



# ZÁCHRANNÁ SADA PRO MĚSTA ANEB JAK UDRŽET KULTURU A KREATIVITU

Instituce / autor: <https://www.kreativnicesko.cz/>

Datum zveřejnění: 8.6.2020

Registrační číslo: 63

Klíčová slova: město, kulturní politika, kreativní průmysl

## Souhrn problematiky

**Kultura patří vedle gastronomie a cestovního ruchu mezi oblasti nejvíce postižené současnou koronavirovou krizí.** Fatální ekonomický a sociální dopad mají související opatření v podstatě na 100 % subjektů kulturních a kreativních odvětví (KKO). Co je potřeba udělat nyní a co v budoucnu, tak aby po ukončení nouzového stavu mohla městská kulturní a kreativní DNA znovu nastartovat?

**Krok č. 1 / Jaká AKUTNÍ OPATŘENÍ může město přijmout, aby zmírnilo krizovou situaci BĚHEM stavu nouze?**

### 1. Formy přímé ekonomické podpory

**1.1. Dotační řízení** – nezřizovaná kulturní scéna, např.:

- Poskytovat aktuální informace žadatelům o dotace / příjemcům dotací s odvoláním na mimořádnou situaci v souvislosti s onemocněním Covid-19.
- Nerevokovat dotační řízení, tzn. nezmrazovat je, nepožadovat vrácení dotací s odvoláním na mimořádnou situaci.
- Informovat všechny úspěšné žadatele / příjemce dotací.
- Bezodkladně zprocesovat schvalování a podepisování smluv o dotaci.

**1.2. Příspěvkové organizace města (PO)**, např.:

- Zajistit pružné a rychlé schvalování příspěvků.
- Využití kapacit zřizovaných institucí – maximální otevření veřejnosti, iniciování a podpora spolupráce vlastních příspěvkovek a nezávislé (nezřizované) scény.

**1.3. Fond / dotační program na záchranu KKO**, např.:

- Zřízení fondu / dotačního programu na podporu KKO.
- Rozšíření systému podpory na všechny aktéry v KKO, tedy zahrnutí těch, na které se v běžném režimu nevztahuje městská podpora – dotace.

### 2. Formy nepřímé ekonomické podpory

**2.1. Odpuštění, odklad nebo snížení nájemného nemovitostí** (nebo nabídka nových nemovitostí) ve vlastnictví města pro realizaci veřejné kulturní služby.

**2.2. Odpuštění některých místních poplatků**, např. místního poplatku z pobytu.

**2.3. Upřednostňování lokálních aktérů KKO při nákupu produktů a služeb nebo zaměstnávání** – zamezení outsourcingu; prezentace aktérů KKO na akcích pořádaných městem.

### 3. Mimoekonomické formy podpory

**3.1. Mapování a analýza dopadů mimořádných opatření v souvislosti s výskytem Covid-19 na KKO na území města** nebo sledování šetření jinými subjekty (na vyšší úrovni), spolupráce.

**3.2. Komunikace s KKO a podpora informačního servisu** například zřízením telefonické linky, kontaktní osoby či online nástroje (podpora již existujícího), na které se mohou aktéři KKO obracet s prosbou o informace a pomoc.

**3.3. Výzva občanům, aby byli solidární a například nevyžadovali vrácení vstupného a vyčkali na možné přesuny akcí** ad.

**3.4. Zahájení jednání s představiteli příslušného krajského úřadu o řešení stávající situace**, např. mimořádné navýšení celkové alokace poskytnutých prostředků pro zřizované i nezřizované subjekty aj.

**3.5. Kulturní agenda online** – servis pro streamování živých představení/koncertů

**3.6. Koordinace harmonogramu velkých akcí**

**Krok č. 2 / Jaké NÁSTROJE může město využít k záchraně KKO bezprostředně PO SKONČENÍ stavu nouze?**

**4. Formy přímé ekonomické podpory** – zohlednit situaci a upravit kritéria pro dotační řízení na rok 2021:

- a) u dotačního řízení pro nezřizovanou scénu;
- b) u dotačního řízení pro příspěvkové organizace města.

**5. Formy nepřímé ekonomické podpory**

**5.1. Upřednostňování lokálních aktérů KKO** (viz bod 2.3.).

**6. Mimoekonomické formy podpory**

**6.1. Příprava funkčních krizových plánů** – zahrnout je do koncepčních a systémových dokumentů na úrovni městské politiky.

**6.2. Zřízení pozice koordinátora pro KKO.**

**6.3. Podpora oborových společenství** – profesionalizace asociací, klastrů, cechů a svazů jako kompetentních a legitimních partnerů pro státní správu.

**6.4. Založení podpůrné platformy / diskusního fóra pro KKO** – město může investovat své kapacity i autoritu do síťování subjektů KKO: síťování, sdílení a spolupráce veřejného, neziskového a soukromého sektoru – platforma, díky které může být kdokoli z KKO (vy)slyšen, zůstat ve spojení a hledat podporu.

**6.5. Realizace marketingové kampaně na podporu lokálních aktérů KKO**, např. dotovaná reklama v prostředcích MHD ve spolupráci s dopravním podnikem města.

**6.6. Marketing a PR** – poskytnout příležitost pro prezentaci a propagaci aktérů KKO, nástroje: web města, turistické portály, tisk (radniční noviny).

**6.7. Ocenění aktérů KKO, kteří se v krizi zachovali solidárně, proaktivně a nezištně.**

## Přílohy

---

1. <https://www.kreativnicesko.cz/clanky/zachranna-sada-pro-mesta-aneb-jak-udrzet-kulturu-a-kreativitu>