Ministerstvo pro místní rozvoj

OBCEPRO
PROGRAM ROZVOJE OBCE

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://kreativnicesko.idu.cz/clanky/zachranna-sada-pro-mesta-aneb-jak-udrzet-kulturu-a-kreativitu