všechny velikostní kategorie firem v kraji.
- ✓ Obzvláště silnou pozici má Ostrava jako sídlo firem s 10 a více zaměstnanci, které jsou ještě silněji územně koncentrovány než malé firmy a fyzické osoby.
- ✓ V rámci Ostravy jsou subjekty KKO výrazně územně koncentrovány ve třech subcentrech města.
- ✓ Klastry KKO mimo Ostravu jsou výrazně vázány na městská jádra.

## Doporučení

Z výsledků empirických analýz rozmístění sektoru KKO v MSK a v Ostravě plynou následující podněty a doporučení pro strategickou část.

1. Subjekty KKO v MSK jsou velmi výrazně územně koncentrovány v městských jádrech Ostravy, dále s velkým odstupem Frýdku-Místku a dalších větších měst, která mají alespoň částečně zachovaná historická centra s kompaktní zástavbou (částečně s výjimkou Třince).

Slabě jsou zastoupena v menších ryze průmyslových městech a v širším metropolitním zázemí Ostravy s převažující rezidenční funkcí. Potenciál pro rozvoj významnějších klastrů KKO v kraji má pouze úzký okruh lokalit, které se nacházejí převážně v urbanisticky kvalitních centrech/vnitřních zónách větších měst a často jsou navázány na existující kulturní instituce a aktivity. Politické iniciativy, nástroje a opatření by tedy neměly být prostorově plošné, ale naopak vysoce selektivní: směřovat do již zmíněných oblastí s potenciálem růstu sektoru KKO a významných lokalizovaných multiplikačních efektů.

2. Na úrovni měst mají subjekty KKO výraznou tendenci se soustřeďovat v městských čtvrtích s dobrou průchodností (walkability). Důležité je podporovat projekty fyzické revitalizace veřejného prostoru (náměstí, ulic) a odstraňovat dva základní typy bariér: fyzické bariéry průchodnosti a zanedbaný fyzický prostor. Budoucí podpora rozvoje sektoru KKO by měla být provázána se strategickými dokumenty (např. Koncepce walkability města Ostrava) a dalšími iniciativami směřujícími ke zlepšení průchodnosti měst v MSK, a to zejména v lokalitách s existujícími shluky KKO: tedy městských centrech a vnitřních městech.
3. Klíčové je též koordinovat rozvoj sektoru KKO s iniciativami směřujícími ke zvýšení kvality veřejného prostoru, zejména tzv. třetích míst, které umožňují neformální setkávání podnikatelů, zaměstnanců firem v KKO, umělců, expertů a dalších relevantních aktérů. Tyto iniciativy je důležité též provázat s podporou aktivit (dočasného) využití prázdných míst zejména v centru a vnitřním městě Ostravy ve vazbě na Refill: viz Strategický cíl 2 v Koncepci rozvoje kultury statutárního města Ostravy. Mezi faktory posilující efekt třetích míst patří též investice do rozšíření a zkvalitnění zelené a modré infrastruktury. Zcela zásadním stimulem rozvoje KKO jsou opatření zvyšující rezidenční atraktivitu městských čtvrtí a kvalitu života, zahrnující mj. výše uvedené iniciativy v bodech 2 a 3.
4. Výsledky mapování ukázaly též výraznou tendenci subjektů KKO směřovat do regenerovaných industriálních zón/budov s vysokou estetickou kvalitou, umožňujících flexibilní a víceúčelové využití prostor. Podpora rozvoje KKO musí být koordinována s investicemi a iniciativami regenerace a revitalizace tzv. průmyslových brownfieldů. V souladu s bodem 3, externí vazbou na operační program Podnikání a inovace pro konkurenceschopnost a prioritní osu IROP Dobrá správa území a zefektivnění veřejných institucí a souborem opatření v Koncepci rozvoje kultury statutárního města Ostravy „Regenerace zanedbaných ploch a objektů kulturního dědictví za účelem využití pro zvýšení atraktivity měst a podporu nových investic“ je klíčové podporovat tento typ integrovaných investičních projektů.
5. Klastry subjektů KKO se často rozvíjejí na základě silného vnějšího impulzu, mezi které patří vlajkové lodi kulturních institucí, moderní architektury a urbanismu. Tyto významné stavby vytvářejí následně tzv. kotvy, okolo kterých mohou vznikat a růst další subjekty KKO. V kontextu Ostravy mohou být takovými kotvami např. velké projekty nového koncertního sálu nebo vědecké knihovny Černé kostky. Proto je klíčové harmonizovat a provázat iniciativy zaměřené na výstavbu a provoz těchto vlajkových projektů s aktivitami podpory subjektů KKO.

V obecné rovině je důležité veškeré iniciativy a opatření podpory rozvoje sektoru KKO provázat s aktivitami a nástroji v předchozích analytických, strategických a metodických dokumentech, především zmíněných v Příloze 1.

## Analýza prostředí KKO v MSK na základě kvalitativního výzkumu

Moravskoslezský kraj patří mezi nejprůmyslovější regiony v České republice (dále jen ČR), stále prochází dlouhodobou transformací své ekonomické struktury. Historicky se zde rozvíjela těžba, hutnictví a strojírenství, což zásadně ovlivnilo ekonomickou strukturu, zaměstnanost i podnikatelské klima. Přestože tradiční průmyslová odvětví zůstávají významná, jejich růstový potenciál je omezený, což nutí region hledat nové oblasti podnikání s vyšší přidanou hodnotou. Ve srovnání s ostatními kraji má MSK druhý nejnižší počet ekonomických subjektů na 1000 obyvatel, což odráží nízkou podnikatelskou aktivitu a přetrvávající důraz na zaměstnanost ve velkých průmyslových podnicích (MarKom, 2024). Kraj se řadí mezi méně rozvinuté inovační ekosystémy, které se potýkají zejména s roztržitostí a nedostatečnou spoluprací mezi klíčovými aktéry, včetně malých a středních podniků. Nicméně v posledních letech lze vysledovat nárůst počtu ekonomických subjektů a rozšiřuje se i podpora začínajících podnikatelů prostřednictvím akceleračních a inkubačních programů, coworkingových center, vzniká nová kulturní a kreativní infrastruktura a jsou implementovány nové programy podpory jako například Filmové vouchery. Veřejná podpora vedoucí k rozvoji nových pracovních míst založených na kultuře může posílit nejen podnikání, ale postupně přeměnit i identitu obyvatel v kraji, který se pro 21. století definuje jako znalostní region (Strategie MSK, 2019-2027).

KKO v ČR vykazují výrazné prostorové disparity, přičemž jejich nejvyšší koncentrace je patrná v hlavním městě Praze a v Brně, kde fungují jako klíčová centra kreativity díky rozvinuté infrastruktuře, dostupnosti talentů a silnému ekonomickému zázemí. Naproti tomu MSK vykazuje nižší intenzitu KKO, což souvisí s historickou orientací regionu na průmyslovou výrobu a těžký průmysl. MSK, navzdory existenci významných měst, jako je Ostrava, zůstává rozvoj KKO omezený a méně diverzifikovaný. Rozdíly v prostorové distribuci KKO odrážejí nejen historické a ekonomické faktory, ale také úroveň podpory, infrastruktury a dostupnosti talentů. Přestože Ostrava je hlavním kreativním centrem kraje a poskytuje zázemí pro rozvoj kreativity a inovací, KKO zde zůstávají méně diverzifikované a jejich propojení s širší regionální ekonomikou je omezené. Menší města jako Opava, Karviná nebo Frýdek-Místek mají méně rozvinuté kreativní sektory, což je způsobeno nižší úrovní podpory, menší koncentrací talentů a chybějící infrastrukturou. Přesto region disponuje potenciálem v podobě industriálního dědictví, které lze využít k rozvoji kulturních aktivit a podnikání (Slach a kol. 2013).

KKO v MSK vykazují výraznou prostorovou koncentraci v klíčových městských centrech, zejména v Ostravě. Toto soustředění je výsledkem historického vývoje regionu jako průmyslové oblasti, kde městská centra hrála důležitou roli v koncentraci lidského kapitálu a infrastruktury. Přestože KKO představují potenciální zdroj regionálního rozvoje, jejich vazby na širší regionální ekonomiku zůstávají omezené. Mnohé z těchto odvětví fungují v izolaci od tradičních průmyslových odvětví, což snižuje jejich schopnost přispívat k celkové restrukturalizaci regionu. Ostrava jako největší město MSK funguje jako hlavní uzel KKO, přičemž nabízí zázemí pro rozvoj kreativity a inovací, ale také čelí výzvám spojeným s postindustriálním charakterem oblasti. Menší města v regionu, jako je Opava, Karviná nebo Frýdek-Místek, mají méně rozvinuté kreativní sektory, což odráží nižší úroveň podpory a infrastruktury. Region však disponuje potenciálem v podobě industriálního dědictví, které lze využít k podpoře rozvoje kulturních aktivit a nových podnikatelských příležitostí. Pro plné využití tohoto potenciálu je

však nutné posílit spolupráci mezi KKO a tradičními odvětvími, stejně jako vytvořit podmínky pro rozšíření jejich vlivu na regionální ekonomiku a zaměstnanost (Rumpel a kol. 2010).

Na území kraje se nachází třetí nejnavštěvovanější památka České republiky, Dolní oblast Vítkovice, příklad inovativního znovuvyužití industriálního dědictví pro kulturní účely. Důl Hlubina, vysoké pece a koksovna Vítkovických železáren v Ostravě, rodný dům Sigmunda Freuda v Příboře, Kosárna v Karlovicích nebo Památník J. A. Komenského ve Fulneku, důl Michal, budova bývalé přádelny s dílnou vzorkovny – dezinatura včetně strojního vybavení v areálu továrny Aloise Larische v Krnově nebo Slovenská strela patří mezi 19 národních kulturních památek v kraji. Na území kraje je evidováno 103 hradů a zámků. V kraji se koná řada festivalů, které jsou Strategií řízení cestovního ruchu MSK označovány za nosné produkty cestovního ruchu, mezi nejvýznamnější patří Colours of Ostrava, Beats for Love nebo Mezinárodní hudební festival Leoše Janáčka.

Kulturní a kreativní odvětví představují nejen příležitost k ekonomickému rozvoji regionu, ale také jedinečnou možnost využití kulturního a přírodního dědictví, tradic a živého umění k posílení jeho atraktivity a udržitelného rozvoje.

Pro strukturovaný popis a analýzu kulturního a kreativního potenciálu kraje, stakeholderů, finanční analýzu a zhodnocení aktuálního stavu a potřeb kulturních a kreativních odvětví bylo definováno 5 oblastí. Tento rámec vychází z kombinace kvantitativního a kvalitativního výzkumu, který zahrnoval statistickou analýzu dostupných dat, dotazníková šetření, hloubkové rozhovory s klíčovými aktéry a Focus Groups. Tímto způsobem bylo možné získat komplexní pohled na současnou situaci, identifikovat klíčové výzvy a zároveň validovat zjištění prostřednictvím odborné diskuse napříč sektory KKO:

- A. Talenty, podpora podnikání
- B. Infrastruktura a technologie
- C. Instituce, síťování
- D. Branding a internacionalizace
- E. Finance

## **A. Talenty, podpora podnikání**

KKO v MSK disponují značným potenciálem, přičemž tato část zahrnuje popis významných aktérů, programů, projektů a iniciativ podílejících se na rozvoji a podpoře KKO v MSK a zároveň definuje bariéry a hrozby pro rozvoj těchto odvětví.

### **MSIC**

Smyslem existence Moravskoslezského inovačního centra (dále jen MSIC) je rozvoj inovačního ekosystému a zlepšování podnikatelského prostředí. Poskytuje prostory, služby a programy, které pomáhají růst a inovovat malým a středním firmám a startupistům. Klíčovými prvky jsou kvalitní vzdělávání, výzkum a vývoj a spolupráce na nových technologiích, jejich implementaci a zavádění do firem. MSIC se tak podílí na podpoře a rozvoji podnikatelského prostředí v MSK, není však primárně zaměřeno na podporu KKO.

## **Fakulta umění, City Campus Ostravské univerzity**

Ostravská univerzita nabízí vedle studia řady uměleckých oborů také studium navazujícího magisterského profesně orientovaného programu Produkce kulturních a kreativních odvětví, který je od roku 2021/2022 realizován ve spolupráci s Ekonomickou fakultou Vysoké školy báňské – Technické univerzity Ostrava (VŠB-TUO).

Bakalářský studijní program Intermediální umění ve specializaci video-multimédia-performance nabízí širokospektrální znalost mnoha oborů výtvarného umění (kresba, malba, objekt, instalace, performance, nová média, video-art, fotografie, aj.). Specializace Digitální grafika ve virtuálním prostředí je cíleně koncipována jako pracoviště nových metod a technologií v grafice ve spolupráci se zahraniční vysokou školou - Instytut Sztuki Wydział Artystyczny Uniwersytet Śląski v Katowicach. Jedná se o studium Double Degree. Je to speciálně zaměřené studium na digitální grafiku, aplikovanou zejména ve formách virtuálního prostředí, jako např. počítačové hry, interaktivní webové aplikace, mapping atd. Jelikož toto studium je velmi náročné na technologické vybavení a odborníky z praxe, je uskutečňováno ve spolupráci se zahraniční partnerskou školou US Katowice, která vybudovala specializované pracoviště na tvorbu a výuku počítačových her. Díky novému kampusu na Černé louce univerzita disponuje i galerií ve stylu white cube a komorním sálem pro 242 diváků.

## **Slezská univerzita v Opavě**

Slezská univerzita v Opavě je jedním ze vzdělávacích a výzkumných center v MSK, které významně přispívá k rozvoji KKO. Univerzita nabízí řadu studijních programů zaměřených na humanitní, umělecké a mediální obory, přičemž se aktivně podílí na podpoře talentů, rozvoji kulturního sektoru a spolupráci s kreativními subjekty v regionu. Fakulta veřejných politik a Filozoficko-přírodovědecká fakulta v Opavě poskytují studijní zázemí pro budoucí odborníky v oblastech audiovizuální tvorby, vizuální komunikace, kulturní historie a dalších kreativních disciplín. Díky svým specializovaným programům, jako je například Multimediální techniky, univerzita připravuje absolventy na profesní uplatnění v audiovizuálním průmyslu, designu a mediální sféře. Slezská univerzita se rovněž zapojuje do výzkumných a aplikovaných projektů, které podporují propojení akademické sféry s praxí. Spolupracuje s regionálními i národními kulturními institucemi, festivaly (např. festivalem Bezručova Opava) a kreativními organizacemi, čímž přispívá k rozvoji inovací a udržitelnému rozvoji KKO v kraji.

## **VŠB-TUO: Green Light a K+ STUDENTOPOLIS**

Green Light je akcelerační program, který organizuje Vysoká škola báňská – Technická univerzita Ostrava. Program je pro všechny účastníky zdarma. Existují dvě varianty programu – Start nebo Akcelerator. START je určen pro ty, kteří mají nápad a chtějí by zjistit, jak s ním naložit dále. AKCELERÁTOR je určen těm, kteří svůj nápad už ověřili s potenciálními zákazníky a mají tým, který na něm pracuje. Akcelerator tradičně končí StartUp Show, kde se vybrané projekty představí veřejnosti a investorům.

Vedle Green Light realizuje VŠB-TUO i program K+ STUDENTOPOLIS - program pro aktivní a podnikavé studenty. Cílem je podpořit studentskou komunitu v kulturní, společenské, sportovní a dobrovolnické aktivitě a vytvořit tak podpůrné prostředí pro studenty, které jim pomůže lépe se integrovat do studentského života, rozvíjet dovednosti a dosahovat úspěchů.

Program K+ STUDENTOPOLIS startuje vždy na podzim. Od září se mohou studenti a studentky hlásit se svými nápady. Poté dojde k vyhodnocení, kdy Hodnotící komise vybere projekty, které budou podpořeny. Maximální finanční podpora na 1 projekt může být až 50tis. Kč.

### **Janáčkova konzervatoř Ostrava**

Organizace Janáčkova konzervatoř v Ostravě je příspěvkovou organizací zřizovanou Moravskoslezským krajem. Nabízí obory vzdělávání v denní i kombinované formě: Zpěv, Hudba, Tanec (klasický i současný), Hudebně dramatické umění – zaměření na herectví. Kromě nabídky vzdělávání konzervatoř disponuje i vhodnou infrastrukturou – nahrávacím studiem, koncertním a divadelním sálem pro 250 posluchačů a 4 baletními sály.

### **Síť Základních uměleckých škol**

Základní umělecké školy (dále jen ZUŠ) jsou významným fenoménem v oblasti vzdělávání a rozvoje talentů dětí a mládeže v Moravskoslezském kraj. Tento kraj nabízí širokou síť ZUŠ, které se zaměřují na rozvoj uměleckých schopností v oblastech hudby, tance, výtvarného umění a literárně-dramatického oboru. ZUŠ v kraji je více než 50, často mají velmi dlouhou tradici. Role ZUŠ v rozvoji KKO v kraji je nezpochybnitelná, ZUŠ udržují zájem dětí o umění v době, kdy jsou digitální technologie a volnočasové aktivity silnou konkurencí, dále identifikují a podporují mimořádně nadané žáky, kteří mohou pokračovat na konzervatořích nebo vysokých uměleckých školách. Některé školy nabízejí programy pro děti se speciálními potřebami nebo začleňují seniory. Zřizovatelem ZUŠ je Moravskoslezský kraj.

### **Program na podporu stáží žáků a studentů ve firmách**

Vyhlašovatelem Programu a poskytovatelem dotace je Moravskoslezský kraj. Účelem tohoto dotačního programu je podpora lepšího uplatnění žáků a studentů na trhu práce. Program je zaměřen na:

- žáky denního studia středních škol oborů vzdělání s maturitní zkouškou a oborů vzdělání s výučním listem – kategorie "H" (dále jen "SŠ"),
- studenty denního studia všech ročníků vyšších odborných škol (dále jen "VOŠ"),
- studenty prezenčního studia všech ročníků bakalářského studia a magisterského studia na vysokých školách (dále jen "VŠ"),

a to vybraných skupin podporovaných oborů SŠ, VOŠ, resp. oblastí VŠ studia (konkrétně se jedná i o oblasti KKO jako např. kožedělná a obuvnická výroba, výroba hudebních nástrojů, polygrafie, zpracování filmu a fotografie, architektura a stavitelství a další spíše technicky zaměřené obory). Více informací je možné nalézt zde:

<https://www.msk.cz/cs/temata/dotace/podminky-dotacniho-programu-na-podporu-stazi-zaku-a-studentu-ve-firmach-2024-18020/>

### **Aktivity MSK prostřednictvím Moravskoslezské Technologické Akademie**

Moravskoslezská Technologická Akademie (MTA) se věnuje vývoji atraktivních vzdělávacích pomůcek, tzv. EduBoxů, zejména pro technické, ale i kreativní obory. Spolupracuje s odborníky z trhu práce. Tvoří on-line knihovnu moderních edukativních modulů, jejichž diseminaci zajišťujeme napříč středními školami. Propojuje školy s praxí (myšleno know-how)

prostřednictvím EduBoxů. Ty obsahují mimo jiné informace o technologiích používaných v praxi. Zřizovateli MTA je vedle MSK a MSIC také Autoklastr.

### **Meat Design Ostrava**

Od roku 2015 je pořádána přehlídka autorské tvorby produktového designu na „Meat Design Ostrava“. Mezinárodní prodejní festival designu představuje tradičně širokou škálu designu, firem a značek z oblasti interiérového designu. K vidění jsou novinky jak regionálních tvůrců, tak tvorba nábytku, interiérových předmětů či nových technologií pro úpravu interiérů. Festival představuje tvůrce z oblasti módy a šperku, hraček a doplňků pro děti a také aktuální témata jako urbanlive, green design a udržitelná móda.

### **Sdíčko, Poruba**

Od roku 2016 pořádá každé dva roky městský obvod Projekt Sdíčko Poruba – pop up expozici, která představuje desítky lokálních prodejců, výrobců nebo designérů, kteří mají v nabídce originální a nevšední produkt nebo službu. Důležitou součástí této 4ýdenní akce jsou přednášky na téma architektura, veřejný prostor nebo udržitelný rozvoj města.

## **Rizika a bariéry rozvoje KKO v MSK z hlediska talent managementu**

### **Brain drain**

Jedním z klíčových rizik, kterému čelí region, je odliv talentovaných pracovníků do jiných měst nebo zahraničí, především v důsledku omezených profesních příležitostí a nedostatečné podpory v oblasti rozvoje lidského kapitálu. Tento fenomén představuje významnou překážku pro dlouhodobý udržitelný rozvoj regionu, zejména v kontextu kreativního a kulturního odvětví (KKO). Pro efektivní řešení tohoto problému je nezbytné zavést komplexní opatření zaměřená na udržení talentů, mezi něž patří především stabilní a dlouhodobé grantové financování, které umožní rozvoj inovativních projektů a tvůrčích aktivit. Dále je důležité posílit infrastrukturu prostřednictvím rozšíření kreativních center, a to nejenom ve velkých městech, ale i menších obcích. Tato centra by měla být vybavena moderními technologiemi, kvalitními pracovními prostory a poskytovat příležitosti pro networking a spolupráci s dalšími subjekty KKO. Tímto způsobem lze vytvořit atraktivní prostředí, které bude motivovat talentované jedince k setrvání/navrácení do regionu a k aktivnímu přispívání k jeho rozvoji.

### **Nepropojenost teorie s praxí**

Za problematické je v oblasti vzdělávání a přípravy talentů vnímáno nedostatečné propojení teoretických znalostí získaných ve studijních programech s jejich praktickým uplatněním. Tento nesoulad může vést ke snížení konkurenceschopnosti absolventů na trhu práce, zejména v rychle se rozvíjejících odvětvích, jako jsou digitální umění, herní design či audiovizuální tvorba. Řešením je podpora úzké spolupráce mezi vzdělávacími institucemi a lokálními profesionály prostřednictvím regionálních projektů. Tyto projekty mohou zahrnovat stáže, společné vývojové iniciativy či workshopy, které by studentům umožnily pracovat na reálných zakázkách a získat cenné zkušenosti. Zároveň by se tím posílila vazba mezi vzdělávacími institucemi a regionálním trhem práce, což by vedlo k vytvoření dynamického ekosystému podporujícího inovace a profesní růst.

### **Absence odborné podpory**

Freelancer tvůrci a začínající podnikatelé působící v oblasti KKO často narážejí na překážky, které limitují jejich růst a dlouhodobou udržitelnost. Mezi nejvýznamnější problémy patří nepravidelné cash flow, které ovlivňuje jejich schopnost plánovat a investovat do budoucích projektů, a zároveň nedostatek odborné podpory, jež by jim pomohla rozvíjet podnikatelské znalosti a dovednosti.

Pro zmírnění těchto problémů je nezbytné vytvořit systém podpory, který bude zahrnovat širokou škálu vzdělávacích a poradenských aktivit. Mezi doporučená opatření patří organizace pravidelných konzultací s odborníky na podnikání, financování a marketing, stejně jako pořádání seminářů a workshopů zaměřených na praktické dovednosti, jako je finanční plánování, tvorba podnikatelského záměru nebo budování značky. Dalším efektivním nástrojem jsou mastermind skupiny, které umožňují sdílení zkušeností mezi tvůrci a podnikateli, podporují vzájemnou inspiraci a přinášejí nové pohledy na řešení problémů.

## **B. Infrastruktura a technologie**

Tato část zahrnuje popis nejzásadnějších rozvíjejících se infrastrukturních projektů pro rozvoj KKO ve smyslu dostupných prostor a technologií a zároveň definuje bariéry a rizika pro rozvoj těchto odvětví. Velké infrastrukturní projekty jsou realizovány především v Ostravě, nicméně i v rámci kraje lze najít snahy o vytvoření vhodných prostor pro tvorbu, networking a vzdělávání v oblasti KKO. Silnou stránkou v této oblasti je široká síť veřejných knihoven, které často plní roli lokálních kulturních center.

### **Černá kostka – Centrum digitalizace, vědy a inovací**

Budoucí Moravskoslezská vědecká knihovna chystá otevření v roce 2027. Zřizovatelem Černé kostky je Moravskoslezský kraj, který na její výstavbu získal 1,6 miliardy korun z Fondu pro spravedlivou transformaci. Město Ostrava přispělo 150 miliony korun. Roční provoz knihovny bude podle odhadů stát 150 milionů korun.

Do plochy větší než 16 tisíc metrů čtverečních bude umístěn nejenom rozsáhlý knižní fond, ale také konferenční sál, více než 20 samostatných a skupinových studoven, kino, zasedací místnosti, makerspace a kreativní dílna pro nové technologie, nahrávací studio, digitalizační laboratoř, učebny, kavárna, hernička pro děti a mnoho dalších prostor a technologií.

### **Dolní oblast Vítkovice**

Dolní oblast Vítkovice je kreativní čtvrtí zahrnující vedle festivalových a eventových prostor také muzea, Velký a Malý svět techniky, hudební kluby, restaurace, kavárny, ubytovací kapacity, kanceláře a ateliéry pro kreativce. Součástí DOV je i FAJNA DILNA, první veřejná dílna a řemeslný inkubátor v Ostravě poskytující svým členům prostor a technické zázemí k realizaci řemeslných nápadů a větších projektů. Areál DOV se neustále rozvíjí.

### **Velká kreativní centra, Národní plán obnovy**

Ministerstvo kultury České republiky vyhlásilo v letech 2023/2024 výzvu na podporu velkých a malých kreativních center s cílem posílit rozvoj kulturních a kreativních odvětví v České

republike prostřednictvím podpory rozvoje nové a stávající infrastruktury. V Moravskoslezském kraji byla podpořena tato centra:

### **Těšínské divadelní a kulturní centrum**

Stávající budova Těšínského divadla bude v rámci projektu rekonstruována a v novém prostoru bude nabízet nad rámec současných aktivit více kulturních služeb nejen občanům spádové oblasti Těšínska. Zaměření centra bude zejména na mladou generaci a kulturně-vzdělávací aktivity:

- edukační programy a workshopy zaměřené na divadlo,
- edukační programy a workshopy zaměřené na řemesla, tvorbu a technologie,
- edukační programy a workshopy zaměřené na literaturu,
- edukační programy zaměřené na vědu a astronomii,
- komplexní vícedenní programy (tábory, letní školy, kurzy).

### **Dům kultury města Ostravy**

Nový komplex bude využíván jako hudební, kulturní, produkční či vzdělávací zázemí, které bude zároveň sídlem orchestru Janáčkovy filharmonie Ostrava. Plánován je například divadelní sál s kapacitou 490 míst, komorní multifunkční sál s 515 místy, přednáškový multifunkční sál s kapacitou 120 míst či edukační centrum s 200 místy. Dále je v komplexu situován velký koncertní sál s kapacitou 1 300 míst i nahrávací studio, neschází restaurace, kavárna a další prostory.

### **Malá kreativní centra**

#### **Obec Raškovice – Stavba knihovny s galerií a Památníkem**

Realizace tohoto projektu zajistí knihovně vlastní prostory, které budou obsahovat jak galerii, tak Památník obce Raškovice. Místo bude sloužit jak kulturním, tak vzdělávacím účelům a volnočasovým aktivitám.

#### **Kulturní a kreativní centrum Píšť**

Cílem projektu je otevření kulturně kreativního centra s mezisektorovou spoluprací v obci Píšť.

### **Coworkingové prostory (vhodné i pro KKO)**

#### **MSIC**

MSIC vedle konzultací, poradenství a eventů poskytuje i kancelářské prostory, coworkingové prostory, zasedací místnosti a sály, které mohou využít i zástupci KKO.

#### **Impact Hub**

Ostravský Impact Hub je součástí světové sítě Impact Hubů, která byla založena 2005 v Londýně. Ostravský Hub byl založen v roce 2014. Primárně se jedná o poskytování pracovních prostor pro jednotlivce, ale i menší firmy. Realizují i vlastní akcelerační programy a akce, které vedou k podpoře členů Hubu. Nespecializují se přímo na KKO.

#### **COWO LIBRE Frýdek-Místek**

Knihovna ve Frýdku-Místku nabízí dvakrát týdně prostor sdílených pracovních míst pro jednotlivce pracující na volné noze nebo z domova formou home office. Prostor učebny je

vybaven kancelářským nábytkem, který umožňuje dlouhodobou práci, ale také relaxačním neformálním sezením. Disponuje Wi-Fi připojením a klimatizací. V těsné blízkosti je kuchyňka a toalety. Přístup je bezbariérový. Cena se liší pro registrované členy knihovny a pro zájemce bez registrace. Rezervace míst není potřeba, ale kapacita prostoru je omezena. Zřizovatelem knihovny je statutární město Frýdek-Místek.

## **Rizika a bariéry rozvoje KKO v MSK z hlediska dostupných prostor a technologií**

### **Omezené prostory**

Dostupné prostory a zázemí: Kulturní akce a festivaly v kraji narážejí na omezené možnosti dostupných prostor, které jsou finančně náročné. Zároveň chybí stabilní podpora regionálně významných kulturních prostor a festivalových míst, která by snížila náklady na pronájmy.

### **Absence kreativních center v menších obcích**

Kulturní výchova a spolková činnost v obcích je bohatá, ať už se jedná o folklorní soubory, lidové školy umění, místní kulturní akce, ale také sportovní a společenské aktivity. Tato sdružení ukazují na kontinuální a dlouhodobé aktivní zapojení širších skupin obyvatelstva a vytváří potenciál pro rozšíření dalších témat a aktivit. Nicméně kulturní huby a kreativní centra v nich absentují. Menší města a obce nedisponují vhodnými prostory pro práci, tvorbu, networking nebo rezidenční programy.

### **Nedostatek prostor pro nezávislou scénu**

Nezávislá kulturní scéna čelí nedostatku prostor, které by byly dostupné pro pravidelnou činnost, experimentální tvorbu nebo komunitní aktivity. Stávající prostory jsou často uzavírány, nejsou přizpůsobeny potřebám kulturní scény, nebo jsou pro nezávislé subjekty finančně nedostupné. Inspirací v této oblasti může být experimentální projekt městského obvodu Poruba - Galerie Dukla, která byla otevřena v pasáži bývalého kina.

### **Absence technologického vybavení**

Přístup k technologickému vybavení: Kulturní a kreativní sektor by měl mít přístup k pokročilým technologiím, např. k umělé inteligenci a specializovanému software. Technologie by mohly být dostupné v kreativních centrech pro experimentování a produkci.

## **C. Instituce a síťování**

Ačkoliv se na území kraje nachází řada organizací a institucí věnující se podpoře podnikání a rozvoji kulturních a kreativních odvětví (za všechny například MSIC, OSU, VŠB-TUO, Impact Hub Ostrava, Černá kostka, Řemeslný inkubátor s Fajnou dílnou), neexistuje jedno místo, které by se věnovalo pouze podpoře KKO a sloužilo by jako kontaktní místo pro začínající podnikatele v těchto odvětvích.

Existence zastřešující instituce pro kulturní a kreativní odvětví může přinést významné výhody pro rozvoj tohoto sektoru i pro širší společnost. Tato instituce může fungovat jako koordinační platformy, která propojuje aktéry a stakeholdery uvnitř i mimo odvětví, což usnadňuje sdílení znalostí, zkušeností a zdrojů. Zastřešující organizace také posiluje viditelnost a prestiž kulturních a kreativních odvětví, což zvyšuje jejich atraktivitu pro investory a další strategické

partnery. Díky přítomnosti této instituce lze efektivněji čerpat veřejné i soukromé finanční zdroje a zlepšovat přístup jednotlivců i organizací k odborné podpoře. Celkově zastřešující instituce posilují udržitelnost a konkurenceschopnost tohoto dynamického odvětví.

## **Rizika a bariéry rozvoje KKO v MSK z hlediska síťování a institucí**

### **Zastřešení a koordinace KKO v kraji**

Zásadním problémem je absence efektivní koordinace a zastřešení komunikace mezi jednotlivými subjekty a institucemi působícími v sektoru KKO. Neexistence zastřešující organizace pro sdílení informací, koordinaci aktivit a podporu vzájemné spolupráce omezuje rozvoj synergií mezi aktéry, což může vést ke zbytečné fragmentaci zdrojů a úsilí. Síťování mezi jednotlivými subjekty je přitom klíčové nejen pro zvyšování efektivity, ale také pro vznik inovací a realizaci mezioborových projektů s vyšší přidanou hodnotou.

### **Nedostačující síťování uvnitř oboru i mimo KKO**

Absence pravidelných setkávání a diskusí mezi zástupci kulturních a kreativních organizací snižuje možnosti řešení společných výzev, jako je například nedostatečné financování, legislativní překážky či nízká viditelnost oboru. Byla zmíněna potřeba vytvoření digitální platformy, která by sdružovala kulturní aktéry a poskytovala informace o možnostech spolupráce a financování. Platforma by podporovala propojení tvůrců s partnery a institucemi. Tvůrci by ocenili více příležitostí pro sdílení zkušeností a networkingu. Je nutná podpora pravidelných setkání a workshopů, kde by tvůrci mohli rozvíjet své dovednosti a získávat cenné kontakty na další regionální, národní a zahraniční tvůrce.

## **D. Branding a internacionalizace**

Kulturní a kreativní odvětví v regionu disponují unikátním potenciálem, který však není dostatečně využíván pro efektivní propagaci regionu jako atraktivní destinace. Účast regionálních tvůrců a organizací na národních či zahraničních festivalech, výstavách a veletrzích je krokem, který by mohl posílit povědomí o regionu a jeho tvůrčím potenciálu.

Kulturní akce pořádané v kraji představují jedinečné příležitosti pro rozvoj kulturního cestovního ruchu, avšak jejich potenciál zůstává často omezen na lokální úroveň, což výrazně snižuje jejich dopad. Partnerství s mezinárodními subjekty a institucemi by mohlo zvýšit prestiž těchto akcí, přitáhnout zahraniční návštěvníky a podpořit výměnu know-how.

Strategickou prioritou by mělo být vytvoření komplexního systému podpory zaměřeného na propagaci regionu a jeho kulturně-kreativních aktivit. Aktivní prezentace lokací a projektů na národních a mezinárodních platformách, včetně digitálních médií, může přilákat nejen turistický zájem, ale také investory a zahraniční produkce. Kromě toho je důležité podpořit rozvoj kulturního cestovního ruchu prostřednictvím iniciativ, které z regionu vytvoří atraktivní destinaci pro dovolenou. To zahrnuje nejen zlepšení infrastruktury a nabídky služeb, ale i cílenou marketingovou strategii zaměřenou na prezentaci jedinečných kulturních, historických a přírodních hodnot regionu. Ta by měla být vytvořena ve spolupráci s kreativci. Tato opatření by mohla přispět k udržitelnému ekonomickému růstu a k posílení identity regionu na mezinárodní scéně.

## Rizika a bariéry rozvoje KKO v MSK z hlediska brandingů a internacionalizace

### Absence systémové podpory pro zviditelnění regionu na národní i mezinárodní úrovni

Chybí strategická koncepce a koordinovaný přístup k propagaci KKO v MSK. Bez jednotné strategie zůstává region vnímán především jako průmyslová oblast, přičemž jeho kulturní a kreativní potenciál není dostatečně komunikován.

MSK se aktivně podílí na podpoře kulturních akcí, avšak jejich propagace napříč všemi oblastmi KKO může být systematictější a koordinovanější. Chybí jednotná strategie, která by posílila jejich prestiž a dosah na národní i mezinárodní úrovni. Lepší spolupráce mezi pořadateli, veřejnou správou a partnery by umožnila efektivnější zviditelnění akcí a posílení jejich dopadu.

### Nízká míra zapojení do mezinárodní spolupráce a prezentace

Kulturní a kreativní odvětví v kraji mají potenciál oslovit mezinárodní publikum prostřednictvím partnerství se zahraničními subjekty, institucemi a festivaly. Slabá provázanost se zahraničními organizacemi však omezuje sdílení know-how, rozšiřování kontaktů a přístup na nové trhy.

Nedostatečné zastoupení regionálních subjektů na mezinárodních veletrzích, festivalech a kulturních platformách brání budování značky kraje jako centra kreativních průmyslů. Aktivnější účast na těchto akcích by mohla zvýšit prestiž regionálních tvůrců, otevřít nové příležitosti pro spolupráci a posílit napojení kraje na globální kulturní a kreativní síť.

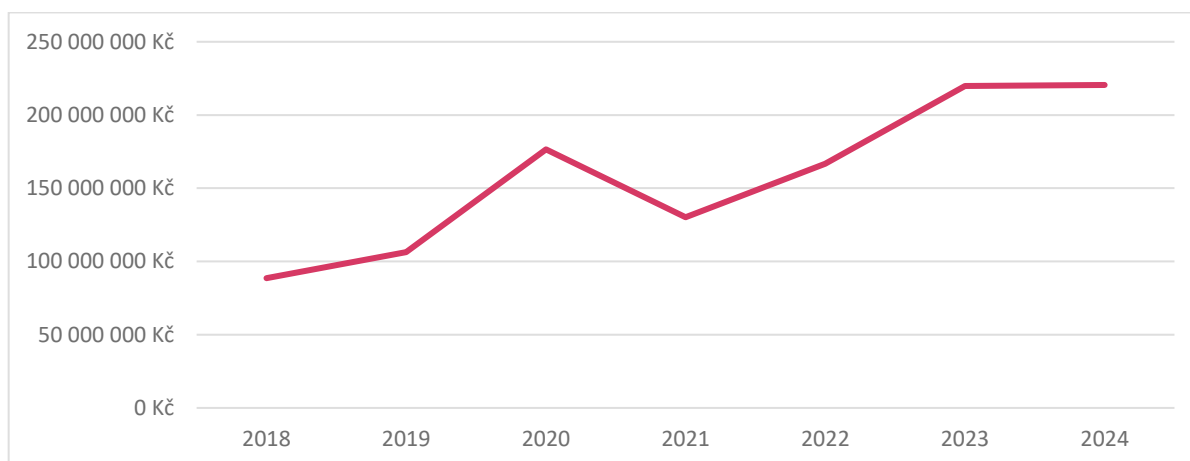
### Nedostatečná prezentace lokací a projektů na mezinárodní scéně

Aktivnější propagace regionálních lokalit a kulturních projektů na národních i mezinárodních platformách by mohla přilákat zahraniční produkce, investory a kulturní partnery. To se týká nejen audiovizuální produkce, ale i designových, výstavních a scénických projektů.

## E. Finance

MSK podporuje kulturní a kreativní odvětví prostřednictvím dotačních programů. Od roku 2018 bylo prostřednictvím dotací směřováno do kultury 1,1 miliardy Kč. Výše finančních prostředků narůstá s výjimkou propadu v období pandemie COVID, kdy vzhledem k restriktivním opatřením došlo k omezení kulturní produkce, a tedy i nižším počtům žádostí (Obrázek 9).

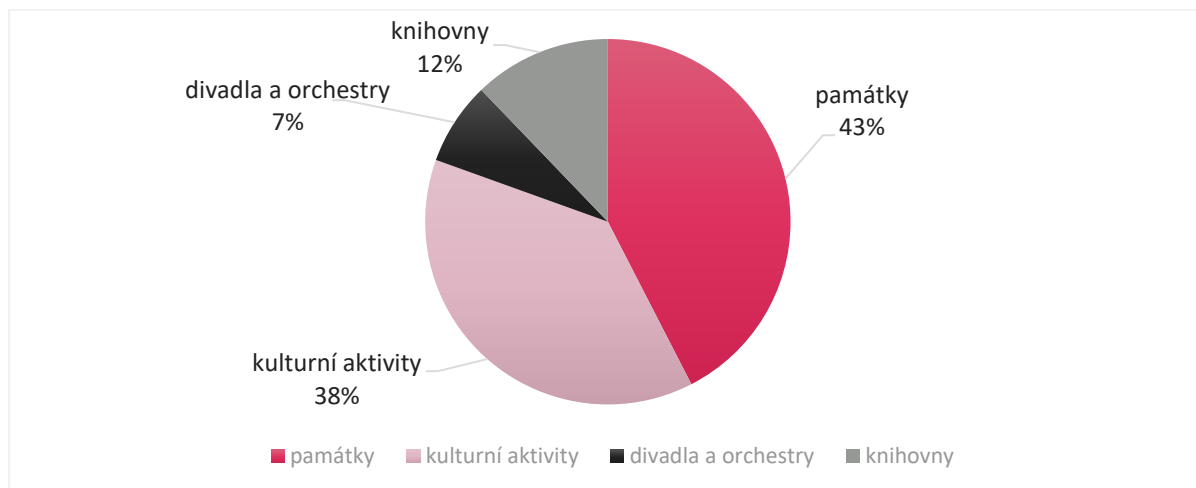
**Obrázek 9: Vývoj výše dotací MSK směřovaných do kultury v letech 2018-2024 (v Kč)**



Zdroj: vlastní zpracování

Nejvíce financí bylo ve sledovaném období směřováno na obnovu památek (Program na podporu obnovy kulturních památek a památkově chráněných nemovitostí) a podporu kulturních aktivit (definice kulturních aktivit je specifikována v textu níže) (Obrázek 10).

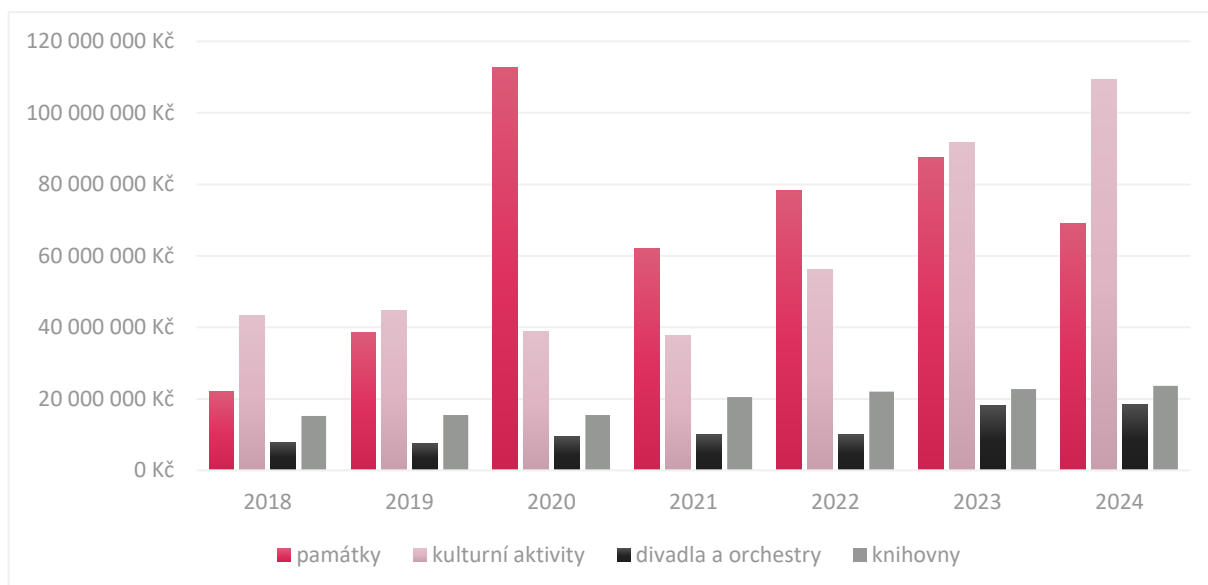
**Obrázek 10: Rozdělení celkového objemu dotací směřovaného do oblastí kultury v letech 2018-2024**



Zdroj: vlastní zpracování

Výše směřovaných dotací na jednotlivé oblasti se v čase vyvíjí. Výše dotací u památek kolísá, s výrazným vrcholem v roce 2020. Od roku 2021 se dotace drží na vyšší úrovni než v počátcích sledovaného období, i když rok 2024 znamená mírný pokles oproti roku 2023. Od roku 2018 dotace do kulturních aktivit vykazují celkově vzestupný trend s menším poklesem v roce 2020. V roce 2024 dosahují historicky nejvyšší hodnoty. Dotace směřované do divadel a orchestrů jsou v průběhu let relativně nízké, vykazují však mírně rostoucí tendenci, přičemž vrcholí v roce 2023 a v roce 2024 opět mírně klesají. Dotace určené knihovnám zůstávají poměrně stabilní, s mírně vzestupným trendem od roku 2022.

**Obrázek 11: Dotace (v Kč) MSK směřované do oblastí kultury v letech 2018-2024**



Zdroj: vlastní zpracování

Pro finanční podporu kulturních a kreativních odvětví existuje na krajské úrovni několik nástrojů.

### **Program podpory aktivit v oblasti kultury**

MSK podporuje prostřednictvím Programu podpory aktivit v oblasti kultury zejména kulturní jádro se zaměřením na: hudbu (koncerty, festivaly, soutěže, přehlídky), tanec (festivaly, soutěže, přehlídky), divadelní tvorbu (představení, festivaly, soutěže), výtvarnou tvorbu (výstavy týkající se pouze umělecké tvorby a architektury, soutěže, přehlídky, sympozia), filmové přehlídky, literární večery, autorská čtení, tradiční lidovou kulturu a řemesla. Program podpory aktivit v oblasti kultury administruje Odbor kultury a památkové péče KÚ. Program má svá specifická omezení. V roce 2025 nebudou podporovány publikační činnosti (s výjimkou katalogů k pořádaným výstavám), audiovizuální tvorba (s výjimkou pořizování záznamů z akcí) a pořádání akcí, jako jsou trhy, lidové veselice, hodové slavnosti, zahradní slavnosti, pivní slavnosti, vinobraní apod. Naopak audiovizuální tvorba je podporována prostřednictvím regionálních filmových voucherů.

### **Filmové vouchery**

Filmové vouchery, které jsou financovány z Operačního programu Spravedlivá transformace (OPST), jsou administrativně řízeny Odborem regionálního rozvoje a cestovního ruchu Krajského úřadu Moravskoslezského kraje (KÚ MSK). Primárním cílem této formy podpory je stimulace realizace audiovizuálních děl (AVD) na území Moravskoslezského kraje, a to především prostřednictvím natáčení filmů, televizních a online projektů, animovaných filmů či dokumentárních pořadů.

Je však důležité zdůraznit, že tato podpora není primárně zaměřena na cílenou podporu lokálních tvůrců v kraji ani neodráží specifické potřeby místních filmařů či producentů a je časově omezena. Podpůrný systém je koncipován zejména jako nástroj regionálního rozvoje, jehož cílem je zvýšení atraktivity kraje pro externí audiovizuální produkce, nikoliv jako individuálně přizpůsobená podpora rozvoje místních kreativních talentů nebo lokální audiovizuální infrastruktury. MSK prostřednictvím Operačního programu Spravedlivá transformace (projekt Filmové vouchery v Moravskoslezském kraji, reg. č. CZ.10.03.01/00/23\_046/0000414) rozdělí v letech 2024–2026 mezi filmaře až 46.728.000 Kč.

### **Další relevantní nástroje**

#### **Program na podporu stáží žáků a studentů ve firmách**

Účelem tohoto dotačního programu je podpora lepšího uplatnění žáků a studentů na trhu práce. Administrátorem programu je odbor regionálního rozvoje a cestovního ruchu. Nicméně tento program bude v roce 2025 ukončen a nahrazen jinou iniciativou.

#### **Aktivity prostřednictvím MS Paktu zaměstnanosti**

Úkolem MS Paktu je připravovat firmy na spolupráci se školami, motivovat je k této spolupráci a metodicky/poradensky vést zaměstnavatele i školy. Podporované formy spolupráce: odborné praxe, stáže, odborný výcvik, exkurze, stáže pedagogů ve firmách, účast odborníka ve výuce apod.

MSK prostřednictvím krajské agentury MS Paktu zaměstnanosti realizuje tyto činnosti: Umisťování absolventů středních škol na volný pracovní trh formou práce na zkoušku po dobu 2 měsíců s využitím finanční podpory ve formě mzdového příspěvku u zaměstnavatele ve výši 14 862,50 Kč na 1 měsíc.

Úkolem odborných poradců z MS Paktu je nalézt pro zapojené absolventy vhodného zaměstnavatele dle jejich profesních předpokladů. Součástí je i kariérové a profesní poradenství poskytované žákům před nástupem do zaměstnání. Součástí je mapování potřeb firem z hlediska nabídky volných pracovních míst.

MSK spolupracuje s 20 středními školami různého zaměření ze všech okresů MSK a více než 35 firmami, které jsou připraveny ke spolupráci se školami. Na webových stránkách je dostupný katalog těchto firem: <https://volbakariery.cz/firmy/seznam-firem/>.

### **Podpora obnovy a rozvoje venkova**

Malé obce mohou čerpat z programu Podpora obnovy a rozvoje venkova Moravskoslezského kraje finance na úpravu veřejných prostranství.

### **Rizika a bariéry rozvoje KKO v MSK z hlediska financování**

#### **Nestabilita financování a omezené možnosti dlouhodobé podpory**

Kulturní a kreativní subjekty v MSK čelí nepravidelnému financování, což komplikuje jejich dlouhodobé plánování a udržitelnost. Současné grantové schéma je často krátkodobé a neposkytuje stabilní finanční základ pro kontinuální rozvoj projektů. Chybí víceleté granty, které by umožnily systematický růst a zkvalitnění kulturních akcí, festivalů a dalších iniciativ.

#### **Administrativní složitost grantového systému**

Proces podávání žádostí o finanční podporu je časově náročný a administrativně komplikovaný, což odrazuje zejména menší organizace a nezávislé tvůrce. Grantové programy jsou často neflexibilní, s přísně vymezenými kategoriemi výdajů, které neumožňují financování klíčových potřeb subjektů.

#### **Problematika cash flow a režimu de minimis**

Nepravidelné financování vede k výkyvům v cash flow subjektů, což ohrožuje jejich ekonomickou stabilitu a možnosti dalšího rozvoje. Limity režimu de minimis navíc omezují možnost opakovaného financování aktivních subjektů.

#### **Dopad financování na kvalitu a konkurenceschopnost KKO**

Kulturní subjekty, zejména festivaly a nezávislá scéna, jsou závislé na grantech, přičemž nedostatek stabilních zdrojů ohrožuje kvalitu programu i mezinárodní spolupráci. Zajištění dostatečného financování je nezbytné nejen pro udržení vysoké úrovně produkce, ale také pro posílení ekonomického a společenského přínosu KKO pro region.

## SWOT analýza

SWOT analýza kulturních a kreativních odvětví v Moravskoslezském kraji poskytuje komplexní přehled klíčových faktorů ovlivňujících jejich rozvoj. Je výsledkem první etapy kvalitativního a kvantitativního výzkumu, který identifikoval silné stránky, slabiny, příležitosti i hrozby v sektoru KKO. Tato analýza tvoří základ pro strategické směřování podpory KKO v kraji v podobě Návrhové části strategie. Podrobné rozpracování naleznete v textu níže, přehledně je pak uvedena v Tabulce 5.

**Tabulka 5: SWOT analýza KKO v MSK**

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>SILNÉ STRÁNKY</b></p> <p>Kraj generuje talenty, v kraji je dostatek absolventů (ti ale odcházejí)</p> <p>Četná kulturní infrastruktura a nově vznikající infrastruktura</p> <p>Kvalitní kulturní obsah s mezinárodním přesahem (není kreativní)</p> <p>Existence SŠ a VŠ oborů</p> <p>Komunitní spolupráce na dobré úrovni</p> <p>Zlepšující se image Ostravy jako kulturní metropole</p> | <p><b>SLABÉ STRÁNKY</b></p> <p>Slabý trh - málo příležitostí, málo projektů, malá poptávka, nízká konkurenceschopnost</p> <p>Nedostatek soukromého kapitálu</p> <p>Omezený mindset – konzervatismus (souvislost se socioekonomickým profilem?)</p> <p>Velká fragmentace aktérů KKO</p> <p>Chybějící/malé množství progresivních VŠ oborů KKO</p> <p><b>Chybějící záchytná síť pro absolventy</b></p> <p><b>Brain drain kreativců z kraje</b></p> <p>Malá provázanost (technolog.) firem s KKO</p> <p>KKO není politické téma</p> <p>Slabá prezentace/image v rámci kraje</p> <p><b>Chybějící systémová a komplexní strategie podpory KKO v kraji</b></p> <p>Chybějící platforma pro <b>networking</b></p> <p>Chybějící spolupráce mezi krajem-městem</p> <p>Slabý politický lobing</p> <p>Slabá “sebepropagace”</p> <p><b>Nedostatečná infrastruktura na podporu kreativních odvětví</b></p> |
| <p><b>PŘÍLEŽITOSTI</b></p> <p>Kreativita je žádoucí dovednost 21.stol., podpora kreativního učení ze strany MKČR</p> <p><b>Existence finančních pobídek (OPST aj.)</b></p> <p>Rozvoj IT</p> <p>Tvorba originálních obsahů (influenceři)</p> <p>Mezioborová spolupráce</p>                                                                                                                       | <p><b>HROZBY</b></p> <p>Byrokratická zátěž</p> <p>Neflexibilní vzdělávací systém</p> <p><b>Finanční škrty v kultuře</b></p> <p>Nízké finanční ohodnocení pracovníků v kultuře</p> <p>Nezájem veřejnosti</p> <p>Slabá finanční podpora kraje ze strany státu</p> <p>Nejistota financování ze strany MKČR</p> <p>Nerozvinutá společenská odpovědnost firem, mecenášství kultury v ČR</p> <p>Sektorové přemýšlení, absence propojování oborů (kultura, cestovní ruch, školství)</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |

Zdroj: vlastní zpracování

Mezi hlavní **silné stránky MSK v oblasti KKO** patří skutečnost, že region generuje talenty a disponuje dostatkem absolventů kulturních a kreativních oborů, přestože čelí jejich odlivu. Kraj se může opřít o rozsáhlou kulturní infrastrukturu, která zahrnuje nejen historická a zavedená centra, ale i nově vznikající kulturní instituce a projekty. Významnou výhodou je také kvalitní kulturní produkce s mezinárodním přesahem, která přispívá k atraktivitě regionu v rámci České republiky i v zahraničí. Vzdělávací zázemí v podobě středních a vysokých škol zaměřených na kreativní obory umožňuje rozvoj nové generace umělců, designérů a dalších tvůrců. Další silnou stránkou je dobře rozvinutá komunitní spolupráce, která podporuje sdílení know-how. V neposlední řadě se město Ostrava postupně profiluje jako kulturní metropole, což přispívá k celkovému posílení image regionu jako centra kulturního a kreativního dění.

Jednou z **hlavních slabin kraje v oblasti KKO** je poměrně slabý trh, který se vyznačuje nedostatkem příležitostí, malým množstvím projektů a nízkou poptávkou, což vede k omezené konkurenceschopnosti místních aktérů. Tento problém je umocněn nedostatkem soukromého kapitálu, což brzdí investice do kulturních a kreativních projektů a omezuje jejich dlouhodobou udržitelnost. Konzervativní myšlení a nízká ochota přijímat inovace zpomalují rozvoj KKO a prohlubují sociálně-ekonomické problémy regionu. Další významnou slabinou je vysoká míra fragmentace aktérů KKO, což komplikuje koordinaci a společné prosazování zájmů sektoru. Chybějící vzdělávací programy zaměřené na aktuální trendy v rámci KKO a nedostatečné propojení mezi vzdělávacími institucemi a trhem práce ztěžují absolventům uplatnění v oboru. KKO nejsou prioritou v regionálních strategiích, což se odráží v nedostatečné podpoře ze strany kraje a v absenci jasné koncepční strategie pro rozvoj KKO.

Mezi **klíčové příležitosti pro rozvoj KKO v kraji** patří rostoucí důraz na kreativitu jako žádoucí dovednost pro 21. století, což vytváří prostor pro rozvoj kreativního vzdělávání a profesního uplatnění absolventů v různých sektorech. Další příležitostí je dostupnost různých finančních nástrojů, včetně dotací a operačních programů, které mohou pomoci financovat rozvoj kulturních a kreativních projektů. Rychlý rozvoj IT sektoru představuje možnost pro propojení digitálních technologií s kulturním a kreativním obsahem, což může vést k inovativním projektům a novým formám uměleckého vyjádření. Narůstající poptávka po originálních digitálních obsazích, jako jsou influenceři a tvůrci audiovizuálního obsahu, vytváří prostor pro rozvoj nových profesí a podnikatelských příležitostí v rámci KKO. Posílení meziprofesní spolupráce a propojování kreativních odvětví s dalšími sektory, jako jsou cestovní ruch či vzdělávání, může přispět k rozvoji nových synergií a zvýšení ekonomického přínosu KKO pro region.

Hlavní **hrozbou pro rozvoj KKO v kraji** je byrokratická zátěž, která ztěžuje podnikání v kreativních odvětvích a komplikuje administrativní procesy spojené s financováním kulturních projektů. Nedostatečná finanční podpora kulturních a kreativních iniciativ ohrožuje udržitelnost a další rozvoj této oblasti, což může vést k odlivu talentů do jiných regionů nebo zemí. Neefektivní systém hodnocení přínosu KKO komplikuje přidělování finančních prostředků a brání strategickému plánování. V neposlední řadě existuje riziko stagnace sektoru kvůli nedostatečnému propojení s jinými odvětvími, jako je cestovní ruch, vzdělávání nebo IT, což může vést ke ztrátě konkurenční výhody regionu v oblasti kreativního průmyslu.

# Návrhová část

## Vize a mise strategie

### Vize:

Moravskoslezský kraj je v roce 2030 dynamickým a inspirativním regionem, kde kultura a kreativita hrají klíčovou roli v socio-ekonomickém rozvoji. Kultura je přirozenou součástí života obyvatel, posiluje regionální identitu a zvyšuje atraktivitu kraje pro návštěvníky i investory. Kulturní a kreativní odvětví se stávají motorem inovací a proměny kraje v chytrý a zelený region.

Podpora talentů a spolupráce mezi kreativním sektorem, vzdělávacími institucemi a podnikatelským prostředím vede k rozvoji nových pracovních příležitostí. Kraj vytváří příznivé podmínky pro rozvoj kulturní infrastruktury, podporuje vznik kreativních hubů a propojuje tradiční průmyslové dědictví s moderními uměleckými a technologickými přístupy. Díky promyšleným strategiím a dlouhodobým investicím v oblasti kultury se Moravskoslezský kraj stává živým a inspirativním místem pro obyvatele, tvůrce i návštěvníky.

### Mise Moravskoslezského kraje v oblasti kulturních a kreativních odvětví:

Podporovat a rozvíjet kulturní a kreativní odvětví jako strategický pilíř regionálního rozvoje. Vytvářet podmínky pro spolupráci, inovace a udržitelný růst kulturního sektoru s důrazem na kvalitu života, vzdělávání a ekonomickou prosperitu.

## Vybraná klíčová odvětví KKO ke strategické podpoře

Na základě komplexního mapování KKO v MSK jsme získali podrobný přehled o jejich struktuře, velikosti a ekonomické síle. Data nám ukázala významné rozdíly mezi jednotlivými sektory – zatímco některé vykazují stabilní růst a vysoký tržní potenciál, jiné čelí výzvám v oblasti financování, infrastruktury či lidských zdrojů. Přestože kvantitativní analýza byla klíčovým prvkem našeho přístupu, nepodřídili jsme rozhodování pouze číslům. Data byla doplněna expertními rozhovory a Focus Groups, které nám umožnily hlouběji pochopit specifické potřeby jednotlivých odvětví a jejich potenciál do budoucna. Během těchto setkání se jasně ukázalo, že nepostačuje pouze podpora jednotlivých sektorů izolovaně – zásadním tématem se stalo mj. lepší propojování KKO nejen mezi sebou, ale také s dalšími hospodářskými sektory. Důraz byl kladen na synergie mezi kulturními a kreativními průmysly a oblastmi, jako jsou digitální technologie, vzdělávání, průmyslový design, cestovní ruch či podnikatelské inovace.

**Na základě všech těchto vstupů jsme vybrali tři klíčové oblasti KKO, které kombinují ekonomický potenciál, růstovou dynamiku a vysokou přidanou hodnotu pro regionální rozvoj. Tyto sektory představují strategické pilíře, na které se zaměří podpora a rozvojové aktivity v rámci připravované strategie KKO v MSK.**

## Design – klíčový ekonomický sektor KKO

Design (produktový, průmyslový, módní, grafický) představuje silně tržně orientovanou oblast s významným přesahem do dalších sektorů – od průmyslu až po služby. Design tvoří páteř moderní vizuální komunikace a marketingu a podílí se na zvyšování konkurenceschopnosti produktů, služeb i regionálních značek. Přispívá k inovacím, estetice a funkčnosti napříč obory. Podpora designu zároveň naplňuje cíle Národní strategie KKO a odpovídá evropskému důrazu na rozvoj kreativní ekonomiky jako motoru inovací. Design produktů a služeb je zmiňován RIS MSK jako inspirace z KKO pro hledání inovativních řešení. Významná je i dostupnost evropských programů jako Kreativní Evropa či Interreg, které podporují propojování designu, digitálních inovací a audiovizuální tvorby.

V MSK patří design mezi nejrozvinutější segmenty KKO. Region disponuje kvalitním zázemím ve vzdělávání v oblasti designu (např. Fakulta umění OU, VŠB-TUO), etablovanou scénou firem a tvůrců, vysokým podílem ekonomických subjektů i rozvíjející se infrastrukturou (např. výstavy, soutěže, festival, kreativní centra). Sektor zahrnuje jak tradiční průmyslový design, tak začínající progresivní firmy zaměřené na motion design (propojování grafického designu a animace).

### Příklady:

- *BeWooden* lokální značka s mezinárodním dosahem, propojující řemeslo, design a udržitelnost.
- Společnosti jako *Sovjak stolařství*, *ODDO architects* či *ORTOPOINT*
- *ZK Design* z Velké Polomi reprezentuje lokální řemeslný a průmyslový design.
- Firma *BOTUMY* propojuje design s udržitelností a sociálním podnikáním.
- Studenti programu *Design průmyslových výrobků* (VŠB-TUO) se zapojují do reálných výstavních a inovačních projektů.

## Audiovize – strategická oblast s růstovým potenciálem

Audiovize zahrnující film, video, televizi, digitální tvorbu a herní průmysl patří mezi menší, ale vysoce perspektivní segmenty kulturních a kreativních odvětví. Její význam rychle roste nejen díky technologickému vývoji (např. VR/AR, streaming, herní engine), ale také díky schopnosti generovat ekonomický růst, posilovat image regionu a vytvářet synergii s dalšími oblastmi – např. designem, vzděláváním, marketingem či cestovním ruchem. Audiovize dnes představuje jeden z nejdynamičtějších segmentů evropské kreativní ekonomiky s globálním přesahem.

V Moravskoslezském kraji existuje základna aktivních subjektů i pozitivní vývoj podpůrné infrastruktury. Napojení na Státní fond audiovize, ale zejména zavedení filmových voucherů MSK, představuje důležitý krok ke vzniku funkčního ekosystému, který stimuluje místní produkci a přitahuje audiovizuální projekty zvenčí. Rostoucí zájem o region jako filmovou lokaci je dalším potvrzením jeho potenciálu.

Rozvoj audiovizuálního průmyslu v kraji je dále podpořen působením Moravskoslezské filmové kanceláře, vznikajícími spolupracemi s univerzitami (např. tvorba oborů zaměřených na herní design a digitální média) a stále viditelnějšími komunitními projekty a festivaly. Klíčové bude

do budoucna propojit audiovizi s dalšími kreativními oblastmi a podpořit její technologické zázemí, například ve spolupráci s inovačními centry.

#### **Příklady:**

- *Studio Ostrava České televize* hraje zásadní roli v rozvoji audiovizuální tvorby v MSK. Má dlouholetou tradici ve výrobě televizních pořadů, filmů, dokumentů i kulturních magazínů.
- Produkční společnost *Film21* zaměřená na filmovou a dokumentární tvorbu.
- Zavedené *Filmové studio Dolní Vítkovice* v industriálním areálu DOV, které slouží pro natáčení audiovizuálních projektů a podporuje filmovou tvorbu v regionu.
- *QQ Studio Ostrava* produkční studio působící v oblasti filmu, reklamy a postprodukce.

### **Festivally a eventy – jako průřezová oblast KKO**

Festivally a kulturní eventy tvoří v MSK důležitý pilíř kulturní infrastruktury a zároveň přirozeně propojují různé oblasti KKO – od hudby, filmu a designu, až po výtvarné umění, scénická vystoupení nebo digitální kreativitu. Právě tato mezioborová povaha z nich činí strategickou oblast s vysokou přidanou hodnotou. Festivally mají schopnost generovat ekonomické přínosy, rozvíjet kulturní turismus, posilovat regionální identitu a zvyšovat atraktivitu kraje – zejména pro mladou generaci.

MSK je dnes domovem několika silných značek s mezinárodním přesahem a etablovanou návštěvnickou základnou. Vedle toho hrají důležitou roli také menší lokální eventy a komunitní iniciativy, které rozšiřují kulturní nabídku a tím zvyšují atraktivitu regionu pro mladé lidi tím, že vytvářejí kulturní zázemí, které brání odlivu talentů, zároveň posilují komunitní vazby a identitu.

Tato oblast zároveň přímo reaguje na zjištění ze SWOT analýzy, a to především potřebu překonat sektorové přemýšlení a propojit KKO s cestovním ruchem (doprava, gastronomie, ubytování) a destinačním marketingem. Festivally a eventy se tak stávají jak kulturními, tak i socioekonomickými akcelerátory s dopadem na celý region.

#### **Příklady:**

*Hudební festivaly:* Colours of Ostrava; Ostravské dny nové hudby; Svatováclavský hudební festival, Mezinárodní hudební festival Leoše Janáčka

*Filmové festivaly:* Kino na hranici; Filmový festival BAF, Opavský Páv

*Divadelní a performativní umění:* Mezinárodní divadelní festival Bez Hranic, Dream Factory Ostrava; Cirkulum; Festival Spectaculo Interesse, Move Ostrava

*Design a vizuální umění:* Open Studios

*Literární festivaly:* ProtimlufFest, Inverze, Měsíc autorského čtení nebo Knižní festival Ostrava, BookVision

Výběr těchto tří oblastí odpovídá **aktuální ekonomické síle některých odvětví (Design), strategickému růstovému potenciálu (Audiovize) a vysoké multiplikační hodnotě (Festivally a eventy)**. Je nutné posilovat jejich vzájemné propojení a rozvíjet spolupráci s dalšími sektory, což bude hlavním cílem naší strategie KKO v MSK.

## Prioritní oblasti a strategické cíle

### A. Talenty, podpora podnikání

**Specifický cíl: Vytvoření atraktivních a stabilních podmínek pro rozvoj talentů a podnikání v KKO s cílem udržet a přilákat kvalifikované odborníky.**

#### Zdůvodnění a provázanost cíle s analytickou částí

Kraj čelí odlivu talentů v KKO kvůli omezeným profesním příležitostem, slabé podpoře podnikání a nedostatečné infrastruktuře a také nedostatku specializovaných středoškolských a vysokoškolských oborů v této oblasti. Klíčové je proto stabilní financování talentů, rozšíření kreativních center a jejich propojení s dalšími subjekty KKO. Zároveň je nutné posílit propojení vzdělávání s praxí, zejména v perspektivních oblastech jako digitální umění, herní design či audiovizuální tvorba. Úzká spolupráce s profesionály a regionálními projekty může studentům zajistit konkrétní pracovní příležitosti. Kreativní podnikatelé a freelanceři tvůrci čelí problémům s cash flow a nedostatkem odborného poradenství. Zavedení podpory mentoringu, konzultací a specializovaných programů zaměřených na rozvoj podnikatelských dovedností může významně přispět k podpoře tvůrců v jejich profesním růstu. Systémy talent managementu, jako jsou stipendia, vouchery či poradenské služby, představují vhodný nástroj pro podporu kreativního podnikání, udržení talentů v regionu a rozvoj kulturních a kreativních odvětví jako součásti ekonomiky Moravskoslezského kraje.

#### Typové opatření

##### Podpora talent managementu v KKO

Podpora talentovaných dětí a mládeže (ale i dospělých) v oblasti kulturních a kreativních odvětví vyžaduje kombinaci vzdělávání, praktických zkušeností a finanční či mentorskou podporu. Mezi nástroje pro podporu talentovaných dětí a mládeže patří například:

- Organizování workshopů, kroužků a kurzů
- Vytvoření online platformy s kvalitními kurzy a výukovými materiály.
- Pořádání talentových soutěží a výstav, kde se mohou děti a mládež prezentovat.
- Udělování stipendií a grantů pro talentované děti a mládež na studium, workshopy nebo nákup materiálů a nástrojů.
- Spojení dětí a mládeže s úspěšnými umělci, designéry, hudebníky či filmaři, kteří jim mohou předávat zkušenosti.
- Možnost stáží a exkurzí do kreativních firem, ateliérů, divadel či studií.
- Zajištění přístupu k profesionálním nástrojům – hudební nástroje, grafické tablety, software, 3D tiskárny, kamery atd.
- Otevřené kreativní dílny (makerspace), kde mohou děti experimentovat a tvořit.
- Možnost veřejného vystupování – koncerty, vernisáže, divadelní představení nebo filmové festivaly.
- Možnost účastnit se zahraničních festivalů, soutěží nebo letních kreativních táborů.
- Partnerství se zahraničními uměleckými školami a organizacemi.

## Typové opatření

### Zavedení funkčních nástrojů na podporu KKO

Cílem tohoto opatření je usnadnit subjektům KKO orientaci v podnikatelském prostředí, pomoci jim s financováním jejich projektů, ochranou duševního vlastnictví a optimalizací obchodních strategií.

Konkrétní kroky zahrnují například:

- Podpora subjektů KKO prostřednictvím vhodných nástrojů jako jsou například stipendia, kreativní vouchery, inkubátory, akcelerační programy apod.
- Posílení podpory mentoringových programů
- Sdílení know-how a profesního vzdělávání formou seminářů, individuálních konzultací a networkingových akcí, které umožní sdílení zkušeností mezi kreativními profesionály, investory a odborníky z různých oblastí.

Důležitým nástrojem pro podporu talentů a jejich propojení s trhem bude také vybudování prezentační databáze talentů a projektů, která umožní lepší viditelnost kreativních profesionálů, jejich napojení na potenciální partnery, investory a klienty. Tato platforma bude zároveň sloužit jako informační a networkingový nástroj, který propojí subjekty KKO s veřejnou správou, vzdělávacími institucemi a soukromým sektorem.

## Typové opatření

### Podporovat pilotní projekty a spolupráci mezi kreativními subjekty a technologickými firmami pro zavádění inovací a sdílení dobré praxe

Ověřeným nástrojem na podporu spolupráce kreativního sektoru a technologických firem jsou například kreativní vouchery. Nastavení výzvy pro kreativní vouchery v MSK je nutné nadefinovat dle specifických potřeb lokálních firem a možností místních kreativců.

## Typové opatření

### Podpora odborného vzdělávání a stáží v kulturních a kreativních odvětvích

Cílem tohoto opatření je zlepšení provázání vzdělávacího systému s reálnými potřebami trhu práce. Klíčovým prvkem tohoto opatření je podpora odborného vzdělávání, stáží a rozvoj netechnických podnikatelských dovedností.

Konkrétní kroky zahrnují například:

- Navázání na *Program podpory stáží žáků a studentů* s jeho rozšířením na subjekty KKO.
- Spolupráce s univerzitami a středními školami na tvorbě specializovaných kurzů zaměřených na podnikání v kreativním sektoru.
- Podpora výuky netechnických kompetencí (marketing, pitching, fundraising, síťování) pro studenty uměleckých a kreativních oborů.
- Podpora podnikání v KKO (inkubátory, zvýšení motivace k podnikání i u studentů uměleckých a kreativních oborů), posilování netechnických kompetencí nejen ve větších městech, ale i ve venkovských oblastech (viz projekt Podnikni to).

## Typové opatření

### Zavedení kreativních rezidenčních programů a coworkingových center pro začínající tvůrce

Vytvoření stabilního a inspirativního prostředí, které umožní začínajícím tvůrcům v KKO profesní růst, získávání zkušeností a budování kontaktů. Kreativní rezidence umožňují mladým umělcům a kreativním profesionálům soustředit se na svou tvorbu v prostředí, které jim poskytuje technické zázemí, mentoring a finanční podporu. Programy mohou zahrnovat:

- Krátkodobé a dlouhodobé pobyty pro jednotlivce i skupiny,
- Propojení s lokálními organizacemi a podniky pro rozvoj mezioborové spolupráce,
- Zapojení mentorů a odborníků, kteří pomohou tvůrcům s profesním rozvojem,
- Prezentace výsledků rezidenčních programů formou výstav, přednášek nebo veřejných vystoupení.

### Příklady projektů:

Program podpory stáží žáků a studentů

Inkubátor Open Studios - roční rezidenční program určený pro absolventy a absolventky Fakulty výtvarných umění Vysokého učení technického v Brně a nově také Fakulty umění Ostravské univerzity, které se částečně podílí na jeho chodu, spolufinancování a propagaci.

Moravskoslezská Technologická Akademie (v případě rozšíření EduBoxů, online vzdělávacích modulů, o témata KKO)

## B. Infrastruktura a technologie (prostory, vybavení, rezidence)

### Specifický cíl: Podpora vzniku a rozvoj vhodných prostor pro tvorbu a podnikání v oblasti KKO

#### Zdůvodnění a provázanost cíle s analytickou částí

MSK se potýká s nedostatečnou infrastrukturou na podporu kulturních a kreativních odvětví, což se projevuje zejména v omezeném přístupu ke vhodným prostorům. V menších obcích, navzdory bohaté spolkové činnosti a kulturní výchově, absentují kreativní centra a kulturní huby, což omezuje možnosti místních komunit realizovat tvůrčí aktivity, networking a rezidenční programy. Kulturní akce a festivaly (zejména v Ostravě) čelí vysokým nákladům na pronájem prostor, jelikož chybí stabilní regionální podpora klíčových kulturních míst.

Nezávislá kulturní scéna v regionu rovněž bojuje s nedostatkem dostupných prostor, které by umožňovaly pravidelnou činnost, experimentální tvorbu a komunitní aktivity. Stávající prostory jsou často finančně náročné, nevyhovující nebo postupně zanikají. Pozitivním příkladem inovativního přístupu k využití veřejných prostor je experimentální projekt Galerie Dukla v ostravské části Poruba. Za zmínku stojí i vstřícný přístup galerie PLATO, která v rámci výstavního projektu PostBauhaus poskytovala své prostory pro komunitní setkávání a realizaci různorodých aktivit – i když v časově omezeném režimu.

Dále je identifikován nedostatečný přístup ke specializovanému technologickému vybavení, které by umožnilo rozvoj pokročilých aktivit v kulturním a kreativním sektoru, například využití umělé inteligence a specializovaného softwaru pro kreativní tvorbu a produkci.

### **Typové opatření**

#### **Zmapování dostupné infrastruktury a technologií a navržení systému pronájmu ve větších městech**

Nejdříve je nutný audit dostupné infrastruktury a technologií ve vlastnictví kraje. Metodiku k této aktivitě může poskytnout SMO, které podobnou aktivitu realizuje na území města Ostravy. Na základě tohoto auditu je možné navrhnout systém pronájmů a identifikovat, které prostory a technologie jsou k dispozici a které absentují a učinit následující kroky.

### **Typové opatření**

#### **Podporovat rozvoj sítě kreativních center a kulturních hubů v menších obcích s cílem podpory lokálních tvůrčích komunit**

Pomáhat nastavit vhodné prostředí pro vznik kulturních center a kreativních hubů nejen ve velkých městech, ale i v menších obcích, kde mohou tvůrci sdílet pracovní prostory a zázemí. Tato centra by měla zahrnovat i prostor pro networking a rezidenční programy. Klíčovým projektem v metropoli je výstavba Černé kostky – Centra digitalizace, vědy a inovací, která by mohla být mentorem pro vznik menších kreativních center a hubů po celém kraji.

### **Typové opatření**

#### **Podpořit vybavení kreativních center moderními technologiemi prostřednictvím cílených investic a dotačních programů**

Úlohou krajského koordinátora v rámci tohoto opatření bude informovat kreativní centra o relevantních připravovaných a probíhajících dotačních výzvách. Vzniknuvší kreativní centra musí disponovat adekvátním technologickým vybavením, které umožní experimentování a tvorbu v oblasti KKO. Jaké technologie chybějí je třeba zjistit prostřednictvím analýzy potřeb mezi zástupci KKO. Toto typové opatření bude částečně naplněno prostřednictvím připravované výzvy na Kulturní a kreativní centra na poskytnutí podpory v rámci Operačního programu Spravedlivé transformace 2021–2027 (více viz níže v prioritní oblasti E. Finance).

### **Typové opatření**

#### **Revitalizace a oživení veřejného prostoru**

Podporovat projekty fyzické revitalizace veřejného prostoru (náměstí, ulic) a odstraňovat fyzické bariéry průchodnosti a zanedbaný prostor, a to zejména v lokalitách s existujícími shluky KKO: tedy městských centrech a vnitřních městech. Zvyšování rezidenční atraktivity městských čtvrtí a kvality tzv. "třetích míst" (neformálních míst setkání pracovníků KKO) například investicemi do rozšíření a zkvalitnění zelené a modré infrastruktury.

### **Příklady projektů:**

**Černá kostka – Centrum digitalizace, vědy a inovací:** Strategický projekt Moravskoslezského kraje, který propojuje kulturní a kreativní odvětví s vědou, výzkumem a digitalizací. V budoucnu bude sloužit jako klíčové krajské centrum pro koordinaci KKO.

**Velká a malá kreativní centra podpořená z Národního plánu obnovy (NPO):** Rozvoj sítě kreativních center přispívá k decentralizaci podpory KKO a rozšíření dostupnosti služeb a prostor pro tvůrce napříč regionem.

**Dotační program Podpora obnovy a rozvoje venkova Moravskoslezského kraje:** Program podporuje zázemí pro kulturní a komunitní aktivity v menších obcích a zvyšuje dostupnost kulturní infrastruktury mimo hlavní centra.

## **C. Instituce, síťování**

**Specifický cíl: Vytvoření koordinovaného a funkčního systému institucionální podpory a síťování pro KKO v MSK s cílem zlepšit spolupráci mezi klíčovými aktéry**

### **Zdůvodnění a provázanost cíle s analytickou částí**

Moravskoslezský kraj se potýká s roztržitou podporou kulturních a kreativních odvětví, což vede k omezené spolupráci mezi klíčovými aktéry a nízké efektivitě sdílení informací a zdrojů. Neexistuje zastřešující instituce, která by systematicky koordinovala a propojovala veřejný, akademický a podnikatelský sektor s kreativní komunitou. Chybějící koordinační platforma omezuje rozvoj strategických partnerství, brání efektivnímu čerpání finančních zdrojů a snižuje možnosti zapojení regionu do národních i mezinárodních projektů.

Nedostatečné síťování mezi subjekty KKO omezuje sdílení know-how, vznik mezioborových spoluprací a přístup k relevantním vzdělávacím či finančním příležitostem. Chybí pravidelná setkání, workshopy a digitální nástroje, které by umožnily efektivnější networking a zviditelnění tvůrců.

Zároveň region není dostatečně zapojen do mezinárodních struktur, což snižuje jeho konkurenceschopnost a možnosti růstu. Vytvoření koordinovaného systému podpory a síťování by zajistilo lepší propojení tvůrců s investory, rozvoj exportních příležitostí a zapojení do evropských inovačních platforem. Silnější institucionální zázemí by umožnilo regionálním aktérům lépe reagovat na výzvy a příležitosti v dynamicky se rozvíjícím sektoru KKO.

### **Typové opatření**

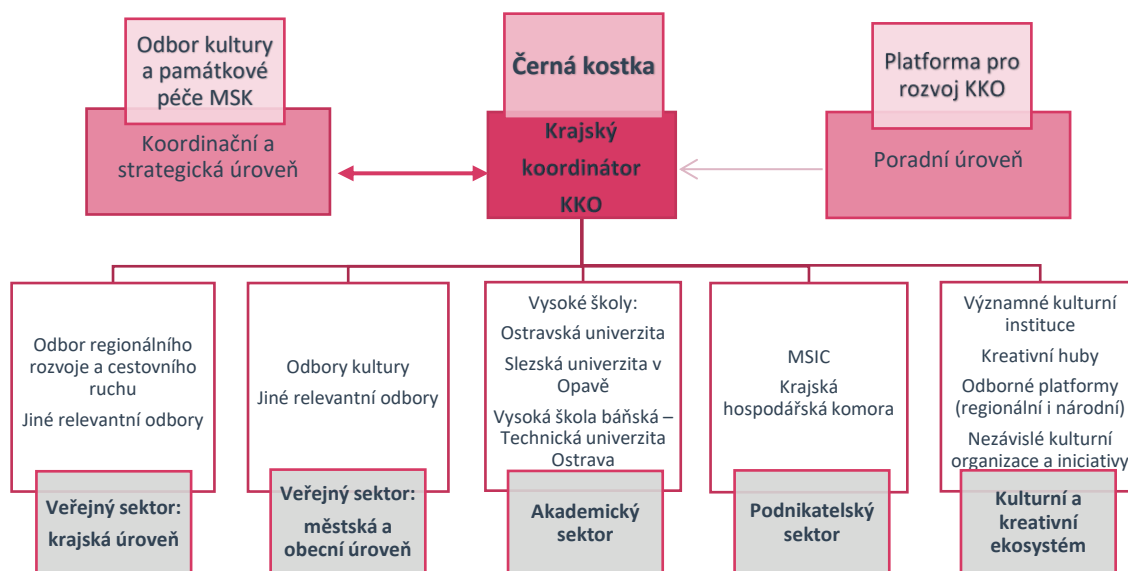
#### **Vytvoření pozice Krajského koordinátora KKO**

Zavedení pozice Krajského koordinátora kulturních a kreativních odvětví jako strukturálního prvku v rámci krajské správy, jehož cílem je zajistit dlouhodobou koordinaci, řízení a implementaci Strategie pro podporu KKO v Moravskoslezském kraji. Koordinátor (resp. koordinační tým), jako zastřešující struktura pro KKO v kraji, bude mít za úkol usnadňovat spolupráci mezi klíčovými aktéry – veřejnou správou, akademickými institucemi, podnikatelským prostředím a kulturně-kreativním ekosystémem (viz. Schéma 2: Organigram). Součástí agendy bude poskytování expertního poradenství v oblasti řízení a rozvoje organizací, zprostředkování přístupu ke znalostem o trhu a odvětví, podpora sdílení know-how napříč sektorem (se zákazníky, dodavateli i konkurenty) a aktivní zapojování do pracovních skupin RIS či oborových asociací na národní i evropské úrovni. Koordinátor tak bude hrát klíčovou roli v síťování aktérů a posilování institucionální kapacity KKO v regionu.

Pozice krajského koordinátora KKO bude institucionálně ukotvena na krajské úrovni (schválením Strategie orgány kraje) a zajišťována týmem odborníků napříč odbory a institucemi. Za odborné a provozní zázemí koordinace byla vybrána Černá kostka, která se

stane hlavním koordinačním centrem pro rozvoj kulturních a kreativních odvětví v MSK. Černá kostka díky svému zaměření na digitalizaci, inovace a uchovávání kulturního dědictví nabízí vhodnou infrastrukturu i odborné kapacity pro síťování, strategické plánování i mezioborovou spolupráci. Funkce koordinátora bude financována z veřejných zdrojů (NPO) a navázána na implementaci strategie a akčního plánu.

**Schéma 2: Organigram**



Zdroj: vlastní zpracování

### **Organizační model znázorňuje systémové uchopení podpory kulturních a kreativních odvětví v MSK prostřednictvím krajského koordinátora KKO:**

*Krajský koordinátor KKO (Černá kostka)* funguje jako hlavní facilitátor spolupráce a klíčový spojovací článek mezi veřejným, akademickým, podnikatelským sektorem a kreativním ekosystémem. Jeho úlohou je aktivně posilovat kulturní a kreativní odvětví v MSK a zajišťovat jejich lepší provázanost s regionálním i mezinárodním kontextem.

*Odbor kultury a památkové péče MSK* zastává strategickou a koordinační roli a úzce spolupracuje s krajským koordinátorem KKO na implementaci Strategie podpory KKO v kraji.

*Veřejný sektor* zastoupený na krajské úrovni (např. Odbor regionálního rozvoje a cestovního ruchu MSK) i na úrovni měst a obcí (např. městské odbory kultury). Jeho role spočívá v zajištění institucionálního rámce, tvorbě politiky, poskytování financí, koordinaci nástrojů podpory a implementaci opatření na úrovni kraje i obcí.

*Akademický sektor* zahrnuje vysoké školy, jako jsou Ostravská univerzita, Slezská univerzita v Opavě a Vysoká škola báňská – Technická univerzita Ostrava. Poskytuje rozvoj interdisciplinární výzkumné spolupráce.

*Podnikatelský sektor* reprezentovaný např. MSIC a Krajskou hospodářskou komorou. Podporuje rozvoj podnikání v KKO, inovace, financování a napojení KKO na tržní prostředí.

*Kreativní a kulturní ekosystém* zahrnuje široké spektrum aktérů, skládá se z významných kulturních institucí (např. NDM, Těšínské divadlo, PLATO, GVUO, Janáčková filharmonie Ostrava aj.), kreativních hubů (např. Impact Hub Ostrava aj.), odborných platform (regionální např.

Moravskoslezská filmová kancelář, aj.; národní: APA, Designblok aj.) a nezávislých kulturních organizací a iniciativ, individuálních umělců a kreativních profesionálů (freelancerů). Tato sféra zajišťuje kreativní infrastrukturu, reprezentuje živé umění a komunitní iniciativy.

Součástí struktury je také poradní **Platforma pro rozvoj KKO**, která sdružuje zástupce všech sektorů a plní roli poradního orgánu koordinátora. Platforma se bude podílet na validaci opatření, určování priorit a zajištění implementace strategie v souladu s potřebami aktérů.

#### **Role a odpovědnosti koordinátora KKO**

- Strategická koordinace a zastřešení komunikace
- Síťování a podpora ekosystému KKO
- Zapojení do regionálních, národních a mezinárodních strategií
- Podpora informovanosti a odborného poradenství

Opatření je podrobně rozepsáno v Akčním plánu na straně 52.

#### **Typové opatření**

##### **Vytvoření Platformy pro rozvoj KKO**

Platforma pro rozvoj kulturních a kreativních odvětví bude ustanovena jako multisektorová a mezioborová struktura, která propojí zástupce veřejné správy, akademického sektoru, podnikatelského prostředí a kulturně-kreativního ekosystému. Jejím hlavním účelem bude plnit roli poradního a expertního orgánu krajského koordinátora KKO, přispívat k naplňování Strategie pro podporu KKO v MSK a koordinovaně reagovat na aktuální výzvy i příležitosti v oblasti kulturního a kreativního průmyslu. Platforma bude zároveň sloužit jako prostor pro sdílení znalostí, formulaci doporučení, vytváření partnerství a síťování mezi klíčovými stakeholdery. Důraz bude kladen na propojování praxe, výzkumu a politiky s cílem posílit inovační kapacitu a systémovou podporu KKO v Moravskoslezském kraji.

Složení platformy bude reflektovat pestrou strukturu ekosystému KKO – její členové budou vybíráni z řad odborníků, zástupců relevantních institucí i aktivních aktérů kulturní a kreativní scény, a to včetně regionálních i národních platforem. Platforma bude svolávána pravidelně (např. dvakrát ročně) a bude mít možnost zakládat tematické pracovní skupiny dle aktuálních potřeb. Opatření je podrobně rozepsáno v Akčním plánu na straně 53.

#### **Typové opatření**

##### **Podpora interdisciplinární spolupráce a zapojení univerzit do výzkumu a vývoje v oblasti KKO**

Opatření bude realizováno prostřednictvím koordinované spolupráce krajského koordinátora KKO s krajskými univerzitami, formou společných projektů, výzev k partnerství a podpory tematických platforem pro sdílení znalostí. Cílem opatření je vytvoření funkčního prostředí pro interdisciplinární spolupráci, které podpoří vznik inovativních projektů, společných výzkumných aktivit a transferu znalostí mezi akademickým a kreativním sektorem.

##### **Příklady projektů:**

Vytváření společných grantových žádostí do národních i mezinárodních výzev (např. TAČR, Horizont Evropa, INTERREG).

Mapování kulturních a kreativních odvětví v Moravskoslezském kraji (spolupráce OSU a MSK)  
Moravskoslezská filmová kancelář - propojování aktérů audiovizuálního průmyslu

## C. Branding a internacionalizace

**Specifický cíl: Posilovat význam kultury a kreativních odvětví jako klíčových faktorů pro zlepšení kvality života v regionu a socio-ekonomický rozvoj**

### **Zdůvodnění a provázanost cíle s analytickou částí**

KKO v MSK čelí řadě systémových i sociokulturních překážek, které omezují jeho rozvoj a mají dopad na regionální ekonomiku a společnost. Jedním z klíčových problémů je slabá prezentace KKO na úrovni kraje, což vede k nízké informovanosti o potenciálu těchto odvětví a významu pro ekonomický a společenský rozvoj. Navzdory rostoucímu významu tohoto sektoru v jiných regionech České republiky i v zahraničí nejsou KKO v Moravskoslezském kraji vnímána jako relevantní politické téma, což se odráží v nedostatečné institucionální podpoře a absenci strategických opatření zaměřených na systematický rozvoj.

Dalším faktorem omezujícím rozvoj KKO je roztříštěnost sektoru a sektorové uvažování jeho aktérů. Mnozí z nich se zaměřují pouze na svůj specifický segment bez širšího propojení s dalšími oblastmi kulturního a kreativního průmyslu, což omezuje možnosti spolupráce, inovací a vytváření mezioborových synergií. Tento fragmentovaný přístup brání efektivnímu prosazování zájmů KKO na regionální úrovni a oslabuje jeho postavení v rámci strategického plánování rozvoje kraje.

Významnou výzvou pro rozvoj KKO v kraji je také konzervativní smýšlení části místních obyvatel, kteří často vykazují omezený zájem o nové kulturní a kreativní formáty. Toto mentální nastavení představuje bariéru pro širší akceptaci a rozvoj kulturních a kreativních aktivit v kraji, což snižuje poptávku po nových formách umělecké tvorby a limituje ekonomický potenciál tohoto sektoru.

### **Typové opatření**

#### **Tvorba a posílení brandu kraje ve spolupráci s aktéry KKO**

Cílem tohoto opatření je zvýšit povědomí o místních kulturních a kreativních odvětvích a posílit jejich konkurenceschopnost na národní i mezinárodní úrovni. Marketing a PR budou cíleně využívány k propagaci regionálních tvůrců, institucí a akcí, čímž se zvýší atraktivita Moravskoslezského kraje jako kulturní destinace.

Konkrétní kroky zahrnují například:

Vytváření strategických marketingových a PR kampaní – systematická propagace kulturních a kreativních iniciativ prostřednictvím integrovaných komunikačních kampaní zaměřených na širokou veřejnost i odbornou komunitu.

Podpora brandingu regionální kultury a kreativity – vytváření jednotné identity a vizuální komunikace pro kulturní a kreativní sektor Moravskoslezského kraje s cílem zvýšit jeho rozpoznatelnost a atraktivitu.

Spolupráce s médii a influencery – využití mediálních partnerství a spolupráce s významnými osobnostmi kulturního a kreativního průmyslu k posílení dopadu marketingových aktivit a zvýšení povědomí o regionálních produktech a projektech.

Podpora digitální propagace a inovativních forem komunikace – využití moderních digitálních nástrojů, sociálních médií a interaktivního obsahu k efektivnímu oslovování cílových skupin.

Propojení a podpora existujících projektů, přehlídek a eventů s nadregionálním dopadem.

#### **Typové opatření**

##### **Intenzivní komunikace o aktuálním dění a propagace existujících nástrojů na podporu KKO**

Zavedení funkčních komunikačních nástrojů (online a offline). Propagace existujících online platforem a nástrojů na podporu KKO, není nutné vytvářet novou platformu pro prezentaci grantových možností nebo příležitostí pro spolupráci (tuto roli zastává například culturenet.cz, Kreativní Česko a další). Zmapovat a na jedno místo soustředit informace z regionu.

#### **Typové opatření**

##### **Podpora internacionalizace tvůrců a produktů KKO**

Toto opatření bude realizováno prostřednictvím systematického zapojování kraje do národních a mezinárodních programů a sítí, které poskytují finanční, znalostní i kooperační příležitosti pro kulturní a kreativní sektor. Cílem je podpora mobility, profesionalizace a internacionalizace místních kulturních a kreativních aktérů.

Konkrétní kroky zahrnují například:

- Zapojení do mezinárodních sítí a programů – kraj bude aktivně vyhledávat a podporovat účast v mezinárodních grantových programech, jako jsou Kreativní Evropa, Visegrad Fund nebo Horizon Europe, které umožní financování inovativních kulturních projektů a navazování mezinárodních partnerství.
- Podpora uměleckých, tvůrčích a manažerských rezidencí – kraj vytvoří podmínky pro realizaci rezidenčních programů, které umožní nejen výjezdy místních tvůrců do zahraničí, ale také příjezdy zahraničních odborníků, umělců a kulturních manažerů, čímž podpoří kreativní výměnu a inovace v regionu.
- Podpora účasti místních tvůrců na zahraničních akcích – prostřednictvím dotačních mechanismů bude kraj podporovat účast kulturních a kreativních profesionálů na mezinárodních festivalech, konferencích a výstavách, čímž podpoří prezentaci regionu v globálním měřítku.
- Organizace a zajištění významných zahraničních hostů – kraj bude spolupracovat s klíčovými kulturními organizacemi na přivádění renomovaných zahraničních odborníků a umělců, kteří mohou přispět k rozvoji regionálního kulturního ekosystému prostřednictvím workshopů, přednášek a dlouhodobé spolupráce.
- Spolupráce s Design Centrem CzechTrade – kraj posílí spolupráci s relevantními organizacemi na podporu exportu kulturních a kreativních produktů a služeb, což umožní lepší propojení regionálních tvůrců s mezinárodními trhy a zvyšování ekonomické hodnoty kreativního sektoru.

#### **Typové opatření**

##### **Vnímat cestovní ruch jako širší součást KKO**

Začlenění cestovního ruchu do širšího kontextu KKO umožní efektivně propojit kulturní, filmový a gastronomický turismus. Kulturní a umělecké festivaly přitahují domácí i zahraniční návštěvníky, stejně tak místa spjatá s tvorbou divácky úspěšných filmů a seriálů. Propojení

kulturně-kreativní scény, památek a lokací s provozovateli restauračních a ubytovacích zařízení a dalších služeb dává potenciál pro tvorbu nových produktů cílených jak na české, tak zahraniční návštěvníky.

#### **Příklady projektů:**

Kulturova.cz - Oficiální stránky města Ostravy v oblasti kultury, Strategické café, Newsletter  
Moravskoslezská filmová kancelář - posilování MSK jako destinace filmového cestovního ruchu  
Kreativní Česko (národní úroveň)  
Sdíčko Ostrava

## **D. Finance**

### **Specifický cíl: Zajištění efektivního, stabilního a flexibilního financování pro kulturní a kreativní sektor**

#### **Zdůvodnění a provázanost cíle s analytickou částí**

Nedostatečná finanční podpora kulturních a kreativních iniciativ představuje zásadní riziko pro udržitelnost a další rozvoj tohoto odvětví, což může vést k odlivu talentovaných jednotlivců do jiných regionů či zahraničí.

Hlavním faktorem limitujícím rozvoj KKO v kraji je administrativní zátěž, která významně komplikuje podnikání v tomto sektoru a zvyšuje náročnost administrativních procesů spojených s financováním kulturních projektů.

Další překážkou je neefektivní systém hodnocení přínosu KKO, jenž ztěžuje transparentní alokaci finančních prostředků a omezuje možnosti strategického plánování v oblasti kulturní a kreativní politiky. Absence systematické podpory ze strany ministerstev oslabuje postavení KKO v rámci regionálního rozvoje a snižuje šance na získávání dodatečných finančních zdrojů.

Nedostatečně koordinovaná spolupráce představuje významnou překážku efektivnímu rozvoji KKO, jelikož omezuje možnosti pro vznik nových kulturních a kreativních projektů a jejich dlouhodobou udržitelnost.

#### **Typové opatření**

##### **Optimalizace krajské grantové politiky**

Optimalizace podpůrných finančních mechanismů pro kulturní a kreativní odvětví (KKO) by měla zahrnovat rozšíření spektra podporovaných oblastí, zjednodušení administrativních procesů spojených s grantovým řízením a zvýšení flexibility při využívání rozpočtu dle aktuálních potřeb jednotlivých projektů. Klíčovým předpokladem pro efektivní implementaci těchto změn je expertní evaluace stávajícího grantového systému. Současně by mělo být provedeno důkladné zmapování potřeb žadatelů a následné přenastavení mechanismů financování na základě zjištěných poznatků.

Jedním z nejčastějších problémů, kterým žadatelé čelí, je finanční nejistota spojená s jednoletými granty. Zavedení víceletých grantových schémat by mohlo výrazně přispět k posílení stability a udržitelnosti prioritních kulturních a kreativních projektů, čímž by se vytvořily příznivější podmínky pro jejich dlouhodobý rozvoj a strategické plánování.

Součástí rozšíření spektra podporovaných oblastí je na jaře 2025 připravovaná výzva na podporu **Kulturních a kreativních center**, jejímž cílem je podpora rozvoje kulturních a kreativních odvětví (KKO) prostřednictvím vytvoření technického zázemí a infrastruktury na základě dílčích či celkových rekonstrukcí stávajících objektů (včetně dlouhodobě nevyužívaných budov) a nákupu potřebného vybavení pro aktivity KKO. Záměrem je vytvořit prostředí pro realizaci kulturních a kreativních činností a síťování aktérů KKO v Moravskoslezském kraji. Podpora bude poskytnuta v rámci Operačního programu Spravedlivé transformace 2021–2027.

#### **Typové opatření**

##### **Pořádat školení a semináře k existujícím dotačním programům podpory pro žadatele**

Školení a odborné semináře představují klíčový nástroj pro překonávání administrativních bariér v kulturním a kreativním sektoru (KKO). Jejich realizace přispívá ke zvýšení orientace subjektů v legislativních a administrativních procesech, což vede ke snížení chybovosti při podávání žádostí o finanční podporu. Zároveň umožňují efektivnější využívání dostupných finančních zdrojů, čímž podporují udržitelný rozvoj kulturních a kreativních iniciativ. Posílení kompetencí aktérů v oblasti administrace a strategického plánování rovněž přispívá k celkové profesionalizaci sektoru a zvyšuje jeho odolnost.

#### **Typové opatření**

##### **Užší propojení a spolupráce s MSIC při finanční a nefinanční podpoře podnikání v KKO**

Toto opatření je zaměřeno na systematické posilování spolupráce mezi kulturním a kreativním sektorem a Moravskoslezským inovačním centrem (MSIC). Jeho hlavním cílem je zlepšit přístup podnikatelů působících v oblasti KKO k dostupným finančním i nefinančním formám podpory, čímž se zvýší jejich možnosti pro rozvoj podnikatelských aktivit a inovací. Současně má opatření podpořit dlouhodobou udržitelnost subjektů KKO v rámci regionální ekonomiky. Vytváření příznivějších podmínek pro kulturní a kreativní podnikání v Moravskoslezském kraji tak může pozitivně ovlivnit nejen konkurenceschopnost jednotlivých aktérů, ale i celkovou dynamiku rozvoje tohoto sektoru.

#### **Příklady projektů:**

Filmové vouchery

Výzva na podporu Kulturních a kreativních center (na jaře v roce 2025 v přípravě)

Webináře města Ostravy k Programu podpory kultury a zachování kulturního dědictví, viz <https://kulturova.cz/pro-poradatele/dotace/dotace-statutarniho-mesta-ostravy-v-oblasti-kultury/>

Podnikavky MSK (propojení MSIC, Krajské hospodářské komory, CzechInvest a Impact Hub Ostrava)

## Implementační část

### Akční plán pro rok 2025

Implementační část představuje první konkrétní kroky k naplnění Strategického rámce rozvoje kulturních a kreativních odvětví v Moravskoslezském kraji. Akční plán pro rok 2025 je navržen jako úvodní etapa, jejímž hlavním cílem je vytvoření stabilního institucionálního základu pro další rozvoj této oblasti.

Zvolené aktivity reagují na klíčová zjištění z analytické a návrhové části Strategie, zejména na potřebu systematické koordinace, efektivní komunikace a síťování mezi hlavními aktéry kreativního ekosystému. Akční plán se proto zaměřuje na ustavení koordinační struktury, vytvoření odborné pozice krajského koordinátora a zahájení činnosti Platformy pro rozvoj KKO jako multisektorového poradního a síťovacího tělesa.

Realizace těchto aktivit položí základy pro systematickou a dlouhodobou podporu KKO v regionu a umožní efektivní plánování dalších letů.

## Název aktivity 1: **Vytvoření pracovního místa Krajského koordinátora KKO**

**Vazba na prioritní oblast:** C: Instituce, síťování

**Indikátor dosažení:** vytvoření pracovní pozice Krajského koordinátora

**Nositel aktivity:** Krajský koordinátor KKO: Černá kostka

**Stručný popis aktivity:** Cílem aktivity je vytvoření pracovní pozice Krajského koordinátora kulturních a kreativních odvětví (KKO), který bude zajišťovat systematickou podporu, koordinaci a propojení klíčových aktérů napříč veřejnou správou, akademickým sektorem, podnikatelským prostředím a kulturně-kreativním ekosystémem. Koordinátor (resp. koordinační tým) bude hrát klíčovou roli v implementaci strategie KKO v MSK, podporovat síťování, sdílení know-how a zapojení regionu do národních i mezinárodních struktur.

### **Role a odpovědnosti koordinátora KKO:**

#### Strategická koordinace a zastřešení komunikace

- Spolupráce s Odborem kultury a památkové péče MSK, který je strategickým partnerem rozvoje KKO v kraji.
- Zajištění efektivního propojení mezi krajskými, městskými a obecními odbory kultury a dalšími veřejnými institucemi, aby se podpora KKO stala součástí širšího regionálního rozvoje.

#### Síťování a podpora ekosystému KKO

- Aktivní spolupráce s MSIC, Krajskou hospodářskou komorou a dalšími subjekty, které mohou napomoci propojování KKO s trhem a ekonomikou.
- Podpora podnikatelských iniciativ v KKO, včetně inkubátorů, mentoringu a grantového poradenství.
- Navazování a rozvoj spolupráce s kreativními huby, coworkingovými centry a odbornými platformami, které tvoří infrastrukturu pro růst KKO v kraji.

#### Zapojení do regionálních, národních a mezinárodních strategií

- Podílí se na tvorbě regionálních a národních strategií v oblasti KKO.
- Podporuje účast kraje v relevantních národních a mezinárodních projektech a sítích, čímž napomáhá přenosu znalostí, příležitostí a financování do regionu.

#### Podpora informovanosti a odborného poradenství

- Zajišťuje cílené poradenství a konzultace pro aktéry KKO v oblasti financování, podnikání, legislativy a strategického rozvoje.
- Organizuje pravidelná setkání, workshopy a vzdělávací akce, které posilují síťování mezi subjekty KKO a dalšími odvětvími.

**Časový harmonogram:** 1. 9. 2025

**Náklady na aktivitu a identifikace možných finančních zdrojů:** Pracovní pozice vznikne za využití finančních prostředků Černé kostky, a to ve výši 600 000 Kč/ročně.

## Název aktivity 2: **Vytvoření Platformy pro rozvoj KKO**

**Vazba na prioritní oblast:** C: Instituce, síťování

**Indikátor dosažení:** Vytvoření Pracovní platformy

**Nositel aktivity:** Krajský koordinátor KKO: Černá kostka

**Stručný popis aktivity:** Platforma pro rozvoj KKO bude složena z omezeného počtu účastníků a bude fungovat jako poradní orgán Krajského koordinátora. Rada bude složena zejména ze zástupců co nejširšího spektra zainteresovaných skupin v oblasti KKO a oblastech navazujících. Rada se bude scházet opakovaně na pravidelné bázi, fyzicky či v online režimu. Rada musí mít dobré technické zázemí, zejména klíčová je role tajemníka pracovní skupiny. Ten se stará o seznání, setkání, zápisy, jejich zveřejňování, ale i dodržování termínů. Rada bude fungovat po dobu nezbytně nutnou.

Základní pracovní náplní Platformy pro rozvoj KKO bude dohled nad naplňováním Strategie pro podporu regionálního rozvoje kulturních a kreativních odvětví v Moravskoslezském kraji

Návrh ideálního složení pracovní skupiny:

● Náměstek hejtmána ● Zástupci PS Atraktivnější a kulturnější kraj ● Zástupci odboru regionálního rozvoje a cestovního ruchu kraje ● Zástupci vybraných obcí ● Zástupci vybraných odborů kultury ● Zástupci příspěvkových organizací kraje ● Zástupci OSU, VŠB-TUO a základních a středních uměleckých škol ● Zástupci MSIC ● Zástupci Krajské hospodářské komory ● Zástupci významných kulturních institucí ● Zástupci odborných platforem KKO ● Zástupce nezávislé kulturní scény a iniciativ ●

**Časový harmonogram:** v průběhu podzimu 2025 (nejpozději 30.11.2025).

**Náklady na aktivitu a identifikace možných finančních zdrojů:** provozní náklady nositele aktivity

### **Název aktivity 3: Úvodní setkání Platformy pro rozvoj KKO**

**Vazba na prioritní oblast:** C: Instituce, síťování

**Indikátor dosažení:** Počet zastoupených organizací /Počet účastníků setkání

**Nositel aktivity:** Krajský koordinátor pro rozvoj KKO

**Stručný popis aktivity:**

Úvodní setkání Rady pro rozvoj KKO na podzim 2025 a definování aktivit pro roky 2026-2027 a vytvoření Akčního plánu na následující období

Pravidelná neformální setkávání kulturních aktérů

**Časový harmonogram:** podzim 2025

**Náklady na aktivitu a identifikace možných finančních zdrojů:** provozní náklady nositele aktivity

## Zdroje a odkazy na literaturu

- [1] Andersson, M.; Klaesson, J.; Larsson, J.P. How Local are Spatial Density Externalities? Neighbourhood Effects in Agglomeration Economies. *Regional Studies* 2016, 50, 1082–1095.
- [2] Aslesen, H. W., & Isaksen, A. Knowledge intensive business services and urban industrial development. *The Service Industries Journal* 2007, 27, 321–338.
- [3] Boix, R.; Hervás-Oliver, J.L.; De Miguel-Molina, B. Micro-geographies of creative industries clusters in Europe: From hot spots to assemblages. *Papers in Regional Science* 2015, 94, 753–772.
- [4] Camacho-Ballesta, J., Melikhova, Y., & Hernández-Peinado, M. Localization of business services in European regions: large urban areas stand out. *European Planning Studies* 2013, doi:10.1080/09654313.2013.819416.
- [5] Ciarli, T., Meliciani, V., & Savona, M. Knowledge dynamics, structural change and the geography of business services. *Journal of Economic Surveys* 2012, 26, 445–467.
- [6] Coe, N. M., & Townsend, A. R. Debunking the myth of localized agglomerations: the development of a regionalized service economy in South-East England. *Transactions of the Institute of British Geographers* 2020, 23, 1–20.
- [7] Coffey, W., & Shearmur, R. The growth and location of high order services in the Canadian Urban System, 1971–1991. *The Professional Geographer* 1997, 49, 404–418.
- [8] Crone, M., Watts, D. The determinants of regional sourcing by multinational manufacturing firms: evidence from Yorkshire and Humberside, UK. *European Planning Studies* 2003, 11, 717–737.
- [9] Cruz, S.S. and Teixeira, A.A.C. The neglected heterogeneity of spatial agglomeration and colocation patterns of creative employment: evidence from Portugal. *Annals of Regional Science* 2015, 54, 143–177.
- [10] Cuadrado-Roura, J. R. Service industries and regions. Berlin: *Advances in Spatial Science*. Springer. 2013.
- [11] Delgado-Márquez, B. L., & García-Velasco, M. M. Geographical distribution and regional specialization of knowledge-intensive business services: an empirical investigation across European regions. In J.R. Cuadrado-Roura (Ed.), *Service industries and regions*. Berlin: Springer. 2013.
- [12] Duranton, G. and Puga, D. From sectoral to functional urban specialisation. *Journal of Urban Economics* 2005, 57, 2: 343–370.
- [13] Escalona-Orcao, A.I., Escolano-Utrilla, S., Sáez-Pérez, L.A. and Sánchez-Valverde Garcia, B. The location of creative clusters in non-metropolitan areas: A methodological proposition. *Journal of Rural Studies* 2016, 45, 112–122.
- [14] Fahmi, F.Z.; Koster, S.; van Dijk, J. The location of creative industries in a developing country: The case of Indonesia. *Cities* 2016, 59, 66–79.
- [15] Gallego, J. and Maroto, A. 2015. The specialization in knowledge-intensive business services (KIBS) across Europe: permanent co-localization to debate. *Regional Studies* 2015, 49, 4, 644–664.
- [16] Henderson, V. Marshall's scale economies. *Journal of Urban Economics* 2003, 53, 1–28.
- [17] Hutton, T.A. Trajectories of the new economy: Regeneration and dislocation in the inner city. *Urban Studies* 2009, 46, 987–1001.
- [18] Keeble, D. and Nachum, L. Why do business service firms cluster? Small consultancies, clustering and decentralization in London and Southern England. *Transactions of the Institute of British Geographers* 2002, 27, 1, 67–90

- [19] Lazzeretti, L.; Boix, R.; Capone, F. Do creative industries cluster? Mapping creative local production systems in Italy and Spain. *Industry and Innovation* 2008, 15, 549–567.
- [20] Lazzeretti, L., Capone, F. and. Boix, R. Reasons for clustering of creative industries in Italy and Spain. *European Planning Studies* 2021, 20, 8, 1243–1262.
- [21] Lorenzen, M. and Frederiksen, L. 2008. Why do cultural industries cluster? Localisation, urbanization, products and projects. In *Creative Cities, Cultural Clusters and Local Economic Development*. Eds.: Cooke, P. and Lazzeretti, L., Cheltenham, Edward Elgar, 155–179.
- [22] Marketingová a komunikační strategie inovačního ekosystému Moravskoslezského kraje na období 2024-2027 [online], 2024. In: . s. 57 [cit. 2024-10-30]. Dostupné z: [https://rismk.cz/wp-content/uploads/2024/08/MarKom-strategie-IE-MSK\\_final.pdf](https://rismk.cz/wp-content/uploads/2024/08/MarKom-strategie-IE-MSK_final.pdf)
- [23] Merino, F. and Rubalcaba, L. Are knowledge-intensive services highly concentrated? Evidence from European regions 2013, *Tijdschrift voor Economische en Sociale Geografie* 104, 2, 215–232,
- [24] Müller, K.; Rammer, C.; Trüby, J. The role of creative industries in industrial innovation. *Innovation: Management, Policy and Practice* 2009, 11, 148–168.
- [25] Parr, J.B. Agglomeration economies: Ambiguities and confusions. *Environment and Planning A* 2002, 34, 717–731.
- [26] Rumpel, P., Slach, O., Koutský, J. (2010): Creative Industries in Spatial Perspective in the Old Industrial Moravian-Silesian Region. *E+M Ekonomie a Management*, vol. 8, no. 4, p).
- [27] Shearmur, R., & Doloreux, D. Urban hierarchy or local buzz? High-order producer service and (or) knowledge-intensive business service location in Canada, 1991–2001. *Professional Geographer* 2008, 60, 333–355.
- [28] Shearmur, R., & Doloreux, D. Knowledge-intensive business services (KIBS) use and user innovation: high-order services, geographic hierarchies and internet use in Quebec's manufacturing. *Regional Studies* 2014, doi:10.1080/00343404.2013.870988.
- [29] Slach, O., Koutský, J., Novotný, J., Ženka, J. (2013): Creative Industries In The Czech Republic: A Spatial Perspective. *E&M Economics and Management*, vol. 16, no. 4, p. 14- 29)
- [30] Spencer, G.M. Knowledge Neighbourhoods: Urban Form and Evolutionary Economic Geography. *Regional Studies* 2015, 49, 883–898.
- [31] Strategie rozvoje Moravskoslezského kraje 2019–2027 [online]. [cit. 2025-09-30]. Dostupné z: doi:Strategie rozvoje Moravskoslezského kraje 2019–2027
- [32] Storper, M.; Venables, A.J. Buzz: Face-to-face contact and the urban economy. *Journal of Economic Geography* 2004, 4, 351–370.
- [33] Ženka, J.; Krtička, L.; Paszová, L.; Pundová, T.; Rudincová, K.; Šťastná, S.; Svetlíková, V.; Matula, J. Micro-geographies of information and communication technology firms in a shrinking medium-sized industrial city of ostrava (Czechia). *Land* 2021, 10.
- [34] Ženka, J.; Slach, O.; Ivan, I. Spatial patterns of knowledge-intensive business services in cities of various sizes, morphologies and economies. *Sustainability (Switzerland)* 2020, 12, 1–19.
- [35] Ženka, J.; Slach, O. How do various types of regions attract creative industries? Comparison of metropolitan, old industrial and rural regions in czechia. *Hungarian Geographical Bulletin* 2018, 67, 239–257.
- [36] Ženka, J.; Novotný, J., Slach, O., Ivan, I. Spatial Distribution of Knowledge-Intensive Business Services in a Small Post-Communist Economy. *Journal of Knowledge Economy*, 8, 385-406.

## Příloha 1: Návaznost Strategie na další koncepční dokumenty

Strategie je provázaná s existujícími strategickými dokumenty v oblasti podpory rozvoje kultury a kreativních odvětví na mezinárodní, národní, krajské i lokální úrovni. Řada z nich (v Tabulce X jsou označeny \*) byla analyzována při tvorbě Koncepce rozvoje kultury statutárního města Ostravy<sup>1</sup>, některé jsou detailně zpracovány v tomto dokumentu.

**Tabulka 6: Analyzované koncepční dokumenty**

| Mezinárodní úroveň                              | Národní úroveň                                     | Krajská úroveň                                                                                         | Lokální úroveň                                              |
|-------------------------------------------------|----------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------|
| <b>UNCTAD: Výhled kreativní ekonomiky 2018*</b> | Státní kulturní politika 2021-2025+                | Strategie Moravskoslezského kraje 2019-2027                                                            | Strategie ITI ostravské aglomerace*                         |
| <b>Agenda 21 pro kulturu*</b>                   | Strategie rozvoje KKO                              | RIS MSK 2021-2027, včetně aktualizace 7/2024                                                           | Strategický plán rozvoje města Ostrava 2017–2023 – FAJNOVA* |
|                                                 | Digitální Česko                                    | Marketingová a komunikační strategie inovačního ekosystému Moravskoslezského kraje na období 2024-2027 | Koncepce rozvoje kultury statutárního města Ostravy (2021)  |
|                                                 | Národní politika VaV 21+                           | Koncepce rozvoje venkova Moravskoslezského kraje pro období 2018-2023                                  | Koncepce walkability Ostravy (2024)                         |
|                                                 | Národní RIS3                                       | Strategie řízení cestovního ruchu Moravskoslezského kraje 2021–2025                                    |                                                             |
|                                                 | Strategie podpory malých a středních podniků 21-27 | Strategický rámec hospodářské restrukturalizace Ústeckého, Moravskoslezského a Karlovarského kraje*    |                                                             |
|                                                 | Exportní strategie 20+                             |                                                                                                        |                                                             |
|                                                 | Strategie vzdělávací politiky 2030+                |                                                                                                        |                                                             |
|                                                 | Strategie rozvoje cestovního ruchu ČR 2021-2030    |                                                                                                        |                                                             |
|                                                 | Strategie regionálního rozvoje ČR 2021+*           |                                                                                                        |                                                             |

\*Dostupné v příloze č. 4 Koncepce rozvoje kultury SMO

**Mezi strategické dokumenty v oblasti podpory rozvoje kultury a kreativních odvětví na národní úrovni, se kterými je Strategie úzce provázaná, patří tyto:**

### **Státní kulturní politika 2021-2025+**

SKP cílí na rozvoj KKO prostřednictvím mapování, analýzy dat a síťování aktérů, což Strategie naplňuje.

#### **Cíl 4 - Rozvoj kulturních a kreativních odvětví**

Prvním nutným krokem podpory také bude lepší mapování oblasti KKO a analýza dat. Jelikož se jedná o značně fragmentovaný sektor a mnoho projektů vyžaduje spolupráci kreativních profesionálů, bude mezi hlavní snahy MK patřit síťování a podpora rozvoje dovedností. Jedná se o propojování kreativců nejen mezi sebou, ale i se vzdělávacími institucemi, s malými a středními podniky či s dalšími aktéry veřejné správy. Zásadní je i síťování v rámci celosvětové kreativní komunity a podpora internacionalizace.

### **Strategie rozvoje kulturních a kreativních odvětví**

Podporu KKO na národní úrovni podrobně představuje Strategie rozvoje kulturních a kreativních odvětví. Mezi její hlavní cíle patří vznik dobré infrastruktury pro podporu ať již ve formě oddělení KKO, nebo formou úzké spolupráce s dalšími klíčovými aktéry, jako je například Ministerstvo průmyslu a obchodu, Ministerstvo zahraničních věcí, CzechInvest, inovační a kreativní centra aj.

### **Digitální Česko**

Zde je tematika KKO relevantní ve vztahu v oblasti vzdělávání (připravenost na měnící se potřeby trhu práce) a přístupu k digitálnímu obsahu.

### **Národní politika výzkumu a vývoje ČR 21+**

Dokument cílí mimo jiné na podporu spolupráce výzkumné a aplikační sféry a uplatnění jejich výsledků v humanitních a společenských vědách včetně uplatnění v KKO. Opatření bude realizováno novými programy navazujícími na stávající, a to MK NAKI III (2023–2030) a TA ČR navazujícím ÉTA (podle aktuálních možností státního rozpočtu ČR).

### **Národní RIS 3 21-27**

Dle národní RIS 3 jsou kulturní a kreativní odvětví nástrojem akcelerace socioekonomického rozvoje. Propojení KKO s technologiemi a tradičním průmyslem disponuje v ČR potenciálem posunout ekonomiku k tvorbě výrobků a služeb s vysokou přidanou hodnotou a ke zvýšení konkurenceschopnosti této produkce na zahraničních trzích. Významnou roli v tomto směru hraje design.

### **Strategie podpory malých a středních podniků 21-27**

Tématu KKO se v této Strategii dotýká Specifický cíl: Zvýšení kvality, účinnosti a relevance přípravy na budoucí povolání: „Stále více sílí potřeba rozvoje a podpory digitálních dovedností, jež jsou důležité hlavně z hlediska připravenosti pracovní síly. Kromě budování technických a digitálních dovedností je rovněž potřeba se zaměřit na měkké dovednosti jako jsou kreativní a

kritické myšlení, prezentace a komunikace. Zároveň je potřeba posílit výsledky v oblasti podnikatelského vzdělávání.“ Cíl má být naplněn realizací tímto opatřením: Realizovat opatření stanovená ve Strategii vzdělávací politiky ČR 2030+ se zaměřením na oblast digitální a finanční gramotnosti, měkkých dovedností, kritického a kreativního myšlení a STEM dovedností.

U specifického cíle: „Vytvoření vyspělého inovačního ekosystému založeného na domácím VaV“ je jedním z opatření „Podporovat inovativní podnikání a poskytování informací o Key Enabling Technologies a prioritních odvětvích (např. kulturních a kreativních průmyslech)“.

### **Exportní strategie 20+**

Misí strategie je stimulovat české firmy v rozvíjení jejich inovačního a exportního potenciálu, zvýšit přidanou hodnotu a ekonomický zisk českých firem a povzbuzovat jejich globální ambice. Klíčovou roli v tomto procesu má hrát mimo jiné Design Centrum CzechTrade.

### **Strategie vzdělávací politiky ČR do roku 2030+**

Mezi strategické linie koncepčního dokumentu v oblasti vzdělávání patří: Proměna obsahu, způsobů a hodnocení vzdělávání. Ta by měla být realizována inovacemi obsahu, metod a forem vzdělávání, včetně digitálního vzdělávání a občanského vzdělávání (mediální gramotnost) a podporou organizací a aktivit v neformálním vzdělávání (snaha více propojit školy s neškolními zařízeními, kteří se specializují na určité vzdělávací a kreativní obory) – důležitost existence pestré nabídky.

Vzdělávání v oblasti kreativních a kulturních odvětví by mělo být mezioborové a propojovat různé předměty a dovednosti, jako je umění, design, hudba a další, navázání spolupráce s umělci, kulturními institucemi a organizacemi z řad kreativního a kulturního sektoru, aby bylo možné lépe propojit vzdělávání se skutečnými potřebami a trendy v těchto odvětvích.

### **Strategie rozvoje cestovního ruchu ČR 2021-2030**

Dle Strategie je cestovní ruch považován za širší součást KKO, filmový turismus je součástí CR, je nutná kreativní propagace produktů CR.

Prioritní okruh Inovativní nabídka a zážitky-Opatření: 2.2 Zachování potenciálu kulturního, technického a přírodního dědictví, kulturní krajiny a využití kulturních a kreativních průmyslů v CR (inovativní přístupy v interpretaci dědictví a tvorbě autentické nabídky CR).

**Na regionální úrovni Strategie koresponduje s těmito strategickými dokumenty:**

### **Strategie Moravskoslezského kraje (2019-2027)**

V rámci prioritní tematické oblasti Atraktivnější a kulturnější kraj je jedním ze strategických cílů “Vytváření podmínek pro nová pracovní místa v kulturně kreativních odvětvích a zvýšení podílu kulturních a kreativních odvětví na regionální ekonomice.” Pro naplnění tohoto cíle jsou definovány opatření v podobě mapování KKO a vytváření podmínek pro rozvoj KKO, což plně koresponduje s touto Strategií.

Strategie MSK zdůrazňuje význam kultury a kreativity pro regionální rozvoj, a to zejména v prioritě "ATRAKTIVNĚJŠÍ A KULTURNĚJŠÍ KRAJ". Kulturní a kreativní odvětví jsou vnímány jako prostředky pro zlepšení image kraje a zvýšení jeho atraktivity pro obyvatele i návštěvníky.

Strategie klade důraz na význam kultury a kreativních odvětví jako klíčových faktorů pro zlepšení kvality života v regionu, ekonomický růst a sociální soudržnost. Kulturní a kreativní sektor je vnímán jako motor inovací, který může přispět k transformaci regionu a vytvořit atraktivní a dynamické prostředí pro jeho obyvatele i návštěvníky.

### **Regionální inovační strategie Moravskoslezského kraje 2021–2027**

Regionální inovační strategie MSK 2021–2027 tvoří přílohu ke „#hrajemskrajem - Strategii rozvoje Moravskoslezského kraje 2019–2027“ (SRK MSK), která byla schválena zastupitelstvem MSK v prosinci 2019. RIS MSK navazuje a rozvíjí horizontální témata SRK MSK a Strategického plánu rozvoje města Ostravy na období 2017–2023 (FAJNOVA) a definuje oblasti, které jsou nutné pro splnění definice „chytré specializace“ tj. definuje vizi regionálního inovačního ekosystému, popisuje nastavení EDP („Entrepreneurial Discovery Process“), identifikuje domény strategické specializace MSK, představuje směřování v oblasti mezinárodní spolupráce, a popisuje systém monitoringu a evaluace realizovaných aktivit. Cíle RIS MSK odráží oblasti změn v 2 horizontálních oblastech SRK MSK „Podnikavější a inovativnější kraj“ a „Vzdělanější a zaměstnanější kraj“ a ve 2 horizontálních oblastech FAJNOVA „Zlepšit prostředí pro rozvoj podnikání“ a „být centrem prvotřídního vzdělávání“.

Z pohledu technologických oblastí bylo v MSK formulována doména specializace Kulturní a kreativní průmysl a zaměření na audiovizuální technologie a design.

V rámci RIS MSK budou také podporovány společensko-vědní obory, které mají vliv na úspěšnou transformaci regionu nejen ve smyslu minimalizace nákladů spojených se změnami v ekosystému, které ponесou obyvatelé kraje, ale především také jako podpory transformace společenskými proměnami a posílení participace samotných obyvatel kraje na procesu. Společensko-vědní výzkum může výrazně přispět k návrhům řešení konkrétních výzev v sociální oblasti, které transformace regionu prakticky přinese. Dopady transformace na společnost ovlivní vnímání kvality života v regionu.

Horizontální principy, které podpora společenskovedních oborů zahrnuje, jsou:

- participace obyvatel na rozvoji jejich regionu a komunity;
- dialog všech dotčených hráčů a komunit, posílení efektivní spolupráce a interdisciplinární přístup;
- budování a rozvoj regionálních kapacit;
- identifikace talentů a regionálně specifických dovedností a jejich rozvoj;
- posilování znalostní základny pro úspěšnou transformaci;
- promyšlené strategické plánování a jeho vyhodnocování;
- zvyšování kvality života v regionu a prevence odlivu obyvatel.

### **Aktualizace RIS MSK 07/2024**

V aktualizaci dokumentu z července roku 2024 se objevuje krajská doména specializace s číslem 8 a názvem Kulturní a kreativní průmysl:

*„Kulturní a kreativní odvětví jsou považovány za jeden motorů socioekonomického růstu vyspělých států a regionů a za zdroj inspirace a nových přístupů, které lze využít napříč různorodými hospodářskými aktivitami v podnikání, vzdělávání, cestovním ruchu, vědě a výzkumu, mezinárodním marketingu a brandingu kraje a v něm lokalizovaných měst.*

*Zesilující konkurence na globálních trzích vede lokální firmy ke stále větší potřebě zaměřit se na preference a motivace zákazníků. Právě inspirace z kulturních a kreativních odvětví může přispět k hledání inovativních řešení a originálního designu produktů i služeb tam, kde se technika a nákladová optimalizace dostaly na hranu svých možností. Úzké sepětí mezi moderními technologiemi, digitalizací a originálním designem používá stále více mladých úspěšných firem. V případě MSK může být příkladem firma Invent Medical se svým důrazem na průmyslový design a estetiku.*

*Příklady firem: Invent Medical, SprayVision, Tasty Air, Perun Creative, BeeWooden, Lumitrix.“*

V rámci implementace RIS funguje několik pracovních skupin, které se tematicky dotýkají i KKO (Podnikavý region, Talent management a další). Marketingová a komunikační strategie inovačního ekosystému Moravskoslezského kraje na období 2024-2027

Role strategie je podpořit plnění cílů aktuálních strategických dokumentů, primárně RIS MSK, strategie rozvoje MSK a SMO. Strategie přispívá ke zlepšování reputace MSK v tématech inovační podnikání, výzkum a vývoj. Dle strategie jsou pracovníci kreativních průmyslů součástí inovačního ekosystému Moravskoslezského kraje (IE MSK).

### **Transformační plán Moravskoslezského kraje**

Projekt je také v souladu programem Transformačního plánu MSK. V rámci podpory Digitálního a kreativního regionu je specifickým cílem Rozvoj kulturního a kreativního sektoru. K podporovaným opatřením patří mj. Vytvoření udržitelné infrastruktury (ekosystému) pro rozvoj kulturního a kreativního odvětví, Oživování sídelních center a zvyšování atraktivity veřejného prostoru prostřednictvím kulturního a kreativního odvětví.

### **Koncepce rozvoje venkova Moravskoslezského kraje pro období 2018-2023**

Kulturní a kreativní odvětví nejsou v dokumentu explicitně zmíněny, nicméně kultura je vnímána jako důležitý faktor pro rozvoj venkova.

Koncepce obsahuje čtyři prioritní oblasti: 1. Konkurenceschopnost, 2. Dostupnost, 3. Životní prostředí a 4. Spolupráce a síťování. Každá prioritní oblast obsahuje návrhy typových opatření pro řešení popsanych problémů. Realizace navržených opatření přispěje k pozitivnímu vývoji ve venkovských oblastech Moravskoslezského kraje.

Podobně jako celý MSK, také jeho venkov charakterizují výrazné geografické, sociální a ekonomické rozdíly. V řadě obcí ubývá obyvatel, kumuluje se vysoká nezaměstnanost, sociální problémy, nízká podnikatelská aktivita a nedostatečná obnova a dostupnost služeb. Jejich řešení je předmětem fragmentovaných vzájemně nepropojených politik různých aktérů.

Základní kulturní vybavení má většina obcí regionu, největším bohatstvím je tradiční folklór a místní kulturní komunitní aktivity Alespoň jedno kulturní zařízení je téměř v 90 % obcí; velmi dobrá je dostupnost kulturních zařízení v okolí měst zejména ve střední a východní části území. Kulturní výchova a spolková činnost v obcích vychází z pestrého folklóru a různorodých tradic (folklorní soubory, lidové školy umění, místní kulturní akce ad.) a hraje důležitou rozvojovou roli. Na území regionu jsou významné kulturní památky, především malé obce však nedisponují dostatečnými zdroji na jejich opravu, nebo údržbu.

Nízká podnikatelská aktivita v celém kraji se projevuje i ve venkovských obcích, nejnižší je na Karvinsku.

Kraj vykazuje v ekonomické aktivitě firem výrazné rozdíly, nejvíce podnikatelských subjektů je v rekreační oblasti Beskyd, nejméně podnikatelských subjektů na počet obyvatel je v obcích na Karvinsku, Orlovsku, Havířovsku a Bohumínsku, kam nejvíce dopadá útlum tradičních průmyslových odvětví spojených s těžbou uhlí. Venkovské obce nabízejí k využití řadu ploch a objektů, chybí ale podpůrné služby na podporu podnikavosti a ubývá zemědělských aktivit. V kraji je nízká míra inovativnosti firem, což se projevuje ještě výrazněji i v inovativnosti firem ve venkovských oblastech.

Nevyužitý rekreační potenciál je v oblasti Oderských vrchů, Vítkovska, Budišovska a Osoblažska a nedostatečně je využit také potenciál přeshraniční spolupráce a poptávky.

Kvalita života – co obce potřebují: Zajištění podmínek pro společenský, kulturní a aktivní rozvoj v obci, včetně spolkové činnosti. Kultura, sport, volnočasové aktivity, spolková činnost, vč. dobrovolných hasičů apod. · Venkovským obcím chybí zejména komunitní centra – veřejná víceúčelová zařízení, ve kterých lze realizovat sociální, vzdělávací, kulturní a rekreační aktivity. Důležitou součástí kultury na venkově je spolková činnost a společenské akce.

Komunitně vedený místní rozvoj

Spolková činnost · Velmi důležitou součástí kulturního a společenského života na venkově je spolková činnost, ať už se jedná o místní folklorní soubory, lidové školy umění, ochotnické spolky, nebo další umělecké a vzdělávací skupiny, které často těží z pestrého folkloru a různorodých tradic. Tato činnost je běžně podporována z obecních rozpočtů, které však nestačí na financování nezbytné infrastruktury. · Podle strategií MAS chybí venkovským obcím zejména komunitní centra – veřejná víceúčelová zařízení, ve kterých se setkávají členové komunity za účelem společných sociálních, vzdělávacích, kulturních a rekreačních aktivit zacílených na zlepšení sociální situace těchto jednotlivců a komunity jako celku. · Podpora kulturní a spolkové činnosti je primárně záležitostí obcí, rozpočty (zvláště u menších obcí) ale neumožňují podporovat akce a výměny regionálního, nebo mezinárodního významu.

Vzdělávání a zaměstnanost

Co obce nejvíce potřebují: · Zlepšení infrastruktury pro vzdělávání · Zvýšení počtu lidí s podnikatelským duchem, samostatně ekonomicky aktivních a činných · Zlepšení provázanosti znalostí, dovedností a kompetencí, které žáci a studenti získají na školách, s potřebami zaměstnavatelů · Zvýšení uplatnitelnosti účastníků celoživotního vzdělávání · Pokles obcí s extrémním podílem dlouhodobě nezaměstnaných obyvatel · Snížení územních rozdílů mezi obcemi v zázemí měst a obcemi vzdálenějšími od ekonomických center

Podnikání a pracovní místa

Co obce potřebují: · Zvýšení počtu malých a středních podniků na venkově · Zvýšení počtu nových/dostupných pracovních míst na venkově · Zvýšení objemu nových investic na území venkovských obcí · Zvýšení povědomí podnikatelů o podnikatelských příležitostech na trzích v ČR a v zahraničí

Lokální ekonomika

Co obce potřebují: · Zvýšení produktivity místních firem · Zvýšení poptávky po lokálních produktech · Podpora podnikavosti podle konkrétních výhod daného místa (zemědělské

podmínky, cestovní ruch apod.) · Specializace lokální ekonomiky · Zvýšení počtu inovujících malých a středních firem

### **Strategie řízení cestovního ruchu Moravskoslezského kraje 2021–2025**

Strategie řízení cestovního ruchu MSK pro období 2021–2025 byla zpracována pro nastavení efektivního modelu řízení cestovního ruchu na území kraje, včetně řízení lidských zdrojů působících napříč subjekty v cestovním ruchu.

Analýza návštěvníků (agregovaná data 2018 a 2019, primární sběr dat – Tracking domácího a příjezdového cestovního ruchu a GSM data): • Největší podíl na cestovním ruchu v kraji měli domácí (čeští) návštěvníci. Z aktivit dominovala pěší turistika a návštěva kulturních či technických památek (31 %).

Hrozby: zrušení klíčových sportovních i kulturních eventů

Priorita 7 – spolupráce v destinaci

Vytvoření společné mediabanky

Vizuální kompatibilita destinace

Rozvoj brandu destinace

Nosné produkty cestovního ruchu jsou:

TO Beskydy: Mezinárodní hudební festival Leoše Janáčka, Festival souznění

TO Ostravsko: Ostravské Vánoce, B4L, CoO, Janáčkův Festival,

TO Opavské Slezsko: Štěrkovna, Hrady.cz, Kravařský odpust, Bezručova Opava, Beethovenův Hradec

TO Jeseníky: Krnovské hudební slavnosti,

### **Koncepce rozvoje kultury SMO, #kultura2030**

Ostravská Koncepce má 4 prioritní oblasti a 9 strategických cílů v oblasti kultury a kreativních odvětví. Dle Koncepce je „Ostrava v roce 2030 inspirující a pulzující kulturní středoevropskou metropolí, která vytváří stimulující prostředí pro rozvoj kulturních a kreativních činností. Ostravská kultura je neoddělitelnou součástí každodenního života jejích obyvatel“.

Prioritní oblasti a strategické cíle Koncepce jsou tyto:

A. Infrastruktura a městský rozvoj

Strategický cíl 1: Dobudovat kulturní infrastrukturu odpovídající centru metropolitního regionu evropského významu

Strategický cíl 2: Integrovat kulturní infrastrukturu do městského organismu a městské obnovy

B. Organizace, finance a grantová politika

Strategický cíl 3: Zefektivnění organizace kultury na městské, regionální, národní a nadnárodní úrovni

Strategický cíl 4: Optimalizace financování kultury s cílem podpory prioritních aktivit

Strategický cíl 5: Optimalizace grantové politiky

C. Program, komunikace a vzdělávání

Strategický cíl 6: Rozšíření programu o nové aktivity

Strategický cíl 7: Komunikace jako předpoklad rozvoje

Strategický cíl 8: Vzdělávání v kultuře a kultura ve vzdělávání

### **Koncepce walkability Ostravy 2024**

Jedná se o koncepční dokument, který by měl být primárně zdrojem podnětů pro navazující ucelené řešení přívětivosti prostředí pro chodce. Walkability lze česky popsat právě jako přívětivost městského prostředí pro chodce, která umožňuje pěší dopravu, přičemž walkability vytváří takové prostředí, že se v něm lidé samovolně chtějí dopravovat pěšky a trávit v něm svůj volný čas. Přínosy walkability jsou: zvýšení kvality městského prostředí, zdravější populace, posílení místní ekonomiky, posílení bezpečnosti a pocitu bezpečí, posílení místní komunity, přizpůsobení se výzvám současnosti. Mezi základní principy walkability patří: podpora pěší dopravy, tvorba atraktivního městského prostředí pro život a pohyb obyvatel zohledňujícího klimatickou změnu, tvorba prostředí snižující pocitové vzdálenosti, zvýšení bezpečnosti provozu, prosazování rovnosti všech účastníků silničního provozu, zajištění přístupnosti pěších koridorů, zajištění dobré dostupnosti pro místní i dojíždějící osoby, participativní a evidence-based přístup, testování, komunikování o změnách. Dokument zmiňuje konkrétní místa v Ostravě, kde by měl být koncept walkability aplikován. V kontextu rozvoje KKO se jedná zejména o propojení historického jádra s plánovaným koncertním domem a Černou kostkou nebo napojení vlakového nádraží Ostrava-střed na oblast Nové Karoliny, respektive historického centra města.

## Příloha 2: Teoretická východiska k rozmístění KKO

KKO představují výrazný prostorový otisk kulturní ekonomiky města. Shluky KKO se nacházejí především v jádrech metropolitních regionů: centrech velkých měst a vnitřních městech. V této příloze jsou stručně nastíněna teoretická východiska lokalizace.

Pro KKO je typická vysoká míra územní koncentrace a aglomerizace (shlukování) firem (Lazzeretti a kol. 2008). Na rozdíl od poměrně rovnoměrně rozmístěných veřejných služeb se KKO výrazně soustřeďují do některých typů regionů a lokalit:

- center a vnitřních měst metropolitních regionů (Hutton 2009; Boix a kol. 2015; Spencer 2015)
- sídel v metropolitních zázemích velkých měst
- malých/středních měst s významným historickým a kulturním dědictvím (Lazzeretti a kol. 2012; Ženka a Slach 2018)
- významných turistických center (Fahmi a kol. 2016)
- některých rezidenčně atraktivních venkovských regionů s kvalitním životním prostředím (Cruz a Teixeira 2015; Escalona-Orcao a kol. 2016).

Shlukování ekonomických subjektů v KKO v metropolitních regionech je zapříčiněno zejména výhodami plynoucími z velikosti, hustoty a diversity velkých měst: tzv. urbanizačními úsporami (Lorenzen a Frederiksen 2008). Urbanizační úspory stimulují shlukování a růst KKO celou řadou efektů, mezi které patří snížení nákladů plynoucích ze sdílení technické a sociální infrastruktury, redukce dopravních a transakčních nákladů díky geografické blízkosti firem (dodavatelů i zákazníků), tvorba a rychlé šíření znalostí a inovací díky vysoce diverzifikované odvětvové struktuře ekonomiky i kvalifikační struktuře trhu práce, sdílení velkého lokálního trhu umožňujícího dosáhnout úspory z rozsahu díky vysoké specializaci, blízkost dodavatelů, zákazníků, služeb, subjektů veřejného sektoru a další efekty. Urbanizační úspory by měly být dostupné všem firmám ve velkých městech napříč odvětvími (Parr 2002) plošně na území celého metropolitního regionu, ačkoli jejich nejsilnější efekt je očekáván v městských centrech nebo obecně lokalitách s dobrou dopravní dostupností. Samotná populační velikost měst a hustota zalidnění je tedy důležitým lokalizačním faktorem firem v sektoru KKO.

Klíčovým faktorem rozmístění KKO na regionální úrovni jsou též tzv. lokalizační úspory, plynoucí ze shlukování firem ve stejném odvětví (Parr 2002). Patří mezi důležité faktory podporující vznik a růst specializovaných klastrů či průmyslových okrsků, které mohou zahrnovat až stovky firem v jednom odvětví (např. reklamě či médiích) v daném městě či regionu. Mezi hlavní mechanismy patří sdílení lokálních dodavatelů, specializovaných trhů práce a intenzivní šíření znalostí a inovací v lokálním kontextu na základě osobních kontaktů. Oproti urbanizačním úsporám se liší ve dvou základních aspektech: jsou dostupné pouze pro firmy ve stejném odvětví (nikoli napříč různými odvětvími) a mají velmi omezený územní dosah (do cca 1 km), proto stimulují shlukování firem ve zcela těsné geografické blízkosti, obvykle na úrovni městské čtvrti či dokonce ulice (Andersson a kol. 2016).

Rozmístění KKO na regionální úrovni je výslednicí působení dvou základních typů lokalizačních faktorů: tzv. centripetálních a centrifugálních faktorů (viz např. Ženka a kol. 2017). Centripetální faktory podporují shlukování subjektů KKO ve velkých městech (zejména centrech a vnitřních městech), zatímco centrifugální faktory posilují územní rozptyl firem do metropolitních zázemí, malých měst nebo i venkovských obcí. Centripetální faktory lze rozlišit na dvě základní skupiny: faktory na straně poptávky a faktory na straně nabídky (Aslesen a Isaksen 2007; Ženka a kol. 2017).

Mezi nejvýznamnější centripetální lokalizační na straně poptávky faktory patří:

- a) Geografická blízkost hlavních zákazníků (Cuadrado-Roura 2013): ústředím velkých nadnárodních korporací, veřejným institucím a službám a firmám zejména v sektoru znalostně náročných služeb softwarových firem, bank nebo center výzkumu a vývoje, které jsou výrazně koncentrovány v největších městech (např. Keeble a Nachum 2002; Camacho-Ballesta, Melikhova a Hernández-Peinado 2013; Gallego a Maroto 2013). Jejich dodavatelské řetězce jsou často velmi komplexní, založené na velmi úzké a intenzivní inovační spolupráci s klienty (Delgado-Márquez a García-Velasco 2013). Vysoká frekvence a komplexita inovační spolupráce založené často na nekodifikovaných znalostech vyžaduje častý osobní kontakt, a tedy bezprostřední geografickou blízkost kooperujících subjektů (Cuadrado-Roura 2013).
- b) Ekonomická výkonnost a velikostní struktura firem: větší města mají obvykle vyšší ekonomickou výkonnost než menší města, vyznačují se vyšší dynamikou vzniku a zániku firem a diverzifikovanou velikostní strukturou firem: kromě velkých firem jsou zastoupeny tisíce malých a středních firem. Malé a střední firmy mají vzhledem k omezeným finančním, organizačním a personálním kapacitám obecně vyšší tendenci externě nakupovat specializované služby včetně služeb poskytovaných sektorem KKO (Crone a Watts 2003).
- c) Sdílení služeb: velká města koncentrují všechny druhy obchodních i veřejných služeb. Firmy v sektoru služeb mají obecně velmi silné dodavatelské vazby na lokální úrovni (Ciarli et al. 2012; Shearmur a Doloreux 2014), neboť je pro ně snazší nalézt dodavatele na úrovni metropolitního regionu než pro často vysoce specializované firmy ve zpracovatelském průmyslu. Ačkoli zákazníci sektoru KKO mohou být firmy ve všech odvětvích, nejsilnější vazby se předpokládají u firem v sektoru znalostně náročných obchodních služeb.

Centripetální faktory na straně nabídky zahrnují zejména urbanizační úspory, trh práce, dopravní dostupnost, šíření znalostí a blízkost veřejných institucí.

- a) Urbanizační úspory (viz výše) související s velikostí města a hustotou zalidnění umožňují dosáhnout externích úspor z rozsahu. Nejenže zahrnují veřejné služby, městské, obchodní a komerční služby a dopravní a komunikační infrastrukturu (Parr 2002), ale také růst zaměstnanosti, tržní a inovační příležitosti vyplývající z ekonomické diverzity (Duranton a Puga 2005).
- b) Lokální trh práce: firmy ve znalostně náročných službách včetně KKO mají tendenci se lokalizovat v dostupnosti velkých a diverzifikovaných zdrojů kvalifikované a kreativní pracovní síly (Coffey a Shearmur 1997; Merino a Rubalcaba 2013).
- c) Blízkost sekundárních dodavatelů: firmy v sektoru KKO mají (podobně jako celý sektor služeb) intenzivní dodavatelské vazby na lokální úrovni (Coffey a Shearmur 1997; Müller a

Doloreux 2009) a vyžadují umístění nejen blízko svých hlavních zákazníků, ale také blízko svých dodavatelů (Camacho-Ballesta et al. 2013).

d) Dopravní dostupnost (akcesibilita): firmy v sektoru znalostně náročných služeb včetně KKO často směřují do velkých měst, aby získaly lepší přístup k dopravním a telekomunikačním uzlům umístěným v metropolitních regionech (Gallego a Maroto 2013). Ačkoli je pro sektor KKO obecně důležité být v bezprostřední geografické blízkosti zákazníků a dodavatelů kvůli usnadnění intenzivních osobních kontaktů, mnoho firem může vyhledávat spíše dopravní uzly zajišťující dostupnost zákazníků na regionální, národní a globální úrovni (Shearmur a Doloreux 2008), případně v online prostoru.

e) Šíření znalostí v lokálním kontextu a geografická blízkost ke zdrojům informací podporuje územní koncentraci KKO do velkých měst (Henderson 2003; Gallego a Maroto 2013), zejména je-li inovační spolupráce založena na nekodifikovatelných znalostech a komplexní spolupráci, která vyžaduje intenzivní osobní kontakt (Storper a Venables 2004).

f) Velká města (a zejména hlavní města) nabízejí přístup k vládním orgánům a souvisejícím administrativním institucím. Koncentrace rozhodovacích pravomocí a blízkost významných zdrojů zakázek veřejného sektoru přitahuje firmy ve znalostně náročných službách včetně KKO (Cuadrado-Roura 2013).

Existují také některé důvody, proč KKO směřují mimo centrální lokality velkých měst: již zmíněné centrifugální lokalizační faktory. Územní rozptyl je charakteristický pro tři typy znalostně náročných služeb včetně KKO: a) služby s nízkou přidanou hodnotou, rutinní nebo generické služby a aktivity, jejichž výroba může být standardizována; b) služby, které nevyžadují častý kontakt se svými zákazníky (jako například back-office služby), c) intenzivní uživatelé ICT služeb. Tyto aktivity mohou směřovat do metropolitních zázemí, aby těžily z aglomeračních úspor a zároveň se vyhnuly nevýhodám plynoucím z centrální lokalizace (Coe a Townsend 1998). Znalostně náročné služby včetně KKO mohou být umístěny i ve venkovských oblastech ve značné vzdálenosti od velkých měst. Obecně mezi nejvýznamnější centrifugální lokalizační faktory patří nižší cena a dostupnost nemovitostí, nižší mzdová hladina, kvalita životního prostředí, rezidenční kvalita a možnost kolokalizace místa bydliště a podnikání nebo prostoru pro expanzi (Keeble a Nachum 2002; Ženka a kol. 2017).

### Příloha 3: Přehled respondentů polostrukturovaných rozhovorů

| Subjekt KKO                       | Odvětví KKO - působnost                             |
|-----------------------------------|-----------------------------------------------------|
| Bílý vigvam                       | knihy a tisk - nakladatelství                       |
| BoCirk Academy                    | scénické umění - divadlo, akrobati, festival        |
| Colours of Ostrava                | hudba - hudební festival                            |
| elieva s.r.o.                     | scénické umění - divadlo; film a video - audiovize  |
| Fanatic Games                     | videohry                                            |
| GDM Contemporary                  | výtvarné umění - galerie                            |
| Gin&Platonic                      | hudba - hudební festival                            |
| Gradiva, a.s.                     | reklama, design                                     |
| Kalerie s čupr uměním Saigon      | výtvarné umění - galerie                            |
| Kulturní centrum Provoz           | hudba, výtvarné umění, knihy aj. - kulturní centrum |
| Leemon Concept, s.r.o.            | reklama                                             |
| Meat Design                       | design                                              |
| Ostravské dny nové hudby          | hudba - hudební festival                            |
| Pape – artshop – studio           | grafický design                                     |
| Papidu                            | design                                              |
| QQ Studio Ostrava s.r.o.          | film a video - audiovize                            |
| Shakespearovské slavnosti Ostrava | scénické umění - divadelní festival                 |
| Studio Created                    | reklama; film a video - audiovize                   |
| Televizní studio Ostrava          | televize - audiovize                                |
| Test Print Platform               | design, reklama                                     |