

# **STRATEGIE STŘEDOČESKÉHO KRAJE PRO OBLAST KULTURY, KULTURNÍHO DĚDICTVÍ A KULTURNÍCH A KREATIVNÍCH ODVĚTVÍ NA LÉTA 2024–2030**

Verze ke konzultaci s veřejností ze 29. 2. 2024

Zpracoval: ONplan lab s.r.o.

**BEZ JAZYKOVÉ KOREKTURY**



# Obsah

|          |   |           |
|----------|---|-----------|
| <b>1</b> | <b>ÚVOD</b>   | <b>4</b>  |
| 1.1      | PROČ STŘEDOČESKÝ KRAJ POTŘEBUJE STRATEGII PRO OBLAST KULTURY, KULTURNÍHO DĚDICTVÍ A KULTURNÍCH A KREATIVNÍCH ODVĚTVÍ (STRATEGIE)?                       | 4         |
| 1.2      | NA JAKÉ TRENDY STRATEGIE REAGUJE?   | 4         |
| 1.3      | JAKÝ JE VÝZNAM POJMU KULTURNÍ A KREATIVNÍ ODVĚTVÍ?  | 6         |
| 1.4      | JAKÝ JE ŠIRŠÍ SOCIOEKONOMICKÝ KONTEXT REGIONU?  | 7         |
| 1.5      | JAK A KDY STRATEGIE VZNIKLA?  | 7         |
| 1.6      | JAK NA SEBE JEDNOTLIVÉ ČÁSTI STRATEGIE NAVAZUJÍ?  | 8         |
| <b>2</b> | <b>RÁMEC STRATEGIE</b>  | <b>9</b>  |
| 2.1      | VIZE  | 9         |
| 2.2      | STRUČNÝ PŘEHLED OBLASTÍ ROZVOJE A CÍLŮ  | 10        |
| <b>3</b> | <b>OBLASTI ROZVOJE – BLIŽŠÍ POPIS</b>   | <b>11</b> |
| 3.1      | OBLAST A / NABÍDKA ŽIVÉHO UMĚNÍ A KULTURY   | 12        |
| 3.2      | OBLAST B / PROSTŘEDÍ MĚST A OBCÍ  | 15        |
| 3.3      | OBLAST C / KULTURA A VZDĚLÁVÁNÍ   | 18        |
| 3.4      | OBLAST D / IDENTITA A ZNAČKA MÍST   | 21        |
| 3.5      | OBLAST E / KULTURNÍ A KREATIVNÍ ODVĚTVÍ   | 24        |
| <b>4</b> | <b>PRAVIDLA IMPLEMENTACE STRATEGIE STŘEDOČESKÉHO KRAJE PRO OBLAST KULTURY, KULTURNÍHO DĚDICTVÍ A KULTURNÍCH A KREATIVNÍCH ODVĚTVÍ NA LÉTA 2024–2030</b> | <b>27</b> |
| 1.1      | ÚVOD  | 27        |
| 1.2      | AKTĚŘI IMPLEMENTACE STRATEGIE   | 27        |
| 1.3      | PROCES IMPLEMENTACE STRATEGIE   | 28        |
| 1.4      | VYHODNOCENÍ NAPLŇOVÁNÍ STRATEGIE  | 30        |
| 1.5      | ZMĚNY STRATEGIE   | 30        |
| 4.1      | VAZBA STRATEGIE NA CELKOVOU STRATEGII ROZVOJE KRAJE   | 30        |

# 1 Úvod

## 1.1 Proč Středočeský kraj potřebuje Strategii pro oblast kultury, kulturního dědictví a kulturních a kreativních odvětví (Strategie)?

Strategie definuje dlouhodobou vizi a cíle rozvoje regionu do roku 2030 a navrhuje, jak je naplnit v nejbližším období.

Strategie je prvním komplexním koncepčním dokumentem Středočeského kraje, který se věnuje rozvoji kultury a kulturního dědictví. Skrze uchopení tématu kulturních a kreativních odvětví (dále KKO) má přesahy do rozvoje kreativní ekonomiky i rozvoje kvalitního městského prostředí. Dotýká se oblasti vzdělávání i rozvoje občanské společnosti v regionu.

Proces přípravy Strategie byl příležitostí shromáždit na krátké časové ploše sumu informací a vytvořit určitý snímek reality, který je v mnoha ohledech pro nás nový. V případě zpracování analýzy kulturního prostředí se často jedná o zpracované informace, které jsme ještě neměli možnost vidět pohromadě. Dosud jsme si totiž na úrovni regionu nepoložili otázky, které si dnes běžně klademe v jiných oblastech rozvoje regionu, od ekonomiky, sociálních služeb, vzdělávání po mobilitu.

Tvorba strategie participativním způsobem byla první příležitostí v regionu setkávat se s velkým množstvím odborníků, kulturních organizátorů, tzv. opinion leaderů a politických i institucionálních zástupců napříč celým Středočeským krajem i s aktéry, kteří působí na celostátní úrovni. Byla také příležitostí pro definování potřeb a sdílených představ o rozvoji kultury, kulturního dědictví a kulturních a kreativních odvětví v regionu.

Všechna tato setkání vytvořila příležitost ke sdílení a diskusi, díky které jsme zjistili, že ve vedlejší obci řeší podobné problémy. Věříme, že právě tento moment sdílení dodal řadě aktérů energii pustit se v oblasti kultury do realizace drobných či větších změn „u sebe doma“.

Strategie připravená s lidmi se díky společnému zážitku proměňuje z „kusu papíru“ ve skutečný plán realizace. Realizátorem strategie je tak nejen Středočeský kraj a jeho organizace, ale dokument zároveň vytváří i rámec pro koordinaci a spolupráci aktérů v území.

Klíčové pro Středočeský kraj je mít na mysli i koordinaci a využití zdrojů, které představuje sousedství s hlavním městem Prahou.

## 1.2 Na jaké trendy Strategie reaguje?

Podmínky pro kulturu a rozvoj místní kreativní ekonomiky i chování publika ovlivňují trendy, které jsou spojeny se sociálními i ekonomickými dopady předchozích i současných krizí. Týkají se zejména otázek udržitelnosti, horší bezpečnostní situace v Evropě, dozvuků pandemie, sociální izolace, nárůst populismu a společenské a názorové izolace, komplikace při udržování veřejných výdajů.

Trendy se projevují v globálním i v lokálním měřítku, ve kterém působí kulturní organizátoři a kulturní instituce, a ve kterém podnikají aktéři kulturních a kreativních odvětví. O to více máme možnost si uvědomit, jak podstatná je kultura i vztah ke kulturnímu dědictví, spolupráce napříč spektrem aktérů od jednotlivců po instituce při budování místní odolné, vzdělané, podporující a otevřené občanské společnosti a její součinnost napříč spektrem aktérů.

Strategie zároveň tematizuje trendy, kterým vychází vstříc řada dalších dotačních příležitostí na úrovni ČR i EU a které stojí za to vést v patrnosti. V důsledku hodnocení dopadů pandemie COVID-19 na ekonomiku byla na úrovni Evropské unie zvýšena podpora kulturních a kreativních odvětví finančně i nefinančně.

Program Kreativní Evropa byl posílen a finanční mechanismy, které financují projekty regionálního rozvoje, nyní podporují iniciativy inspirované rámcem Nového evropského Bauhausu. Týká se to zejména těch, které se zaměřují na esteticky kvalitní a udržitelné městské prostředí s účastí občanské společnosti.

V rámci evropské inovační strategie alokuje Evropský inovační a technologický institut (European Institute of Innovation & Technologies for Culture and Creativity, zkráceně EIT Culture & Creativity) v příštím období více než 80 milionů eur na projekty v kulturním a kreativním sektoru v rámci digitální a zelené transformace. Další programy umožňují umělcům zapojit se do diskuse o geopolitické situaci v Evropě.

Strategie reaguje na poptávku po lepší koordinaci a strategickém uchopení kulturních a kreativních odvětví, která silně rezonovala v období pandemie COVID-19 a na kterou reagovaly všechny regiony ČR, podpořeny dotační pobídkou Ministerstva kultury z Národního plánu obnovy.

Podkladem pro formování Strategie jsou i koncepce přijaté na státní úrovni, které zahrnují kraje do představy o naplňování řady úkolů. Jde zejména o *Strategii rozvoje a podpory kulturních a kreativních odvětví 2021–2025 (Ministerstvo kultury, MK)*, *Státní kulturní politiku 2021–2025+ (MK)*, *Politiku architektury a stavební kultury České republiky a její Aktualizace 2022 (Ministerstvo pro místní rozvoj, MMR)*, *Strategii vzdělávací politiky do roku 2030+ (Ministerstvo školství, mládeže a tělovýchovy, MŠMT)*. Vedle regionů hrají v naplňování koncepcí, které se týkají KKO, významnou roli také národní agentury, jež mají své pobočky v regionech (například agentura CzechInvest).

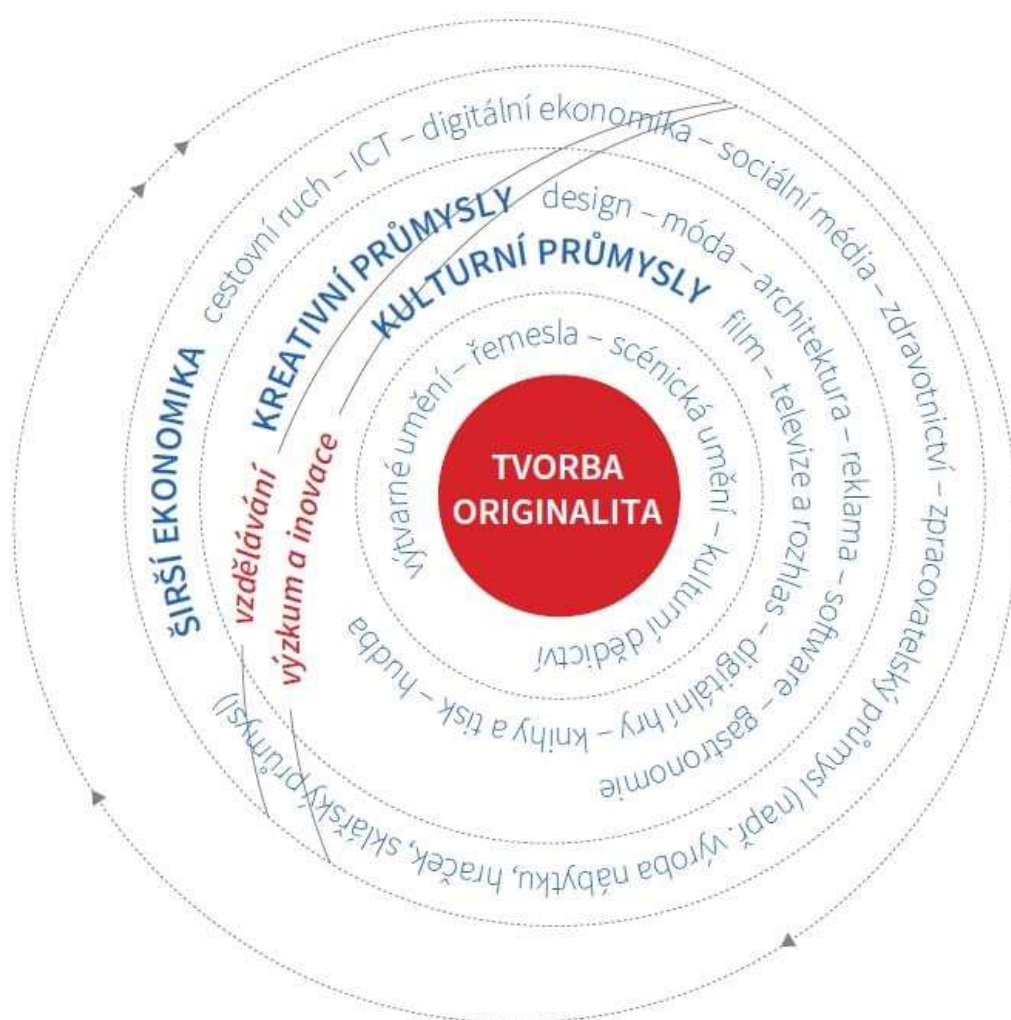
Realizace řady úkolů ve výše zmíněných koncepcích je v současnosti podporována financováním z Národního plánu obnovy; jde např. o národní kreativní vouchery, rozvoj kreativních center v regionech apod. Návaznost financování vybraných témat v rámci standardních nástrojů podpory na úrovni MK je v době vzniku Strategie v diskusi.

### 1.3 Jaký je význam pojmu kulturní a kreativní odvětví?

Ministerstvo kultury České republiky ve Strategii podpory kulturních a kreativních odvětví (KKO) České republiky (2021) definuje KKO následovně:

„Podstatnou součástí moderní kreativní ekonomiky jsou kulturní a kreativní odvětví. Ta definujeme jako ekonomické činnosti probíhající v rámci širšího kulturního a kreativního sektoru. Oproti jiným oblastem kultury nejsou KKO závislé na veřejných zdrojích, tj. jsou více než z 50 % finančně soběstačné. Mezi KKO řadíme zejména následující oblasti s potenciálem generovat zisk: audiovizuální média, hudba, knihy a tisk, reklama, architektura, design a móda, tradiční a umělecká řemesla a dále některé oblasti scénického umění, výtvarného umění a kulturního dědictví. Tento prostý výčet však nemůže zachytit pestrost KKO.“

Obrázek 1 Kulturní a kreativní odvětví, schéma



Zdroj: webové stránky Kreativní Česko, leden 2024

## 1.4 Jaký je širší socioekonomický kontext regionu?

Na základě uvedených sociodemografických a ekonomických ukazatelů můžeme určit disparity mezi rozvíjejícími se částmi regionu (prstenec okolo Prahy a obvody na páteřních dopravních tazích) a jeho periferiemi. Rozdíly jsou patrné jak z hlediska demografického (věková struktura, hustota zalidnění), tak i ekonomického (nezaměstnanost, podnikavost).

Zatímco rozvíjející se oblasti Středočeského kraje jsou definované suburbanizací, která s sebou v tomto případě přinesla nové, ekonomicky aktivní a vzdělané obyvatele a nižší index stárí, ostatní oblasti se potýkají se snižováním počtu obyvatel a stárnutím populace.

Významnou složkou socioekonomického profilu kraje je i cestovní ruch, který je v kraji rozložen vcelku rovnoměrně. Navštěvované destinace doplňují ubytovací kapacity ve městech.

Tato zjištění bude třeba zohlednit v plánování kulturních potřeb místních obyvatel i kulturních turistů z jiných regionů.

## 1.5 Jak a kdy Strategie vznikla?

Strategie vznikla ve spolupráci s aktéry v oblasti kultury, kulturního dědictví, kulturních a kreativních odvětví, vzdělávání, cestovního ruchu z různých regionů Středočeského kraje, své podněty poskytly i střešní asociace operující na národní úrovni.

Takřka jedno sto aktérů se účastnilo práce v pracovní skupině, která byla jmenována radním pro oblast kultury, památkové péče a cestovního ruchu. Byli mezi nimi zástupci kulturních institucí ze Středočeského kraje, z Hlavního města Prahy i národních institucí. Dále zde byli zastoupeni aktéři z řady neziskových organizací, organizátorů, umělců, zástupců byznysu, politické reprezentace a expertů samospráv i zástupci církví.

Pracovní skupina spolupracovala na definování hodnot, problémů a jejich příčin v tématech strategie. Připravila podněty pro to, kam směřovat v delším časovém horizontu – tedy pro vizi, a cíle i konkrétní nápady pro to, čím by se mělo začít „zítra“ – tedy pro akční plán.

Na třinácti workshopech, které se odehrály ve všech dvanácti okresech Středočeského kraje, diskutovalo více než 300 účastníků z řad lokální i regionální angažované kulturní veřejnosti o tom, jak vnímají situaci kultury v místech, kde žijí a pracují. Účastníci poskytli cenné hodnocení místní situace a očekávání, jakou roli má Středočeský kraj a jeho instituce hrát při řešení jejich potřeb.

Svoje cenné know-how a znalost témat, která řeší jednotlivá odvětví, poskytlo více než osmdesát členů vedení profesních asociací a dalších expertů z oblasti divadla, tance, výtvarného umění, literatury, filmu, architektury, uměleckého vzdělávání i kulturního dědictví v rámci strukturovaných rozhovorů a fokusních skupin.

Zástupci středních škol v regionu mohli vyjádřit svůj názor na dostupnost kultury pro děti a mládež v dotazníkovém šetření, do kterého se zapojilo více než 157 respondentů ze čtyřiasmdesáti škol.

Více než 400 obcí ze všech šestadvaceti správních obvodů obcí s rozšířenou působností zhodnotilo dostupnost a atraktivitu kulturní nabídky i infrastruktury ve svém teritoriu v rámci realizovaného dotazníkového šetření.

V rámci zpracování dat byly připraveny a analyzovány datové sady v oblasti kulturní infrastruktury, kulturního dědictví, významných akcí, financování ze strany krajského úřadu s dopady do území a benchmarking financování s ostatními kraji ČR. Do hlavních závěrů byly také zapracovány průběžné výstupy mapování kulturních a kreativních odvětví v regionu.

Analytická a návrhová část Strategie vznikala v úzké spolupráci s experty Krajského úřadu Středočeského kraje a jím zřizovaných organizací v oblasti kultury a kulturního dědictví, cestovního ruchu, školství, veřejných financí, územního a strategického rozvoje.

Aktivní kulturní veřejnost měla možnost poskytnout zpětnou vazbu k analýze i návrhu strategie pomocí on-line formulářů na webových stránkách krajského úřadu Středočeského kraje a portálu [www.kreativnistrednicechy.cz](http://www.kreativnistrednicechy.cz).

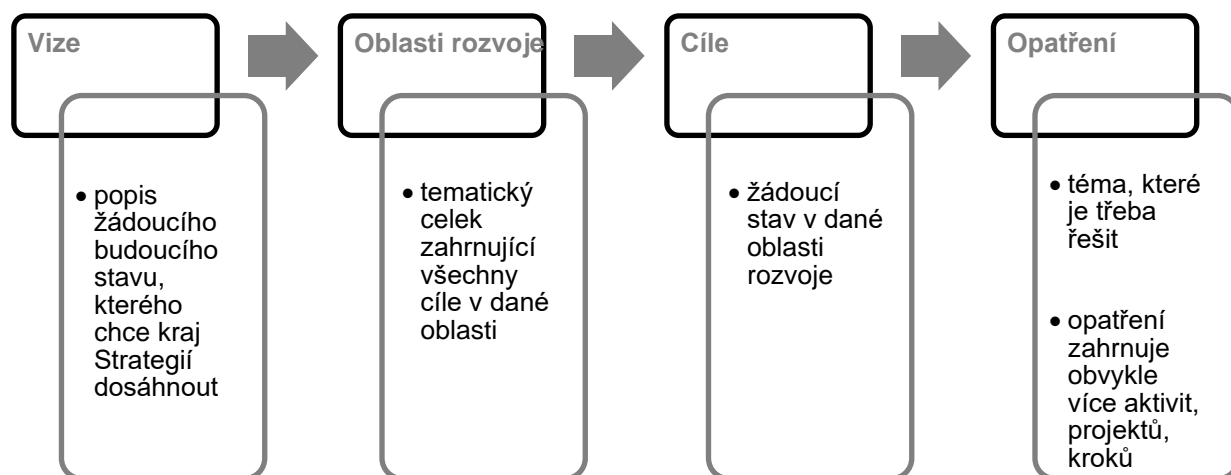
Mapování kulturního prostředí Středočeského kraje a formulace analýzy byla realizována mezi květnem a prosincem 2023. Sběr podnětů pro návrhovou část a formulace strategie s pracovní skupinou, se širokou kulturní veřejností na workshopech v regionu a v diskusi se zástupci asociací proběhl mezi zářím 2023 a lednem 2024. Akční plán byl zpracován v průběhu ledna až března 2024.

## 1.6 Jak na sebe jednotlivé části Strategie navazují?

Strategie definuje vizi rozvoje Středočeského kraje v oblasti kultury, kulturního dědictví a kulturních a kreativních odvětví na léta 2024–2030, a také potenciálů a problémů, jejich příčin, ve vztahu k identifikovaným příležitostem i výzvám.

Strategické cíle jsou členěny do oblastí rozvoje a dále tuto vizi zpřesňují.

Opatření jsou formulována tak, aby vedla k naplnění těchto cílů. Jsou dále rozpracována v samostatném dokumentu akčního plánu do jednotlivých aktivit, projektů a realizačních kroků.





## 2 Rámcem Strategie

Rámcem strategie představuje stručné představení vize, oblastí a cílů strategie. Strategická vize je stručným vyjádřením žádoucího budoucího stavu. Vize je dále rozpracována do oblastí rozvoje, ke kterým se vztahují strategické cíle a opatření.

### 2.1 Vize

*Ve Středočeském kraji je kultura intenzivní součástí dění v obcích. V zázemí Prahy pomáhá propojovat starousedlíky a nově příchozí. Děti a mladí lidé bez rozdílu jsou podporováni v návštěvě kultury i vlastní tvůrčí iniciativě. Paměť míst, která přitahují návštěvníky zdaleka, i těch, která jsou milována místními patrioty, je živá. Kulturní dědictví a současná architektura jsou citlivě a smysluplně rozvíjeny s ohledem na jejich udržitelnost. Jednotlivá centra regionu podporují rozvoj kreativní ekonomiky i inovativních uměleckých počinů a plně k tomu využívají výjimečnou polohu v blízkosti hlavního města Prahy.*

## 2.2 Stručný přehled oblastí rozvoje a cílů

---

### OBLAST A / NABÍDKA ŽIVÉHO UMĚNÍ A KULTURY

V kraji je rozmanitá kulturní nabídka živého umění a kultury pro různé cílové skupiny

**CÍL A1** V kraji je dostupná kulturní nabídka pro veřejnost v lokalitách

**CÍL A2** Aktéři mají kde čerpat inspiraci, informace a argumenty pro rozvoj živé kultury a umění

**CÍL A3** Finanční i nefinanční zdroje jsou dostupné pro různé typy organizací i aktivit

---

### OBLAST B / PROSTŘEDÍ MĚST A OBCÍ

Plánování a rozvoj fyzického prostředí v regionu je kvalitní

**CÍL B1** Politická reprezentace v regionu i veřejnost má dobré povědomí o hodnotách v oblasti architektury a urbanismu

**CÍL B2** Krajské investice mají vysokou architektonickou a urbanistickou hodnotu

**CÍL B3** Památková péče v regionu podporuje dobrou image a ekonomický rozvoj měst

---

### OBLAST C / KULTURA A VZDĚLÁVÁNÍ

Kultura je součástí celoživotního rozvoje všech generací

**CÍL C1** Spolupráce škol a kulturních organizací se intenzivně rozvíjí

**CÍL C2** Knihovny ve všech částech regionu rozvíjejí komunitní potenciál

**CÍL C3** Mladá generace v regionu najde atraktivní nabídku i možnosti seberealizace tam, kde bydlí

---

### OBLAST D / IDENTITA A ZNAČKA MÍST

Kulturní identita a značka míst se rozvíjejí ve prospěch místních i návštěvníků

**CÍL D1** Kultura hraje integrační roli v identitě a značce lokalit

**CÍL D2** Partneři v oblasti kultury, kulturního dědictví a cestovního ruchu dobře komunikují a rozvíjejí společné projekty

**CÍL D3** Paměťové instituce zřizované krajem mají dostatečné kapacity pro naplňování své role

---

### OBLAST E / KULTURNÍ A KREATIVNÍ ODVĚTVÍ

Kulturní a kreativní odvětví v regionu mají dobré podmínky pro svůj rozvoj

**CÍL E1** Kraj a jeho organizace mají aktuální informace o prostředí a potřebách kulturních a kreativních odvětví

**CÍL E2** Kraj aktivně sdílí informace o kulturních a kreativních odvětvích a hraje advokační roli v zájmu rozvoje místní kreativní ekonomiky

**CÍL E3** Kraj disponuje relevantními nástroji rozvoje KKO jako součástí místní ekonomiky, tyto nástroje jsou využívány a kladně hodnoceny aktéry KKO

---

### **3 OBLASTI ROZVOJE – BLIŽŠÍ POPIS**

Návrh bližšího popisu oblastí rozvoje zahrnuje cíle a návrhy jejich možných indikátorů, dále opatření, která představují soubor aktivit k naplnění cílů a podněty pro konkrétní aktivity. Při diskusi může být také doplněna vazba mezi opatřeními.

### 3.1 OBLAST A / NABÍDKA ŽIVÉHO UMĚNÍ A KULTURY

V kraji je rozmanitá kulturní nabídka živého umění a kultury pro různé cílové skupiny

#### Analytická východiska

Středočeský kraj je hustě pokryt prostory, ve kterých se mohou konat kulturní akce. V kraji se nachází téměř stovka kulturních domů a minimálně každá třetí obec má k dispozici alespoň sál.

Dobrou dostupnost kulturních zařízení hodnotí také starostové obcí a mnoho z nich plánuje infrastrukturu pro setkávání v obci do budoucna vylepšit. *Zařízení totiž často nejsou v dobrém stavu a nevyhovují kvalitní umělecké produkci, ať už velikostí nebo vybavením.* Pro pořádání koncertů a hudebních vystoupení zavedených umělců je například vzhledem k technické náročnosti třeba sál minimálně pro 100 návštěvníků, menší účast už není schopná pokrýt náklady.

V kraji je také množství malých i velkých kulturních aktérů včetně obcí, kteří usilují o budování komunity v místě a mají zájem o síťování a setkávání. Zejména těm menším však chybí znalosti a dovednosti nezbytné pro úspěšné provozování kulturních akcí i zařízení (propagace, získávání finančních prostředků, administrativa). Aktéři všech velikostí upozorňují na nedostatek informací (vertikální i horizontální přenos) a vzájemné spolupráce. Pouze čtvrtina obcí vnímá v tuto chvíli kraj jako silného partnera.

Středočeský kraj přidělil v roce 2023 kulturním aktérům různou formou dotace ve výši více než 24 mil. korun, za což mu v porovnání s ostatními kraji srovnatelné velikosti v přepočtu na obyvatele náleží čtvrté místo ze sedmi. Programovým dotacím se přitom daří pokrýt území, ve kterých nejsou výrazně financovány kulturní příspěvkové organizace kraje. Nejméně prostředků přitom směřuje do pražského prstence a okresů Mělník a Nymburk.

I přes blízkost metropole a potenciálu progresivních aktérů je struktura dotačních programů kraje spíše konzervativní. Zástupci obcí také poskytli kritickou zpětnou vazbu k nízké alokaci prostředků.

Dle údajů z roku 2018 je občanská společnost v získávání dotací z Ministerstva kultury v porovnání s ostatními kraji slabá.

Obce hodnotí pozitivně přívětivost elektronického podání žádosti a rychlost poskytnutí finančních prostředků. *Dotační systém však v současné podobě potřebám některých typů aktérů neodpovídá – pro malé je příliš byrokraticky náročný, velkým zase nevyhovuje roční systém podpory, protože jim neumožňuje stabilní víceleté plánování.*

Obce se kultuře často věnují ve svých strategických dokumentech a polovina z nich má na agendu i dostatek zaměstnanců. *Dokumenty však často aktivně nevyužívají a v jedné osmině obcí se agendě nikdo nevěnuje.*

V roce 2021 bylo 43,9 tis. obyvatel kraje držitelem průkazu osoby se zdravotním postižením. V kraji také roste podíl cizích státních příslušníků. V roce 2021 jich bylo přibližně 73,5 tisíc, tedy 5,2 %, dvě třetiny ze států mimo EU (Ukrajina, Vietnam a Rusko). *Dle diskuse s aktéry je třeba více podpořit roli kultury jako platformy pro vzájemné poznávání.*

## Související hlavní potenciály a problémy

| POTENCIÁLY  | PROBLÉMY  |
|---|---|
| V kraji fungují aktivní komunity a spolupráce mezi kulturními organizacemi a aktéry                           | Spolupráce kulturních institucí a iniciativ zdola není vždy samozřejmostí   |
| Aktéři jsou napojeni na propagační kanály v oblasti cestovního ruchu  | Obtížná propagace kulturních akcí a dosah na cílové publikum  |
| Větší města jsou dobře dopravně propojená s Prahou  | Mobilita občanů napříč Středočeským krajem je komplikovaná a zdouhavá   |
| Atraktivní program organizací je náplní jednodenního turismu  | Slabá nabídka programu pro generaci 15–25 let   |
| Hustá síť kulturních center a kulturních domů s kvalitní nabídkou   | Infrastruktura ne vždy vyhovuje potřebám zejména současné produkce  |
| Do kraje se stěhují kreativci z Prahy   | Dotační tituly kraje pro kulturní aktivity, kulturní centra a domy jsou nedostatečné a představují byrokratickou zátěž                  |
| Obce mají oblast kultury i kulturního dědictví a památkové péče často zachycenou ve strategických dokumentech | Organizátoři z nezávislých kulturních iniciativ jsou dlouhodobě podfinancováni a vyhořelí   |
| Polovina obcí má dostatek zaměstnanců věnujících se agendě kultury či kulturního dědictví a památkové péče.   | Slabé know-how organizací v oblasti mecenášství a získávání soukromých zdrojů   |
| Obce využívají své webové stránky k propagaci kulturních aktivit.   | Strategické dokumenty nejsou v obcích často aktivně využívány   |
|   | Asi v osmině obcí se na úřadě nikdo nevěnuje agendě kultury, v případě kulturního dědictví a památkové péče je těchto obcí asi třetina. |
|   | Nízké zapojení kulturních organizací do spolupráce na nadregionální, celostátní i mezinárodní úrovni.                                   |
|   | Jen čtvrtina respondentů vnímá kraj jako silného partnera v oblasti podpory kultury a památkové péče.                                   |
|   | Ve více než polovině obcí zajišťuje kulturní služby pouze veřejný sektor.   |
|   | Polovina obcí nijak nepodporuje aktéry z kulturního dědictví a památkové péče.  |
|   | Obce se obávají nedostatku financí, nízkého zájmu občanů o kulturu a nedostatku personálních kapacit.                                   |

**OBLAST A / NABÍDKA ŽIVÉHO UMĚNÍ A KULTURY**

V kraji je rozmanitá kulturní nabídka živého umění a kultury pro různé cílové skupiny

| <b>Strategický cíl</b>  | <b>Opatření</b>  |
|---|--|
| <b>CÍL A1 V kraji je dostupná kulturní nabídka pro veřejnost v lokalitách</b>                         | A.1.1 Podporovat kvalitní kulturní infrastrukturu v regionu<br>A1.2. Podporovat nabídku pro skupiny se specifickými potřebami<br>A1.3. Podporovat kulturní nabídku propojující různé kultury   |
| <b>CÍL A2 Aktéři mají kde čerpat inspiraci, informace a argumenty pro rozvoj živé kultury a umění</b> | A 2.1 Rozvinout webové stránky Kreativní střední Čechy na informační platformu pro kulturu a kulturní a kreativní odvětví<br>A 2.2 Připravit nástroje pro podporu setkávání aktérů v oblasti kultury a kreativity<br>A 2.3 Aktivovat nástroje metodické podpory a vzdělávání aktérů v oblasti managementu, fundraisingu a marketingu, rozvoji publika              |
| <b>CÍL A3 Finanční i nefinanční zdroje jsou dostupné pro různé typy organizací i aktivit</b>          | A 3.1. Krajský dotační systém v oblasti kultury upravovat v diskusi s většími aktéry, kteří potřebují dlouhodobě plánovat i malými hráči, pro které představuje byrokratickou zátěž<br>A 3.2. Rozvíjet nástroje podpory inovativních projektů v regionu (např. umělecké rezidence)<br>A 3.1 Spolupracovat na rozvoji nejen finančních zdrojů se soukromým sektorem |

## 3.2 OBLAST B / PROSTŘEDÍ MĚST A OBCÍ

Plánování a rozvoj fyzického prostředí v regionu je kvalitní

### Analytická východiska

Architektura se, stejně jako udržitelnost a využívání moderních technologií, v poslední dekádě stala populárním tématem, a to nejen ve Středočeském kraji. Existuje relativně široké povědomí o významu a přínosu funkce městského architekta (městské architektky) i architektonických soutěží jako důležitého nástroje pro dosažení kvality staveb.

*Politické reprezentaci i veřejnosti však chybí orientace v tom, co je kvalitní městské prostředí a jak ho dosahovat. Aktéři také konstatovali, že na straně krajského úřadu chybí odborné kapacity jak pro systematické prosazování kvality staveb realizovaných krajem, tak pro koordinaci strategických záměrů v území a budování spolupráce s obcemi a podporu obcí v jednání se státními aktéry, kteří často ovlivňují klíčové investice.*

Důvodem je zejména absence výuky tohoto tématu na školách a celková osvěta, a i to, že chybí příklady dobré praxe na straně kraje i obecních samospráv v rámci jejich vlastní výstavby, a jejich sdílení.

*Problematická je také silná suburbanizace v zázemí hl. města Prahy a s ní související výstavba nových a rekonstrukce stávajících domů a bytů, přičemž obcím chybí sdílení know-how, jak se s tímto fenoménem vypořádat, včetně dopadů na potřeby infrastruktury, veřejné i občanské vybavenosti.*

*Zástupci obcí mají proto velký zájem o vzdělávání a metodickou podporu v oblasti rozvoje a kvality veřejných prostranství, v lokální podpoře KKO a rozvoji kvalitní architektury a urbanismu.*

Ve Středočeském kraji je sedmatřicet národních kulturních památek, dvě z nich jsou na seznamu světového dědictví UNESCO – historické centrum Kutné Hory a Průhonický zámek s přilehlým parkem. Dalších 4364 nemovitostí je památkově chráněno. Památkově chráněno je také 85 památkových rezervací a památkových zón.

*Veřejnost i vlastníci památkově chráněných nemovitostí si však často neuvědomují pozitivní dopady památkové péče na celou ekonomiku okolí památky díky zvýšení atraktivity místa. Jedním z důvodů je také stále nedostatečné společenské ocenění snahy vlastníků o kvalitní revitalizaci na krajské úrovni.*

Obce si začínají více uvědomovat hodnotu průmyslového i modernistického architektonického dědictví. Industriální historie však často nemá fyzické stopy, které by bylo možné ukázat, a revitalizace těch, které se dochovaly, je velice nákladná a náročná. V mnoha případech již došlo k nevratné ztrátě hodnot, pro které by objekt mohl být kulturní památkou prohlášen.

## Související hlavní potenciály a problémy

| POTENCIÁLY   | PROBLÉMY  |
|--|---|
| Existuje relativně široké povědomí o významu a přínosu funkce městské*ho architektky*a napříč městy a obcemi | Role městského architekta je politiky často mylně vykládána a na architektky jsou kladeny přemrštěné požadavky nebo mají slabé kompetence |
| Dobry městský architekt s dlouhodobou politickou podporou dokáže zvýšit kvalitu městského prostoru           | Kraj nemá dostatečné kapacity na systematické budování kvality vlastních staveb ani koordinaci strategických záměrů v území               |
| Zlepšuje se kvalita veřejného prostoru měst v regionu  | Veřejný a soukromý zájem jsou při rozvoji města a/nebo území často v konfliktu  |
| Architektura se v poslední dekádě stala populárním tématem   | Děti a mládež nejsou vzdělávány, aby se orientovaly v tom, co je kvalitní městské prostředí   |
| Města si více uvědomují hodnoty průmyslového i modernistického architektonického dědictví                    | Industriální historie často nemá fyzické stopy, které by bylo možné ukázat  |
| Kraj spolupracuje s architektky při obnově objektů svěřených do hospodaření zřizovaných kulturních institucí | Památková péče nemá dobré jméno a image u široké veřejnosti   |
|  | Finanční požadavky na opravy a rekonstrukce památkově chráněných objektů jsou asi 5x vyšší, než aktuální dotace                           |



**OBLAST B / PROSTŘEDÍ MĚST A OBCÍ**

Plánování a rozvoj fyzického prostředí v regionu je kvalitní

|   |   |
|---|---|
| <b>CÍL B1 Politická reprezentace v regionu i veřejnost má dobré povědomí o hodnotách v oblasti architektury a urbanismu</b> | B.1.1 Rozvíjet formáty informování a setkávání na téma kvalitní architektury, veřejného prostoru a urbanismu s obcemi<br>B 1.2 Připravit formát rady městských architektů pro spolupráci kraje a obcí<br>B 1.3 Podporovat aktivity vzdělávání veřejnosti v tématech kvalitního architektonického a urbanistického prostředí |
| <b>CÍL B2 Krajské investice mají vysokou architektonickou a urbanistickou hodnotu</b>                                       | B 2.1 Zformulovat agendu a roli „kanceláře architektury kraje“<br>B 2.2 Zpracovat metodický rámec podpory rozvoje umění ve veřejném prostoru a zajistit kapacity  |
| <b>CÍL B3 Památková péče v regionu podporuje dobrou image a ekonomický rozvoj měst</b>                                      | B 3.1 Budovat dobrý obraz památkové péče u vlastníků i veřejnosti<br>B 3.2 Vytvořit podmínky pro udělování krajské odborné ceny v oblasti památkové péče a zahájit její udělování<br>B 3.3 Podporovat zpracování a propagaci hodnot spojených s průmyslovým dědictvím i mimo rámec památkové ochrany                        |

### 3.3 OBLAST C / KULTURA A VZDĚLÁVÁNÍ

Kultura je součástí celoživotního rozvoje všech generací

#### Analytická východiska

Středočeský kraj má síť primárního uměleckého vzdělávání (136 základních uměleckých škol a jejich poboček a 31 domů dětí a mládeže včetně poboček) a sekundárního uměleckého vzdělávání (12 středních uměleckých škol) koncentrovanou do okresů Praha-východ a Praha-západ, Kladno a Beroun. V ostatních okresech jsou základní umělecké školy a domy dětí a mládeže a jejich pobočky převážně ve městech. Jsou často zapojené do komunitní spolupráce a obce mají zájem tyto školy zřizovat.

*Problémy však vyvstávají v obecném školství a v jeho vztahu ke kultuře. Školy buď nemají potřebu kulturu navštěvovat, nebo jim v cestě stojí příliš mnoho bariér různého charakteru (nedostatek kapacit pedagogů, špatná dopravní dostupnost, nedostatek financí, právní úprava školních návštěv kultury atd.). Některé bariéry jsou i na straně kulturních institucí (nedostatek edukátorů nebo nevhodné prostory pro edukaci).*

V kraji se nachází téměř 800 knihoven. Tvoří tak velmi hustou síť a mají potenciál stát se komunitními centry obcí. V současnosti již není knihovna pouze půjčovnou knih, ale také pořadatelem různých akcí. Knihovny také poskytují, pokud na to mají podmínky, snadno dostupné zázemí pro komunitní život a volný čas pro široké spektrum cílových skupin. Za určitých okolností slouží knihovny také jako kontaktní místo pro veřejnou správu.

*Jejich komunitní potenciál si však představitelé obcí často neuvědomují a nevěnují rozvoji knihoven adekvátní pozornost. Knihovny tak v některých obcích zůstávají na okraji zájmu jen proto, že se politická reprezentace dosud neseznámila s jejich potenciálem a neví, jak s ním pracovat.*

Sociodemografické rozdělení kraje na dvě oblasti, prstenec okolo Prahy spolu s obvodou na páteřních dopravních tazích a „periferie“, je patrné kromě jiných ukazatelů i na základě věkové struktury a stárnutí obyvatelstva, obyvatelstvo v prstenci je mladší.

*V kraji chybí kulturní infrastruktura atraktivní pro mladou generaci, nebo mají kulturní organizace problém tuto věkovou skupinu oslovit.*

Mladá generace (15–25 let) „vypadává“ z poptávky po kulturních službách v kraji, kulturu navštěvuje zpravidla pouze v rámci školní výuky a vrací se až jako rodiče s dětmi.

## Související hlavní potenciály a problémy

| POTENCIÁLY  | PROBLÉMY  |
|---|---|
| Kvalitní základna základních uměleckých škol, které poskytují služby v regionu a jsou často zapojeny do spolupráce s dalšími aktéry v místě | Nedostatek kvalifikovaných lidí na edukaci v institucích a financí na jejich ohodnocení v kulturních institucích          |
| Existující síť středních uměleckoprůmyslových škol zřizovaných krajem i soukromými subjekty   | Obtíže s mezirezortním financováním (vzdělávání a kultura)  |
| Kvalitní edukační programy pro školy v kulturních organizacích  | Nedostatek odborných metodických i manažerských kapacit v menších knihovnách  |
| Hustá síť infrastruktury knihoven v území, prostory po rekonstrukci   | Samosprávou nepochopený potenciál knihoven pro komunitu v obcích  |
| Nízkoprahová a finančně nenáročná nabídka knihoven spojuje rozdílné cílové skupiny a vtahuje dobrovolníky                                   | Více než 90 % škol se setkalo se situací, že si žák nemůže z ekonomických důvodů dovolit návštěvu kulturní akce se školou |
| Školy jsou spokojené s nabídkou v oblasti divadla, památek i muzeí, z kultury je navštěvují nejčastěji                                      | Pokud si žák nemůže z finančních důvodů dovolit návštěvu kulturního programu, zůstává často v jiné třídě                  |
| 95 % škol navštíví alespoň jednou ročně kulturní program ve svém městě  | Nedostatečné podchycení starších teenagerů  |
| Školy se snaží odstraňovat individuální finanční bariéru žáků při návštěvě kulturního programu  | Školy nejsou příliš spokojené s nabídkou živé hudby a akcí spojených s folklorem a řemesly                                |
|   | Komplikovaná doprava je pro školy největší bariérou   |
|   | Zejména střední školy nebo učiliště nenavštěvují kulturní program ani ve městě, kde se škola nachází                      |

**OBLAST C / KULTURA A VZDĚLÁVÁNÍ****Kultura je součástí celoživotního rozvoje všech generací**

|  |  |
|--|--|
| <b>CÍL C1 Spolupráce škol a kulturních organizací se intenzivně rozvíjí</b>    | C 1.1 Připravit finanční a nefinanční nástroje podpory spolupráce škol a kulturních organizací<br>C.1.2 Podporovat dopravu škol do kulturních zařízení mimo Prahu v rámci Středočeského kraje<br>C 1.3 Podporovat informování a setkávání kulturních organizací škol a vzájemnou výměnu zkušeností zejména na úrovni učitelů a edukátorů |
| <b>CÍL C2 Knihovny ve všech částech regionu rozvíjejí komunitní potenciál</b>  | C 2.1 Podporovat regionální funkce knihoven, včetně advokacie vůči místní politické reprezentaci<br>C 2.2 Podporovat investice do rozvoje místních komunitních knihoven  |
| <b>CÍL C3 Mladá generace v regionu najde atraktivní nabídku tam, kde bydlí</b> | C 3.1 Podporovat projekty kulturních center zaměřených na mladou generaci<br>C 3.2 Rozvíjet výměnu zkušeností mezi organizacemi v práci s mladými lidmi<br>C 3.3 Připravit nástroje podpory mladých lidí jako aktivních realizátorů kultury  |

### 3.4 OBLAST D / IDENTITA A ZNAČKA MÍST

Kulturní identita a značka míst se rozvíjejí ve prospěch místních i návštěvníků

#### Analytická východiska

Jako refrén napříč nezávislými organizacemi i institucemi zněla otázka, jakým způsobem posilovat status kultury a kulturních aktérů ve společnosti. Jednou z odpovědí je aktivní zapojení kultury a kulturních aktérů při spolupráci na řešení společenských problémů, nástroji, které jsou kultuře vlastní.

Osídlení a socioekonomická struktura oblasti v zázemí Prahy a v okolí páteřních dopravních tras je definována silnou suburbanizací. Od roku 2010 vzrostl počet obyvatel ve správních obvodech obcí s rozšířenou působností v okolí Prahy o 36–47 %. *V některých oblastech kvůli tomu vzniká bariéra mezi nově přistěhovalými a starousedlíky a vyvstává zde potřeba pokoušet se oba světy propojovat.* Jako vhodný nástroj integrace se jeví kulturní činnost. Ta má v kraji sice dobrou základnu, *velký problém je však předávání informací o kulturním dění veřejnosti.*

Poloha Středočeského kraje je výhodná i pro cestovní ruch, kraj nabízí mnoho turistických atraktivit. K hlavním turistickým oblastem náleží Český kras a okolí Vltavy, Sázavy a Berounky. Mezi hlavní turistické cíle v oblasti kultury a kulturního dědictví s návštěvností nad 150 000 osob ročně patří Památník Lidice, areál Sedlec a Chrám sv. Barbory v Kutné Hoře, zámek Loučeň a hrad Karlštejn. Tyto cíle, které tvoří značku míst, spravují různé typy vlastníků (církve, NPÚ, soukromý vlastník a Ministerstvo vnitra). *Z diskuse s aktéry vyplynulo, že je třeba zlepšit strategickou komunikaci a spolupráci mezi hlavními aktéry.*

Převažuje jedno či dvoudenní turismus, který sebou nese vyšší nároky na dopravu. *Dopravní dostupnost hromadnou dopravou však často není ideální, cesta trvá dlouho, a turisté proto upřednostňují tu individuální. Nedostatečné jsou i ubytovací kapacity a infrastruktura v určitých lokalitách.*

Návštěvníky do kraje táhnou i kulturní akce – Mělnické vinobraní, Národní Svatováclavská pouť, festival Votvírák a mnoho dalších. Mezi všemi konanými akcemi regionálního nebo nadregionálního významu, které tvoří jakousi páteř opakujícího se kulturního kalendáře v kraji, jich bylo identifikováno v roce 2022 téměř osmdesát. Akce však nejsou vzájemně časově koordinované a často se překrývají, což platí zejména pro akce místního významu.

Akce s velkou návštěvností jsou koncentrované do území mezi Kutnou Horou a Mělníkem, větší množství menších akcí regionálního významu se koná i ve správních obvodech obcí s rozšířenou působností Černošice, Kladno, Slaný, Kralupy nad Vltavou a Beroun. Naopak v jižní části kraje je opakovaných akcí pouze sedm.

V oblasti kultury a kulturního dědictví působí devatenáct příspěvkových organizací zřízených krajem (17 muzeí a galerií, Středočeská vědecká knihovna v Kladně a Ústav archeologické památkové péče středních Čech). Jejich zástupci často vyzdvihují kvalitu nabídky a umístění institucí na atraktivní místa a do atraktivních budov. *Deset organizací se však potýká s nedostatečnými personálními kapacitami a třináct jako svou slabou stránku uvádí nevyhovující stav budovy nebo vnitřních prostor pro svou činnost.* Většinou zřízených organizací se po pandemii koronaviru podařilo i díky pořádání akcí vrátit návštěvnost na původní úroveň. 90 % organizací je také schopno získat minimálně 10 % z jiných zdrojů než z rozpočtu Středočeského kraje.

Kraj se prostřednictvím příspěvkových organizací podílí na financování kulturní nabídky ve většině okresů, nicméně je zde patrná dominance okresu Kutná Hora, Příbram a Kladno. Zlepšuje se také čerpání investičních dotací na rekonstrukce budov, ve kterých organizace sídlí, z národních a mezinárodních zdrojů.

Významné investice proběhly v posledních deseti letech zejména v Galerii Středočeského kraje, Muzeu Českého krasu v Berouně a Polabském muzeu v Poděbradech. Do prostorového zázemí poloviny organizací bylo investováno v posledních deseti letech v průměru méně než 10 milionů korun na jednu organizaci, přičemž do tří z nich nebylo investováno vůbec.

### Související hlavní potenciály a problémy

| POTENCIÁLY  | PROBLÉMY   |
|---|--|
| Dobré osobní vazby, komunikace a spolupráce mezi místními samosprávami a zřizovanými institucemi s krajem         | Nedostatečné pochopení přínosů kultury ve společnosti  |
| Blízkost a dostupnost hlavního města  | Bariéry mezi nově příchozími a starousedlíky   |
| Pestrá kulturní nabídka a nabídka atraktivit (kulturní dědictví, poutní místa, památky, služby)                   | Akce jsou propagovány převážně pouze na lokální úrovni   |
| O objekty s historickou pamětí a geniem loci má často zájem veřejnost.  | Chybí koordinace přetížených bodů zájmu  |
| Organizace kraje vytvářejí páteřní muzejní síť v regionu s pobočkami ve všech okresech s profesionálním programem | Slabá koordinace kraje a NPÚ v oblasti strategických priorit a image na nejvyšší úrovni                      |
| Většina organizací v roce 2023 již dosahuje úrovně návštěvnosti před pandemií COVID-19                            | Atraktivita nejsou dobře dostupné veřejnou dopravou  |
| Muzejní instituce sídlí na atraktivních místech v obcích i zajímavých budovách                                    | Nevyhovující sekundární turistická infrastruktura a ubytovací kapacity (parkoviště, P+R, obytné vozy)        |
|   | Řada měst není dostatečně atraktivní (celkový dojem, veřejná prostranství)                                   |
|   | Nedostatečné personální kapacity a nevyhovující stav budov kulturních institucí zřizovaných krajem institucí |

**OBLAST D / IDENTITA A ZNAČKA MÍST**

Kulturní identita a značka míst se rozvíjí ve prospěch místních i návštěvníků

|   |  |
|---|--|
| <b>Cíl D1 Kultura hraje integrační roli v identitě a značce lokalit</b>   | D 1.1 Posilovat status kultury ve společnosti<br>D 1.2 Podporovat nástroje propojení starousedlíků a nově příchozích<br>D 1.3 Podporovat zlepšení informovanosti veřejnosti o kulturním dění ve spolupráci s partnery                              |
| <b>CÍL D2 Partneri v oblasti kultury, kulturního dědictví a cestovního ruchu dobře komunikují a rozvíjejí společné projekty</b> | D 2.1 Koordinovat rozvoj značky lokalit v oblasti kulturního dědictví s partnery<br>D 2.2 Hrát koordinační roli v případě velkých eventů<br>D 2.3 Rozvíjet filmovou turistiku  |
| <b>CÍL D3 Paměťové instituce zřizované krajem mají dostatečné kapacity pro naplňování své role</b>                              | D 4.1 Rozvíjet personální kapacity institucí pro výkon veřejné služby<br>D 4.2 Podporovat rozvoj know-how institucí pro výkon veřejné služby<br>D 4.3 Zajistit rozvoj materiálně technické základny zřizovaných institucí pro výkon veřejné služby |

### 3.5 OBLAST E / KULTURNÍ A KREATIVNÍ ODVĚTVÍ

Kulturní a kreativní odvětví v regionu mají dobré podmínky pro svůj rozvoj

#### Analytická východiska

Středočeský kraj se historicky orientoval především na těžký průmysl (strojírenství, elektrotechnika, chemický průmysl a těžba nerostných surovin) a v oblasti KKO nelze ukázat na konkrétní tradiční odvětví, které by jej definovalo.

Odvětvová struktura kraje je dána jeho umístěním v rámci republiky – obklopuje hlavní město s letištěm a leží na křižovatce silniční i železniční sítě. Zároveň má struktura jeho osídlení venkovský charakter a na rozdíl od Prahy nabízí kapacity pro podnikání náročné na prostor a dopravu (lidí i věcí).

Středočeský kraj je zřizovatelem příspěvkové organizace Středočeské inovační centrum (SIC), založené za účelem podpory inovací a podnikání v regionu. SIC nabízí začínajícím i zkušeným podnikatelům různé způsoby podpory, které pomohou zrealizovat nápad, který má komerční potenciál, provést procesem rozšíření firmy, nebo propojit startupy s investory. Skrze kreativní vouchery byla také po omezenou dobu podporována spolupráce kreativců a firem.

Nástroje podpory mohou využít i podnikatelé zejména v oblasti kreativních průmyslů, jejichž produkt vyhovuje zaměření podpory, opírající se zejména o regionální inovační strategii (RIS III). Dosud podpořené projekty v této oblasti se týkaly zejména tisku, produktového designu nebo módy.

Odbor kultury a památkové péče ve spolupráci se SIC realizoval v roce 2018–19 pilotní mapování kulturních a kreativních odvětví se zahrnutím uměleckých řemesel. Na území kraje identifikoval více než dva tisíce aktivních subjektů KKO. Databáze subjektů je k dispozici na webu [www.kreativnistrednicechy.cz](http://www.kreativnistrednicechy.cz), který slouží jako základní přehled o rozproštění a typech KKO v území i vybrané příklady zajímavých podnikatelů a jejich projektů, které jsou představeny blíže. *Databáze ovšem není aktualizovaná.*

V současné době tedy v kraji chybí živá databáze kreativců a hlubší znalost jejich potřeb. Na základě poptávky Ministerstva kultury a projektu Mapování a tvorby strategií byly na Odboru kultury a památkové péče vytvořeny stabilní odborné kapacity. Postupně je prohlubována znalost KKO v území a jejich potřeb, a to i díky rozvíjející se komunikaci se střešními asociacemi z jednotlivých odvětví.

Vzhledem k blízkosti Prahy je pro Středočeský kraj významný filmový průmysl. Svou nabídkou potenciálních lokací a snadnou a rychlou dostupností je region zajímavý pro domácí i zahraniční produkce. I díky trendu „zeleného natáčení“, který mimo jiné zahrnuje maximální využívání zdrojů v místě natáčení, na sebe váže velké množství místních dodavatelů doplňkových služeb, které jsou spojeny s využitím nebo úpravou lokace.

*Zástupci obcí však často nevědí, jak efektivně nastavit spolupráci s filmovými produkcemi a získat díky natáčení co nejvíce benefitů pro svou obec. Uvítali by metodické vedení kraje. Kraj by měl dokázat produkce ke spolupráci s obcemi motivovat, chybí mu však ucelené informace o fungování filmových produkcí.*

V současnosti Středočeský kraj podporuje filmové produkce prostřednictvím individuálních dotací. *Aktéři z profesních asociací považují nástroje podpory filmu za nedostatečné vzhledem k potenciálu zájmu filmových produkcí a možných ekonomických benefitů pro místa, kde filmové natáčení probíhá.* Dle diskuse se zástupci profesních asociací může promyšlené



nastavení programových nástrojů podpory ze strany kraje podpořit také rozvoj místních firem poskytujících nejen doplňkové, ale přímo kreativní služby a produkty.

### Související hlavní potenciály a problémy

| POTENCIÁLY  | PROBLÉMY   |
|---|--|
| Kraj je dobře dostupný pro domácí i zahraniční filmové produkce | Slabé koordinační a strategické kapacity filmové kanceláře                                   |
| Probíhající mapování aktérů KKO na úrovni kraje                 | Klíčoví hráči se neshodují na vhodné formě podpory filmového průmyslu s co nejlepším dopadem |
| Vytvořené kapacity na straně úřadu na rozvoj agendy KKO         | Nedostatečná koordinace nástrojů rozvoje KKO na úrovni kraje a jeho organizací               |
|   | Slabá znalost dat o KKO a potřeb jednotlivých odvětví  |
|   | KKO nejsou součástí regionální inovační strategie ani součástí strategického plánu kraje     |
|   | Nedostatečný kontakt se střešními asociacemi, aktivity jsou rozdrobené a nekoordinované      |
|   | Nedostatečná spolupráce s hl. m. Prahou  |
|   | Slabá role Středočeského kraje jako znalce prostředí a advokáta KKO vůči státním institucím  |

**OBLAST E / KULTURNÍ A KREATIVNÍ ODVĚTVÍ**

Kulturní a kreativní odvětví v regionu mají dobré podmínky pro svůj rozvoj

**CÍL E1 Kraj a jeho organizace mají aktuální informace o prostředí a potřebách kulturních a kreativních odvětví**

E 1.1 Zajistit živou datovou základnu o kulturních a kreativních odvětvích v regionu  
E 1.2 Navazovat vztahy se všemi relevantními střešními asociacemi v jednotlivých segmentech KKO a mít přehled o aktuálních tématech, která řeší

**CÍL E2 Kraj aktivně sdílí informace o kulturních a kreativních odvětvích, a hraje advokační roli v zájmu rozvoje místní kreativní ekonomiky**

E 2.1 Aktivně uchopit advokační roli kraje vůči státním institucím  
E 2.2 Hrát informační a advokační roli vůči obcím s rozšířenou působností  
E 2.3 Aktivně se vzájemně informovat o situaci KKO a koordinovat informace s hl. m. Prahou

**CÍL E3 Kraj disponuje relevantními nástroji rozvoje KKO jako součástí místní ekonomiky, které jsou využívány a kladně hodnoceny aktéry KKO**

E 3.1 Rozvíjet nástroje podpory filmového průmyslu s využitím potenciálu přirozené spádovosti Středočeského kraje a hl. m. Prahy pro filmový průmysl  
E 3.2 Nástroje podpory podnikání Středočeského kraje a jeho organizací uzpůsobovat příjemcům z řad KKO  
E 3.3 Definovat nástroje podpory, které je vhodné koordinovat a sdílet s hl. m. Prahou

# 4 Pravidla implementace Strategie Středočeského kraje pro oblast kultury, kulturního dědictví a kulturních a kreativních odvětví na léta 2024–2030

## 1.1 Úvod

Implementační pravidla jsou nedílnou součástí Strategie Středočeského kraje pro oblast kultury, kulturního dědictví a kulturních a kreativních odvětví na léta 2024–2030 (dále jen Strategie).

Implementace Strategie a proces strategického řízení klade nároky nejen na Odbor kultury a památkové péče, ale i na další odbory Krajského úřadu Středočeského kraje (KÚSK) a Středočeským krajem zřizované nebo založené organizace, které budou partnery pro naplňování některých cílů a realizátory vybraných opatření. Tento proces klade nároky i na politickou reprezentaci kraje a spolupráci napříč gescemi jednotlivých radních. Zavedení kvalitního strategického řízení při realizaci Strategie je předpokladem efektivního nakládání s lidskými i finančními zdroji.

Správné nastavení implementačních pravidel Strategie a ukotvení procesu jejího řízení v kontextu strategického řízení na KÚSK je klíčové pro její úspěšné naplnění.

Pro efektivní fungování strategického řízení je rozhodující, aby s principy a obsahem strategického řízení byli srozuměni zaměstnanci Odboru kultury a památkové péče, jejich kolegové z ostatních odborů krajského úřadu a krajských organizací, jež budou při naplňování partnery, i členové Rady a Zastupitelstva a dalších orgánů Středočeského kraje. Vzájemný respekt a konstruktivní spolupráce všech zúčastněných je základním předpokladem funkčního průběhu celého procesu a kvalitních výstupů.

Dokument vychází z doporučení navržených v rámci Metodiky přípravy veřejných strategií Ministerstva pro místní rozvoj.

## 1.2 Aktéři implementace Strategie

### 1.2.1 Koordinátor naplňování strategie

Implementaci Strategie řídí koordinátor/ka zařazený/á do organizační struktury Krajského úřadu Středočeského kraje. Koordinátor/ka průběžně koordinuje svou činnost s vedoucí/m odboru a se členem Rady Středočeského kraje, který je pověřen gescí kultury. Koordinátor/ka dále stanovuje konkrétní termíny pro setkávání pracovní skupiny pro jednotlivé fáze procesu.

### 1.2.2 Řídící skupina / Rada Středočeského kraje

Řídící skupina je garantem řízení Strategie, je hlavním aktérem její implementace. Má výlučnou pravomoc schvalovat výslednou podobu akčního plánu na základě doporučení pracovní skupiny. Dále má pravomoc vyhodnocovat Strategii a její implementaci, jakož i připravovat změny Strategie, které jsou poté schvalovány jak Radou, tak Zastupitelstvem Středočeského kraje.

### 1.2.3 Pracovní skupina

Pracovní skupina slouží jako koordinační orgán pro naplňování Strategie dle akčního plánu. Podílí se na vyhodnocení akčního plánu předešlého a spolupracuje na přípravě akčního plánu budoucího.

Pracovní skupina je složena především z relevantních zaměstnanců krajského úřadu a jeho organizací. K účasti v pracovní skupině je možné přizvat další osoby – odborníky nebo zástupce neziskových organizací, podnikatelských subjektů či akademického sektoru, působící v regionu v oblasti kultury, kulturního dědictví a kulturních a kreativních odvětví, členem pracovní skupiny také mohou být členové komisí Rady a výborů Zastupitelstva.

Jednání pracovní skupiny řídí vedoucí Odboru kultury a památkové péče KÚSK, případně jím pověřená osoba. Členy pracovní skupiny jmenuje radní Středočeského kraje na doporučení Odboru kultury a památkové péče. Může být zvážena forma pracovní skupiny jako regionální stálé konference (RSK).

### 1.2.4 Kulturní a kreativní fórum Středočeského kraje

Fórum slouží jako prostor pro zpětnou vazbu a jako motivační faktor spolupráce při naplňování Strategie. Je otevřené pro všechny, kteří mají zájem, navazuje na principy participace při přípravě Strategie. Na platformu je přizýváno široké spektrum aktérů z řad veřejného, neziskového, soukromého i akademického sektoru ze všech odvětví. Na platformě jsou každoročně představeny výstupy realizace akčního plánu a priority na další rok, případně roky. Účastníci jednání platformy mohou dávat podněty pro akční plán. Setkání platformy slouží také k prezentaci příkladů dobré praxe, sdílení know-how na regionální i národní úrovni. Platforma se schází minimálně jednou ročně u příležitosti prezentace výstupů realizace stávajícího a přípravy nového akčního plánu. Setkávat se ale může častěji i při jiných příležitostech a dle potřeby. Setkání platformy organizuje Odbor kultury a památkové péče.

## 1.3 Proces implementace Strategie

### 1.3.1 Akční plán

Akční plán je nástroj, jehož prostřednictvím je naplňována Strategie v jednotlivých letech s ohledem na dostupné finanční prostředky. Akční plán je strukturovaný dokument, který zahrnuje seznam aktivit a projektů, jež budou v daném roce realizovány, propojuje je s jednotlivými oblastmi a cíli Strategie. U každého projektu nebo aktivity je nastavena odpovědnost, finanční alokace a termín plnění. Zároveň existuje zásobník projektů, který obsahuje podněty pro projekty a aktivity, jako zásobárna nápadů.

### 1.3.2 Tvorba akčního plánu

Strategie je naplňována především prostřednictvím akčního plánu. **Zakomponování procesu tvorby akčního plánu do přípravy rozpočtu kraje je jedním ze základních principů strategického řízení.** Výsledná podoba akčního plánu by měla korespondovat s rozpočtem kraje. Finalizace akčního plánu by měla být součástí diskuse o rozpočtu na následující rok. Oba dokumenty by měly být diskutovány a schváleny zároveň.

Proces tvorby akčního plánu je dlouhodobým procesem s roční periodicitou. Akční plán se připravuje vždy na následující rok ( $r+1$ ) s výhledem na další rok ( $r+2$ ).

Při tvorbě akčního plánu se postupuje v těchto krocích:

**1. Sběr a projednání podnětů** – v procesu se využívají participační nástroje, jejichž prostřednictvím se získávají podněty od zaměstnanců krajského úřadu a organizací kraje i od širší kulturní veřejnosti. V závislosti na těchto podnětech se postup naplňování jednotlivých opatření Strategie v akčním plánu může upravit.

**2. Rozpracování a projednání aktivit a projektů** – v pracovní skupině jsou připraveny aktivity a projekty, které povedou k realizaci opatření Strategie.

**3. Schválení akčního plánu** – vybrané aktivity a projekty jsou zařazeny do akčního plánu a předloženy ke schválení Radě Středočeského kraje. Neschválené projekty a aktivity mohou být zařazeny do zásobníku aktivit/projektů k jednotlivým opatřením Strategie.

### 1.3.3 Rámcový harmonogram přípravy akčního plánu

|          |   |
|----------|---|
| leden    | Vyhodnocení plnění AP   |
| únor     |   |
| březen   | Tvorba AP 1. fáze: sběr (průběžně, celoročně), setkání a sběr podnětů na fóru   |
| duben    |   |
| květen   |   |
| červen   | Tvorba AP 2. fáze: rozpracování a projednání aktivit a projektů jako součást rozpočtu kraje   |
| červenec |   |
| srpen    |   |
| září     |   |
| říjen    | Tvorba AP 3. fáze: projednání v orgánech kraje včetně relevantních komisí Rady a výborů Zastupitelstva, schválení akčního plánu Radou Středočeského kraje |
| listopad |   |
| prosinec |   |

Pro schválení prvního akčního plánu (období roku 2025 s výhledem 2026) tento harmonogram neplatí.

## **1.4 Vyhodnocení naplňování Strategie**

### **1.4.1 Zpráva z implementace Strategie**

Koordinátor/ka implementace Strategie připravuje ve dvouletých intervalech stručnou zprávu z implementace Strategie. Hlavním závěrem zprávy jsou doporučení na změny ve Strategii a její implementaci. Zprávu projedná pracovní skupina a schválí Rada Středočeského kraje.

V případě doporučení změn ve Strategii (především úprava cílů nebo opatření Strategie a implementačních pravidel) probíhá v pracovní skupině příslušný proces s cílem zakomponovat změny do aktualizované verze Strategie (viz kap. 1.5).

### **1.4.2 Vyhodnocení indikátorů Strategie – úroveň dopadu**

Plnění Strategie je měřeno soustavou indikátorů, které jsou přiděleny k jednotlivým oblastem / cílům. Měření je pravidelně, zpravidla ve dvouletém intervalu, vyhodnocováno. Při prvním sběru dat se popíše metodika sběru indikátorů pro zachování kontinuity měření.

Za vyhodnocování indikátorů je zodpovědný/á koordinátor/ka implementace Strategie, který/á může sběrem dat pověřit členy pracovní skupiny nebo zodpovědné osoby za naplňování jednotlivých úkolů ve Strategii. Vyhodnocení indikátorů je součástí stručné zprávy z implementace Strategie.

### **1.4.3 Vyhodnocení plnění strategie – úroveň výstupů – akční plán**

Plnění Strategie je průběžně vyhodnocováno na základě plnění akčních plánů a sledování efektivity navázaných procesů. Vyhodnocení spočívá ve stručném konstatování, jak se podařilo jednotlivé aktivity naplnit, proč nebyly realizovány nebo v jakém jsou stupni rozpracování. Vyhodnocení probíhá každý rok.

Vyhodnocení plnění je pak každé dva roky shrnuto ve zprávě z implementace Strategie.

## **1.5 Změny Strategie**

Návrh změn návrhové části Strategie (především úprava cílů nebo opatření) projedná pracovní skupina a následně je navrhuje k projednání radním a zastupitelům Středočeského kraje, kteří také schvalují změny Strategie.

### **4.1 Vazba Strategie na celkovou strategii rozvoje kraje**

Ve vztahu k provázanosti se strategií rozvoje kraje se Strategie řídí standardními pravidly uplatňovanými na dílčí koncepcie v rámci strategického řízení na KÚSK.