

INTERREG IVC projekti
„Creative Metropolises - Public Policies and Instruments in Support of Creative Industries“
raames läbiviidud uuringu

LOOMEMAJANDUS TALLINNAS

LÕPPARUANNE

Projekti täitja
Tallinna Ülikooli Eesti Tuleviku-uuringute Instituut

Tallinn 2009

Sisukord

| | |
|---|----|
| Uuringu lähtekoht ja metoodika..... | 3 |
| 1. Tallinna loomemajanduslik positsioon:..... | 5 |
| 1.1 Tallinna loomeettevõtluse olukord..... | 5 |
| 1.2 Hinnang loomemajanduse seisundile: Tallinna tugevused ja nõrkused | 7 |
| 1.3 Loomemajandus Tallinna arengut kujundavates dokumentides..... | 14 |
| 2. Loomemajanduse arendamise perspektiivid Tallinnas..... | 18 |
| 2.1 Loomeettevõtte eripärad | 18 |
| 2.2 Tallinna loomemajanduspoliitika fookus | 24 |
| 2.3 Toetusvajadused loomeettevõttele Tallinnas..... | 28 |
| Kokkuvõtteks | 35 |
| | |
| Lisad | |
| Lisa 1 Ankeet..... | 37 |
| Lisa 2. Intervjueeritud ja küsitletud inimeste nimekiri | 81 |
| Lisa 3. Ümarlaua esitlus | 82 |
| Lisa 4. Ümarlual osalenute nimekiri | 87 |

Uuringu lähtekoht ja metoodika

Interreg IVc projekti „*Creative Metropolises – public policies and instruments in support of creative industries*“ raames viis Tallinna Ülikooli Eesti tuleviku-uuringute Instituut läbi uuringu „Loomemajandus Tallinnas“. Uuringu eesmärgiks oli analüüsida Tallinna loomemajanduse ja loomeettevõtete hetkeseisu ning kirjeldada loomemajanduse valdkonna arendamise paremaid praktikaid ja poliitikaid.

Tulenevalt uuringu ülesande kahesest fookusest, kasutati ka uuringu läbiviimisel kahte erinevat lähenemist.

Esiteks, Tallinna loomemajanduse valdkonna arendamise **poliitikate kirjeldamisel ja esitamisel** lähtuti projekti *Creative Metropolises* poolt etteantud metoodikast ja ankeedist (vt Lisa 1. Tallinna ankeet). Antud metoodika nägi ette ka linna parimate loomemajanduse praktikate kirjeldamist. Parimate praktikate valimisel lähtuti etteantud teemade valikust; teemad olid järgmised:

- loomeettevõtluse ärivõimekuse suurendamine, nende rahvusvahelistumise toetamine;
- linnaruumi ja loovate linnaosade arendamine;
- finantseerimismudelid loomemajanduse arendamiseks;
- nõudluse suurendamine loomemajanduse toodete ja teenuste järele.

Oluliseks peeti kirjeldada erinevate teemade parimaid kogemusi, sh kavandatult vähemalt ühte praktikat iga allteema kohta. Parimate kogemuste kirjeldamisel lähtuti etteantud metoodikast.

Teiseks, Tallinna **loomemajanduse ja loomeettevõtete hetkeseisu analüüsimisel** tugineti ühelt poolt Eesti ja Tallinna loomemajanduse uuringute tulemustele¹ ning teiselt poolt loomeettevõtjatega korraldatud ümarlaua arutelu tulemustele. Lisaks kirjeldati Eesti riigi tasandil loomeettevõtetele suunatud meetmeid, mis laienevad ka Tallinna ettevõtetele eesmärgiga analüüsida, kus on kattuvusi ja mis osas saaks linn pakkuda täiendavaid võimalusi.

Andmete kogumisel kasutati põhiliselt kolme meetodit:

1. Dokumendianalüüs

Dokumentide analüüsi osas võeti vaatluse alla ühelt poolt varasemad uuringud ja olemasolev statistika, et kaardistada loomemajanduse hetkeolukord Tallinnas. Teiselt poolt analüüsiti linna strateegiaid ja arengukavasid ja poliitikameetmeid, hindamaks, kuivõrd need tegelevad loomemajanduse küsimustega ning millistest aspektidest. Kolmandaks

¹ Eesti loomemajanduse olukorra uuring ja kaardistus. Tallinn: Eesti Konjunktuuriinstituut, 2009; Eesti loomemajanduse potentsiaal ja arenguks vajalikud riiklikud toetusmeetmed. Tallinn: Eesti Tuleviku-uuringute Instituut, Tallinna Ülikooli Eesti Humanitaarinstituut, 2009; Loova Tallinna visiooni kontseptsioon. Tallinn: Tallinna Ülikool, Eesti Tuleviku-uuringute Instituut, 2008

koguti ja analüüsiti Tallinna loomemajanduse parimate praktikate kohta leiduvaid materjale (sh ajakirjanduse sekundaaranalüüs, kodulehed jms).

2. Intervjuud

Antud tööle esitatud ülesanne eeldas informatsiooni kogumist nii linnaametnikelt kui loomeettevõtetelt ja -organisatsioonidelt. Info kogumiseks viidi läbi nii *face-to-face* kui ka telefoniintervjuusid. Intervjuud olid rangelt struktureerimata, aga järgisid projekti *Creative Metropol* poolt etteantud ankeedi struktuuri. Intervjueeritavate valikul eelistati inimesi, kes vastaks mõnele alljärgnevale tingimusele: a) intervjueeritav on tegev loomeettevõtluses (ja/või –organisatsioonis); b) intervjueeritav tegeleb mitmes loomemajanduse valdkonnas korraga; c) intervjueeritav on tegelenud/tegeleb loomemajanduse poliitika arendamisega. Kokku viidi läbi 11 intervjuud (vt Lisa 2). Saadud infot kasutati sisendina nii parimate praktikate kui Tallinna loomemajanduse hetkeolukorra kirjeldamisel.

3. Ümarlaud

Uuringu ülesandepüstitus nägi ette Tallinna loomemajanduse olukorra analüüsimist loomeettevõtete seisukohalt, saada infot loomeettevõtete vajadustest, arvamustest ja hoiakutest. Selleks viidi läbi ümarlaua arutelu (vt ka Lisa 3). Arutelu keskendus põhiliselt neljale teemale:

- **Loomemajanduse seisund Tallinnas.** Väike ülevaade erinevate uuringute tulemuste põhjal joonistunud loomemajanduse situatsioonist Tallinnas. Kas loomeettevõttel on Tallinnas hea tegutseda? Mis on seisundi head ja vead?
- **Mis „loom“ on loomeettevõte?** Kas ja mille poolest erineb loomeettevõte teistest ettevõtetest?
- **Mida saab linn loomeettevõtete heaks teha?** Milliseid tegevusi ja/või toetusmeetmeid võiks linn rakendada, et loomeettevõtluse arengule kaasa aidata?
- **Fokuseeritud loomemajanduse toetuspoliitika – plussid ja miinused.** Kas linn peaks keskenduma oma toetuspoliitika väljatöötamisel teatud loomemajanduse allvaldkondade eelisarendamisele?

Ettevõtete ümarlaua sihtgrupiks olid valitud ettevõtjad eelkõige ärilise loomuga loomemajanduse valdkondadest (B2B ja B2C ehk reklaam, arhitektuur, disain), mille Tallinnasse koondumise osakaal on üks kõrgemaid. Samuti on nendes allvaldkondades enim ettevõtteid. Ümarlauale olid kutsutud ka Tallinna linna loomeettevõtluse arendamisega seotud ametnike esindajad. Ümarlaua tulemused on sisendiks loomeettevõtete olukorra hindamisele Tallinnas ning samuti võimalike, vajalike poliitikameetmete väljavalimiseks.

Käesoleva uuringu raport koosneb kahest peatükist, milles mõlemas on kolm allpeatükki. Esimene peatükk annab ülevaate loomemajanduse ja loomeettevõtete seisukorrast Tallinnas. Teine peatükk keskendub Tallinna loomemajanduse arendamiseks võimalike poliitika valikute leidmisele.

Raporti oluliseks osaks on Lisa 1, milleks on projektile *Creative Metropol* esitatud ankeedi eestikeelne versioon.

1. Tallinna loomemajanduslik positsioon:

1.1 Tallinna loomeettevõtluse olukord

Käesolevas punktis on esitatud kahe loomemajandust käsitleva uuringu tulemused. Statistilised andmed pärinevad Eesti Konjunktuuriinstituudi poolt 2009. aastal läbi viidud „Eesti loomemajanduse olukorra uuring ja kaardistus“ raportist. Eesti Tuleviku-uuringute Instituudi ja Tallinna Ülikooli Eesti Humanitaarinstituudi poolt 2009. aastal läbiviidud uuring „Eesti loomemajanduse potentsiaal ja arenguks vajalikud toetusmeetmed“ annab lisainformatsiooni loomeettevõtete Tallinnasse koondumise põhjuste osas.

Eesti Konjunktuuriinstituudi poolt 2009. aastal läbi viidud loomemajanduse kaardistamise² tulemusena selgus, et Eestis töötas 2007. aastal loomemajanduse valdkonnas üle 28 tuhande töötaja, mis moodustas 4,3% Eesti töötavast rahvastikust. Teistest enam oli töötajaid hõivatud kirjastamise ning muusika valdkonnas (vt ka tabel 1).

Tabel 1. Eesti loomemajanduse majanduslikud näitajad 2007. aastal

| Valdkond | Ettevõtete ja organisatsioonide arv | Töötajate arv | Kogutulu, mln kr |
|------------------|-------------------------------------|---------------|------------------|
| arhitektuur | 861 | 3049 | 1836 |
| film ja video | 225 | 1050 | 673 |
| ringhääling | 81 | 1670 | 1399 |
| disain | 334 | 361 | 226 |
| etenduskunstid | 95 | 2030 | 623 |
| meelelahutuse it | 13 | 325 | 305 |
| kirjastamine | 578 | 6010 | 5440 |
| kunst | 101 | 1081 | 107 |
| muuseumid | 296 | 1550 | 457 |
| raamatukogud | 1125 | 3253 | 627 |
| käsitöö | 165 | 1403 | 233 |
| muusika | 403 | 3850 | 2097 |
| reklaam | 725 | 2381 | 3907 |
| KOKKU | 5 002 | 28 013 | 17 930 |

Allikas: Eesti loomemajanduse olukorra uuring ja kaardistus. Tallinn: Eesti Konjunktuuriinstituut, 2009.

² Antud uuringus on loomemajandust Eestis defineerinud järgmiselt: Loomemajandus on majandussektor, mis põhineb individuaalsel ja kollektiivsel loovusel, oskustel ja andel ning mis on võimeline looma heaolu ja töökohti läbi intellektuaalse omandi loomise ja kasutamise.

Uurimuses käsitleti loomemajanduse alla kuuluvatena Tabelis 1 loetletud tegevusvaldkondi.

Loomemajanduse sektoris tegutses Eestis üle viie tuhande ettevõtte, mis moodustas 2007. aastal 9,4% Eesti ettevõtete üldarvust. Suurima osa loomemajanduse sektorist annavad raamatukogud, arhitektuuri valdkond ja reklaamivaldkond.

Uuring püüdis muuhulgas kaardistada loomemajandust ka teatud määral regionaalsest aspektist (kuhu ühe või teise valdkonna ettevõtted on koondunud). Kaardistuse tulemustest saab järeldada, et suurim osa loomemajandusettevõtetest on koondunud Tallinna (47,1%), v.a muuseumid, raamatukogud ja käsitöö, mis on regionaalselt suhteliselt ühtlaselt jaotunud (vt ka tabel 2).

Tabel 2. Tallinna osatähtsus loomemajanduse allvaldkondade lõikes

| Valdkond | Ettevõtete ja organisatsioonide arv Eestis (2007. a) | Tallinna osatähtsus (2008., 2009. a) |
|------------------|--|--------------------------------------|
| Film ja video | 225 | 74% |
| Reklaam | 725 | 71% |
| Arhitektuur | 861 | 71% |
| Meelelahutuse IT | 13 | 69% |
| Muusika | 403 | 69% |
| Disain | 334 | 66% |
| Kirjastamine | 578 | 65% |
| Etenduskunstid | 95 | 63% |
| Kunst | 101 | 60% |
| Käsitöö | 165 | 36% |
| Ringhääling | 81 | 22% (Harjumaa kokku 56%) |
| Muuseumid | 296 | 16% |
| Raamatukogud | 1125 | 4% |
| KOKKU | 5002 | 47% |

Allikas: Eesti loomemajanduse olukorra uuring ja kaardistus. Tallinn: Eesti Konjunktuuriinstituut, 2009.

Seega on Tallinna loomeettevõtete arvuks ligikaudu 2450 ettevõtet ja organisatsiooni³, mis moodustab ligikaudu **7% Tallinna ettevõtete koguarvust** ja paigutub seega kinnisvarasektori (2766 ettevõtet 2008. a.) ja töötleva tööstuse (2318 ettevõtet 2008. a.) vahele.⁴ Seetõttu võib öelda, et loomeettevõtted ja -organisatsioonid moodustavad märkimisväärselt olulise osa Tallinna ettevõtetest. Ettevõtete arvu poolest on kõige enam esindatud loomemajanduse allsektorid **arhitektuur, reklaam ja kirjastamine**, kuid väga olulisel määral ka **muusikatööstus ja disain**.

Kaardistusuuring kinnitas, et loomeettevõtted on pigem mikro-ettevõtted, kus 2007. aastal töötas keskmiselt 5,6 inimest (Statistikaameti andmetel oli keskmises Eesti ettevõttes 9 töötajat). Oluline on lisada, et Eesti loomeettevõtetes kasutatakse palju lepingulist tööjõudu. Nii pole osades ettevõtetes üldse põhikohaga töötajaid, vaid kõik töö tehakse ära lepinguliste töötajatega ja omanikud saavad omanikutulu. Lepingulised töötajad töötavad projektipõhiselt ja sageli mitmes loomemajanduse valdkonnas ning mitme firma jaoks. Lepinguliste töötajate üle aruandlus puudub ja ka eksperthinnangu korras ei osata nende arvu määrata. Lisaks töötas osa loomeinimesi veel mittetulundusühingutes ja sihtasutustes, mille kohta Eestis korrektnete ülevaade ja aruandlus samuti puudub.⁵

³ Organisatsioonidena on eelkõige tegemist muuseumide, raamatukogude, teatritega jms.

⁴ Tallinn arvudes 2008. Tallinn: Tallinna Linnavalitsus, 2009.

⁵ Eesti loomemajanduse olukorra uuring ja kaardistus. Tallinn: Eesti Konjunktuuriinstituut, 2009.

Eesti loomemajanduse kaardistusest selgus, et loomemajanduse ettevõtete müügitulu (sh ka riigilt dotatsiooni saavate asutuste puhul kogutulu) oli 2007. aastal üle 17,9 miljardi krooni ja see andis 2,6% Eesti ettevõtete müügitulust. Suurima panuse Eesti loomemajanduse mahtu annavad kirjastamise (koos trükindusega 30% kogu loomemajanduse tulust), reklaami (22%) ja muusika valdkond (12%).⁶ Seega on suurema tuluga need sektorid, mis on koondunud Tallinna.

Siiski tuleb vahekommentaarina lisada, et erinevate loomemajanduse valdkondade võrdlemine nn kõvade näitajate (käive, tulu jt) ja ka näiteks töötajate arvu alusel annab loomemajanduse mahust kallutatud pildi. Loomemajanduse allvaldkonnad on olemuselt väga eripalgelised, mistõttu puuduvad ühtsed objektiivsed näitajad, mille alusel allvaldkondi pingeritta seada (nt kogutulu näitaja kirjastamise *versus* muuseumide sektoris).

Ka Eesti Tuleviku-uuringute Instituudi ja Tallinna Ülikooli Eesti Humanitaarinstituudi poolt 2009. aastal läbiviidud uuringust selgub, et regionaalselt on loomemajanduse allvaldkonnad enamasti koondunud Tallinnasse ja teistesse suurematesse linnadesse, keskustesse.

Enamikel juhtudel on koondumise põhjuseks juba vastavasse piirkonda koondunud tegijate hulk – „omasuguste kättesaadavus“, mis soodustab tegijate omavahelist koostööd. Väga oluliseks koondumise põhjuseks on samuti turu ja kliendi (ostja, tarbija, turist) olemasolu piirkonnas, paljudel juhtudel viidati vajadusele olla kliendile/tellijale lähedal (vaja näidata näidiseid jms).

Tallinna-kesksusele on kaasa aidanud (ajalooliselt) siin asuvate kõrghariduslike õppeasutuste olemasolu (Eesti Kunstiakadeemia, Eesti Muusika- ja Teatriakadeemia jt): lõpetamisejärgselt on jäädud Tallinnasse edasi. Seoses haridusasutustega toimub siin ka erinevaid erialaüritusi, mis on loomeinimestele olulisteks infoallikateks.

1.2 Hinnang loomemajanduse seisundile: Tallinna tugevused ja nõrkused

Hinnangu andmisel Tallinna loomemajanduse seisundile on kasutatud mitmeid erinevaid andmeallikaid. Üldise raamistikuna kasutati Eesti loomemajanduse potentsiaali uuringu⁷ raames ilmnenu Eesti loomemajandust iseloomustavaid probleeme ning Loova Tallinna visiooni kontseptsiooni raames Tallinna kui loova linna lähte-eeldustena formuleeritud tugevusi ja nõrkusi. Lisaks toimus uuringu raames loomeettevõtjatega seminar, kus Tallinna loomemajanduse seisund oli üheks arutelu teemaks.

Loomeettevõtjatega korraldatud seminaril, kuhu olid kutsutud osalema ka linnavõimu erinevad esindajad, lasti osalejatel tuua välja Tallinna iseloomustavad tugevad ja nõrgad küljed, mis, kas siis vastavalt toetavad või takistavad loomeettevõtte tegutsemist.

Tallinnaga seostusid järgmised tugevuste kompleksid, mis on jaotatud kahte gruppi järgmiselt:

Esiteks: Tallinna tugevused Eesti kontekstis. Need tugevused seostuvad Tallinna n.ö objektiivsete eelistega muu Eesti ees, mis on ühtlasi ka põhjustanud loomemajandusega

⁶ Eesti loomemajanduse olukorra uuring ja kaardistus. Tallinn: Eesti Konjunktuuriinstituut, 2009.

⁷ Eesti loomemajanduse potentsiaal ja arenguks vajalikud riiklikud toetusmeetmed. Tallinn: Eesti Tuleviku-uuringute Instituut, Tallinna Ülikooli Eesti Humanitaarinstituut, 2009.

seonduvate tegevuste kontsentreerumise Tallinna. Seda tüüpi tugevuste osas saab esile tuua järgmised:

- klient asub Tallinnas. Tallinnas tegutsemise eeliseks on turu olemasolu loomemajanduse toodete ja teenuste jaoks ehk Tallinna iseloomustab erinevate turustamisvõimaluste rohkus. Tsiteerides:

„... et siin on turgu. Loomulikult saab kõike asju ajada ka e-maili ja skype'i teel, aga on vaja ka kohtuda. Valdavalt on kliendid siin. Aga kui nad on ka Tartus, siis nad tulevad siia.“ [loomeettevõtte esindaja]

- Tallinnas asub ostujõulisem ja targem tarbija. Loomemajanduse tooted ja teenused eeldavad paljudel juhtudel ka ostujõulisemat, trenditeadlikumat tarbijat – selliste tarbijate kontsentratsioon asub Eesti kontekstis Tallinnas. Tsiteerides:

„... moedisaini puhul rõhutaks just seda teadlikku või tarka tarbijat – igaüks seda toodet ju ei tarbi. Meil on rohkem ateljeedisainerid. Ja ostujõulisus on ka väga tähtis.“ [loomeettevõtte esindaja]

- Tallinnas asuvad koostööpartnerid. Tallinnasse on koondunud tegutsemiseks vajalik partnerite võrgustik: seotud ettevõtjad, vajalikud tarneettevõtted, maaletoojad jne – see soodustab ja kergendab koostööd. Tsiteerides:

„... kõik me oleme ju siin väikses Tallinnas. Väike küla nagu me oleme ... See on nagu pluss, et kõik on käe-jala juures. Maaletoojad on siin samas ümber nurga. Selles mõttes väike külakeskkond töötab nagu hästi. Et on nagu lihtne. Kõik erialavaldkonnaga seotud teised erialad on ka siin.“ [loomeettevõtte esindaja]

Mitmel juhul nenditi, et alternatiivseid valikuid Eestis tegutsemiseks peale Tallinna on vähe: „mul ei ole valikut olla mujal“ [loomeettevõtte esindaja].

Uuringus „Eesti loomemajanduse potentsiaal ja arenguks vajalikud riiklikud toetusmeetmed“ raames Eesti loomemajanduse regionaalse paiknemise ja selle põhjuste analüüsimise käigus toodi Tallinna kontsentratsiooni põhjustena välja sarnaseid aspekte. Ka selles uuringus peeti olulisteks teguriteks nii turu ja kliendi (ostja, tarbija) olemasolu Tallinnas kui ka Tallinnasse koondunud tegijate hulka – „omasuguste kättesaadavust“, mis soodustab tegijate omavahelist koostööd.

Teiseks: Tallinna tugevused maailma kontekstis. Need on tugevused, mille osas võime rääkida Tallinna konkurentsieelisest teiste riikide ja linnadega võrreldes (või vähemalt tugevuste baasist, mida saaks kasutada Tallinna konkurentsivõimekuse tugevdamiseks). Seda tüüpi tugevuste osas saab rääkida järgmistest:

- Tallinna kompaktsus ja mobiilsus. Suurlinnadega võrreldes räägivad Tallinna kasuks Tallinna optimaalne suurus: siinsed lühemad vahemaad ja parem ligipääsetavus nii erinevatesse paikadesse kui ka infole (sh suurem juhuslike kohtumiste tõenäosus). Tsiteerides:

„Plussiks on Tallinna väiksus. Meeldib, et inimesi on pealinna kohta vähe. Kui on vaja mingit know-how'd, siis saad selle suhteliselt kiiresti kätte. Suurlinnas on see keerulisem. Et see mobiilsus ja see meeldib.“ [loomeettevõtte esindaja]

„Vesteldes suurlinnade disaineritega, siis pluss on kahtlemata see, et siin on kõik käe-jala juures. /.../ Tallinn on hästi mobiilne. On võimalik hästi kiiresti teha, sest vahemaad on lühikesed.“ [loomeettevõtte esindaja]

„Mis on Tallinna pluss, on see, et infrastruktuur on suhteliselt optimaalne võrreldes teiste suuremate linnadega. Enam vähem saad kõik asjad aetud.“ [loomeettevõtte esindaja]

- Tallinna (Eesti) odavus. Kuigi odavus on suhteline, on võrreldes muu maailma suurlinnadega Tallinnas tegutsemine soodne (muu Eestiga võrreldes siiski küll kallim). Tsiteerides:

„Kui sul on olemas raha, siis tegelikult Eestis (Tallinnas) on tootearendusega tegeleda väga odav, sest Tallinn on hästi mobiilne. On võimalik hästi kiiresti teha, sest vahemaad on lühikesed...“ [loomeettevõtte esindaja]

„Internet ka kõige kallim ei ole“ [loomeettevõtte esindaja]

- Kultuuritarbimise kõrge tase. Omamaise loomingu kasutamise harjumus on tugevuseks just siseturu poolt vaadates. Tsiteerides:

„Kui siseturu poolt vaadata siis pluss on omamaise loomingu kasutamise harjumus. Võib-olla tuleneb see sealt, kus meil oli kellegagi protestida. Eesti kirjandus, eesti muusika, animatsioon, film. Omamaise kultuuri või loomingu tarbimine on päris hea pluss.“ [linna struktuuride esindaja]

Tallinna tugevusteks maailma kontekstis nimetatud kolm aspekti ühtivad paljuski uuringus „Loova Tallinna visiooni kontseptsioon“ esile toodud Tallinna eeldustega liikumisel loova linna suunas. Oluliste eeldustena oli Loova Tallinna uuringus rõhutatud Tallinnale omast head infrastruktuuri, siinsete elanike kõrget kultuuritarbimise taset, kõrget mobiilsust jt.

Tallinna loomemajanduslikku positsiooni nõrgestavad tegurid seostuvad järgmise viie laiema märksõnaga: mittesoodustav keskkond, vähetoetav tugisüsteem, vähene avatus ja kaasamine ning loomemajanduse vähene tähtsustamine.

Loomemajandust mittesoodustav keskkond hõlmab kolme allteemat: kokkusaamiskeskondade vähesus, Tallinna laialihajuvus, samas aga ka linna väiksus ja kaugus (maailmast).

Suhtluskeskkondade vähesuse all peeti silmas loomeinimestele suunatud, neile sobilike kohtumiskeskondade vähesust Tallinnas. Tsiteerides:

„Tallinna linn ei ole linnaplaneerimise seisukohalt loomemajandussõbralik. Linn on planeeritud autodele, hüpermarketitele, magalatele, aedlinnadele. Puuduvad

promenaadid, kus saaks loomemajandus galeriide, töökohtade, kohvikute, kogunemiskohtadena jne õitseda.“ [linna struktuuride esindaja]

„Pole loomeinimeste kohtumise kvartalit, keskkonda (nt turismitsoon on, loometsoon mitte).“ [loomeettevõtte esindaja]

Eelnev teema seostub tihedalt järgmisega – Tallinna laialihajuvus ja vähene kontsentreeritus, millega osundati linnaplaneeringulistele puudustele. Hoolimata tugevusena nimetatud Tallinna väiksusest, leiti sinne keskkond olevat killustunud ja „laiali“. Tsiteerides:

„... loomeinimesena ... minu äri sõltub sellest, palju ma inimestega suhtlen ja kokku saan, siis see linn on „pilla-palla“. Mul on üks lemmikkohvik seal, galerii seal, KUMU on Kadriorus – ei ole SOHOt, mingit vastavat sellist kindlat kohta. On turistidele koht – kõik turistid kupaatatakse Raekoja platsile – seal on nende jaoks kõik olemas. Aga kuhu kupaatada kõik loomeinimesed – arhitektid, disainerid, moeloojad, fotograafid jne. Sellist kohta Tallinnas ei oska nimetada. Rotermanni keskuse puhul on lootus, et sinna hakkab mingi selline koht tekkima ... ehitame oma lootusi sellele, et see koht on vanalinna kõrval.“ [loomeettevõtte esindaja]

Keskkonna puudusena on käsitlev ka siinse turu väiksus ja kaugus muust maailmast. Tallinna väiksus seab tegutsemisele piirid – võimalused nn nišitegevusteks on oluliselt väiksemad. Lisaks on Tallinn ka kauge nii „sealtpoolt“ (Londonist, Pariisist jm) vaadatuna kui kauge ka siit sinna minnes (mistõttu ühendused muu maailmaga omavad kriitilist rolli).

Tugisüsteemi puuduste osas saab rääkida ühelt poolt avaliku sektori poolt pakutava tugisüsteemi puudulikkusest, teiselt poolt aga laiemast info- ja kommunikatsioonivõrgustike nõrkusest.

Avaliku sektori poolse tugisüsteemi nõrkustena nähti sellise koha puudumist, kuhu vajadusel muredega, toe saamiseks pöörduda. Tsiteerides:

„... siis mul puudub info, et kuhu ma peaksin pöörduma, et abi saada. Et oleks mingi tugistruktuur või koht, kelle poole saab pöörduda, kellel on vastav kogemus.“ [loomeettevõtte esindaja]

Samuti esitati kriitikat alustava ettevõtte tugisüsteemile, tuues näideteks rahaline toe puudumise tootearenduseks, info jagamise puudulikkuse tootjate, samuti messide ning välis- ja siseturgude leidmise võimaluste kohta jt. Tsiteerides:

„Vast kõige negatiivsem asi on see, et meil puudub absoluutselt igasugune tugistruktuur alustavale loomeettevõttele, kes hakkab oma toodet välja töötama. Vaieldamatult kõige kallim ja aeganõudvam osa on tootearendus. Ja kui sul on see toode lõpuks valmis arendatud ja oled selleks 3-4 aastat kulutanud ja hulga raha ka, siis puudub nagu järgmine samm – info selle kohta, kust sa reaalselt leiad tootjad Eestist, kust sa leiad info messide, agentide ja kogu selle paketi kohta: kus reaalselt toodad ja kuidas sellega välja saaksid minna. Sellist tugistruktuuri ei ole Tallinnas absoluutselt olemas.“ [loomeettevõtte esindaja]

Tugisüsteemi puuduseks peeti ka bürokraatia rohkust. Olemasolev info ja teave asetseb „rägastikuna“, kus sees on loomeettevõtjal raske orienteeruda.

Tugisüsteemi nõrkus peegeldub ka laiemate info- ja kommunikatsioonivõrgustike väheses sidususes ning valdkondadevahelise koostöö nõrkuses. Erinevate alade inimesed suhtlevad omavahel vähe – puudub paljuski suhtlemisharjumus ning sellest tulenevalt omakorda ka info liigub vähe erinevate inimeste vahel. Tsiteerides:

„Meie ala peal on see, et kui sa oled väga vana kala, siis sa oled näinud põhilisi nägusid. Aga seda, et disainerid käiksid kuidagimoodi koos, need copywriter'id jt – seda ei ole.“ [loomeettevõtte esindaja]

„Mis puudutab disainipoliitikat, siis meil puudub ühtsus – minul disainerina on võimalus kuuluda 5 ühendusse. Igaüks tegutseb oma nurgas kuskil mingid väiksed kambad, selle asemel et kõik koos ühtselt mingi poliitika välja töötada.“ [loomeettevõtte esindaja]

Kolmanda probleemide kompleksina saab välja tuua **vähese avatuse ja tolerantuse**. See puudutab eri tüüpi vajakajäämisi alates ühiskonna üldisest vähesest avatud suhtumisest kuni ettevõtlike vähese riskijulguseni välja.

Vähese avatusega seostati ühelt poolt Eesti ühiskonnale omast kitsarinnalist suhtumist erinevatesse subkultuuridesse, tsiteerides:

„Mis on Tallinna puhul veel (üldse Eesti puhul), on kitsarinnalisus. Pean silmas just poliitikat – subkultuuride allasurumine. Rääkisin kunagi [ühe kõrgtehnoloogiaettevõtte juhiga] – tema ei julge oma India töötajaid Tallinna kesklinna bussiga saata. Saavad lõuga, või solvata saavad kindlasti. Mentaliteet on selgesti näha. Väga raske on tulla välja n-ö kapist kui oled loovinimene, IT-inimene või midagi taolist. Muudes linnades on see asi kuidagi väga vaba ja hoopis teistmoodi suhtutakse.“ [loomeettevõtte esindaja]

„... selles linnas tolerantisiga natuke miski valesti on, see võtab aega (suletud ühiskonnast tuleme). Palts võib rääkida Florida teooriaid, aga midagi jõuga ei sünni.“ [linna struktuuride esindaja]

Teisalt seostati vähest avatust avaliku võimu poolse keelamisele ja piiramisele kalduva suhtumisega (s.t piirata vähegi reeglitest kõrvalekalduvat tegutsemist). Tsiteerides:

„Ja kui me vaatame nt Manchesteri linnas on palju piraatjaamu. Mingi vend on pannud antenni katusele, tal pole ringhäälingu luba, ega midagi. Eestis suure tõenäosusega tuleb KAPO ja ongi asi läbi, aga seal käib asi niimoodi, et BBC kuulab neid, korjab üles talendid ja asi läheb edasi. Ja keegi ei pane üldse tähele, et vahepeal oli mingi piraat kuskil. Et kuidas suhtutakse sellistesse asjadesse. Tegelikult ei ole hea elada – kui oled selline mässumeelne, lähed üle piiride, mis on loomingulisuse suur tunnus, siis suure tõenäosusega tuleb MUPO. Pigem võiks olla vastupidi – kui Telliskivi linnakus on mingi pidu, siis MUPO võiks turvata. Ehk selline suhtumine on probleem.“ [loomeettevõtte esindaja]

Vähese avatuse problemaatika väljendub ka Eesti ettevõtlussektori väheses avatuses ja madalas riskijulguses. Tsiteerides:

„Eestis kui sa lähed ükskõik mis ideega ükskõik mis ettevõtte juurde, siis: ei-ei. Meil see puulusikate liin toimib väga hästi, me müüme neid suhteliselt palju ühte Hollandi väikelinne, kus neid ostetakse. Ja ära tule.“ [loomeettevõtte esindaja]

„Aga see, et ettevõtted laseksid möllata inimestel, kellel on lihtsalt lahtised pead otsas, et nad saaksid proovida reaalses tingimustes asju teha, seda Eestis ei ole.“ [loomeettevõtte esindaja]

Vähese avatuse teemaga seostub tihedalt **vähese kaasamise** temaatika. Sellega seoses nähti probleemi selles, et avalik võim soovib vähe kuulata erinevate valdkondade tegijaid (sh loomevaldkondade esindajaid) ja linnakodanikke, püüdes neid pigem panna käituma mingite ette valmistatud raamidest lähtuvalt. Tsiteerides:

„... ega seda keskkonda ei anna väga ka kunstlikult tekitada. Et paneme siia palmipuud pottides ja hästi palju pinke ja vaigse liftimuusika mängima, siis inimesed kõik nagu kärbsed lendavad kohale. See päris nii ei käi. Paljuski on see, et linnal on mingisugune plaan ja visioon ja siis nad üritavad linnakodanikke selle järgi käituma panna. Loomeinimesed on selle koha pealt kõige tundlikumad. Selliste väikeste asjadeni välja: gayparaad või kas rulatavad võivad linnaväljakul sõita või mitte. Kui nad ära likvideeritakse, nemad solvuvad ja lähevad minema, aga see lõhub ka kogu keskkonna ära. Las nad sõidavad, kui võtavad graniidist tüki välja, seda saab üks hetk ära parandada. Aga see, et inimesed saavad aru, et siin käib elu, siin on keskkond, kus ma tahaksin olla, see koosnebki sellistest väikestest detailidest. Pigem kuulata, mida inimesed tahaksid teha, mitte välja mõelda, et teeme nüüd sellise asja ja siis ütleme linnakodanikele, et hakake nüüd seda tarbima.“ [loomeettevõtte esindaja]

„Kui tundub, et inimesed tahaksid siin rulatada või nt hot dog'e süüa, siis lasta neil seda teha. Mitte, et ei-ei – me tahtsime 200m eelmale ühe väga šiki kioski ehitada.“ [loomeettevõtte esindaja]

„See on umbes sama lugu, et kui parki planeerida, vaadata, et inimesed käivad üle muru ühest kohast järjekindlalt. Nüüd mida linnavalitsus teeb – paneb sinna nagu vanasti oli: “kes muru peal käib, on kits”. Mujal maailmas tehakse tee sinna suure tõenäosusega, kus inimene käib. See on hästi oluline põhimõtteline muudatus, mis oleks vajalik.“ [loomeettevõtte esindaja]

Loomemajanduse vähene tähtsustamine. Probleemina nähti loomemajanduse vähest tähtsustamist (poliitiliste) eesmärkide tasandil, mis otseselt väljendub loomemajandusalaste poliitiliste eesmärkide puudumises ning mille puudumine omakorda tingib Tallinna (Eesti) vähese tuntuuse, sealjuures isegi pigem negatiivse maine. Tsiteerides:

„Kõige suurem miinus on vähene tähtsustamine. Tähtsustatakse transiiti ja muidu imeasju, aga loomemajandus kõlab kahtlaselt ja keegi ei saa aru täpselt, mis asi see on. Kõige suurem kasutegur on see kui inimene mõtleb midagi välja, 100% marginaal, mitte mingit omakulu kui hariduskulud maha võtta. See on selline asi, mida Eesti suudaks eksportida; reklaami mitte, aga disaini suurepäraselt. Osad linnad on seda teinud, Helsingi siin samas kõrval nt väga hästi töötab.“ [loomeettevõtte esindaja]

„Meil puudub riiklik disainipoliitika. Siin on linnal väga suur osa kaasarääkida. Mida üldse Eesti tahab, mida tähendab Eesti disain, kui innovaatilised tahame olla.“ [loomeettevõtte esindaja]

„Kui rääkida disaini ekspordist, siis Tallinna maine on halb. Sama halb või halvem kui Eesti maine. Eesti disain kõlab umbes nagu Mongoolia kokakunst. Keegi ei taha raha selle eest maksta, aga väga huvitav on. Sellepärast me püüame nihverdada, et me ei räägi, kust me oleme. Või räägime vaid enda nimel, mitte Eesti.“ [loomeettevõtte esindaja]

„Hiljaaegu mu käest Rootsisis küsiti, et kuidas te ikka Eestis oma kirillitsas kirjutate. /.../ Euroopa Liidus oleme ikka perifeeria, ääremaa.“ [loomeettevõtte esindaja]

Kokkuvõttes: eelnevalt käsitletud Tallinnaga seostatud viis loomemajandust mittesoodustavat tegurit kattuvad pea täies ulatuses Tallinna kui loova linna arengut takistavate teguritena, mis on formuleeritud 2008. aasta uuringus „Loova Tallinna visiooni kontseptsioon“ (vt tabel 3).

Tabel 3. Loomemajandust mittesoodustavad tegurid Tallinnas

| Käesoleva uuringu käigus ilmnenu Tallinna loomemajandust takistavad tegurid | Uuringus „Loova Tallinna visiooni kontseptsioon“ välja toodud loova Tallinna arengut takistavad tegurid* |
|---|---|
| Vähene avatus ja tolerantsus, Tallinna vähene tunnus, negatiivne maine | Potentsiaal alaarendatud: rakendamise, ligitõmbamise ja kinnihoidmise probleem |
| Loomemajandust mittesoodustav keskkond: Tallinna laialihajuvus | Linnaruum halvasti arendatud: autokesksus, avaliku ruumi kasutamatus, linnaruumi killustatus |
| Koostöö puudulikkus loomevaldkondade esindajate ja teiselt poolt avaliku võimu ja ettevõtlussektori vahel | Kokkusaamise ja koostöö vähesus: „seisev“ info, eestlaste ja venelaste eraldi maailmad, tegemiste seostamatus |
| Loomemajanduse vähene tähtsustamine (poliitiliste) eesmärkide tasandil | Visioonitus (loova) linna arendamisel |
| Vähene kaasamine, tugisüsteemi puudumine | Linnapoolne (loovisikute) kaasamine toimib kehvalt |

* Uuringusse „Loova Tallinna visiooni kontseptsioon“ oli läbi ümarlaudade ja intervjuude kaasatud ligikaudu 100 inimest

Kirjeldatud nõrkused on suurel määral sarnased ka Eesti loomemajanduse kui terviku ees seisvate probleemidega, mis toodi välja 2009. aasta kevadel valminud uuringus „Eesti loomemajanduse potentsiaal ja arenguks vajalikud riiklikud toetusmeetmed“. Nimetatud uuringus esile toodud kolmest suuremast probleemide kompleksist seostuvad eelkirjeldatutega kaks: tugisüsteemi puudulikkus riigi tasandil ja koostöö vähesus, sh loomesektori esindajate vähene kaasatus.

Sarnaste probleemide esiletõus mitmetes uuringutes läbivalt ja erinevate inimeste poolt⁸ kinnitab nende tõsidust ja jätkuvat olemasolu. Olulise järeldusena on oluline nentida sedagi, et Eestit ja Tallinna iseloomustavad paljuski sarnased probleemid – viimane asjaolu on,

⁸ Nimetatud uuringutesse intervjuude, ümarlaudade jm kaudu kaasatud inimesed kattuvad vaid osaliselt.

arvestades Tallinna keskset tähtsust Eestis, ka loogiline ja eeldatud, mis siiski ei muuda probleeme selle võrra vähem tähtsamaks. Sealjuures probleeme, mis seostuvad loomemajandust mittesoodustava keskkonnaga, saab võimendatult aktualiseeruvaks pidada linna kontekstis, kuna loomemajanduse arendamisel lasub kohalikul tasandil (võrreldes riigi tasandiga) just selles osas märkimisväärne roll.

1.3 Loomemajandus Tallinna arengut kujundavates dokumentides

Loomemajanduse arendamist Tallinnas puudutavatest dokumentidest võib mainida eelkõige järgmisi: „Strateegia Tallinn 2025“ ja sellega seotud pikaajaline arengukava ning „Tallinna innovatsioonistrateegia 2009–2013“ ja viimasega seotud „Tallinna klastrarenduse programm 2009–2013“ ning dokument „Tallinn Euroopa kultuuripealinn 2011“.

Tallinna pikaajaline arengustrateegia „Tallinn 2025”

2004. aastal vastu võetud Tallinna pikaajaline arengustrateegia „Tallinn 2025“ koosneb üldstrateegiast ja kuuest (rohkemal või vähemal määral) valdkondlikust allstrateegiast, millest kolm valdkondlikku strateegiat puudutavad loomemajandusega seotud teematikaid: Tallinna ettevõtluse ja ettevõtluskeskkonna arendamise strateegia, Tallinna kultuuri- ja turismistrateegia, samuti (vähesel määral) ka Tallinna elukeskkonna arendamise strateegia.

Tallinna ettevõtluse ja ettevõtluskeskkonna arendamise strateegias on loomemajanduse seisukohalt oluline esile tuua selles sisalduv järgmine üldpõhimõtteline rõhuasetus: tagamaks Tallinna ettevõtluskeskkonna atraktiivsust, tuleb ühendada järgmised kolm tegurit: idee, tehnoloogia ja tolerants.

Tallinna ettevõtluse ja ettevõtluskeskkonna arendamise strateegia baseerub neljal tulevikusuunal, nendest ühena peeti oluliseks **elamusmajandust**⁹. Elamusmajanduse tõstmist Tallinna nelja prioriteetsema ettevõtlussuuna hulka neli-viis aastat tagasi tuleb lugeda ülimalt oluliseks sammuks¹⁰. Elamusmajandust mõisteti strateegias kui turismiteenindusega seotud ettevõtlussektorit, mis seoks endaga erinevad emotsioonipõhiseid teenuseid pakkuvad ettevõtted (sh kultuur, sport, vaba aeg, ka terviseteenused).

Elamusmajanduse kui tulevikusuuna valikut põhjendati ühelt poolt sellega, et üldise heaolu kasvuga kaasneb inimeste kultuuri ja meelelahutuse tarbimise soovi tõus. Teiselt poolt tugineti arusaamale, et Tallinnal on olemas ressursid (eeldused) elamusmajanduse suuna arendamiseks, nagu vanalinn, meri, saared ja mets jne, mille põhjal arendada turismi. Üldise külastusturismi kõrval on potentsiaali arendada ka teisi turismivaldkondi nagu: konverentsiturism, sündmusturism, tervishoiuturism, väikelaevade turism; olulist rolli nähti Tallinnal ka kui loodusturismi vahendajal mujale Eestisse. Kolmanda tegurina osutati elamusmajanduse suuna valiku põhjendamisel soodsale ettevõtlusstruktuurile. Ettevõtlusstruktuur Tallinnas nagu enamustes kaasaegsetes suuremates linnades, eriti pealinnades, on järjest enam teeninduse keskne.

⁹ Inglise k. – *experience economy*; mitmes Skandinaavia riigis kasutatav mõiste, mis on lähedane mõistele „loomemajandus“.

¹⁰ Ülejäänud kolme tulevikusuunana nähti järgmisi: tehnoloogiapõhine teadmistemahukas ettevõtlus, ökoloogiasõbralik ettevõtlus ja vahendav majandus.

Kultuuri- ja turismivaldkonna arengustrateegia aluseks on arusaam, et kultuur on ühelt poolt oluline linnakodanikule – identiteedi loojana, enesearendajana, vaba aja veetmise vormina, aga ka töökohtade pakkujana ja maksude allikana; teiselt poolt saab kultuuri abiga pakkuda end väljapoole – teistele ehk teisisõnu: arendada turismi ja pakkuda elamusmajanduse alaseid teenuseid.

Kultuuri arendamisel tähtsustati strateegias muuhulgas järgmisi suundumusi, mis on olulised ka loomemajanduse arendamise seisukohast:

- Tallinnast tervikliku kultuurielu keskkonna loomine (sh kultuurielu laiendamine ka väljapoole vanalinna);
- Tallinnast suurürituste ja festivalide linna kujundamine;
- Tallinna kujundamine professionaalse kõrgkultuuri linnaks;
- multikultuurilise keskkonna väljaarendamine (sh adaptatsioonivõimelise kultuuripoliitika edendamine; erinevate kogukondade koostöö soosimine);
- uuendustele avatuse, innovaatsilisuse soosimine (sh linnapoolne tippkunstnike, disaini, skulptuuri soosimine linnaruumi kujundamisel; uute infotehnoloogiliste lahenduste rakendamine oma haldusalas).

Kultuuri- ja turismivaldkonna arengustrateegia ja ettevõtluse arengustrateegias esitatud elamusmajanduse tuleviku suuna arendamise kaudu püütakse Tallinna kujundada Läänemere regiooni üheks keskseks festivali- ja elamusmajanduse keskuseks. See eeldab aastaringset ürituste korraldamist, kultuuriürituste tihedust ja mitmekesisust ning pikemaajalist kultuurikalendrit, linnale kuuluvate kõrgkultuuri kandvate institutsioonide arengu soodustamist ning erakätes olevate kultuuriinstitutsioonide ja projektide toetamist (sh väärtfilmikinod, galeriid, erastuudiod, spordialased tippüritused) ning kultuuri- ja meelelahutusettevõtete arengu soodustamist üldiselt.

Tallinna elukeskkonna: linnaplaneerimise, -ehituse ja -arhitektuuri, elamumajanduse ja kommunaalmajanduse arendamise strateegia visioonina nähakse hea elukeskkonna loomist. Linnaelanike rahulolu ja hea elukeskkonna saavutamise eelduseks peetakse linnaplaneerimise-, arhitektuuri- ning eluaseme- ja maapoliitika koostoimimist ning ühistranspordi kui linna prioriteedi arvestamist liikluskorralduses ja linnaplaneerimises. Käesolevas allstrateegias sisalduva linnaplaneerimise- ja arhitektuuripoliitika suuna all on tähelepanu vääriv tegevussuund – analüüsidel, pideval kaalutlemisel ja loovusel baseeruv linnaplaneerimine. Loovust nähti olulise alusena linna planeerimises osutades sellele, et linnavalitsus kui planeeringute menetleja peab tuginema visioonidel baseeruvale linnaplaneerimisele.

Strateegial „Tallinn 2025” põhinev **Tallinna arengukava 2009–2027** üks peaesmärkidest on: Vaimselt ja kehaliselt aktiivne tallinlane – mitmekesiste tegevusvõimalustega ning elamusterohke Tallinn. Selle alleesmärk defineerib, et loovisikutele on loodud loomingu tutvustamise ja elanikele kunstielamustest osasaamise võimalused. Selleks nähakse ette järgmisi meetmeid: teatritegevuse arendamine, kontserttegevuse arendamine, loometegevuse ergutamise ja mitmekesistamine, tingimuste loomine uutele tegevusvormidele, Euroopa kultuuripealinna projekti teostamine.

Tallinna innovatsioonistrateegia 2009–2013

Tallinna innovatsioonistrateegia 2009–2013 eesmärk on luua Tallinna ettevõtetele senisest oluliselt paremad võimalused arenguks keskpikas perspektiivis ja suurendada sel moel Tallinna kui linna ja regiooni konkurentsivõimet. Strateegia keskendub kuuele võtmevaldkonnale, sh loomemajanduse valdkond, mille panus Tallinna arengusse on märkimisväärne, mille puhul on tootlikkuse ja turgude kasv olnud kiire ning mille arengu mõju teistele majandustegevustele on olulise tähtsusega. Ka strateegilistest eesmärkidest võib välja lugeda loomemajandussektori olulisust (vt allpool – rõhutused tugevas kirjas). Strateegilised eesmärgid:

- 1: proportsionaalselt rohkem inimesi tegeleb, töötab või teenib tulu **uute ideede** ja lahenduste väljatöötamise ja rakendamiseks;
- 2: koostöös sündivad uued oskused ja teadmised ning kasvanud võimekus (nii sisulises kui ka materiaalses mõttes) aitavad kaasa ettevõtete konkurentsivõime, turujõu, laiemapõhjalise ekspordi kasvule;
- 3: ettevõtete ja haridusasutuste suutlikkus end rahvusvaheliselt positsioneerida, laiemas ulatuses ning **atraktiivsuse suurendamiseks**;
- 4: **innovatsiooni soosiv, barjääre murdev ning inspireeriv linnaruum** aitab kaasa uue teadmiste loomisele ja rakendamisele.

Kuna strateegia väljavalitud sektorite hulka kuulub ka loomemajanduse sektor, siis laieneb valdkonnale ka **Tallinna klasterarenduse programm aastateks 2009–2013**, mille eesmärk on suurendada Tallinna piirkonna ettevõtete konkurentsivõimet ühiste algatuste soodustamise ja kaasrahastamise abil.

Tallinn Euroopa kultuuripealinn 2011

Loomemajanduse arendamise seisukohalt on oluliseks dokumendiks ka Euroopa 2011 kultuuripealinna konkurssile esitatud taotlus. Tallinna taotluses on fookuses kultuuri tähtsustamine linna arengus, selles on (erinevalt teistest linna arengut suunavatest dokumentidest) otseselt räägitud loomemajanduse arendamise vajalikkusest (kasutades just seda terminit); taotlusest leiab ka laiemaid – loova linna ideestikuga haakuvaid seisukohti. Samas on täheldatav terminoloogilise ühtsuse puudumine: taotluses kasutatakse nii loomemajanduse, loovtööstuse, loovmajanduse terminit, erinevate terminite kasutamine on aga põhjendamata jäetud.

Tallinna taotluses on linna arengu planeerimisel seatud eesmärgiks kultuuri prioriteetne arendamine. Peaesmärgid tähtsustavad märksõnu nagu: loomingulisus, multikultuursust toetav ja koostööd soodustav linnakeskkond, loomemajandust tähtsustav majanduselu, Tallinna kui sihtkoha atraktiivsus.

Loomemajanduse arendamise seisukohast on oluline osutada järgmistele taotluses märgitud tegevustele nagu:

- multifunktsionaalsete kultuuri- ja meelelahutuskeskuste, ka konverentsikeskuste arendamine (Lauluväljaku kompleks, Kultuurikatel, Linnahall, Sakala Keskus, Rocca al Mare keskus);

- avaliku linnaruumi arendamine (Vabaduse väljak, mere ääre väljaarendamine – kultuurikilomeeter, linna välisvalgustuse väljaarendamine, roheline linnaplaneerimise käivitamine);
- kultuurisündmuste programm, sellega seotult ka info- ja kommunikatsioonivahendite täiustamine ja arendamine (nii programmilised kui sündmustepõhised üritused, festivalid jms).

Eesmärke peetakse saavutatuks muuhulgas siis, kui kultuuri infrastruktuuri tehtavate investeeringute osakaal linnaeelarves on kasvanud; kui tõusnud on kultuurituristide absoluutarv, kasvanud on nii kultuurisündmuste hulk kui nende külastatavus ning samuti kui loomemajanduse osakaal linna majanduslikus kogutoodangus on kasvanud.

Kokkuvõttes võib eelkirjeldatud dokumentide põhjal rääkida teatud kahesuunalisest taotlusest loomemajanduse arendamisel.

Ühelt poolt **tõusetub esile keskkonna arendamise suund**. Sellega on seostatav erinevates linna arengudokumentides atraktiivse keskkonna loomise olulisus, millega seoses rõhutatakse nii atraktiivse ruumi arendamist (sh nt mereääre väljaarendamine) kui linna atraktiivseks muutmist kireva kultuurielu läbi. Loomemajanduse arendamist nähakse nii eestlasi kui välismaalasi ligimeelitava ja inspireeriva keskkonna võtmes ja viimast sh nii läbi välisinvesteeringute ligitõmbamise kui turismi arendamise konteksti.

Teiselt poolt on oluline märkida, et strateegia tasandil nähakse loomemajandust ühe olulise klastrina innovatsioonistrateegias. Seega on linn võtnud suuna, et **loomemajandus on üks teadmispõhise majandusmudeli komponente**, mille poole linn püüab liikuda. Esimesed sammud loomeettevõtete konkurentsivõime suurendamise osas on tehtud ja loomeinkubaator oma teenustepaketiga alustavatele ettevõtetele avatud. Samuti on loomeettevõtetele sisuliselt avatud ka teised linna ettevõtlustoetused – oluline on tagada, et see info jõuaks ka loomeettevõtetele (vt ka punkte 1.2, 2.3).

Mõlema suuna osas saab üldise läbiva põhimõttena rääkida pigem mitmekesisuse toetamisest ja soodustamisest ja vähem taotlusest määratleda selgeid kitsafookuselisi prioriteete. Enamus loomemajanduse arendamisele kohandatavaid meetmeid tegelevad samuti eelkõige mitmekesisuse ja atraktiivsuse suurendamise ning konkurentsivõime tõstmise toetamisega ja ei ole suunatud spetsiifiliste allsektorite väljavalitud toetamisele (vt ka Lisa 1, A.2.2).

2. Loomemajanduse arendamise perspektiivid Tallinnas

2.1 Loomettevõtte eripärad

Loomemajandusele on iseloomulik rida erisusi, mis muudavad selle oma mahult, organisatsioonitüübilt ja majanduslikult tegevuselt erinevaks teistest majandussektoritest. Olulisemad ja levinumad erisused on kirjeldatud alljärgnevalt¹¹:

- **valdavalt väike- ja mikroettevõtted.** Loomemajanduse ettevõtteid saab küllalt palju samastada teiste väikeste ja keskmiste ettevõtetega üldiselt, ennekõike väike- ja mikroettevõtetega (see väide kehtib ka Eesti kontekstis – vt punkt 1.1);
- **töötamise vormide heterogeensus.** Loomemajandusele on iseloomulik suur vabakutseliste töötajate, samuti lühiajalise lepinguga töötajate hulk; domineerivad osalise tööajaga ja mitmel töökohal töötajad, kelle puhul ettevõttepoolne toetus on vähene või puudub täielikult;
- **suur kõrgharidusega töötajate hulk.** Võrreldes teiste sektoritega iseloomustab loomemajandust suhteliselt kõrgem kõrgharidust omavate töötajate hulk;
- **erisused motivatsioonistruktuuris.** Loomemajandusele on iseloomulik loovuse ja kunsti tähtsustamine, mida teistes majandusvaldkondades oluliselt vähem esineb. Viimasega seostub ka asjaolu, et loomemajanduse puhul ei pruugi iseenesest (ehkki seda võib teatud juhtudel stimuleerida) äri eesmärgiks sugugi olla selle laiendamine (mis on küllaltki valdav teiste sektorite puhul ning valdavalt on ka ettevõtluse toetusmeetmed sellest lähtuvad – toetust antakse töötajate (juurde)värbamisel, äri laiendamisel (nt eksporditurgudele) jne). Seega, loomemajanduse äri on paljuski ka nn elustiili äri;
- **osalejate tihe omavaheline seotus – vajadus tihedaks koostegutsemiseks.** Loomemajanduse üheks peamiseks iseloomustavaks jooneks on tihe vastastikune seotus selle osaliste vahel (nt nagu reklaaminduse tihedad sidemed filmi, video, näitekunsti ja muusikatööstusega jpt).

Loomettevõtjatega korraldatud seminaril oli ühena arutlusteemadest püstitatud loomeettevõtte eripärad ja eesmärgiga, et mõista, millist tüüpi toetusmeetmeid nad vajaksid – kuivõrd erinevaid teistest ettevõtetest. Arutelus osutati palju eelkirjeldatud erisustele, aga räägiti ka mitmetest täiendavatest ja uutest aspektidest.

Tulenevalt asjaolust, et valdavalt on tegemist mikroettevõtetega, kus on vähem kui 10 töötajat, iseloomustab loomeettevõtteid tihti ka **väike maht**. Kuna tegemist on väikefirmadega, siis takistab kasvu ühelt poolt ressursside piiratus. Tsiteerides:

„Aga maht – kui inimene suudab toota 500 tk aastas, hind 250 EEK. See ei ole business.“ [linna struktuuride esindaja]

¹¹ Kirjeldamisel tuginetakse uuringule „Loomemajanduse arendamine Eestis – ettepanekud tulevikuks“, Eesti Tuleviku-uuringute Instituut, 2006.

„Kui me oleme Disainerite Liiduga käinud välismaal ja oleme saanud kliendi, kes tahaks 5000 tk. Aga siin pole kedagi, kes teeks 5000 tk ja ongi asi otsas. Ja ootame järgmist klienti.“ [loomeettevõtte esindaja]

Teiselt poolt on väikese mahu põhjuseks tihti ka loomeettevõtluse iseloom, mille eesmärgiks ei ole kindlasti ja ainult kasvada ja raha teenida.

Loomeettevõtte põhierinevuseks, mida mitmed seminaril osalenud rõhutasid ning millest tulenevad ka paljud teised erisuse põhjused, on asjaolu, et **ettevõtte põhineb loovusel**. Tsiteerides:

„See toodang, mida me toodame on intellektuaalne omand.“ [loomeettevõtte esindaja]

„Loomeinimene on selline tavatu olend, kes julgeb mõelda raamist välja. Kui tavainimene liigub kasti sees nurgast nurka, siis loomeinimene julgeb kulgeda selle ümber ja tuua kasti uusi mõtteid. Tõenäoliselt on ka seetõttu veidi individualistlikum, võib-olla omab suuremat ego. Teisalt annab see kindlasti enesekindlust ja julgust ennast väljendada. /.../ Ta väljendab eelkõige end läbi loovuse.“ [linna struktuuride esindaja]

„Loomeettevõtte on erinev võib-olla selle poolest, et loovettevõtte algtingimuseks on alati loominguline akt, ehk loovus. Ja see, mis sellele loovimpulsile järgneb, on lihtsalt professionaalne vormistus selleks, et ta jõuaks mingi produktini.“ [loomeettevõtte esindaja]

„Loomeettevõtete puhul on ratsa rikkaks versus idee teostamine – eesmärk ei ole kiiresti raha teenida. Pigem on idee teostamine oluline. Eetilised, autorikaitse reeglitest kinnipidamine, säästlikkus ja taaskasutus. Ehk märksõnad: vastutustundlikkus ja eetika. Need iseloomustavad neid.“ [linna struktuuride esindaja]

Loovusel põhinemine tähendab tihti ka seda, et **tegevus ei ole hästi planeeritav ega ka mõõdetav**. Tsiteerides:

„Planeeritavus – sa ei saa öelda, et mul läheb selle mõtte väljatöötamiseks 2,5 nädalat. Ehk planeeritavus ülikeeruline.“ [linna struktuuride esindaja]

„Teine väga suur erinevus on see, et nende tegevus, ei ole mõõdetav. Eestis kõik tahavad, et kõik oleks mõõdetav. Kõiki neid toetusi ja krediite on raske saada sellepärast, et tegevused on halvasti mõõdetavad.“ [loomeettevõtte esindaja]

„Loomeinimese põhiomadus on see, et ta on harjunud, et ta on teistsugune. See asi, millega ta välja tuleb – bürokraat, tootja ei ole seda kunagi näinud. ... nad tulevad asjadega, mis on mittemõõdetavad, mitteplaneeritavad.“ [loomeettevõtte esindaja]

Eelnevaga seonduvalt ei sobi hästi kokku ka loovus ja bürokraatia, kuna viimane nõuab väga süsteemset, täpset ja reguleeritud lähenemist. Loomeettevõtted enamasti **ei talu bürokraatiat** või teiste sõnadega, see käib neile üle jõu. Tsiteerides:

„Minu meelest on [loomeettevõtte] eriline selles mõttes, et ta ei talu hästi bürokraatiat. Ta ei viitsi neid formulare täita. Ta annab pigem alla, kui viitsib sellega edasi võidelda. See on ka miks meie reklaamibüroo ei viitsi riigihangetel osaleda. See on täiesti haige, mis seal nõutakse. Keegi ei hakka sinna minema. Samas, paras neile, las saavad oma käki kätte. Selline suhtumine on loomeinimeste poolt. /.../ See on ka see vabaduse samm, et sa pead täitma hulga asju. Ja keegi ei hakka seda tegema. Ja siis on üks hull, kes viitsib täita.“ [loomeettevõtte esindaja]

Bürokraatia talumatust, eriti erinevate toetusmeetmetega seoses, on täheldanud ka varasemate uuringute käigus¹²:

„EAS ütleb selle peale, et kallid inimesed, meil on see eksporditoetusmeede täiesti olemas ju. Ja alustava ettevõtte toetusmeede ka olemas. Mis siis, et see barjäär seal murrab kaela ära üle poole inimestest. Aga olemas.“

Intellektuaalomandil ja loovusel põhineva ettevõtte **ärimudel on teistsugune** kui vahenduse või allhankega tegeleva ettevõtte. Tihti iseloomustatakse seda mudelit ka kui **elustiili-ettevõtlus** ehk nagu eelpool märgitud, loomeettevõtlus on paljuski just elustiili äri. See tähendab, nagu seminaril osalenud kirjeldasid, et see ettevõtte on üks võrdne (et mitte öelda suurem) osa ettevõtja elust ja väga palju seotud ettevõtja isiksusega. Samuti tähendab see seda, et ei soovita kiirelt rikastuda, vaid teenida elatist meelepärase tegevusega. Tsiteerides:

„Pigem ma arvan, et see on elustiil. Keegi ei ütle rahast ära, kui seda tuuakse või antakse. Kui tahate oma abikaasast ilma jääda, tehke loomeettevõtte. Sa pühendud sellele 24h, mõtled kogu aeg sellele. See on hoopis teine asi, kui oled kellast kellani tööl.“ [loomeettevõtte esindaja]

„Ma üritan oma ettevõttega pinnal püsida juba mõned aastad ja siis kohtun teiste ettevõtjatega, siis nende mudel on ühene – kasumlikkus. Aga mina pean leidma kompromissi, ma ei saa ainult kasumlikkusest lähtuda, vaid mul on minu looming. Siis ma üritan seda paigutada sinna. Mõni fotograaf saab seda endale lubada, et ta teeb selle pildi, mis ta teeb. Aga tegelikult ma ei saa ainult lähtuda sellest, et mul on tulud-kulud ja siis ma leiangi, et ma olen siis järelikult mingi teine loom. Mul ei ole see ärimudel, mis on teistel, vaid ma tahan teha vahepeal mingi impulsi ajal mingeid teisi asju. See eristab. Rahategemine tuleb mõne aasta pärast. Alguses hakkad tegema suure hurraaga loomingut ja siis üks hetk koputatakse sulle öla peale, et millal sa raha hakkad teenima. Mõni hakkab, mõni ei hakka. Kui ma olen oma loomingulise tee valinud, siis ma ei hakka puid lõhkuma järgmine päev.“ [loomeettevõtte esindaja]

Seda, et loomeettevõtete puhul on paljuski tegu elustiili-ettevõtetega tõdeti ka Eestis 2009. aastal läbiviidud uuringus:¹³

„Oluline on selgelt eristada elustiiliga seotud loomemajandust, mis rõhutab meeldivat elukeskkonda. R. Florida uuringud on näidanud, et tõmbekeskuse tekkimise eelduseks on avatuse, tolerantsuse ja mitmekesisuse võimaldamine.

¹² Eesti loomemajanduse potentsiaal ja arenguks vajalikud riiklikud toetusmeetmed. Tallinn: Eesti Tuleviku-uuringute Instituut, Tallinna Ülikooli Eesti Humanitaarinstituut, 2009.

¹³ Eesti loomemajanduse potentsiaal ja arenguks vajalikud riiklikud toetusmeetmed. Tallinn: Eesti Tuleviku-uuringute Instituut, Tallinna Ülikooli Eesti Humanitaarinstituut, 2009.

Sellest lähtuvalt võikski öelda, et üks osa loomemajandusest on elustiiliettevõtted. Nt Tallinna vanalinnas asuv Katariina Gild, kellel polegi mingit ambitsiooni kasvada ja neid pole mõtet selleks sundida – neil on oma oluline roll hea elukeskkonna loomisel ja andekate inimeste koondamisel. /.../ Teine osa loomemajandusest on kasvule orienteeritud ettevõtted – kas otseselt või kaudselt (tööstust toetava) ettevõtluse kasvule. /.../ Loomemajandust tuleb kindlasti vaadata osana loovast majandusest. Mitte ainult tehnoloogia ja innovatsioon ei võimalda majandusel kasvada, vaid loovus laiemalt – tolerantsus, avatus, tõmbekeskused jne.“
[Arengufondi esindaja]

Väga olulise erisusena toodi loomeettevõtjate poolt esile asjaolu, et loomeettevõtte **põhiressursiks, aga ka põhikuluks, on inimressurss**. Inimressursi kesksuse tõttu on loomeettevõtte toimimise mudel samuti erinev. Üldjuhul on kulud masinatele ja seadmetele jms minimaalsed, eriti jooksvate kulude osas. Tsiteerides:

„Loomettevõttes tahab masin tihtipeale lihtsalt süüa☺.“
[loomeettevõtte esindaja]

Võimalik, et selline inimressursi kesksus (st põhikulu on palgakulu) määrab Eestis teatud osas ka ettevõtete väiksuse. Konjunktuuriinstituudi „Eesti loomemajanduse kaardistuse“ uuringu¹⁴ käigus selgus, et paljudele loomeettevõtetele on iseloomulik, et nad ei soovi olla käibemaksukohuslased, ehk siis hoitakse oma käive alla 250 000 krooni aastas või luuakse uus firma. Samas võib seda vähemalt osaliselt seletada asjaoluga, et Eesti maksusüsteem ei soodusta lisandväärtuse loomisel põhineva ettevõtte toimimist. Tsiteerides:

„Olles ettevõtja ja käibemaksukohuslane, kelle põhikulud on palgad – ma ei saa mitte sentigi käibemaksu tagasi. Ma loon väärtust, maksan palgarahad – siit tuleb välja, et käibemaks oma olemuselt ei toeta lisandväärtuse loomist. See maks on küll lihtne koguda. Aga loomemajandussektor ja loomeinimesed praktiliselt ainult lisandväärtust loovadki. See on nüüd maksusüsteemi küsimus. /.../ Maksukohustuse piir pole üldse oluline, oluline on see, mis maks see käibemaks oma olemuselt on. See on vahendust soodustav maks. /.../ Siis lisaks veel see, et loomemajanduse sektoris on enamuse väikeettevõtted ja FIEd, siis väikeettevõtja täna maksab töötuskindlustust ilma, et ta saaks kollektiivselt koondada. FIEd on nii raskendatud oma tegevustes, et tegelikult kogu see loomemajanduse sektor on täna maksustatud palju karmimalt kui nii mõnedki teised sektorid.“ [loomeettevõtte esindaja, uuringust „Eesti loomemajanduse potentsiaal ja arenguks vajalikud toetusmeetmed“]

Tihti on loomeettevõttes „**direktor ja peanäitejuht**“ **ühes isikus** (kui kasutada teatri valdkonna termineid), mis tähendab, et ettevõtte käekäik sõltub väga suurel määral ühest isikust ja tema võimekusest. Tsiteerides:

„Toode ja see ettevõtte on väga palju isiksusega seotud.“
[loomeettevõtte esindaja]

Loomeinimesed on end iseloomustanud ka kui „Hunt kriimsilm ja tema üheksa ametit“¹⁵:

¹⁴ Eesti loomemajanduse olukorra uuring ja kaardistus. Tallinn: Eesti Konjunktuuriinstituut, 2009.

¹⁵ Eesti loomemajanduse potentsiaal ja arenguks vajalikud riiklikud toetusmeetmed. Tallinn: Eesti Tuleviku-uuringute Instituut, Tallinna Ülikooli Eesti Humanitaarinstituut, 2009.

“Igpõline olukord, kus loomeinimene ei jõua olla kõik ühes isikus – luua, müüa, olla mäenedžer. Veab neil, kel on keegi kõrval, paljudel juhtudel on see abikaasa, kes ongi selleks mäenedžeriks, raamatupidajaks, loovisiku esindajaks. /.../ See mäenedžer ei saa olla kuskil eemal seisev inimene – see koostöö peab olema sel juhul väga tihe.”

Selline ettevõtte juhtimismudel on väga isiksuse tundlik. See tähendab, et ettevõtte käekäik sõltub peamiselt ühe inimese oskustest ja võimetest oma oskusi rakendada. Loomeettevõtjatega arutelust koorus välja kolm keskset kriitilist oskust:

- oskus juhtida alluvaid;
- oskus teha end ärimaailmas arusaadavaks;
- oskus müüa.

Mainitud kolm oskust, täpsemalt nende oskuste vähesus, on loomeettevõtetele tihti suureks väljakutseks.

Loomeettevõttes on **ülemuse ja alluva suhted üldjuhul tunduvalt vähem reguleeritud** kui tavaliselt ettevõtetes. Selle põhjuseks on ühelt poolt soov ajada asju teistmoodi (loovalt):

„Sa püüad win-win situatsiooni tekitada, aga osad kasutavad seda kohe ära.“
[loomeettevõtte esindaja]

„Tihtipeale ülemuse-alluva suhe on sõbrasuhe, peresuhted. Korda luua on palju keerulisem.“ [loomeettevõtte esindaja]

Teisalt võivad olla põhjuseks ka vähesed teadmised ettevõtte juhtimisest.

Selline loovisik-juht ühes isikus on tõenäoliselt üheks seletuseks, miks loomeettevõtted on väikesed – alluvate hulga suurenedes läheks suurem osa ajast ettevõtte juhtimisküsimustega tegelemiseks ning loometöök ei jaguks enam aega.

Teine oluline aspekt, mida on näidanud ka varasemad uuringud¹⁶, seisneb **loomeinimeste väheses oskuses suhelda ärimaailmaga**, aga ka bürokraatia reeglitega. Tegelikult on tegemist pigem vastastikuse mittemõistmisega (st et ärimees/bürokraat ei oska suhelda ka loomeinimestega), mistõttu nähakse suurt **vajadust nn „tõlkide“ järele**, kes suudaks kaks üksteisele väga vajalikku osapoolt kokku viia ja/või neid vahendada.

„Inimesed tahavad teha asju, mis on turvalised. Ja siis tuleb mingi hull asjadega, mida ei ole kunagi olnud. See tekitab kõvasti eelhoiakut. Nendega suhtlemine (tänu sellele eelhoiakule) nõuab bürokraadiilt, töösturilt julgust. Need loomeinimesed ei oska ennast üldse artikuleerida. Disainikeskkonnast väljaspool olevale inimesel on see tunne, et nende – moekunstnikud, fotograafid, disainerid – ärakuulamine nõuab suurt julgust. See on see, kuidas nad väljastpoolt välja näevad, need “loomad”.
[loomeettevõtte esindaja]

¹⁶ Loova Tallinna visiooni kontseptsioon. Tallinn: Tallinna Ülikool, Eesti Tuleviku-uuringute Instituut, 2008 ja Eesti loomemajanduse potentsiaal ja arenguks vajalikud riiklikud toetusmeetmed. Tallinn: Eesti Tuleviku-uuringute Instituut, Tallinna Ülikooli Eesti Humanitaarinstituut, 2009.

„Aga mida pahatihti ei nähta, siin ma räägin iseenda eest, on see, et see teine pool, loomeettevõtja pool. Miks me seda teeme, lõppkokkuvõttes me tahame teha raha. Ja me tahame teha tunduvalt rohkem raha kui need puulusikad, mida on kogu aeg tehtud. See ongi kogu meie tegevuse mõte. Me tahamegi välja mõelda midagi, mida ei ole seni tehtud. Me tahame toota lisandväärtust. /.../ Nende veidriku mõte on tegelikult kasvatada selle toote väärtust mitmekordseks, ja seda keskmine bürookraat, ettevõtja ei näe. Ta arvab, et need on need oma naba imetlejad, kes tahavad oma fantaasiaid lihtsalt näha. Loomulikult ego on olemas, ma tahan näha seda asja materjalis. Aga ma tahan ka, et seda müüdaks miljonites üle kogu maailma. Kõik teaksid seda, et see on Made in Estonia; et see ettevõtte teeniks, vabandust väljenduse eest, sitaks pappi. Need on kõik asjad, mis motiveerivad loomeinimesi, et nad saaksid oma tööd teha.“ [loomeettevõtte esindaja]

„Näide: Kaljuste filmist, kus ta Naissaart tahab teha. Seletab Viimsi vallavalitsusele, et tahan, et katus oleks umbes nii suur. Siis see vastus tuleb hoopis teises keeles: detailplaneering ja ettenähtud kõrgus. Ta ei saa mitte midagi aru. Sinna vahele oleks vaja tõlki.“ [loomeettevõtte esindaja]

Kolmas ja väga oluline oskus, mida kahjuks kipub loomeettevõtetel¹⁷ **väheks jääma, on turunduse ja müügioskus**. Tihtipeale on loomeettevõtetel head ideed, millest sünnivad head tooted ja teenused, kuid nende realiseerimine osutub keerukaks. Tsiteerides:

„Minule on silma jäänud alustavate ettevõtjate puhul, et neil asju nagu on mida müü. Aga nad ei tea, kuidas seda teha. Kus need kanalid on, kuhu asju panna. Ärisoont on vähem. Ei julge ka nagu koputada uksele, et kas tahad osta.“ [linna struktuuride esindaja]

„Kui me räägime loovusest, siis see on enesekindlam pool, aga kui me jõuame ärieni, siis majandusliku mõtlemise pool on tema jaoks tõenäoliselt nõrgem pool.“ [linna struktuuride esindaja]

„Ütleme nii, et kui disainer tegeleb tootearendusega, siis ta on oma mängumaal, siis ta teab, mis ta teeb. Aga kui ta saab oma toote valmis, tahab mujale sellega minna või tahab laieneda, siis ta astub maale, mis ei ole tema maa. Siis leida need õiged inimesed, kohad – see on väga raske.“ [loomeettevõtte esindaja]

Siinkohal mängib jällegi olulist rolli ettevõtete väiksus ehk kui üks inimene peab tegema kõike, siis mõni tahk ettevõtlusest paratamatult kannatab ja tihtipeale on see just turgude ja klientide leidmise pool. [loomeettevõtte esindaja, uuringust „Eesti loomemajanduse potentsiaal ja arenguks vajalikud toetusmeetmed“]

Kokkuvõtteks võib öelda, et omadused nagu: vähe ressursse, väike mastaap, vähe võimekust – ühendavad neid teiste sektorite väikeettevõtetega, kellega on ühiseid probleeme:

- vähene usaldusväarsus pankade silmis (väike-)laenude taotlemisel;
- bürokraatia koormus on mikroettevõtetele väga suur;
- vähe ressursse uute turgude väljaarendamiseks.

¹⁷ Antud oskus on vähene ka teiste sektorite väikeettevõtetele (vt lähemalt „Eesti ettevõtluspoliitika 2007–2013“, Majandus- ja kommunikatsiooniministeerium).

Samas omadused nagu: põhinemine loovusel ja intellektuaalomandil ning inimressursi kesksus – annavad võimaluse suurema lisandväärtuse loomiseks ja liikumiseks teadmispõhise majanduse suunas. Samas nõuavad veidi teistsugust lähenemist linnapoolse toetuspoliitika väljakujundamisel.

2.2 Tallinna loomemajanduspoliitika fookus

Küsimuseks loomemajanduspoliitika (põhimõtteliselt mistahes poliitika) puhul on selle poliitika eesmärgistatus ning selle saavutamiseks valitavate suundade ja neid toetavate meetmete leidmine: ehk millisel eesmärgil mida ja kuidas tehakse. Täpsemalt sisaldab see endas mitmeid omavahel seotud valikukohti, sh järgmisi:

- taotluse olemus ja ulatus ehk valiku tegemine selles osas, millist tüüpi eesmärgi külge siduda arendamise tegevused;
- sihtgrupi laius-kitsus ehk valiku tegemine selles osas, keda nähakse eelkõige poliitika mõju areaalis;
- lähenemise küsimus ehk arendamise valikute ja valikute tegemise alused;
- sekkumise mehhanismid ehk toetamise valiku põhimõtted (vt lähemalt järgmine punkt).

Taotluse olemus ja ulatus. Uuringus “Loova Tallinna visiooni kontseptsioon” oli, tuginedes mitmetele erinevatele allikatele¹⁸, loomemajanduse arendamisega seostatud nelja suuremat taotluste gruppi:

- majandusliku uuenemise, majandusliku aktiivsuse suurenemise eesmärk;
- keskkonna (linnaruumi) atraktiivsuse suurenemise taotlus;
- sotsiaalse sidususe, kaasamise suurendamise eesmärk;
- linna atraktiivsuse suurendamise taotlus.

Kuigi Tallinna tasandil ei ole otseselt määratletud loomemajanduse arendamise eesmärki, on võimalik teha teatavaid järeldusi olemasolevate linna arengut suunavate dokumentide baasilt (vt ka punkt 1.3); lisaks ka läbi viidud intervjuude tulemustest.

Kokkuvõttes saab eristada 2 keskset fookust. Esiteks: atraktiivse elu-, töö- ja külastuskeskkonna arendamine ja kultuurielu mitmekesistamise elavdamise toetamine, mis on suunatud nii kohalike linnaelanike kui külastajate ja investorite ligimeelitamisele. Teiseks: loovettevõtluse arendamine, mis on fookusesse kerkinud viimastel aastatel. Kokkuvõttes: Tallinnas on olemasolevate tegemiste aluselt hinnates täheldatavad keskkonna atraktiivsemaks muutmise, osalt ka sotsiaalse mitmekesisuse ja majandusliku uuenemise taotlus.

¹⁸ Üldistuste tegemisel oli tuginetud järgmistele allikatele: Landry, Ch., Bianchini, F. (1995) *The Creative City*, London: Demos; Hurstel, J. (2006) *Culture & Urban Regeneration. Cultural Activities & Creative Industries. A Driving Force for Urban Regeneration. Conclusions on the social dimension; Strategies for Creative Spaces. Phase 1 Report.* September 2005; Rutten, P. (2006) *Culture & Urban Regeneration. Cultural Activities & Creative Industries. A Driving Force for Urban Regeneration. Finding & conclusions on the economic perspective; Image of the City. Urban Branding as Constructed Capabilities in Nordic City Region.* 2006, Nordic Innovation Centre; *Culture & Urban Regeneration. The Role of Cultural Activities & Creative Industries in the Regeneration of European Cities. Conclusions & Recommendations, From the work done by the URBACT Culture Network,* 2006; Florida, R. (2004); *The Rise of the Creative Class. And How It's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life.* New York: Basic Books; Florida, R. (2007) *The Flight of the Creative Class. The New Global Competition for Talent,* New York: HarperCollins.

Uuringu „Eesti loomemajanduse potentsiaal ja arenguks vajalikud riiklikud toetusmeetmed“ käigus jõuti järeldusele, et riigi tasandil Eestis peavad loomemajanduse arendamise taotlused olema mitmemõõtmelised ja siduma endas nii majanduslikke (loovus kui Eesti majandusmudeli alus, tõmmata ligi innovaatilise ettevõtteid), sotsiaalseid (võrgustikud) kui keskkondlikke (atraktiivne elukeskkond) aspekte. Ka uuringus Loova Tallinna visiooni kontseptsioon¹⁹, kus uuriti Tallinna kui loova linna arendamiseks püstitatavaid võimalikke taotlusi, jõuti eesmärgistatuse osas samade tulemusteni – s.t et uuringus osalenud pidasid olulisteks samu taotlusi.

Projekti *Creative Metropolises* esialgsed analüüsi tulemused näitavad, et enamik 11 uuritud linnast lähtub taotluste paljususe põhimõttest, s.t enamike linnade loomemajanduspoliitikas oli olemas nii majanduslik, sotsiaalne kui keskkondlik-ruumiline dominant. Neid aspekte omavahel seosesse seades on saadud rõhuasetusi ühes või teises suunas.

Kokkuvõttes, erinevad varasemad uuringud toovad esile vajaduse seada Tallinna loomemajanduspoliitika taotlus pigem laiapõhjalisem kui väga kitsasuunaline. Edaspidiseks küsimuseks Tallinna jaoks saabki seega olla see, kuidas seada erinevad taotlused omavahelisse kombinatsiooni selliselt, et tekiks loogiline tervik ning vastastikune võimendus.

Sihtgrupi laiuse-kitsuse küsimus on tihedalt seotud taotluse küsimusega. Küsimuseks on, kellele on loomemajanduse poliitika eelkõige suunatud, eristades siin ühelt poolt sissepoole-väljapoole suunatuse dimensiooni ning teiselt poolt (sellest tulenevalt) erinevaid võimalikke sihtgrupe²⁰, sh: loomevaldkondade esindajad, loomeettevõtjad, linnakodanikud tervikuna, turistid, välisinvestorid, jt. Viimane sõltub ka lähenemisest loomemajandusele tervikuna: s.t milliseid allvaldkondi peetakse loomemajanduse alla kuuluvateks, millistest loomemajanduse kontseptsioonidest lähtutakse jne.

Mis puudutab sissepoole-väljapoole suunatuse dimensiooni, siis mõlemates uuringutes „Eesti loomemajanduse potentsiaal ja arenguks vajalikud riiklikud toetusmeetmed“ ja „Loova Tallinna visiooni kontseptsioon“ jäi kõlama vajadus tähtsustada sissepoole suunitletust väljapoole suunitletuse ees. Leiti, et loomemajanduse arendamisel on kesksel kohal suunatus sissepoole; või vähemalt saab liikumine väljapoole baseeruda sisemise tugevuse arendamisel.

Projekti *Creative Metropolises* esialgsed tulemused näitavad, et enamik 11 linnast püüab leida ja hoida enam-vähem tasakaalu sissepoole ja väljapoole suunitletuse vahel. Siiski saab eristada ka emma-kumma dominandiga linnu. Sissepoole suunatuse dominandiga linnaks on nt Oslo. Enam väljapoole fookuse on seadnud Barcelona ja Berliin.

Erinevate sihtgruppide osas toodi uuringus „Loova Tallinna visiooni kontseptsioon“ välja kolm Tallinna seisukohalt olulist sihtgruppi, kel nähti lasuvat võtmetähtsus loova Tallinna arendamisel. Nendeks olid: loomevaldkondade esindajad koos kultuurikorraldajate, kultuuriürituste mäenedžeride ja kultuurielu informaalsete eestvedajatega (ka lokaalsetega); noored ja linnavõim. Käesolevas projektis on sissekirjutatult tähtsustatud aga just loomeettevõtjate sihtgruppi.

¹⁹ Vt lähemalt: Loova Tallinna visiooni kontseptsioon. Tallinn: Tallinna Ülikool, Eesti Tuleviku-uuringute Instituut, 2008

²⁰ Nt Lavanga (2006, 5) on nimetanud sihtgruppideks mh loovvaldkondade esindajaid, linnakodanikke üleüldiselt, turiste jne. Chatterton (2000, 395) on väitnud, et loova linna keskmeks on just loov kodanik ning see loov kodanik on ajendatud (kannustatud) jagama oma nägemust loovast linnast linnavõimuga.

Projekti *Creative Metropolises* tulemustest leiab üksikuid näiteid mõningate kitsamate sihtgruppide eraldi tähtsustamisest. Nii on näiteks Berliinis loomemajanduse arendamise fookuses loomeettevõtted, loomeettevõtjad; Barcelona on sidunud loomemajanduspoliitikasse väga selgelt sisse turistide sihtgrupi ning talentide meelitamise linna atraktiivsuse suurendamiseks.

Lähenemise küsimuse osas on küsimuseks ühelt poolt see, kas lähenemise osas tehakse põhimõttelisi valikuid ning teiselt poolt, kui valikuid tehakse, mis on nende valikute tegemise aluskriteeriumiks. Uuringus „Eesti loomemajanduse potentsiaal ja arenguks vajalikud riiklikud toetusmeetmed“ märgiti loomemajanduse arendamise rahvusvahelisele praktikale viidates, et loomemajanduse arendamise valikute kontiinumiga ühele poole saab asetada põhimõtte, mille keskmeks on teatud eelisarendatava valdkonna või valitud valdkondade väljavalimine. Kontiinumiga teisele poole aga valdkonnapõhistest valikutest hoidumine ning nende asemel valitud prioriteetsetele tegevussuundadele keskendumine.

Täpsemalt, loomemajanduse arendamisel saab valikute tegemine olla (mis on aluseks ka *Creative Metropolises*'i projektis kasutatud ankeedis), kas:

- sektoripõhine – s.t toetatakse valitud loomemajanduse allsektoreid
- klastripõhine – s.t toetatakse erinevate loomemajanduse allsektorite ja/või teiste majandussektorite tegijate koondumist;
- tegevussuundade põhine – s.t toetatakse teatud laiemaid tegevussuundi, mis puudutavad erinevaid loomemajanduse allsektoreid;
- valikute puudumine – s.t loomemajandussektorit toetatakse tervikuna ilma kitsamate eelistusteta.

Uuringus „Eesti loomemajanduse potentsiaal ja arenguks vajalikud riiklikud toetusmeetmed“ on nenditud, et **eelisarendatava(te) valdkonna/valdkondade väljavalimine riigi tasandil väga levinud praktika ei ole**. Leida on üksikuid näiteid, eelkõige väikeriikidest (nt Islandil ja Uus-Meremaal filmitööstus). Samuti märgiti nimetatud uuringus, et valdkonnapõhise prioriteedi seadmine tähendab vastava valdkonnaga seotud tegevuste ja teenuste kompleksi tervikuna väljaarendamist, kaasates võimalikult palju erinevaid sidusvaldkondi, ja vastava valdkonna sidustamist teiste sektorite arenguga. Paljudel juhtudel on täheldatav ka valdkonnapõhiste prioriteetide ümberkujunemine klastripõhisteks valikuteks. Seevastu **levinud praktika**, nagu eelmainitud uuringus on märgitud, on **lähtumine prioriteetsetest tegevussuundadest (kesksetest teemadest)**.

Nimetatud uuringus märgiti, et valdkonnapõhised eelistused aktualiseeruvad enam kohalikul ja regionaalsel tasandil kui riigi tasandil. *Creative Metropolises*'i projekti raames läbi viidud 11 linna hõlmanud loomemajanduspoliitikate kaardistamise esialgsed tulemused näitavad, et uuritud linnades domineerivad kaks lähenemistüüpi: lähenemine loomemajandussektorile kui tervikule ning sektoripõhine lähenemine. Linnade tulemusi analüüses tuleb siiski nentida, et sektoripõhine lähenemine ei tähenda mitte niivõrd üksikute sektorite väljavalimist ja nende eelisarendamist, vaid pigem sektorite erineva spetsiifikaga arvestamist nende toetamisel. Samuti ilmnes uuringust linnade liikumine klastripõhisele poliitikale.

Loomeettevõtjate seminaril oli fokuseeritud loomemajanduspoliitika vajadus ja põhjendatus üheks arutelu teemaks. Arutelu tulemusena saab tõdeda, et üldine suhtumine eelisarendatavate sektorite väljavalimisse ja nende eelisarendamisse on pigem kahtlev. Ühelt poolt leiti, et

võimatu on ette prognoosida, millises allvaldkonnas võiks edu (sh maailma mastaabis) tekkida. Tsiteerides:

“Väga ei usu, et Eesti tingimustes mingile sektorile keskenduda. Tehakse staadion, siis tekib sealt järsku Gerd Kanter – kes oleks võinud arvata, et tuleb Kanter, oleks võinud tulla ka mingi tõkkejooksja. Me ei saa arendada ainult kettaheidet. Meil võib tekkida mis iganes animatsioonistuudio, mis võidab maailmas auhindu, moedisainer, ükskõik mis asi.” [loomeettevõtte esindaja]

Teiselt poolt viidati eelisarendatava allvaldkonna väljavalimise keerukusele – võimetusele saavutada selles osas üksmeelt ja erinevate loomevaldkondade esindajate üksmeelset toetust mingile kitsale valikule. Tsiteerides:

“Üks ‘aga’ on vedurharu, et hakkame seda meeletult toetama ja siis ta tõmbab nagu kõik teised kaasa. Mingi loogika selles on, aga lehte lugedes ma ei saa aru, et mis loomeinimestel häda on, et niipea kui spordile antakse mingi rahasumma, siis on lehed kohe täis irisemist, et miks nad toetavad sporti, miks nad ei toeta meid. Samas nad saavad ise ka kusagilt sihtasutustest pappi; sportlased ei virise selle üle, et miks nüüd anti loomeinimestele, miks meil nii väiksed preemiarahad on. See eestlaste komme, et kui kuhugi antakse silmatorkavalt suur summa raha, hakatakse toetama, siis kõik teised mitte ei rõõmusta selle üle, vaid mõeldakse et miks nemad. /.../ Nt animatsioon – superala, tõesti ainuke asi, mida Eestis tehakse praegu maailma tipptasemel. Kui sinna laduda kõik summad sisse, siis kõik ülejäänud loomeinimesed tõusevad tagajalgadele.” [loomeettevõtte esindaja]

Samas siiski märgiti, et arvestades ressursside piiratust, on otstarbekas toetamist fokuseerida, kui tahta, et toetamisel tekiks teatav mõju. Tsiteerides:

“Loogika ütleb, et kui raha on vähe, siis tuleb ühte auku rohkem panna, kui laiali puistata. Aga mis see auk on, ma ei ole jumal ütleva” [loomeettevõtte esindaja]

Fokuseeritud loomemajanduspoliitika arutelus kaldus toetus langema laiemate tegevussuundade põhise fookuse tekitamise vajadusele. Üheks selliseks, millele osutasid mitmed arutelus osalenud, oli keskkondade loomine ja arendamine. Viimast nähti ühtlasi ka sellena, mis annab võimaluse paljudele ning soosib edu tekkimist mitmes valdkonnas üheaegselt ja orgaaniliselt. Tsiteerides:

“Loomeinimestel ei ole seda keskkonda, kus nad tahaks kokku tulla. Aga seda ei tekita nende potipalmidega, vaid need on need rulatajad, eesti sööki pakkuvad söögikohad ja loetamatu hulk mitte väga rentableid butiike, erinevaid toredaid poekesi. Katariina käik on pigem erand, aga kõik ülejäänud on täis merevaiku.” [loomeettevõtte esindaja]

“Vaja on seda keskkonda ja neid kohti. See hakkab juba enne ettevõtlust peale, sellest rulapargist. Need noored, kes kasvavad sinna keskkonda, nad saavad aru, et linn soosib neid juba pikka aega. Pigem selline kasvuhuone funktsioon, keskkonna loomine.” [loomeettevõtte esindaja]

Eelisarendavate loomemajandussektorite väljavalmimise keerukust tõdeti ka Eesti loomemajanduse uuringus, kus küsimuseks oli võimalike sektoripõhiste fookuste seadmine riigi tasandil. Valdkonnapõhiste prioriteete püstitamist Eesti riigi tasandil hinnati kokkuvõttes raskendatuks ja ka ebaproduktiivseks, põhjendades seda järgmiste argumentidega:

- potentsiaali peitub igas loomemajanduse allvaldkonnas, samas need potentsiaalid on erinevad, mis muudab komplitseerituks ühe allvaldkonna eelistamise teisele, kuna ühene lähtealus selleks puudub. Lisaks on loomemajanduse allvaldkondade potentsiaal on aja jooksul muutuv ja arenev koos allvaldkondade endi arenemisega;
- rahvusvaheline praktika, kus on panustatud valitud sektorite eelisarendamisele, näitab, et sellega on kaasnenud ka suuremahuline finantside suunamine vastava valdkonna arendamiseks;
- kasvavat tähtsust omistatakse nn õnnelikule juhusele (*serendipity*), mis väidetavalt etendab suurimat rolli innovatsiooniprotsessides, asendades järjest rohkem ettemääratust ja kindlat juhtimist. Lisaks esitab pidevalt muutuv (globaalne) keskkond väljakutse olla paindlik ja pidevalt avatud uutele võimalustele just väikeriikidele;
- rahvusvahelised trendid kõnelevad laiapõhjalisest lähenemisest loovusele – loovusele tema erinevates seostes ja kombinatsioonides, loovusele kui valdkondi läbivale ja neid ületavale nähtusele.

Lisaks rõhutasid just loomevaldkondade esindajad ise, et valdkonnapõhiseid prioriteete ei peaks seadma, vaid need saavad kujuneda aja jooksul iseorganiseeruvalt.

Kokkuvõttes on Tallinna seisukohalt oluline väita, et teatava indikatsiooni loomemajanduspoliitika fookuste seadmisele annab loomemajandusstruktuur (vt punkti 1.1). Selle järgi on Tallinnasse koondunud enamikus olemuselt ärilisemad loomemajanduse allsektorid nagu disain, arhitektuur, reklaam, film ja video jt. Sellest tulenevalt saab püstitada küsimuse, kas toetada olemasolevat suundumust – s.t soodustada veelgi enam Tallinnas just ärilisemate loomemajanduse allsektorite tegutsemist; mida annab teha nii nende tegevuse otsese soodustamise kui ka teistpidi – loomeettevõttele mõnusama keskkonna arendamise läbi. Viimane tähendaks kõikide loomemajanduse allsektorite tähtsustamist, kuna neist igaüks annab isesuguse panuse keskkonna meeldivamaks ja atraktiivsemaks muutmisele.

2.3 Toetusvajadused loomeettevõttele Tallinnas

Rahvusvahelisest praktikast on leida mitmeid eri tüüpi loomemajanduse toetusmeetmeid. Avaliku sektori poolseid sekkumise mehhanisme on nii riigi, regionaalsel kui kohalikul tasandil, kuid, nagu selgus projekti *Creative Metropolis*'e 11 linna analüüsimise tulemusena, ei ole ühest lähenemist sellele, mida millisel tasandil tehakse. Siiski saab nimetatud projekti esialgsetele tulemustele tuginedes väita, et riigi tasandi kanda on üldjuhul laiem strateegiline raamistik ning riigi tasand osaleb sageli kaasfinantseerijana, kasutades selleks erinevat tüüpi finantsmudeleid. Kohaliku tasandi meetmete kompleks on oluliselt mitmekesisem – linnad kasutavad üheaegselt mitmeid erinevat tüüpi toetusmeetmeid.

Üldistavalt saab erinevad loomemajanduse toetusmeetmeid klassifitseerida nelja suuremasse gruppi²¹ (see oli aluseks ka 11 linna analüüsis projektis *Creative Metropolises*):

- loomeettevõtluse ärivõimekuse suurendamine, nende rahvusvahelistumise toetamine;
- loovate keskkondade arendamine, keskkondade atraktiivse(ma)ks muutmine;
- finantseerimismudelid loomemajanduse arendamiseks;
- “pehme” infrastruktuuri arendamine: kaasamis-, koostöö ja osalemismehhanismide arendamine.

Iga nimetatud laiem teema hõlmab endas omakorda palju erinevaid meetmeid (vt ka Lisa 1, A.2.1).

Ka Eestis saab riigi ja Tallinna tasandilt leida loomemajanduse arendamist toetavaid meetmeid.

Riikliku tasandi meetmete osas saame eelkõige rääkida EASi poolt pakutavatest toetusmeetmetest (jättes siinkohal kõrvale kultuurisektorile suunatud kultuuripoliitilised meetmed, mis küll kahtlemata omavad olulist täiendavat rolli). Uuringus „Eesti loomemajanduse potentsiaal ja arenguks vajalikud toetusmeetmed“ analüüsiti EASi poolt pakutavad meetmete sobilikkust loomemajandussektori ja selle allvaldkondade arendamisele ning toetamisele; need saab loomemajanduse toetamise seisukohalt jagada kolme gruppi:

- spetsiaalselt loomemajanduse arendamiseks väljatöötatud loomemajanduse tugistruktuuride toetus – selle eesmärgiks on ettevõtlusaktiivsuse suurendamine loomemajanduses ja loomeettevõtete rahvusvahelise konkurentsivõime tõstmine soodsa tegutsemiskeskonna loomise ja koostöö arendamise kaudu (loomeinkubaatorite ja arenduskeskuste arendamine);
- olemasolevate EASi toetusprogrammide laiendamine. Selle osas saab ühelt poolt välja tuua: teadmiste ja oskuste arenguprogrammi raames: loomemajandusalased koolitused ning teiselt poolt ettevõtlus- ja innovatsiooniteadlikkuse programmi all: loomemajandusalase teadlikkuse programm. Viimati mainitud programmi eesmärk on ettevõtlusalase teadlikkuse suurendamine tegutsevate ja potentsiaalsete loomeettevõtjate seas ning ettevõtjate teadlikkuse suurendamine loovsektori kaasamisvõimalustest, soodustades seeläbi loomemajanduse potentsiaali paremat rakendamist ettevõtluses. Teadmiste ja oskuste arenguprogrammi eesmärgiks on tõsta ettevõtete töötajate ja juhtide tööalaste teadmiste ja oskuste taset ettevõtete konkurentsivõime suurendamiseks;
- teised EASi toetusmeetmed – loomeettevõtted ja -ühendused saavad taotlelda ka toetusi erinevatest EASi ettevõtluse toetamise programmidest võrdsetel alustel muude taotlejatega (sh stardi- ja kasvutoetusi, piirkondlikke toetusi, ekspordi ja turundusega seotud toetusi, klatri arendamise toetust jt).

²¹ Meetmete grupeerimisel ja esitamisel on tuginetud muuhulgas järgmistele allikatele: Strategies for Creative Spaces. Phase 1 Report. September 2005; Rutten, P. (2006) Culture & Urban Regeneration. Cultural Activities & Creative Industries. A Driving Force for Urban Regeneration. Finding & conclusions on the economic perspective; Urban Branding as Constructed Capabilities in Nordic City Region. 2006, Nordic Innovation Centre; Braun, E., Lavanga, M. (2007) An international Comparative Quick Scan of National Policies for Creative Industries; Partners for Livable Communities (2004) *The Creative City: Power for the New Economy*, Resource Paper, Washington D.C.; ²¹ Costa, P., Magalhaes, M., Vasconcelos, B., Sugahara, G. (2006) On 'Creative Cities' governance models: a comparative approach, Dinâmica Working Paper, 2006/54, Lisboa: DINÂMICA; Smith, R., Warfield, K. (2006) The Creative City: a matter of values, In P. Cooke and L. Lazzarotti (Eds.), *Creative cities, cultural clusters and local development*. London: Edward Elgar.

Eesti loomemajanduse potentsiaali hindamise uuringus leiti, et kuigi EASi ettevõtluse toetused laienevad ka loomeettevõtetele ja -ühendustele, saab esile tuua siiski kahte tüüpi probleeme, mis tekitavad loomeettevõtetele ja -ühendustele taotlemisel barjääre. Ühelt poolt seondub see mikro- ja väikeettevõtete (mida loomeettevõtteks valdavalt on) ligipääsu probleemiga nendele toetustele, mis väljendub eelkõige kulupõhises hüvitamissüsteemis. Teiselt poolt toodi esile taotlemisega seonduvat bürokraatlikkust.

Kokkuvõttes, olemasolevate riigi tasandi meetmete (EASi toetusmeetmete) näol on tegemist loomeettevõtluse arendamisele ja elavdamisele suunatud meetmetega, millede sihtgrupiks on loomeettevõtte, loomeettevõtja. Samas, tulenevalt paljuski eelpool käsitletud (punktis 2.1) loomeettevõtete eripärast, eksisteerivad loomeettevõtetele teatavad ligipääsuprobleemid nendele meetmetele.

Tallinna tasandil saab olemasolevate meetmete osas loomemajanduse arendamisega vahetult/otseselt seostuvateks meetmeteks pidada eelkõige: loomeinkubaatori rajamist ning kultuurikatla rekonstrueerimist ja organisatsioonilist arendamist. On ka mitmed ettevõtlust toetavad meetmed, mis laienevad loomemajanduse organisatsioonidele nagu klasteriprojekti kaasfinantseerimise toetus, samuti stardiabi alustavale ettevõttele. Lisaks saab loomemajanduse arendamisega seostada ka mitmeid kultuurivaldkonna toetusmeetmeid, mis seonduvad kas erinevate ürituste toetamisega (nt ülelinnaliste kultuuriürituste toetamine), toetavad erinevaid innovaatilisi kultuurilisi algatusi (Kultuuriteo auhind) või arendavad ja mitmekesisustavad keskkonda (Tallinn Euroopa kultuuripealinn 2011). Vaata ka Lisa1, A.2.2.

Seega, Tallinna olemasolevad meetmed toetavad loomemajandust erinevatest aspektidest: nii sellealast ettevõtlust, keskkonna arendamist loomemajanduse soodustamiseks, kultuurilist mitmekesisust, üldise atmosfääri elavdamist jne – põhimõtteliselt leiab meetmeid iga eelmainitud nelja laiema teema alla.

Siiski tuleb tõdeda vajakajäämisi otseselt loomemajandust, loomeettevõtlust toetavate meetmete osas, mida tõdeti ka loomeettevõtete esindajatega peetud arutelul.

Loomeettevõtete esindajatega toimunud ümarlinal tõi esile kolm keskset probleemi, millele linn peaks loomeettevõtluse arendamise osas keskenduma:

- teabe kättesaadavus;
- finantstugi;
- keskkonna loomine.

Üks oluline erisus, mida peab loomemajanduse arendamise puhul arvestama on see, et tema areng tuleb läbi hästi paljude osapoolte. See teeb selle valdkonna väljaarendamise tohutult keeruliseks.²² See on ka üks põhjus, miks **info** erinevate poolte kohta on oluline. Loomeettevõtetele on vaja infot tööstusettevõtete, tootmisbaaside, rendipindade, müügikanalite, võimalike äripartnerite jne kohta. Infot on palju ja seda igal üksikul inimesel/ettevõttele koguda ja süstematiseerida võtab väga palju aega. Tsiteerides:

„Sest tegelikult see masinapark on meil kõik olemas igal pool. Meil ei ole vaja absoluutselt asju, need on leitavad. Need tuleb tegelikult lihtsalt kaardistada. Kui

²² Eesti loomemajanduse potentsiaal ja arenguks vajalikud riiklikud toetusmeetmed. Tallinn: Eesti Tuleviku-uuringute Instituut, Tallinna Ülikooli Eesti Humanitaarinstituut, 2009.

noor alustav inimene hakkab otsima, siis ta raiskab sellele pool aastat, et üldse aru saada kus mida on. /.../ See võiks kättesaadav olla.“ [loomeettevõtte esindaja]

„Kui ära kaardistada sellised üksused ja siis vaadata selle pilguga, milliseid ideid disaineritel on, siis ära kasutada lihtsalt see, mis meil olemas on ja otsad omavahel kokku viia. Et tekiksid mingisugused keskused olemasolevatest inimestest ja tootmisbaasidest, kus saaks hakata toodet arendama. Linna roll oleks see, et kaardistada kõigepealt ära, mis hetkel meil olemas on. /.../ Selliseid üksuseid tegelikult on olemas. Tuleb lihtsalt nad kokku viia. Ja sellest, millest on puudus, on just nimelt nende otsade kokkuviiimine ja manageerimine, just nagu väljapoole ja turule toomine. Kui sa oled natukene sotsiaalne ja natuke leidlik ja sul on mingi oma asi olemas, oled ise võimeline need kohad ise kõik üles leidma. Aga väga paljud ei ole ja see on üks asi, mida linn saab väga lihtsalt ära teha, kus see info tegelikult peaks olemas olema.“ [loomeettevõtte esindaja]

See info võiks olla koondatud ühte kindlasse kohta, kust loomeettevõtted teaks seda otsida. Samuti võiks see olla ka koht, kust saada esmane hinnang oma idee teostatavusele. Tsiteerides:

„Helsingis²³ on asi nii, et tuleb loometegelane ja ütleb, et ma tahaks korraldada festivali seal platsi peal ja tuleb see esineja. Hakatakse kuulama, nagu arsti juures. Tullakse poolele tee talle vastu. Mitte ametnik ei viska teda kohe välja, et sul pole seda ja seda.“ [loomeettevõtte esindaja]

„Inkubaatorid sellega tegelevadki, et nad teevad selle formaalsuse sinu eest ära. EAS on ka selle peale läinud. Seal on projektikirjutajad, kes ütlevad, et tule siia, räägi oma lugu ära. Nad sisuliselt hindavad selle enne läbi. Projekti eelstaadium tuleb tekitada, mis on väga hea.“ [loomeettevõtte esindaja]

Finantstoetuste osas tuleb eristada alustavaid ettevõtteid ja juba tegutsevaid. Esimestele on lisaks infole oluline saada tuge eelkõige tootearenduse osas. Finantstoetust ei ole vaja niivõrd masinate ja seadmete soetamiseks, kuivõrd just eelkõige materjalide ja tootearenduse perioodi kulude katteks. Tsiteerides:

„Mida tegelikult peaks sellise ettevõtluse puhul toetama, on tootearendus, mitte asjade ostmine.“ [loomeettevõtte esindaja]

Tootearenduse erinevad toetused peaks loomulikult laienema ka juba tegutsevatele ning ka teiste sektorite ettevõtetele, kellele siis loomeettevõtted võiks oma tootearendusteenust pakkuda. Tsiteerides:

„Kellelgi ei ole ju tootearenduse vastu, aga keegi ei taha selle eest maksta. Nüüd kui EAS on andnud taolise võimaluse toetada 50 000 krooniga ettevõtet, kui ta teeb koostööd nt kooliga, Kunstiakadeemiaga, siis on meil järjekord ukse taga. Aga samas me oleme õppeasutus ja ei saa võtta disainibüroodelt tööd ära. Ja väga väheseid abivajajaid saame vastu võtta, mis nagu ühtivad meie õppekavaga. Kui see sama asi võiks laieneda disainibüroodele, siis see oleks suurepärane just

²³ Helsingis toimib üksus nagu „Event Office“, VIIDE kodulehele.

tootearenduse seisukohalt. Järelikult nõudlus on täiesti olemas.“ [loomeettevõtte esindaja]

„Ma arvan, et praegu on täpselt see hetk kus kõik need eilsed allhankijad tegelikult ootavad Eesti disainerit, kes tuleks oma tootega sinna. Aga nad ootavad valmistoodet, aga valmistoodet on hetkel väga vähestel.“ [loomeettevõtte esindaja]

Tegutsevatel ettevõtetel on kõige enam puudust just turundusinfo, -koolituse kui ka – finantseerimise osas. Tsiteerides:

„Ka müügi- ja marketingikulud. Ta ei oska seda ise teha, et ta saaks kellegi käest seda sisse osta. Tal võib see toode valmis olla; lõpuks ongi nii, et istub kodus oma tootega ja ei saa sellega välja tulla. Nagu ei oska seda müüa.“ [loomeettevõtte esindaja]

„Samamoodi äriiline toetus siis lõppfaasis. Siis Ettevõtlusamet, kes neid toetusi jagab, võiks panna sisse nn “idiotide kvoodi”²⁴, et 10% innovatsiooniks. Turunduseelarvetes ka soovitatakse panna 10% nendele asjadele, mida sa ei ole kunagi varem teinud.“ [loomeettevõtte esindaja]

Kõige olulisem tegevus, mida erinevate uuringute tulemustel linnalt oodatakse, on **keskkonna loomine** ning **loomeettevõtluse tunnustamine**. Sealjuures tihti nähakse keskkonna loomisel linnapoolset käitumist kui loomeettevõtluse eest hea seismist või hoolimist. Linna rolli keskkonna kujundamisel loomeettevõtetele soodsaks arenguks nähakse muuhulgas läbi soodsate rendipindade pakkumise kõrge hinnaklassiga pindade tsoonides. Tsiteerides arutelu:

„Kui me räägime nt Vanalinnast, kus on väga palju linna pindasid, on suurepärase keskkond loometööks. Ja kus käivad turistid – kus võiks tegelikult olla seda ostjat, siis linn ei ole tulnud siamaani vastu, et anda neid pindu odavamalt. Kui linn pakuks normaalse hinnaga keskkonda, siis ta tuleks kohe ja täidab selle koha ja seal sünnib ilusaid asju. /.../ Ja see keskkond on sõbralik. /.../ Vaja oleks, et sinna tekib keskkond, kuhu tahavad inimesed tulla: eestlased ja välismaalased, kes ei osta vaid odavat viina. (...) meil võiks olla erinevaid stuudioid Vanalinnas 50 tk, mis antakse normaalse hinnaga noortele inimestele loominguulise töö tegemiseks ja mis oleksid midagi, mida meil on heameel näidata. Inimene, kes tuleb Tallinna, tahab näha Eesti disainerit, aga Vanalinnas ei ole neile mitte midagi pakkuda.“ [loomeettevõtte esindaja]

„Aga selle jaoks on vaja seda keskkonda ja neid kohti. See hakkab juba enne ettevõtlust peale, sellest rülapargist. Need noored, kes kasvavad sinna keskkonda, nad saavad aru, et linn soosib neid juba pikka aega. Pigem selline kasvuhoone funktsioon, keskkonna loomine.“ [loomeettevõtte esindaja]

Tartu Ülikooli Geograafia Instituudis 2006. aastal valminud Tallinna loomemajanduse kaardistusuuringu nn *hotspot*ide²⁴ analüüsi järgi on kõige tihedamalt loomekollektiividega kaetud Vanalinn ning selle ümbrus. Uuring leidis ka, et loomeinimeste²⁵ jaoks meeldivad kohad

²⁴ Nn *hotspot*ide analüüs tõi kõige suurema loomekollektiivide koondumisega piirkonnad välja asutuste aadressi punktide tiheduspinna arvutamise teel.

²⁵ Tulemused põhinevad mobiilpositsioneeritud 142 Eesti Kunstiakadeemiaga seotud loomeinimese ankeetküsitluse vastustel.

paiknevad selgelt kõige enam Kesklinnas. Kesklinna linnaosas mainiti kohtadena kõige enam Vanalinna, Kadriorgu, Toompead, kuid ka üksikuid objekte nagu Eesti Kunstiakadeemia, Linnahall, Raekoja plats ning ka mõningaid kõrtse (Von Krahl, Noku).

Seetõttu võiks püüda rohkem tähelepanu suunata loomemajanduse arendamisel Vanalinnale. Rida selles spetsiifilises piirkonnas loomemajanduse arendamisega seotud ideid on välja pakutud 2007–2008. aastal Eesti Tuleviku-uuringute Instituudi abiga väljatöötatud arengukavas.²⁶ Selle töö raames väljapakutust võiks esile tõsta näiteks ärklikorruste väljaehitamist tegevuspiirkondades loomeinimestele, meistrikodade ja õpitubade arvu suurendamist, Vanalinnas tegutsevate loomeettevõtete võrgustumist, projektitoetuste suurendamist Vanalinna sobivate kultuuriürituste spektri laiendamiseks jms. Loomemajandust Vanalinnas peaks soodustama arengukava osaks olev vanalinnasisene tsoneering, millega määrataks Vanalinna eri osadele sinna kõige paremini sobivad nn dominantsed tegevusalad. Loomemajandus ja –ettevõtlus sobib erinevatesse vanalinna tsoonidesse, kuid peaks arvestama tsoonide spetsialiseeritust (mõnes tsoonis nt tugev kaubandus ja atraktsioonid suhteliselt suurele turistide massile, teisel vaiksemat ruumi eeldavad ateljeed jne).

Taolisi ideid ei saa realiseerida mitte ainult linnale endale kuluvatel pindadel. Neid on Vanalinnas teatavasti kaunis vähe järele jäänud, vaid ka eraomanikele kuuluvates hoonetes ja hoovides. See eeldab aga tõsist ja pikaajalist veenmist ja kokkuleppimisprotsessi, mida saavad korraldada vaid sellele tegevusele spetsialiseerunud ja pidevalt sellega tegelevad inimesed. Taolisel viisil oleks võimalik ka vanalinnas oluliselt vähendada turistidele mõeldud standartse odavkauba müüki ja asendada unikaalsema, suuresti loomemajandusliku teenindamise ja kaubandusega.

Loomulikult sooviksid loomeettevõtted näha ka pikemaajalist linna programmi, mis käsitleks loomeettevõtluse arendamist ja mille järgi ka nemad saaks suunduda. See näitaks samuti linnapoolset suhtumist, et antud valdkond on linna arengu jaoks oluline.

Samuti oodatakse, et linn (ja riik) aitaks tunnustada omamaist toodangut, et loosung „Eelista eestimaist“ kehtiks ka kõigi teiste tootegruppide osas peale toiduainete. See väärtustaks samuti loomeettevõtete tööd, kes annavad omamaistele toodetele ja teenustele väärtusliku vormi ja/või sisu. Siinkohal toodi näiteid Berliinis toimunud kampaania kohta, tsiteerides:

„Mida riik saab teha, on oma toote väärtustamine. Hea näide on see, et Berliin tegi aasta aega tagasi kampaania Made in Berlin, mis oli linnapildis täiesti nähtav. Linn andis väga odava rendihinnaga noortele disaineritele kesklinna osas mitu tänavat ateljeedeks. Ees olid poe osad. Neil on loodud võrgustik – tootmine toimub Saksamaa piires. See kampaania oli kõik linna poolt tehtud.“

Eelnevalt kirjeldatud toetusvajadused langevad paljuski kokku uuringus „Loova Tallinna visiooni kontseptsioon“ väljatoodutega. Ka nimetatud uuringu raames toimunud arutelude ja intervjuude käigus jäid kokkuvõttes selgelt kõlama nii keskkondade loomise vajadus: alates loomemajandust soodustava linnaruumi arendamisest kuni konkreetsete loomekeskuste, kvartalite jms arendamiseni välja; kui ka informatsiooni struktureerimise ja jagamise vajadus ning suhtlusvõrgustike tugevdamise vajadus. Samuti tõdeti ka uuringus „Eesti loomemajanduse potentsiaal ja arenguks vajalikud toetusmeetmed“ väga selgelt vajadust keskkondade loomise järele (mis sõnastati ka ühena kahest kesksest tegevussuunast) ning

²⁶ Tallinna vanalinna arengukava – Eesti Tuleviku-uuringute Instituut, Tallinna Linnakantselei (2008).

kommunikatsiooni ja koostöö parandamisele nii loomemajandussektori siseselt kui ka loomevaldkondade ja teiste majandussektorite vahel.

Loova Tallinna visiooni kontseptsioonis nähti ka, et senisest enam oleks vaja toetada loovate, innovaatilise lahenduste mõjulepääsu – seda nii läbi finantstoetuste (sh ka nt rahalisi vahendeid vähenõudvad auhinnaskeemid jms) kui ka läbi loovuse ja loomeinimeste suurema tunnustamise ja tähtsustamise.

Seega, loomeettevõtted ja -inimesed vajavad mitte üksnes finantsilist toetust, vaid (või isegi veelgi enam) suhtumist, et nende tegemisi ja ka loomemajandust laiemalt linnas tunnustatakse ja toetatakse. Nende poolt esitatavad ootused linnapoolse toetuse osas võtab väga kenasti kokku järgmine tsitaat:

„Aga kui näed, et need ebarentaablid, aga mõnusad poekesed on olemas Vanalinnas või mingisuguses muus kohas, kus on üüripinnad hästi kallid. Siis ma saan aru, et tegelikult linn hoolib. See torkab palju paremini silma. See teeb südame palju rohkem soojaks. Küll ma selle otsese rahateenimise mõtlen ise ka kuidagi välja. Aga kui ma näen, et linn põhimõtteliselt seda ala väärtustab, siis ma elan tunduvalt parema meelega Tallinnas, mitte Londonis või Barcelonas.“

Kokkuvõttes: Uuringus „Eesti loomemajanduse potentsiaal ja arenguks vajalikud toetusmeetmed“ tõdeti, et riigi ja linna tasandi rollide jaotuse seisukohalt, on keskkonna loomine ennekõike just kohaliku tasandi pärusmaa. Lisaks keskkonna loomisele (mis selgelt toimib ka loomeettevõtluse ergutajana) tasub Tallinnal loomemajanduse toetusmeetmete edasisel arendamisel tähelepanu pöörata siinsete loomeettevõtjate vajadustele ning arendada välja just sellest lähtuvalt spetsiifilisemaid meetmeid – selliseid, mis täiendaksid riigi tasandil pakutavaid.

Kokkuvõtteks

Loomemajanduse situatsiooni Tallinnas saab iseloomustada järgmiselt:

- loomemajandus on kontsentreerunud Tallinna: suurim osa loomemajanduse ettevõtetest ja asutustest Eestis on koondunud Tallinna (ca 47%), v.a muuseumid, raamatukogud ja käsitöö. Tallinna kontekstis saame rääkida seega ka just loomeettevõtluse kontsentratsioonist siia. Tallinnasse kontsentreerumisel on mitmeid objektiivseid põhjusi, võrreldes muu Eestiga: siin asub selle sektori jaoks suurim turg, siin asuvad enamikud kliendid, partnerid ja tarbijad (sh turistid);
- loomemajandusega (just loomeettevõtlusega) Tallinnas tegelemise kasuks teistes riikides asuvate linnade ees, räägivad järgmised tegurid: Tallinna kompaktsus ja mobiilsus, (suhteline) odavus, ka kultuuritarbimise kõrge tase;
- Tallinna loomemajanduslikku positsiooni nõrgestavad (loomeinimestele sobivate) kokkusaamiskohtade puudumine, infovahetuse vähesus ja suhtlusvõrgustike nõrkus, avaliku sektori poolse tugisüsteemi puudujäägid, mille märksõnadeks on bürokraatlikkus ning keskse koha puudumine, kuhu vajadusel pöörduda; samuti iseloomustab Tallinna suhteliselt vähene avatus ja tolerantsus;
- poliitika kujundamise tasandil on viimastel aastatel täheldatav samm-sammuline liikumine loomemajanduse teema suurema tähtsustamise poole: loomemajandust (küll erinevas vormis ja tähenduses) on sisse kirjutatud erinevatesse strateegia ja arengukava dokumentidesse. Nende baasilt saab teha täheldusi kahe suuna olemasolu kohta: ühelt poolt keskkonna arendamise suund, mis rõhutab nii atraktiivse ruumi loomist kui kultuurielu elavdamist. Teiselt poolt loomeettevõtluse arendamise suund, mis peegeldub just loomeettevõtlusspetsiifiliste meetmete väljatöötamises Tallinna tasandil. Teiste linnade võrdluses on oluline eraldi rõhutada loomemajanduse sissekirjutatust Tallinna innovatsioonistrateegiasse, mis ühelt poolt omistab loomemajandusele olulise (majandusliku) tähtsuse ning võimaldab loomemajanduse arendamist siduda teiste majandussektorite arengute ja arendamisega.

Loomemajanduse edasise arendamise osas on oluline pöörata tähelepanu järgnevale:

- loomemajanduspoliitika osas on vaja terviklikku lähenemisest ja loomemajanduse kui terviku kontseptualiseerimisest linna tasandil;
- linna tasandil toimivate toetusmeetmete kavandamisel on oluline, et nad ei dubleeriks, vaid täiendaks riigi tasandi meetmeid. Linna tasandi eripära on see, et ta võimaldab:
 - kohaspetsiifilisemat sihiseadet (nt linna mereäärse piirkonna või Vanalinna võimaluste ja eripära arvestamine);
 - loomemajanduse edendamise tavapäraste taotluste (üldine loovuse tõstmine, linna imidži parandamine, linnaruumi regenereerimisprojektid, ettevõtluslik-äriilised või tööhõivega seotud taotlused) konkreetsemat sünteesi või kompromissini viimist;
 - universaalset tüüpi toetusmeetmete asemel või kõrval konkreetset koostegutsemist linnavõimu esindajate, loomeinimeste, loomeettevõtjate ja elanike vahel. Viimane eeldab küll linna struktuurides selleks sobivate ja sellele orienteeritud inimeste, nn konsultantide olemasolu, kelle töö erineb oluliselt tavapärasest ametnikutööst.

- oluline on välja arendada ka loomemajanduse arendamise koordinatsiooni- ja koostöömehhanism linna erinevate ametkondade vahel. Lisaks ettevõtlus- ja kultuuriväärtuste ameti koostööle on senisest enam vajalik linnaplaneerimisameti kaasamine loomemajanduse arendamisse, kujundamaks Tallinna loomemajandussõbralikumaks keskkonnaks. Samuti on linna Haridusameti kaasamine strateegiliselt oluline, kuna loomemajanduse põhiressursiks on inimkapital.

**TEMPLATE FOR ASSESSING
THE CITIES' POLICY FOR CREATIVE INDUSTRIES (CI)**

Foreword

The hereby template is the basis for the situation analysis in 11 partner cities of the CREATIVE METROPOLES project. It is a qualitative analysis that aims at understanding the policies behind the development of and support for creative industries (CI) in the partner cities.

In putting together the template we have been trying to take into account the different stages the partner cities are in developing their CI. On the one hand there are cities that have years of experience in developing their CI, on the other hand, there are cities that are only making their first steps in this regard. To the more experienced cities the filling in of the template could be challenging because of the amount of data you might have. Hence, we have limited the number of policies and measures you are expected to describe and we ask you to focus on what you see as your most important related policies, measures and activities.

It could be that cities that are only starting with developing the CIs might have questions on how to answer some of the questions in the absence of the related experiences. We ask the cities in this group to describe the initiatives and activities that you are currently implementing or that you are still planning.

The template has four sections:

- A) The general architecture of public support for creative industries
- B) Collecting best/good practices in urban policies for supporting creative industries in selected themes
- C) Criteria behind strategic choices / decisions in creative industries' policy
- D) Background data

In some sections of the template you are expected to describe, explain or justify your policies, experiences, etc. For such purposes you are usually given about $\frac{1}{4}$ of the page. In such occasions we ask you to be as analytic and concrete as possible and avoid rewriting your existing documents.

In other sections you are asked to make your choices from offered options. However, even in such occasions you are given free space for additional comments and explanations. We encourage you to use these opportunities so that to help us to interpret your responses correctly.

To answer some of the questions in the template will presume not only conducting policy analysis but also conducting interviews and discussions with the experts and officials who are involved in developing the CI policies.

In case you have question in filling in the template then take a look at the discussion in share2solve (www.share2solve.org, component 3, theme 3.6 Methodology). There you will find all the questions and answers related to the template. In case you cannot find an answer to your question then either post your question at share2solve or contact the research team (Silja Lassur, silja@eti.ee).

Good luck!

A. The general architecture of public support for creative industries

The first section (A.1) focuses, on the descriptions of existing CI policies, strategies and organisational structure in each city. The second section (A.2) focuses on concrete measures of supporting CI.

A.1: THE DESCRIPTION OF THE GENERAL ARCHITECTURE (POLICIES, STRATEGIES AND ORGANISATIONS) OF PUBLIC SUPPORT.

A.1.1 Strategic documents developing and supporting CI in the city

a) Please provide a list of the strategic documents in force (strategies, action plans, etc.) that are aimed at supporting CI or include activities related to CI. Please start with the most relevant. Please indicate URL, if document is available to the public.

Otseselt loomemajanduse arendamise strateegiat ega arengukava linnal ei ole. Erinevates dokumentides on teemat siiski käsitletud erinevatest aspektidest. Olulisemate dokumentidena võiks välja tuua järgmised:

- Tallinna innovatsioonistrateegia 2009–2013, vastu võetud 2008, <http://tallinn.andmevara.ee/oa/page.Tavakasutaja?c=1.1.1.1&id=111680>
 - Tallinna klasterarenduse programm 2009-2013, vastu võetud 2008, <http://tallinn.andmevara.ee/oa/page.Tavakasutaja?c=1.1.1.1&id=111679>
- Strateegia Tallinn 2025, vastu võetud 2004, http://tallinn.andmevara.ee/oa/failid/96947_m23lisa.rtf
 - Tallinna arengukava 2009–2027, vastu võetud 2008, <http://www.tallinn.ee/est/g737s43268>

b) Please provide a short overview (nature and main goals) for the documents listed.

Tallinna innovatsioonistrateegia 2009–2013 eesmärk on luua Tallinna ettevõtetele senisest oluliselt paremad võimalused arenguks keskpikas perspektiivis ja suurendada sel moel Tallinna kui linna ja regiooni konkurentsivõimet. Strateegia keskendub kuuele võtmevaldkonnale, mille panus Tallinna arengusse on märkimisväärne, mille puhul on tootlikkuse ja turgude kasv olnud kiire ning mille arengu mõju teistele majandustegevustele on olulise tähtsusega: infotehnoloogia; mehhatroonika; meditsiin ja tehnoloogia (sh biotehnoloogia); loomemajandus; merendus ja logistika; finantsteenused.

Strateegilised eesmärgid:

1: proportsionaalselt rohkem inimesi tegeleb, töötab või teenib tulu uute ideede ja lahenduste väljatöötamise ja rakendamisega.

2: koostöös sündivad uued oskused ja teadmised ning kasvanud võimekus (nii sisulises kui ka materiaalses mõttes) aitavad kaasa ettevõtete konkurentsivõime, turujõu, laiemapõhjalise ekspordi

3: ettevõtete ja haridusasutuste suutlikkus end rahvusvaheliselt positsioneerida, laiemas ulatuses ning atraktiivsuse suurendamiseks.

4: innovatsiooni soosiv, barjääre murdev ning inspireeriv linnaruum aitab kaasa uue teadmiste loomisele ja rakendamisele.

Nende eesmärkide saavutamiseks ja Tallinnale pikaajaliste arengueelduste loomiseks näeb strateegia ette tegevusi ning toetusmeetmeid, mis põhinevad neljal sambal.

I Talentidele tuginev linn

II Partnerlusel põhinev linn

III Rahvusvaheliselt võimekas linn

IV Planeeritud elav linn

Tallinna klatriarenduse programmi aastateks 2009–2013: Tallinna klatriarenduse eesmärk on suurendada Tallinna piirkonna ettevõtete konkurentsivõimet ühiste algatuste soodustamise ja kaasrahastamise abil. Fookuses järgmised klasterid või selle alged:

- kõrgtehnoloogiaklaster (kõrgtehnoloogiline tootmine);
- integratsiooniklaster (IKT ja teiste valdkondade põimumine);
- merendus- ja logistikaklaster;
- loomemajandusklaster;
- biotehnoloogiaklaster;
- finantsteenusteklaster.

Tallinna pikaajaline arengustrateegia „Tallinn 2025“ koosneb üldstrateegiast ja kuuest (rohkemal või vähemal määral) valdkondlikust allstrateegiast: 1) Tallinna ettevõtluse ja ettevõtluskeskkonna arendamise strateegia; 2) Tallinna kultuuri ja turismi strateegia; 3) Tallinna hariduse ja noorsootöö strateegia; 4) Tallinna sotsiaalse heaolu strateegia; 5) Tallinna elukeskkonna: linnaplaneerimise, -ehituse ja -arhitektuuri, elamumajanduse ja kommunaalmajanduse arendamise strateegia; 6) Tallinna linnajuhtimise ja -rahanduse strateegia. Kuigi otseselt ei loova linna ega ka loomemajanduse mõistet strateegiast ei leia, puudutavad antud temaatikat kolm valdkondlikku strateegiat: Tallinna ettevõtluse ja ettevõtluskeskkonna arendamise strateegia, Tallinna kultuuri- ja turismistrateegia, samuti (vähesel määral) ka Tallinna elukeskkonna: linnaplaneerimise, -ehituse ja -arhitektuuri, elamumajanduse ja kommunaalmajanduse arendamise strateegia.

Tallinna arengukava 2009–2027 üks peaesmärkidest on: Vaimselt ja kehaliselt aktiivne tallinlane – mitmekesiste tegevusvõimalustega ning elamusterohke Tallinn. Selle alleesmärk defineerib, et Loovisikutele on loodud loomingu tutvustamise ja elanikele kunstielamustest osasaamise võimalused. Selleks nähakse ette järgmisi meetmeid: teatritegevuse arendamine, kontserttegevuse arendamine, loometegevuse ergutamine ja mitmekesistamine, tingimuste loomine uutele tegevusvormidele, Euroopa kultuuripealinna projekti teostamine.

A.1.2 The aim of supporting creative industries in the city

a) Please indicate the focus of CI policy in your city by ticking the position on the inward – outward scale that applies most to your city

| | inward* | | | | | outward** | | | | |
|---|--------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|-------------------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| | dimension | | | | | dimension | | | | |
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| Economic (creating jobs within the CI and in other industries, enhancing entrepreneurship, “producing” economic wealth, etc.) | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Social (increasing social involvement, cultural diversity, improving education etc.) | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Spatial/environmental (enhancing attractiveness of environment: urban space) | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| <i>*increasing city’s attractiveness for local citizens, enlivening local cultural life, etc. (inward dimension)</i> | | | | | | | | | | |
| <i>**increasing export of creative products and services, attracting foreign investments, increasing the number of tourists, etc. (the outward dimension)</i> | | | | | | | | | | |

b) Please explain (the reasons for this policy pattern; differences by sectors etc.)

c) Please describe the overall aim of your city’s CI policy (if your city has defined it)

Tallinna linn ei ole otseselt sõnastanud eesmärgi loomemajanduse poliitikaks.

Võimalik on teha järeldusi erinevate linnapoolsete vastavasisuliste tegevuste ja linna erinevates arengudokumentides kajastuvate taotluste põhjal. Kokkuvõttes saab rääkida kahesuunalistest taotlustest. Ühelt poolt tõusetub esile keskkondade arendamise suund. Sellega on seostatav erinevates linna arengudokumentides (nt Tallinna pikaajaline arengustrateegia Tallinn – 2025, Tallinna linna arengukava 2009 – 2027, Tallinna Innovatsioonistrateegia) atraktiivse keskkonna loomise olulisus, millega seoses rõhutatakse nii atraktiivse ruumi arendamist (sh nt mereääre väljaarendamine) kui linna atraktiivseks muutmist kireva kultuurielu läbi. Loomemajanduse arendamist nähakse nii eestlasi kui välismaalasi ligimeelitava ja inspireeriva keskkonna võtmes ja viimast sh nii läbi välisinvesteeringute ligitõmbamise kui turismi arendamise kontekstis.

Teiselt poolt on aktiivsemalt hakatud arendama ka loovettevõtluse toetamise suunda, mida mh peegeldab loomeinkubaatori algatus Tallinnas.

Mõlema suuna osas saab üldise lähtepõhimõttena rääkida pigem mitmekesisuse toetamisest ja soodustamisest ja vähem taotlusest määratleda selgeid kitsafookuselisi prioriteete.

A.1.3 The approach of supporting creative industries

a) Which term(s) is (are) in use in your city (creative industries, cultural industries, experience industries etc.)? Please give the definition of the term in use and provide the justification for using this particular term.

Tallinna arengut suunavates dokumentides ei ole otseselt määratletud, millisest loomemajanduse terminist lähtutakse. Loomemajandusega seonduvad terminid, mida leiab linna arengudokumentidest, on järgmised: elamusmajandus (*emotion-based economy*) ja loovmajandus / loomemajandus (*creative economy*).

Tallinna Innovatsioonistrateegias 2009–2013 ja sellega seotud rakanduskavas Tallinna klatriarenduse programm 2009–2013 on kasutatud terminit loovmajandus / loomemajandus (*creative economy*). Sellega seoses rõhutatakse inspireeriva ja ligimeelitava keskkonna loomise vajadust, suurendamaks selle läbi nii innovatsioonivõimekust kui uute teadmiste ülekannet. Lisaks tähtsustakse loomemajanduse kontekstis hariduse, tehnoloogia, kultuuri ja ettevõtluse omavahelise seosarendamise olulisust.

Tallinna pikaajalises arengustrateegias „Tallinn 2025“ (2004) – on kasutatud terminit „elamusmajandus“. Selle Ettevõtluse ja ettevõtluskeskkonna arendamise allstrateegias on elamusmajandus esitatud ühena neljast Tallinna ettevõtluse ja ettevõtluskeskkonna arendamise tulevikusuundadest. Elamusmajandust mõisteti strateegias kui turismiteenindusega seotud ettevõtlussektorit, mis seoks endaga erinevad emotsioonipõhiseid teenuseid pakkuvad ettevõtted (sh kultuur, sport, vaba aeg, ka terviseteenused). Teiselt poolt rõhutatakse Kultuuri- ja turismivaldkonna allstrateegias, et kultuuri kaudu ja abiga saab pakkuda end väljapoole – arendada turismi ja pakkuda elamusmajanduse alaseid teenuseid. Kokkuvõtlikult nähakse elamusmajanduse tuleviku suuna raames ette Tallinna kujundamist Läänemere regiooni keskseks festivali- ja elamusmajanduse turismi keskuseks. Strateegias hinnati elamusmajanduse suuna õnnestumise korral antud suuna mõju linna arengule tugevaks; samal ajal peeti ka linna sekkumise vajadust suuna väljaarendamiseks tugevaks.

Tallinnaga seotud (ja Tallinna linna poolt tellitud) uuringutest leiab lisaks veel loomemajanduse (*creative industries*) ja loova linna (*creative city*) terminid.

Tallinna loomemajanduse kaardistusuuringus „Tallinna loomemajanduse andmebaasi esmane ülevaade: loomemajanduse sektori struktuur, mahud ja ruumiline paiknemine“ (2006) tugineti riigi tasandil kasutusel olevale loomemajanduse definitsioonile. Samuti on Tallinna taotluses Euroopa 2011 kultuuripealinnaks kandideerimisel räägitud loomemajanduse arendamise vajalikkusest (kasutades seda terminid). Samas kasutatakse nimetatud taotluses lisaks loomemajandusele ka loovtööstuse ja loovmajanduse terminid.

Terminid „loov linn“ kasutati uuringus „Loova Tallinna visiooni kontseptsioon“ (2008), mille näol oli tegemist esmase loova linna kontseptuaalse käsitlusega Tallinna linna kontekstis ning kus loovust mõtestati linna arendamise kriitilise tegurina. Lähtuti vajadusest võtta loomemajanduse arendamisele laiem lähteraamistik loova linna näol, mis võimaldaks hõlmata linna arendamist tervikuna, tähtsustades erinevaid loovusega seotud aspekte – nii ruumilisi, majanduslikke, kultuurilisi kui sotsiaalseid.

Kokkuvõttes saab tõdeda, et Tallinn on sobiva termini otsimise faasis.

b) Please give a structure of sectors and sub-sectors (e.g. design as sector and fashion design as sub-sector) that are considered as CI in your city. Please explain the logic behind the choice of these sectors.

Tallinna linna tasandil ei ole loomemajanduse allsektoreid defineeritud; linnaga seotud arengudokumentidest ei leia määratlust, milliseid sektoreid Tallinnas loomemajanduse hulka kuuluvateks loetakse.

Tallinnaga seotud (ja Tallinna linna poolt tellitud) uuringutele tuginedes saab järeldada, et linn on lähtealusena kasutanud riigi tasandil määratletud valdkondlikku jaotust, mille kohaselt eristatakse loomemajanduses 11 allvaldkonda (viimases riigi tasandi kaardistusuuringus eristatakse 14 allvaldkonda). Allvaldkondadena käsitletakse järgmisi:

1. arhitektuur
2. film ja video
3. ringhääling
4. disain
5. etenduskunstid
6. meelelahutuse IT
7. kirjastamine
8. kunst
9. muuseumid
10. muusika
11. reklaam

Tallinna loomemajanduse kaardistusuuringus „Tallinna loomemajanduse andmebaasi esmane ülevaade: loomemajandussektori struktuur, mahud ja ruumiline paiknemine“ (2006) lisati eeltoodud valdkondadele ka järgmised: fotograafia, tarkvara väljatöötamine ning huviringid, kultuurikeskused.

Linnapoolsete toetustegevuste kohta teatavaid üldistusi tehes saab väita, et linna tasandil ei ole fookusesse seatud loomemajandusega seonduvat tootmis-/produtseerimistegevuse toetamist: sh nt muusikplaatide väljaandmist, kirjastamist, aga ka disaini (v.a disainiga seotud erinevad sündmused, festivalid).

c) Please indicate which overall approach of supporting CI dominates in your city selecting between the following alternatives. You can tick more than one box.

| | |
|---------------------------------------|-------------------------------------|
| a) sector-based | <input type="checkbox"/> |
| b) cluster based ²⁷ | <input type="checkbox"/> |
| c) CI' sector is supported as a whole | <input type="checkbox"/> |
| d) No CI policy worked out yet | <input checked="" type="checkbox"/> |
| e) other (please specify) | <input type="checkbox"/> |

²⁷ In this research we consider clusters as interconnected companies from different fields (both CI fields and others (e.g. tourism)) together with their specialised suppliers, service and infrastructure providers, and associated organisations.

Linna tasandil saab välja tuua üksikuid algatusi, mis viitavad loomemajanduse arendamise suuna otsingutele. Loomemajandusega seonduvaid elemente leiab erinevatest linna arengudokumentidest (vaata lähemalt punktid A.1.2 c) ja A.1.3 a)), aga lähenemist loomemajandusele ei ole linna tasandil üheselt määratletud (sh nt seda, et loomemajanduse poliitikat viiaksegi ellu läbi teiste poliitikate).

Seetõttu ei saa kokkuvõttes rääkida loomemajanduse poliitika kui sellise olemasolust linna tasandil.

A.1.4 The overall role of city level in supporting CI

a) Please describe the division of support architecture between state, regional and local (your city) level in supporting CI.

Riigi ja linna koostööd loomemajanduse arendamisel võib näha "Tallinn Euroopa kultuuripealinn 2011" raames ning klastritoetusprogrammiga seoses. Viimase puhul linna programm annab omafinantseeringu riikliku taseme meetme täiendamiseks. Kultuuripealinna projekti raames tehakse koostööd EV Kultuuriministeeriumiga ning üks osa rahastamisest tuleb riigi poolt.

Hetkel on välja töötamisel riigi tasandi programm loomeinkubaatorite ja -arenduskeskuste toetamiseks, mis võimaldaks ka Tallinna loomeinkubaatoril ja Kultuurikatlal sealt täiendavaid ressursse taotleda oma tegevusteks.

Tallinna linn ei anna kunstnikele, kirjanikele, muusikutele nn tegevusstipendiume. See on üksnes riigiroll. Küll on võimalik taotleda rahastust erinevate festivalide, ürituste, koolituste läbiviimiseks nii riigi kui linna tasandi toetusfondidest. See annab tegutsejatele võimaluse taotleda rahastust mitmelt poolt, sellel on oma head ja vead. Ühelt poolt nõuab see tegutsejalt rohkem aega taotluste ja aruandlusega tegelemiseks kui pead mitmelt poolt rahastust hankima. Teisalt on see võimalus saada siiski rohkem toetust oma projektile, et seda paremini ja kvaliteetsemalt korraldada. Kuna nii linna kui riigi tasandi toetused on üldjuhul pigem väiksed kui suured, siis on see hetkeolukorras hea, et on võimalus toetust taotleda mitmelt poolt, et vajalik rahastus kokku saada.

Regionaalset koostööd loomemajanduse arendamise osas praktiliselt ei toimu.

b) Please describe the explicit role (the extent of activities) the city has in developing and supporting CIs.

Seni linn on olnud siiski algatuste või tegevuste toetaja rollis pigem ning seda põhiliselt kahel eesmärgil: a) elavdada linnakeskkonda ning b) kultuurilise mitmekesisuse tekitamiseks. Seda on eelkõige tehtud läbi erinevate ürituste, festivalide, tegevuste toetamise. Ettevõtlusvõimekuse suurendamine on tulnud teemaks viimase paari aasta jooksul ja sellega seoses on äsja käivitunud loomeinkubaator. See on hea näide linna rolli muutumisest loomemajanduse arendamisel. Ka linnaruumi planeerimisele on viimastel aastatel hakatud rohkem tähelepanu pöörama. Korrastatakse parke ja mänguväljakuid. Loomemajanduse seisukohalt on oluline arendaja roll võetud seoses Kultuurikatla projektiga ning laiemalt eesmärgiga avada linn merele (raekoda mereäärde jms/ ruumi mõõde).

c) Please describe the organisational structure of support for CI. Please name and describe the structural units of the city, special organisations and actors responsible for supporting (implementing) the CI on the city level.

Tallinnas ei ole spetsiaalset koordineerivat üksust, mis tegeleks loomemajanduse arendamisega. Kuna loomemajandus hõlmab nii kultuurilist, ettevõtlusalast kui ka ruumilist komponenti, siis jaguneb toetuse pakkumine põhiliselt kahe üksuse vahel: Tallinna Ettevõtlusameti ja Kultuuriväärtuste ameti vahel. Tallinna ettevõtlusameti kaudu toetatakse loomemajandust spetsiifilise meetmena loomeinkubaatori kaudu, kuid ka kõik teised ettevõtlustoetus-meetmed on loomeettevõtetele avatud. Kultuuriväärtuste ameti kaudu toetatakse loomemajandust spetsiifilise meetmena Kultuurikatla arendamise kaudu. Lisaks tegeletakse ka laiemalt ruumi väärtustamise toetamisega nt läbi miljööväärtuslikel aladel paiknevate hoonete restaureerimistoetuste andmisega. Samuti kultuurilise mitmekesisuse tekitamiseks antavad toetused (tegevustoetused, ürituste korraldamise toetused, koolitused) tulevad eelkõige Kultuuriväärtusteametist (MTÜde toetuskeemi alt), kuid teatud määral ka linnaosavalitsuste kaudu: nt Vanalinna päevade peakorraldaja on Tallinna Kesklinnavalitsus. Lisaks on Kultuuriväärtuste haldusala ka kultuurialase huvihariduse pakkumine täiskasvanutele (Tallinna Rahvaülikool). Vastavad toetusmeetmed on väljatöötatud ametite siseselt.

Olemuslikult on loomemajanduse teemaga seotud ka Linnaplaneerimise amet, kes algatab planeeringuid ja võtab vastu selle alaseid otsuseid. Samas ei paku ta otseselt loomemajanduse arendamisega seotud toetusi ega teenuseid.

Linna pikemaajaliste arengustrateegiate ja -kavade koostamise eest vastutab Tallinna Linnakantselei Arenguteenistus. Raamdokument, millest ametid oma tegevuses lähtuvad, on "Tallinn 2025" ja sellega seotud arengukava "Tallinna arengukava 2009-2027" (vt punkt A.1.1 b). Tallinna Linnakantselei on tellinud ka "Loova Tallinna visiooni kontseptsiooni" uuringu, kuid edasisi samme selle arengudokumendiks või loomemajanduse arendamise alusdokumendiks arendamiseks ei ole seni tehtud.

d) Please describe the cooperation model with businesses and third sector: the division of work/tasks between public sector, business sector and third sector.

Loomemajanduse arendamine on suhteliselt uus käsitlus linna jaoks ning seetõttu ei ole olemas ühist arusaama, kuidas ja mis eesmärkidel loomemajandust arendama peaks, siis ei ole paigas ka selget tööjaotust erinevate sektorite vahel. Koostööd loomemajanduse arendamisel äri sektoriga on väga raske välja tuua; loomulikult tehakse koostööd linna planeerimisega seoses erinevate arhitektuurikonkursite näol või kinnisvarafirmadega ja investoritega planeeringute koostamisega seoses.

Rollijaotus kolmanda sektoriga on olemas sedavõrd, et enamasti toetab linn MTÜ-de tegevusi ja projekte, kas neid osaliselt rahastades, soodustingimustel teenust osutades (reklaampinnad, esitluspinnad jms). Erinevate sektoritega tehakse koostööd ka linna (või linnaosavalitsuste) poolt korraldatavate suurürituste läbiviimisel, kus peakoordinaatoriks on linn, aga sisu pakuvad väga erinevad organisatsioonid ja inividid (Tallinna Vanalinna päevad).

Linnaosalusega MTÜ Helsinki-Tallinn Euregio, mille eesmärgiks on tihendada koostööd Tallinna ja Helsinki regioonide vahel, on võtnud fookusesse ka loomeinimeste ja äriinimeste kokkuviiamise, korraldades erinevaid seminare ja 'brokerage' tüüpi üritusi.

Suurema rolli arendamisel on linn võtnud enda kanda ka Kultuurikatla rekonstrueerimisel ja arendamisel ning loomeinkubaatori loomisega.

e) Please describe the situation in international cooperation in the field of CI development.

Suurem koostöö loomemajanduse arendamise osas käivitus koos projektiga "Creative Metropolises". Selle projekti algatuseks võib lugeda BaltMetInno projekti aastast 2007-2008? Projekti üheks tuleviku tegevussuunaks nähti: loomemajanduse arendamiseks tugisüsteemi loomist ja linna arenguvisionidega sidumise vajadust, sest leiti, et loomemajandusel on oluline roll linnade muutmiseks paremaks töö-, elu-, investeerimise- ja külastamise paigaks.

Teisalt on püüdnud viimased kolm aastat loomeinimesi ja äriinimesi kokku viia MTÜ Helsinki-Tallinn Euregio. Euregio on korraldanud mitmeid kontaktüritusi Tallinna ja Helsinki piirkondade inimeste, ettevõtete ja organisatsioonide kokkuviiamiseks ning 2007 toimunud "Helsinki - Tallinn Knowledge Arena" konverents keskendus teemale "City as the creative stage". Käesoleval 2009. aasta sügisel toimub järjekorras kolmas konverents. The Helsinki-Tallinn Knowledge Arena lähtub visioonist, et Helsinki ja Tallinn moodustavad teineteist täiendava kaksikregiooni teaduse, hariduse, kunsti ja teadmispõhise äri osas tulevikus.

f) Please indicate who initiates the goals for CI policies in your city. Select (ticking the box) any appropriate from the following list:

| | |
|---|-------------------------------------|
| a) city initiates its own goals for supporting CI | <input checked="" type="checkbox"/> |
| b) city follows the state's strategy in supporting CI | <input type="checkbox"/> |
| c) city (belongs to cross-border regional network and) follows the goals set on that regional level | <input type="checkbox"/> |
| d) city follows the goals set on EU/international level | <input type="checkbox"/> |
| e) other (please specify) | <input type="checkbox"/> |

Please describe the situation in your city in more detail:

Hetkel ei ole veel linnal oma strateegiat ega väljakujunenud ühtset poliitikat. Seetõttu definitsiooni ja sektorite jaotuvuse osas jälgitakse riigi poolt väljaõeldud põhimõtteid. Linn on tellinud loova linna visiooni kontseptsiooni ning mõnedes strateegiadokumentides on välja toodud loomemajanduse arendamise olulisus (vt punkt A.1.1 b). Samas tegevusi on initsieeritud ja need on lähtunud eelkõige linna huvidest (sh loomeinkubaator, Kultuurikatla arendamine).

g) Please provide (at least indicatively) the annual city funding (in euro) for CI in last three years. What is the dedicated percentage of the total city budget?

Linnaeelarve kogumaht on 2009. aastal 7,3 miljardit krooni (juuni 2009 seisuga). Loomemajandusega seotud tegevuste rahastamiseks eelarves eraldi arvestust ei ole. Arvestades kokku loomemajandusega seostatavad meetmed (kirjeldatud osas A.2) ja lisades mõned kultuuriobjektidega seotud investeeringud võiks suurusjärg hinnanguliselt ulatuda 100 miljoni kroonini.

A.2: THE DESCRIPTION OF CONCRETE MEASURES OF SUPPORTING CI

A.2.1 The classification of measures supporting and developing CI in the city

a) Please name 10 most relevant measures (grant schemes, support tools, investments, regulations, etc.) in force in your city. Please take the following list as a guide for selecting 10 most important measures in your city:

- measure has an impact on large number of CI actors
- measure is directed at developing the prioritised CI sector or cluster
- measure is financially significant
- measure has a broad impact

1. Loomeinkubaator
2. Klasteriprojektide kaasfinantseerimise toetus (laieneb loomemajanduse organisatsioonidele)
3. Kultuurikatla rekonstrueerimine ja organisatsiooniline arendamine
4. Projekt „Tallinn Euroopa kultuuripealinn 2011”
5. Kultuuriteo auhind
6. Ülelinnaliste kultuuriürituste toetamine
7. MTÜ tegevuse toetamine kultuurivaldkonnas
8. Kunstikogu komplekteerimine ja eksponeerimine
9. Stardiabi alustava ettevõtluse toetamiseks (laieneb loomeettevõtetele ja -indiviididele)
10. Kampania *Vana maja korda!*

b) Please, take the following list as a guide as to which policies could be supportive of CI. Indicate in this list which activities are in place in your city (C) Please indicate also measures present at national (N) and regional (R) level (if they apply on city's CI companies and individuals). Tick the boxes.

| | C | N | R |
|---|-------------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|
| 1) Public support for enhancing business capacity and internationalisation of creative industries: | | | |
| ■ support for enhancing entrepreneurship in CI sectors, create start-ups, etc.) | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| ■ development of CI incubators | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| ■ development and support for creative clusters | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| ■ business development (training and consulting) | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| ■ supporting trade fairs, group visits to fairs elsewhere etc | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| ■ attracting companies and professionals | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| ■ attracting tourists | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| ■ international festivals (meetings, conferences, etc.) for professionals | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 2) Public support for developing urban space and creative city districts: | | | |
| ■ urban planning tools for exposing cultural heritage, making use of design and architecture in urban development, | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| ■ development of creative city districts, developing cultural quarters | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| ■ arranging festivals and other events (for advertising local culture, identity, for shaping and enlivening the city's creative and cultural atmosphere) | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| ■ revitalising unused spaces, regeneration of socially disadvantaged areas and/or derelict industrial sites (factories, industrial complexes, etc.) | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| ■ establishment of creative and cultural centres, creating spaces for exhibitions, events, etc. | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| ■ providing working spaces (for creative activities and individuals), incl. availability of long-term lease lower costs, etc. | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| ■ improving transport and enabling and diversifying public access | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| ■ establishing public wireless internet areas | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| ■ enhancing sustainable renovation of houses and establishments of urban gardens (e.g. work-shops, awards) | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 3) Financial support models for creative industries | | | |
| ■ tax system support, incl. tax deduction or exemptions | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| ■ the percent for public art | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| ■ special funding for creative industries: establishment of various targeted funds, foundations, seed investment (e.g. Creative Industries Fund, Film Fund) | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| ■ development of special / targeted programmes (e.g. design programmes, new media supporting schemes) | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| ■ attracting foreign investments | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| ■ financial support mechanisms with emphasis on public-private-partnership | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| ■ individual scholarships for concrete activities (e.g. book writing) | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| ■ supporting export | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 4) Social involvement and demand for creative industries' products and services | | | |
| ■ promoting cooperation between actors of different creative fields | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| ■ developing and strengthening of linkages between arts, culture and entrepreneurship | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> |
| ■ supporting creativity via education | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| ■ fostering the use of CI services by the public sector, e.g. via public procurements | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| ■ involving talents and citizens in city development and/or in the public realm | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| ■ supporting local community newspapers and discussion forums | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| ■ supporting collaboration between schools/universities and entrepreneurs (e.g. training initiatives) | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| ■ supporting re-cycling centres for used products | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| ■ enhancing the activity of professional associations and other similar types of organisations (sector-based and cross-sectoral) | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

| | | | |
|--|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| 5) Other (please specify) | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| <p>Siinkohal tuleb täpsustada, et enamus meetmeid nii linna kui riigi tasandil ei ole loomemajanduse spetsiifilised (eriti ettevõtlusvõimekuse tõstmisega seotud), vaid laienevad muuhulgas loomemajanduse valdkonnas tegutsejatele.</p> | | | |

A.2.2 The description of measures supporting and developing CI in the city

Please describe briefly each measure (approx. one page) named in section A.2.1.a according to the structure given below.

| |
|--------------------------------------|
| a) Title of measure No 1 |
| Loomeinkubaator (Creative Incubator) |

| |
|--|
| b) Type of measure (according to the typology in section A.2.1.b) |
| development of CI incubators |

| |
|---|
| c) Purpose of measure. Please describe the main goals and rationale (analytical reasoning why this measure is being created). |
| <p><i>Loomeinkubaatori loomise peamisteks eesmärkideks on:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • olemasolevate loomemajandusettevõtete konkurentsivõime tõstmine ja jätkusuutlikkuse tagamine; • loomemajandusettevõtete arvu suurendamine ja antud valdkonnas äritegevuse elavdamine ning mitmekesistamine. <p>Loomeinkubaator pakub alustavale loomemajandusvaldkonna ettevõtetele teenuseid, mis on seotud ettevõtluse alustamisega, sh äriideede esmane analüüs, ärialane nõustamine ja ettevõtluse baaskoolitus; äri edasiarendamisega seonduv, s.h. spetsiifilised nõustamised, spetsialiseeritud koolitused, abi koostööpartnerite leidmisel nii Eestis kui ka välisriikides. Samuti on oluline inkubaatori poolt pakutav füüsiline infrastruktuur, s.h stuudiod, ateljeepinnad, bürood, töökojad ning ühiskasutust võimaldav sisseseade.</p> <p>Loomeinkubaatori potentsiaalsed kliendid on eelkõige erinevate disaini- ja tarbekunstivaldkondade, aga ka kõik teised loomevaldkondade esindajad – ettevõtlikud inimesed, kel ärialal veel vähe kogemusi, kuid kes leiavad, et just loomemajandustegevuse kaudu leiavad nad endale väljundi.</p> |

| |
|--|
| d) Start date and expected ending / no end date planned |
| Loomeinkubaator valmib 2009. aasta sügisel. |

| | |
|---|-------------------------------------|
| e) Target groups. Please indicate which group(s) the measures are targeted at. | |
| (All) creative individuals | <input checked="" type="checkbox"/> |
| (All) creative companies | <input checked="" type="checkbox"/> |
| Targeted creative industries' sector | <input type="checkbox"/> |
| Professional associations | <input type="checkbox"/> |
| Networks, groups, etc. | <input type="checkbox"/> |
| Other (please specify) | <input type="checkbox"/> |
| Additional comments: | |

| | |
|---|-------------------------------------|
| f) In what form is funding provided? Please indicate the mode of funding of the measure: | |
| Grants | <input type="checkbox"/> |
| Subsidised loans | <input type="checkbox"/> |
| Venture capital | <input type="checkbox"/> |
| % for public art | <input type="checkbox"/> |
| Guarantees | <input type="checkbox"/> |
| Tax incentives | <input type="checkbox"/> |
| Annual public funding | <input type="checkbox"/> |
| Other (please specify) | <input checked="" type="checkbox"/> |
| Nõustamine, koolitused, soodustingimustel ruumid jt inkubatsiooniteenused. | |
| Additional comments: | |

| |
|--|
| g) Please provide the annual city funding for the measure and total city funding of the measure, if applicable (e.g. the total investment for city district for 3 years) |
| <i>2009. aastal on Loomeinkubaatori tegevuskulud ligikaudu 2,1 miljonit krooni (ilma käibemaksuta) – igapäevategevuse korraldamiseks ning põhikirjaliste eesmärkide elluviimiseks. Tegevuskulud jagunevad 2009. aastal järgmiselt: ca 2/5 moodustavad kulud hoonele (sh rent), ca 2/5 on töötajate palgakulud ja ca 1/5 kulub koolitustele jt inkubatsiooniteenustele.</i> |
| <i>Lisaks on ruumide (Veerenni tn 24) ettevalmistamiseks ja sisustamiseks 2009. aastal ette nähtud 2 miljonit krooni.</i> |

| |
|--|
| a) Title of measure No 2 |
| Klastriprojektide kaasfinantseerimise toetus |

| |
|--|
| b) Type of measure (according to the typology in section A.2.1.b) |
| development and support for creative clusters |

| |
|--|
| c) Purpose of measure. Please describe the main goals and rationale (analytical reasoning why this measure is being created). |
|--|

Tallinna klasterarenduse eesmärk on suurendada Tallinna piirkonna ettevõtete konkurentsivõimet ühiste algatuste soodustamise ja kaasrahastamise abil. Klasterprojektide kaasfinantseerimise toetus on mõeldud Ettevõtluse Arendamise Sihtasutuse (EAS) poolt antavate klasterite arendamise toetuste kaasfinantseerimiseks.

Toetust võib taotleda ainult konkreetse projektiga põhjendatud kulude katteks, s.o:

EAS-i poolt avatud taotlusvooru esitatava eeltaotluse kaasfinantseerimiseks, mille raames toetatakse järgmisi klasteri algatusi: partnerite ühishuvide kaardistamine ning koostöövõimaluste teostatavuse uurimine, sh õppereisil osalemine teiste riikide klasteri algatustega tutvumiseks, koostöövõimaluste realiseerimine vajalike partnerite otsimiseks; partnerite ühise arengustrateegia väljatöötamine ning selles sisalduvate eesmärkide saavutamiseks vajaliku tegevuskava väljatöötamine, tõlkekulud.

EAS-i poolt avatud taotlusvooru esitatava täistaotluse kaasfinantseerimiseks, mille raames toetatakse järgmisi klasteri algatusi: ühisturunduse koordineerimine, sh turu-uuringute tegemine ja partnerite otsimine, tootmisvõimsuste jagamise koordineerimine, klasteri ühistegevuste elluviimiseks vajaliku inimressursi vajaduse kaardistamine, sh tööjõu vajaduse prognooside koostamine, koolitusvajaduse määratlemine ja õppekavade arendamises osalemine; teiste ühiste arendusprojektide algatamine ja koordineerimine, koostöövõimaluste realiseerimiseks vajalike partnerite otsimine.

d) Start date and expected ending / no end date planned

Toetusperiood on planeeritud aastatele 2009–2013, aga võib eeldada, et meetme kehtivust pikendatakse.

e) Target groups. Please indicate which group(s) the measures are targeted at.

| | |
|--------------------------------------|-------------------------------------|
| (All) creative individuals | <input type="checkbox"/> |
| (All) creative companies | <input checked="" type="checkbox"/> |
| Targeted creative industries' sector | <input type="checkbox"/> |
| Professional associations | <input checked="" type="checkbox"/> |
| Networks, groups, etc. | <input checked="" type="checkbox"/> |
| Other (please specify) | <input type="checkbox"/> |

Additional comments:

Eeltaotluse puhul saavad toetuse taotlejaks olla: a) Eesti äriregistris registreeritud äriühing, kes on klasteri moodustamist planeeriva konsortsiumi liige ja esindusõiguslik isik, kelle konsortsium on volitanud taotlust esitama; b) Eesti mittetulundusühingute ja sihtasutuste registrisse kantud mittetulundusühing või sihtasutus juhul, kui on määratletud projekti elluviimisel osalevad partnerid.

Täistaotluse puhul võib toetuse taotlejaks olla Eesti mittetulundusühingute ja sihtasutuste registrisse kantud mittetulundusühing või sihtasutus juhul, kui on määratletud projekti elluviimisel osalevad partnerid.

f) In what form is funding provided? Please indicate the mode of funding of the measure:

| | |
|------------------------|-------------------------------------|
| Grants | <input checked="" type="checkbox"/> |
| Subsidised loans | <input type="checkbox"/> |
| Venture capital | <input type="checkbox"/> |
| % for public art | <input type="checkbox"/> |
| Guarantees | <input type="checkbox"/> |
| Tax incentives | <input type="checkbox"/> |
| Annual public funding | <input type="checkbox"/> |
| Other (please specify) | <input type="checkbox"/> |

Additional comments:

Eeltaotluse puhul on toetuse maksimum summa kuni 66000 kr, täistaotluse puhul kuni 600000 kr.

g) Please provide the annual city funding for the measure and total city funding of the measure, if applicable (e.g. the total investment for city district for 3 years)

2009. aastal on toetusteks kokku planeeritud 2,2 miljonit krooni.

a) Title of measure No 3

Kultuurikatla rekonstrueerimine ja organisatsiooniline arendamine

b) Type of measure (according to the typology in section A.2.1.b)

revitalising unused spaces, regeneration of socially disadvantaged areas and/or derelict industrial sites (factories, industrial complexes, etc.)

c) Purpose of measure. Please describe the main goals and rationale (analytical reasoning why this measure is being created).

Kultuurikatel on 1912. aastal vanalinna ja mere vahelisele alale rajatud soojuselektrijaama hoonekompleks, mis on kavas muuta eri kunstiliikide kokkusaamise kohaks, multifunktsionaalseks kultuuriloome keskkonnaks.

Lähiaastate eesmärgiks on: Kultuurikatel on Euroopa Kultuuripealinna 2011 ajal üks keskseid sõlmpunkte koos vajaliku infrastruktuuri ja aktiivse kultuurieluga. Pärast Kultuuripealinna mandaadi lõppemist jätkab Kultuurikatel Tallinna nüüdiskultuuri ja loometegevuse keskusena. Sellele lisandub hariduse ja keskkonna mõõde (loovkool, keskkonna infokeskus, koostöö Energiakeskusega).

d) Start date and expected ending / no end date planned

2006. aastal sai linn Kultuurikatla oma bilanssi, 2007. aastal toimusid Katlas esimesed üritused.

e) Target groups. Please indicate which group(s) the measures are targeted at.

| | |
|--------------------------------------|-------------------------------------|
| (All) creative individuals | <input type="checkbox"/> |
| (All) creative companies | <input type="checkbox"/> |
| Targeted creative industries' sector | <input type="checkbox"/> |
| Professional associations | <input type="checkbox"/> |
| Networks, groups, etc. | <input type="checkbox"/> |
| Other (please specify) | <input checked="" type="checkbox"/> |

meede suunatud kohale ja koha organisatsiooni arendamiseks

Additional comments:

f) In what form is funding provided? Please indicate the mode of funding of the measure:

| | |
|------------------------|-------------------------------------|
| Grants | <input type="checkbox"/> |
| Subsidised loans | <input type="checkbox"/> |
| Venture capital | <input type="checkbox"/> |
| % for public art | <input type="checkbox"/> |
| Guarantees | <input type="checkbox"/> |
| Tax incentives | <input type="checkbox"/> |
| Annual public funding | <input checked="" type="checkbox"/> |
| Other (please specify) | <input checked="" type="checkbox"/> |

Investeering + tegevustoetus

Additional comments:

g) Please provide the annual city funding for the measure and total city funding of the measure, if applicable (e.g. the total investment for city district for 3 years)

2009. aastal eraldati 19 mln kr investeeringuteks + 1 mln tegevuskuludeks (2008. aastal oli 2 mln investeeringuteks + 300 tuhat tegevustoetuseks).

a) Title of measure No 4

Projekt „Tallinn Euroopa kultuuripealinn 2011” (Tallinn – European Capital of Culture 2011)

b) Type of measure (according to the typology in section A.2.1.b)

attracting tourists
 arranging festivals and other events (for advertising local culture, identity, for shaping and enlivening the city’s creative and cultural atmosphere)

c) Purpose of measure. Please describe the main goals and rationale (analytical reasoning why this measure is being created).

Tallinna eesmärk Euroopa kultuuripealinnana aastaks valmistudes on alatatada uusi pikaajalisi protsesse, mis toetaksid nii olemasolevaid kui ka veel sündimata kultuurilisi algatusi ning teeksid kultuurielus osalemise kõigile linlastele ja linna külalistele ahvatlevamaks ning kättesaadavamaks.

Tallinna peaeesmärgid Euroopa kultuuripealinnana on:

- Luua inimeste loomingulist aktiivsust ja algatusvõimet esmatähtsana arvestav linnakeskkond, suunates linna investeeringuid infrastruktuuri elanike kasvavaid kultuurilisi vajadusi esmatähtsaks pidades.
- Luua mängureeglid, mis võimaldaksid loomemajandusel hõivata strateegiline positsioon Tallinna majanduselus ning muutuda osaks Tallinna kaubamärgist.
- Soodustada Eesti ja teiste Euroopa rahvaste, nii loojate kui ka institutsioonide kultuurilist läbikäimist, uusi projekte ja koostööd, et muuta Tallinn püsivalt avatuks ja multikultuurseks; luua

Tallinna olemasolevate ja tekkivate tähtsündmuste finantseerimis- ja nõustamissüsteem, mis kindlustab Tallinnale oluliste ürituste jätkusuutlikkuse ja rahvusvahelise maine.

- Saavutada Tallinna tuntus turismi tähtsamatel sihtturgudel kultuuriturismi atraktiivse sihtkohana ning selle kaudu saavutada kultuurituristide osakaalu hüppeline tõus Tallinna külastajate hulgas.

Kultuuripealinna programmi ettevalmistamiseks lõi Tallinn iseseisva sihtasutuse, mis koordineerib ja korraldab kõike kultuuripealinna seonduvat alustades rahvusvahelisest koostööst ning lõpetades projektinõustamise ja koolitusega. Sihtasutus korraldab ka kultuuripealinna turundust ja kommunikatsiooni.

Lisaks on Tallinn välja valinud rida kultuuriobjekte, mida loodetakse Kultuuripealinna aastaks (2011) valmis saada.

d) Start date and expected ending / no end date planned

2008–2012

e) Target groups. Please indicate which group(s) the measures are targeted at.

| | |
|--------------------------------------|-------------------------------------|
| (All) creative individuals | <input checked="" type="checkbox"/> |
| (All) creative companies | <input checked="" type="checkbox"/> |
| Targeted creative industries' sector | <input type="checkbox"/> |
| Professional associations | <input checked="" type="checkbox"/> |
| Networks, groups, etc. | <input checked="" type="checkbox"/> |
| Other (please specify) | <input type="checkbox"/> |

Additional comments:

f) In what form is funding provided? Please indicate the mode of funding of the measure:

| | |
|------------------------|-------------------------------------|
| Grants | <input type="checkbox"/> |
| Subsidised loans | <input type="checkbox"/> |
| Venture capital | <input type="checkbox"/> |
| % for public art | <input type="checkbox"/> |
| Guarantees | <input type="checkbox"/> |
| Tax incentives | <input type="checkbox"/> |
| Annual public funding | <input type="checkbox"/> |
| Other (please specify) | <input checked="" type="checkbox"/> |

Project based grants

Additional comments:

Sihtasutus Tallinn 2011 töötab välja kultuuripealinna programmi projektide, ürituste ja nende elluviimisega seotud isikute toetamise protseduuri, viib läbi vastavad projekti- ja stipendiumikonkursid ning annab välja stipendiume ja toetusi (kultuurielu, kultuuriloomingu ja -vahetuse toetamiseks ning loomemajanduse elavdamiseks).

g) Please provide the annual city funding for the measure and total city funding of the measure, if

applicable (e.g. the total investment for city district for 3 years)

Sihtasutuse Tallinn 2011 tegevusi aastal 2009. projekti "Tallinn Euroopa Kultuuripealinn 2011" programmi elluviimiseks toetatakse 19 mln krooniga. (2008. aastal oli toetus 14,3 mln kr)

Lisaks investeerib linn Kultuuripealinna projektiga seoses mitmetesse suurematesse kultuuriobjektidesse.

a) Title of measure No 5

"Tallinna Kultuuritegu" auhind

b) Type of measure (according to the typology in section A.2.1.b)

Social involvement and demand for creative industries' products and services

c) Purpose of measure. Please describe the main goals and rationale (analytical reasoning why this measure is being created).

Projekti eesmärgiks on tunnustada inimesi ja organisatsioone, kes korraldavad kultuurisündmusi ja – tegevusi ning väärtustada silmapaistvaid loovisikuid. Tähelepanu osutamine ja preemiate eraldamine toimub kord aastas, detsembris. "Tallinna Kultuuritegu" eesmärgiks on tunnustada pealinna kultuurielus tähelepanu äratanud ning originaalsuse ja mõtteeerksuse poolest silma paistnud sündmusi ning loojaid. Preemia antakse välja kahes kategoorias: loovisiku ja kollektiivi panus Tallinna kultuuriellu. Tunnusauhinnale võib esitada loovisikuid, kelle panus linna kultuuriellu on olnud oluline või sündmusi, mis paistavad silma originaalsuse ja mõtteeerksuse poolest. Sündmus võib olla suunatud nii kitsamale huviliste ringile kui olla kõikidele tallinlastele ja linna külalistele mõeldud suurüritus. Kultuurisündmus võib olla nii igal aastal toimuv üritus kui ühekordne.

d) Start date and expected ending / no end date planned

Auhinda hakati välja andma 2005. aastal.

e) Target groups. Please indicate which group(s) the measures are targeted at.

| | |
|--------------------------------------|-------------------------------------|
| (All) creative individuals | <input checked="" type="checkbox"/> |
| (All) creative companies | <input checked="" type="checkbox"/> |
| Targeted creative industries' sector | <input type="checkbox"/> |
| Professional associations | <input checked="" type="checkbox"/> |
| Networks, groups, etc. | <input checked="" type="checkbox"/> |
| Other (please specify) | <input type="checkbox"/> |

Additional comments:
 Preemia antakse välja kahes kategoorias: loovisik ja kollektiiv.

f) In what form is funding provided? Please indicate the mode of funding of the measure:

| | |
|------------------------|-------------------------------------|
| Grants | <input type="checkbox"/> |
| Subsidised loans | <input type="checkbox"/> |
| Venture capital | <input type="checkbox"/> |
| % for public art | <input type="checkbox"/> |
| Guarantees | <input type="checkbox"/> |
| Tax incentives | <input type="checkbox"/> |
| Annual public funding | <input type="checkbox"/> |
| Other (please specify) | <input checked="" type="checkbox"/> |

Auhind ja rahaline preemie.

Additional comments:

g) Please provide the annual city funding for the measure and total city funding of the measure, if applicable (e.g. the total investment for city district for 3 years)

Auhinnafond 2009. aastal on 100 000 kr (2008. aastal 200 000 kr).

a) Title of measure No 6

Ülelinnaliste kultuuriürituste toetamine

b) Type of measure (according to the typology in section A.2.1.b)

arranging festivals and other events (for advertising local culture, identity, for shaping and enlivening the city's creative and cultural atmosphere)

c) Purpose of measure. Please describe the main goals and rationale (analytical reasoning why this measure is being created).

Meetme põhjenduseks on mitmekesise kultuurieluga linna arendamine. Ülelinnaliste kultuuriürituste puhul toetatakse tegevusi, mille initsiatiiv tuleb linna poolt (nt pühade, tähtpäevade tähistamine, kontserdid, festivalid) ning üritusi, mida korraldavad linna hallatavad asutused (Tallinna Linnateater, Tallinna Filharmoonia jt).

d) Start date and expected ending / no end date planned

e) Target groups. Please indicate which group(s) the measures are targeted at.

(All) creative individuals

| | |
|---|-------------------------------------|
| (All) creative companies | <input type="checkbox"/> |
| Targeted creative industries' sector | <input type="checkbox"/> |
| Professional associations | <input type="checkbox"/> |
| Networks, groups, etc. | <input type="checkbox"/> |
| Other (please specify) | <input checked="" type="checkbox"/> |
| Linnaasutuste ja/või ametite toetamine sündmuse korraldamisel. | |
| Additional comments: | |

| | |
|---|-------------------------------------|
| f) In what form is funding provided? Please indicate the mode of funding of the measure: | |
| Grants | <input type="checkbox"/> |
| Subsidised loans | <input type="checkbox"/> |
| Venture capital | <input type="checkbox"/> |
| % for public art | <input type="checkbox"/> |
| Guarantees | <input type="checkbox"/> |
| Tax incentives | <input type="checkbox"/> |
| Annual public funding | <input checked="" type="checkbox"/> |
| Other (please specify) | <input type="checkbox"/> |
| Additional comments: Toetuse suurus oleneb projektist. | |

| |
|---|
| g) Please provide the annual city funding for the measure and total city funding of the measure, if applicable (e.g. the total investment for city district for 3 years) |
| 2009 on ülelinnaliste kultuuriürituste korraldamiseks planeeritud 12 milj kr (2008. aastal 19,2 milj kr). |

| |
|---|
| a) Title of measure No 7 |
| MTÜ tegevuse toetamine kultuurivaldkonnas |

| |
|--|
| b) Type of measure (according to the typology in section A.2.1.b) |
| arranging festivals and other events (for advertising local culture, identity, for shaping and enlivening the city's creative and cultural atmosphere) |
| enhancing the activity of professional associations and other similar types of organisations (sector-based and cross-sectoral) |

| |
|---|
| c) Purpose of measure. Please describe the main goals and rationale (analytical reasoning why this measure is being created). |
| Meetme põhjenduseks on mitmekesise kultuurielu tagamine linnas ning atraktiivse elu- ja külastuskeskkonna loomine. Tihti ei ole kultuuriprojektide elluviimine kasumlik, kui linnale on oluline mitmekesine kultuurielu – seega on vajalik toetada organisatsioone, kes erinevaid festivale, üritusi, töötubasid jne korraldavad. Toetatakse neid projekte, mida MTÜd ise välja pakuvad. Toetuste |

eraldamisel eelistatakse ülelinnalisi ja täiskasvanud elanike kultuuri- ja loometegevusega seotud projekte. Ei toetata trükiste välja andmist, kontsertreise, filmide- ja telesaadete tootmist, üksikisiku koolitusega seotud taotlusi ja kommertsürituste korraldamist.

d) Start date and expected ending / no end date planned

| |
|--|
| |
|--|

e) Target groups. Please indicate which group(s) the measures are targeted at.

| | |
|--------------------------------------|-------------------------------------|
| (All) creative individuals | <input type="checkbox"/> |
| (All) creative companies | <input type="checkbox"/> |
| Targeted creative industries' sector | <input type="checkbox"/> |
| Professional associations | <input type="checkbox"/> |
| Networks, groups, etc. | <input type="checkbox"/> |
| Other (please specify) | <input checked="" type="checkbox"/> |
| Kõik MTÜd | |
| Additional comments: | |

f) In what form is funding provided? Please indicate the mode of funding of the measure:

| | |
|------------------------|-------------------------------------|
| Grants | <input checked="" type="checkbox"/> |
| Subsidised loans | <input type="checkbox"/> |
| Venture capital | <input type="checkbox"/> |
| % for public art | <input type="checkbox"/> |
| Guarantees | <input type="checkbox"/> |
| Tax incentives | <input type="checkbox"/> |
| Annual public funding | <input type="checkbox"/> |
| Other (please specify) | <input type="checkbox"/> |
| Additional comments: | |

g) Please provide the annual city funding for the measure and total city funding of the measure, if applicable (e.g. the total investment for city district for 3 years)

2009. aastal planeeritakse mittetulundustegevust (kultuuriprojektid, vähemusrahvuste organisatsioonid ja harrastustegevus) toetada 13,7 milj krooniga (2008: 14,5 milj kr).

a) Title of measure No 8

Kunstikogu komplekteerimine ja eksponeerimine

b) Type of measure (according to the typology in section A.2.1.b)

fostering the use of CI services by the public sector, e.g. via public procurements

c) Purpose of measure. Please describe the main goals and rationale (analytical reasoning why this measure is being created).

Tallinna linna kunstikogule pandi alus 12. detsembril 1997. Kolleksioon koosneb alates sellest kuupäevast spetsiaalselt Tallinna Kunstikogusse ostetud või kingitud teostest. Ruumid, kus eksponeeritakse Tallinna Kunstikogusse kuuluvaid teoseid peavad olema linnakodanikele avatud. Soetatud kunstiesemeid eksponeeritakse eeskätt vastvalminud avalike ruumide kaunistamise eesmärgil. Linn, soetades kunstiesemeid linna kunstikogu täiendamiseks, toetab seeläbi ka loovisikuid (ostes nende töid).

d) Start date and expected ending / no end date planned

1997 – 2009 (ajutiselt peatatud)

e) Target groups. Please indicate which group(s) the measures are targeted at.

| | |
|--------------------------------------|-------------------------------------|
| (All) creative individuals | <input checked="" type="checkbox"/> |
| (All) creative companies | <input type="checkbox"/> |
| Targeted creative industries' sector | <input type="checkbox"/> |
| Professional associations | <input type="checkbox"/> |
| Networks, groups, etc. | <input type="checkbox"/> |
| Other (please specify) | <input type="checkbox"/> |

Additional comments:

f) In what form is funding provided? Please indicate the mode of funding of the measure:

| | |
|------------------------|-------------------------------------|
| Grants | <input type="checkbox"/> |
| Subsidised loans | <input type="checkbox"/> |
| Venture capital | <input type="checkbox"/> |
| % for public art | <input type="checkbox"/> |
| Guarantees | <input type="checkbox"/> |
| Tax incentives | <input type="checkbox"/> |
| Annual public funding | <input type="checkbox"/> |
| Other (please specify) | <input checked="" type="checkbox"/> |

investeering kunsti (müügitulu kunstnikule)

Additional comments:

g) Please provide the annual city funding for the measure and total city funding of the measure, if applicable (e.g. the total investment for city district for 3 years)

2009. aastal planeeriti soetada kunstiesemeid 170 tuh kr eest, aga raske majandussituatsiooni tõttu otsustati käesoleval aastal antud meetmele mitte raha eraldada .

a) Title of measure No 9

Stardiabi alustava ettevõtluse toetamiseks

b) Type of measure (according to the typology in section A.2.1.b)

support for enhancing entrepreneurship in CI sectors, create start-ups, etc.)?

c) Purpose of measure. Please describe the main goals and rationale (analytical reasoning why this measure is being created).

Ettevõtlusega alustamine vajab enamasti nõustamist ja tuge. Stardiabi eesmärgiks on ettevõtlusega alustamise stimuleerimine, alustava väikeettevõtluse toetamine ja arendamine Tallinnas. Stardiabi võivad taotleda ka loomemajanduse vallas tegutsejad ja võib öelda, et Tallinna loomeettevõtted kasutavad seda võimalust suhteliselt aktiivselt: 2009. aastal olid esimese vooru 23st toetusesaajast 7 loomemajandusega seotud tegevusvaldkonnast.

d) Start date and expected ending / no end date planned

Stardiabi hakati andma Tallinnas 2002. aastal.

e) Target groups. Please indicate which group(s) the measures are targeted at.

| | |
|--------------------------------------|-------------------------------------|
| (All) creative individuals | <input checked="" type="checkbox"/> |
| (All) creative companies | <input checked="" type="checkbox"/> |
| Targeted creative industries' sector | <input type="checkbox"/> |
| Professional associations | <input type="checkbox"/> |
| Networks, groups, etc. | <input type="checkbox"/> |
| Other (please specify) | <input type="checkbox"/> |

Additional comments:

Stardiabi taotlejateks võivad olla:

- 1) äriühingud;
- 2) füüsilisest isikust ettevõtjad (FIE-d);
- 3) tegevust alustavad ettevõtjad (lepingu sõlmimise ajaks on registreeritud vastavalt Eesti Vabariigi seadustele).

f) In what form is funding provided? Please indicate the mode of funding of the measure:

| | |
|------------------|-------------------------------------|
| Grants | <input checked="" type="checkbox"/> |
| Subsidised loans | <input type="checkbox"/> |
| Venture capital | <input type="checkbox"/> |

| | |
|---|--------------------------|
| % for public art | <input type="checkbox"/> |
| Guarantees | <input type="checkbox"/> |
| Tax incentives | <input type="checkbox"/> |
| Annual public funding | <input type="checkbox"/> |
| Other (please specify) | <input type="checkbox"/> |
| Additional comments: Stardiabi ülemääraks on 100 000 krooni. | |

g) Please provide the annual city funding for the measure and total city funding of the measure, if applicable (e.g. the total investment for city district for 3 years)

2009. aastal on stardiabiks eraldamiseks ettenähtud 4,3 miljonit krooni (kõigile ettevõtetele kokku, mitte ainult loomeettevõtetele)

a) Title of measure No 10

Kampaania *Vana maja korda!*

b) Type of measure (according to the typology in section A.2.1.b)

enhancing sustainable renovation of houses and establishments of urban gardens (e.g. work-shops, awards)

c) Purpose of measure. Please describe the main goals and rationale (analytical reasoning why this measure is being created).

“Vana maja korda!” on Tallinna ajaloolisi asumeid väärtustav kampaania. Kampaania üldisem eesmärk on populariseerida säästvat suhtumist ehitatud keskkonda ja aidata inimestel tajuda vanas majas või miljööväärtuslikus piirkonnas elamise eeliseid. Konkreetsemalt on algatuse sisu erinevad tegevused, millega linn aitab omalt poolt omanikke ning ühistuid ajaloolist elamut korrastada. Toetuse objektiks on Tallinna üldplaneeringuga kehtestatud miljööväärtuslikes piirkondades ja Tallinna linna haldusterritooriumil asuvate enne 1940. aastat ehitatud ja/või arhitektuuriliselt väärtuslike elamute arhitektuursete originaaldetailide (aknad, ukсед, katused, varikatused, fassaadidetailid, aknaluugid, verandad, rõdud jne, v.a interjööridetailid) restaureerimine ja algupäraste eeskujul taastamine.

d) Start date and expected ending / no end date planned

Meetme raames alustati tegevustega 2001. aastal.

e) Target groups. Please indicate which group(s) the measures are targeted at.

| | |
|--------------------------------------|--------------------------|
| (All) creative individuals | <input type="checkbox"/> |
| (All) creative companies | <input type="checkbox"/> |
| Targeted creative industries' sector | <input type="checkbox"/> |
| Professional associations | <input type="checkbox"/> |

| | |
|--|-------------------------------------|
| Networks, groups, etc. | <input type="checkbox"/> |
| Other (please specify) | <input checked="" type="checkbox"/> |
| Miljööväärtuslikes piirkondades elavad inimesed, majade ühistud või ühisused. | |
| Additional comments: Toetust on õigus saada juriidilistel ja füüsilistel isikutel. | |

| | |
|---|-------------------------------------|
| f) In what form is funding provided? Please indicate the mode of funding of the measure: | |
| Grants | <input checked="" type="checkbox"/> |
| Subsidised loans | <input type="checkbox"/> |
| Venture capital | <input type="checkbox"/> |
| % for public art | <input type="checkbox"/> |
| Guarantees | <input type="checkbox"/> |
| Tax incentives | <input type="checkbox"/> |
| Annual public funding | <input type="checkbox"/> |
| Other (please specify) | <input type="checkbox"/> |
| Additional comments: Toetuse ülemmääraks on 100 000 krooni. | |

| |
|---|
| g) Please provide the annual city funding for the measure and total city funding of the measure, if applicable (e.g. the total investment for city district for 3 years) |
| 2009. aasta eelarve meetmele on 1,5 milj krooni. |

B. Collecting best practices in urban policies for supporting creative industries.

Each city is asked to collect at least 5 best practices in the following themes:

- Enhancing business capacity and internationalisation of creative industries (theme 2)
- Developing urban space and creative city districts (theme 3)
- Financial support models for creative industries (theme 4)
- Demand for creative industries' products and services (theme 5)

In selecting the practices please:

- try to find the practices to represent every above mentioned general themes or a mixture of these themes;
- keep in mind that the best/good practice should include (at least partly) the support actions of the city. However, the city doesn't need to have an active role in this any more (e.g. city invested in the renovation of the old factory house three years ago.).

In the following describe each of the 5 good practices by answering the questions in the main sections below.

Best practice No **1** Kultuuriteo auhind

B.1: REASON FOR SELECTION:**Why do you select this as your city's good practice?**

Põhjus, miks kultuuriteo auhind on valitud *good practice*'ks, on see, et:

- auhinda on antud innovaatilisemat sorti kultuuriga seotud sündmustele, tegevustele;
- auhindu on saanud just loomemajandusega seostatavad sündmused/tegutsejad;
- auhinna andmisel on lähtutud kultuurisündmuse, tegevuse laiemast mõjust linnakeskkonna atraktiivsuse suurenemisele.

B.2: FOCUS AND MAIN ACTORS OF THE BEST PRACTICE:**Including: What is the central focus/theme? What is the main purpose? Who was/were the initiator (artists, public officials, citizens, creative companies, etc.)? Who are the partners?**

Projekti eesmärgiks on tunnustada aasta kultuurisündmusi ja -tegevusi ning väärtustada silmapaistvaid loovisikuid. Tallinna Kultuuritegu auhind antakse välja kahes kategoorias: kollektiivi või organisatsiooni panus ja loovisiku panus Tallinna kultuuriellu. Preemia nominente võivad esitada kõik linnakodanikud ja organisatsioonid. Idee on tunnustada neid, kes eelneval aastal on kuidagi muutnud või toonud uusi ideid Tallinna linna kultuuriellu. Ehk teiste sõnadega, tunnusahinnale võib esitada loovisikuid, kelle panus linna kultuuriellu on olnud oluline või sündmusi, mis paistavad silma originaalsuse ja mõtteerksuse poolest. Sündmus võib olla suunatud nii kitsamale huviliste ringile kui olla kõikidele tallinlastele ja linna külalistele mõeldud suurüritus. Kultuurisündmus võib olla nii igal aastal toimuv üritus kui ühekordne projekt. Tavaliselt on taotlusi 30 ringis, üksikisikute osas vähem, organisatsioonide, ürituste omi rohkem.

Projekti initsiaatoriks on Tallinna linn ja auhindade jagamise otsustab linna poolt loodav komisjon. Komisjon on kaheksaliikmeline ja iga aasta määratakse uus komisjon. Komisjoni on alati kuulunud abilinnapea kultuurivaldkonna alal, Kultuuriväärtuste ametist juhataja ja kultuuriosakonna juhataja ning erinevaid kultuuritegelasi. Seejuures on püütud järgida mõtet, et komisjoni kuulusid nii nn alternatiivsema poole esindajaid kui traditsiooniliste, suuremate kultuuriasutuste juhte, kes Tallinna kultuurimaastikul tegevad on.

B.3: IMPLEMENTATION OF THE BEST PRACTICE

Including: Description of the process: how this practice was developed and implemented. Timeframe from the idea till implementation and results (main dates only). What has been the role of city administration? Any special administration and/or financing scheme? What has been the role of each partner: the cooperation patterns, roles of different parties, funding provided by partners etc.

Initsiatiiv Kultuuriteo projekti algatamiseks tuli linna poolt. Idee Kultuuriteo auhinna väljaandmiseks tekkis ajal, mil Tallinn kandideeris kultuuripealinna tiitlile (aastal 2005²⁸). Mõte sellise tunnustuse vajaduse järgi sündis 2005. aasta sügisel ja aasta lõpul juba anti esimesed preemiad välja. Seega antud meetme puhul saab rääkida väga kiirest rakendamisest: ideest kuni teostuseni kulus kokku 2–3 kuud. Kultuuriteo auhinda rahastatakse vaid linnaeelarvest.

B.4: DIAGNOSTICS OF THE BEST PRACTICE

Including: Why this case is considered successful (main parameters, what was achieved, etc.)? What kind of problems emerged and how these were overcome? Applicability of the best practice in other cities: easy, hard, impossible? Why? Suggestions for the implementation of this practice in other cities (relevant aspects to consider). What are the critical factors for success?

Kultuuriteo auhinna juures tuleb rõhutada asjaolu, et tunnustatud on just uusi, innovaatilisi algatusi, üritusi, sündmusi jne. Rääkides teistes linnades analoogsete tunnustusmeetmete rakendatavusest, siis oluline on tunnustamise moment kui selline, auhinna rahaline suurus on ka oluline, aga seda ei pea tingimata esmaoluliseks pidama.

Üheks kriitiliseks faktoriks antud meetme juures võib pidada ajastatuse küsimust. Kultuuriteo auhinnad antakse üle aasta lõpus jõulukontserdil. Tallinna linn korraldab iga aasta lõpus jõulukontserdi, kus ta tunnustab nii linna sponsoreid kui antakse välja kultuuriteo auhind. Sponsoriid on tavaliselt need, kes on kultuuriüritusi või sotsiaalvaldkonda toetanud. Kuivõrd neid sponsoreid ja toetajaid on reeglina suhteliselt palju, siis on Kultuuriteo auhind nagu üks teiste hulgas ja tähelepanu talle on mõnevõrra väiksem kui see olla võiks. Seetõttu on välja pakutud ka idee, et võib-olla oleks otstarbekas hakata auhinda välja andma jaanuaris, siis ta paistaks rohkem silma. Seega kriitiline moment on see, et kus ja millal tunnustust üle antakse ja kuidas see üleandmine korraldatud on. Aega ja kohta tuleb hoolikalt läbi kaaluda, sellest sõltub muuhulgas ka meediakajastus.

P.S. Please, provide also visual material about your good practice, if available. Send the link or file to silja@eti.ee.

²⁸ Vastavalt Euroopa Parlamendi ja EL Nõukogu 13. aprilli 2005 otsusele, kannab 2011. aastal Euroopa kultuuripealinna tiitlit üks Eesti ja üks Soome linn.

Best practice No 2 Tallinn Music Week

B.1: REASON FOR SELECTION:

Why do you select this as your city's good practice?

Tallinn Music Week on välja valitud best practice'iks eelkõige seetõttu, et esimene kord suudeti ühe sündmusega haarata vastavat loomemajandusharu – muusikasektorit tervikuna, selle erinevaid tegutsejaid ning kus esmakordselt käsitleti muusikat kui äri – muusikat kui toodet. Seni on kohaliku pop- ja rockmuusika välismaale turundamise juures osutunud üheks suureks probleemiks just see, et valdkonnas pole olnud piisavalt ühiseid ettevõtmisi ja ühist huvi väljendavaid kokkuleppeid.

B.2: FOCUS AND MAIN ACTORS OF THE BEST PRACTICE:

Including: What is the central focus/theme? What is the main purpose? Who was/were the initiator (artists, public officials, citizens, creative companies, etc.)? Who are the partners?

2009. aasta kevadel (26.-28. märts) toimus Tallinnas esimest korda ulatuslik muusikatööstuse seminar-konverents ning showcase-festival Tallinn Music Week. Festival propageerib eestimaist muusikat, pakkudes rahvusvahelist tähelepanu ning võimalusi kohalikul muusikamaastikul tegutsejatele. Tegemist on üritusega, kuhu on spetsiaalselt kutsutud väliskülalised, kelle hulka kuuluvad talenditsijad olulisematest Euroopa showcase festivalidelt, plaadikompaniide esinejad ning erinevad muusikaäri professionaalid, agendid, produtsendid, samuti rahvusvahelise pressi esindajad.

Tallinn Music Week koondas kaks poolt: 1) Seminarid ja diskussioonid professionaalide vahel erinevat muusikaäri puudutavatel teemadel ning 2) showcase-programm Eesti bändidest ja artistidest erinevates šanrites ning erinevatel lavadel. Viimane oli avatud laiemale publikule.

Showcase-festivali raames astus Tallinna klubides kolmel õhtul üles 65 Eesti bändi ja artisti ning seda kümnel laval mitmetes esinemispaikades üle linna.

Festivali seminarides diskuteeriti meedias kirgi kütnud teemal „EAÜ võitluses Youtube'iga“, kus IT-visionäär Linnar Viik pakkus teemasse uudseid vaatenurki („Is Music For Free?“); arutleti, mis võimalused on ühel väikeriigil end efektiivselt maailmas tutvustada („Small Country, Big Brand“); vaieldi erinevate kultuuri ja muusika toetamise mudelite üle muusikaekspordi valdkonnas ja üldisemalt („The Role of Music Export Office“), räägiti muutuvast ja muutunud muusikameediast: harjumuspärased kanalid vs lõputud võimalused tasuta internetipromoks („Ways to Promote Your Music...“) ning jagati naljakaid ja õpetlikke lugusid-kogemusi tuuritamisest („How to Tour Your Band“).

Projekti initsiaatoriks oli erafirma Musiccase OÜ ja Helen Sildna, koostöös erinevate festivalikorraldajatega: Jazzkaar, Rabarock, Viljandi Folk, Hard Rock Laager, Hea Uus Heli, Rampade Org, Elwood Music jne. Initsiatiiv tuli muusikavaldkonna tegijailt endilt, kuna sellist üritust oli hädasti vaja. Olles otsustanud midagi sellist korda saata, hakkas projektijuht Helen Sildna tegelema parterite otsimisega, üheks olulisemaks partneriks oli algusest peale Tallinn2011 ning teised partnerid järgnesid.

Tallinn Music Week toetajate hulka kuuluvad: Tallinn 2011²⁹, Nordic Hotel Forum, Innovatsiooniaasta, SKYPE, Eesti Kultuuriministeerium, EAS, Eesti Muusika Eksport, Estonian Air, Vikingline, Eventech, Plektrum, Sailinvest, Velvet, RGB. Meediatoetajateks olid Raadio2, ETV, MTV, Kanal2, Postimees, Metroo, Rada7.ee

²⁹ Sihtasutus Tallinn 2011 on 2007. aasta aprillis Tallinna linna poolt loodud iseseisev organisatsioon, mis valmistab ette ja koordineerib Tallinna kui Euroopa kultuuripealinna programmi 2011. aastaks.

B.3: IMPLEMENTATION OF THE BEST PRACTICE

Including: Description of the process: how this practice was developed and implemented. Timeframe from the idea till implementation and results (main dates only). What has been the role of city administration? Any special administration and/or financing scheme? What has been the role of each partner: the cooperation patterns, roles of different parties, funding provided by partners etc.

Tallinn Music Week peakoordinaator Helen Sildna: “Olen aastate lõikes käinud mitmetel analoogsetel festivalidel Euroopas ja olen seetõttu ise näinud, et sarnane formaat: panna ühe nädalavahetuse jooksul mängima kõik olulised kohalikud bändid ning kutsuda lisaks kodupublikule vaatama neid ka väliskülalisi, toimib hästi. Idee oli küpsenud juba mõnda aega, aga mul on hea meel, et viisime selle ellu just nüüd, aastal 2009 – tundub, et Eesti muusika-skenes on just praegu midagi murrangulist toimumas – peale on kasvanud uus põlvkond julgeid, hakkajaid ja andekaid bände, ilma nende talentide olemasoluta ei oleks sellisel üritusel muidugi mõtet. Esimene projekti-koosolek oli meil tiimiringis detsembris, sealt edasi hakkasime täiel tempol tegutsema ja märtsi viimasel nädalalõpul jõudis festival kätte.”

Tallinn Music Week meeskond on kuueliikmeline: Helen Sildna – põhikoordinaator, Kristo Rajasaare – coordinator of showcases, accounting, Ivo Kiviorg – press manager, website coordinator, Kristiina Alliksaar – registration manager, logistics, Paul Pihlak, Elwood Music – consultant, Ando Kiviberg, Viljandi Folk – consultant.

Olulised partnerid festivali korraldamise ja läbiviimise juures olid:

a) Visual image, design & reklaami inimesed: Jaanus Tamme and Uku-Kristjan Küttis – logo & designs: www.sailinvest.com, Plektrum-team – visuals & video-lighthouse: www.plektrum.ee, Kris Lemsalu & Andres Lõo – merchandising & creative ideas Website: www.velvet.ee;

b) showcase' ide organiseerimisel: Aivar Meos, Club Rockstars www.rockstars.ee, Aivar Tõnso, Hea Uus Heli Festival www.huh.ee Ulmeplaadid www.ulmeplaadid.ee, Anne Erm, Marju Kask, Jazzkaar Festival www.jazzkaar.ee, Heiko Kase, OneSenseMusic www.onesensemusic.com, Ingrid Kohtla, Kert Kaus, MTV www.mtveesti.ee, Janno Zõbin, Rampade Org www.rampade.org, Kaido Haavandi, Hard Rock Laager Festival, www.hardrockclub.ee/laager/, Karel Boggens, Nailboard Records www.nailboard.org, Kristo Rajasaare, Rabarock Festival www.rabarock.ee, Raivo Rätte, Soovikontsert www.soovikontsert.ee;

c) läbiviimise tehnilise varustuse osa partnerid: heli ja valgustehnika enamusele showcase'idele tuli Eventech www.eventech.ee, konverentsitehnika RGB Baltic www.rgb.ee.

Peakorraldaja hinnangul oli väga oluline asjaolu see, et Tallinn Music Week'i showcase-kontsertide korraldustiimi õnnestus kaasata kogu Eesti pop-rock-muusika juhtivad tegijad, kaasatud said kõik muusikastiilide esindajad: jazz, folk, metal, indie, elektroonika (Jazzkaar, Viljandi Folk, Rabarock, Hard Rock Laager jne.) Esimest korda tuldi ühtselt ühe suure laua taga ühise eesmärgi nimel midagi ette võtmas. Oli hästi oluline, et bändide valikul ja showcase'ide korraldamisel osalesid just iga muusikastiili võtmeisikud selle konkreetse skene seest, kuna just nemad teavad kõige paremini oma bändide valmisolekut ja meelestatust.

Kõik 65 bändi, kes üles astusid, mängisid festivalil tasuta ning paari kuu jooksul jõudsimel me nendega tasemeni, kus igal bändil oli olemas oma korralik promopakett ning presenteeritus väliskülaliste jaoks. Show-case kontserdid majandasid end ära piletitulust.

Konverentsi-seminaride osa, väliskülaliste Eestisse toomine ning üldine marketingikampaania vajab aga rahalist tuge, see osa finantseeriti eelpool mainitud toetajate abil.

Rääkides linna rollist, siis lisaks sellele, et sihtasutus Tallinn 2011 oli ürituse põhitöetajate hulgas, andis Tallinna linnavalitsus festivali korraldajatele 50% reklaamimaksu soodustust festivali reklaamide eksponeerimiseks Tallinna linnas asuvatel välireklaamikandjatel.

B.4: DIAGNOSTICS OF THE BEST PRACTICE

Including: Why this case is considered successful (main parameters, what was achieved, etc.)? What kind of problems emerged and how these were overcome? Applicability of the best practice in other cities: easy, hard, impossible? Why? Suggestions for the implementation of this practice in other cities (relevant aspects to consider). What are the critical factors for success?

Külastajatelt laekunud tagasiside näitab, et festival was well organized (the critical factor for success). Kontserte külastas eri toimumiskohtades üle 4000 muusikahuvilise ning Tallinn Music Weeki veebisait sai pea 27 000 külastust 53-st erinevast riigist, mis tähendab, et lisaks kohalikele said Eesti riigist, Tallinnast, Eesti bändidest ja Tallinn Music Weeki festivalist teadlikuks veel terve hulk inimesi. Välisriikide külastuste TOP10 on järgmine: Soome, Inglismaa, Rootsi, Saksamaa, Läti, USA, Taani, Leedu, Norra ja Holland.

Muusikavaldkonna professionaale oli Tallinnasse kokku tulnud kõikjal Euroopast (ligikaudu 100 inimest) ja muuhulgas sellistelt olulistelt festivalidelt nagu EuroSonic (Groningen), Popkomm (Berliin), The Great Escape (Brighton), by:Larm (Norway), Cologne On Pop, Spot Festival ja Music & Media, korraldajaid mainekatelt festivalidelt nagu London Jazz, Pori Jazz, Sziget Festival, Provinssirock, Ilosaarirock jne., lisaks promootoreid, mäenedžere, agente, plaadifirmasid, kirjastajaid ja muusikameediat (sh Gunnar Madsen (Danish Rock Council asutaja), Jan Sneum (EBU üks eesrääkijatest), Aine O’Keeffe (loometööstuse spetsialist UKs), Dan Panaitescu (festivali “Sziget” juht), Jonas Holst (Sony ATV publishing A&R)). Kajastus, mis me saime TMW’il kohal olnud välisajakirjanikelt, on selle tõestuseks, et meil on, mida näidata. Kirjutati üritusest konkreetselt, aga sellega seoses ka sellest kui lahe linn, kui head restoranid, kui kiftid klubid-kontserdikohad jne. Kajastus mis on emotsioonidest laetud, ehe ja elus ning päris kindlasti kohe kordades efektiivsem kui mis-iganes passiivne reklaamikampaania.

Festival saab loodetavasti hüppelauaks mitmetele artistidele, kes tähelepanu väärivad. Üritusest on plaanis kujundada iga-aastane traditsioon. Loodetakse, et juba aastaks 2011 kujuneb festival üheks kultuuripealinna aasta muusikaprogrammi põhisündmuseks, mis seob Eesti rahvusvahelise muusikamaailmaga.

Peakorraldaja hinnangul selline formaat iseenesest toimib hästi, küll aga annab lõputult teha tööd just nimelt bändide ettevalmistusega ning kindlasti soovime edaspidi arendada rohkem ka seda suunda, et TMW tooks Tallinnasse ka noort ja aktiivset kultuurituristi – usun tugevalt, et just sedasorti üritused saavadki olla meie riigi ja linna kõige olulisemaks huvimagnetiks. Meil peab siin elu keema, et teistele ka põnev olla. TMW taolise festivali näol on Eesti riigil olemas üks vägagi mitmekülgne ja efektiivne

vahend, kuidas arendada võimsalt edasi kommunikatsiooni üldisemalt noorest ja innovatiivsest-progressiivsest Eesti riigist ning kuidas muusika valdkonna kaudu anda aimu, milliste inimeste ja ideedega meil siin tegemist ka. Väliskommunikatsioon on siin suund, mida saab arendada lõpmatuseni.

Selliste projektide puhul sõltub kõik positiivsest koostööst – kuna taolistesse protsessidesse on alati kaasatud suur hulk osapooli ning mingil viisil tuleb nad kõik motiveerituna hoida, siis on ääretult oluline kõigepealt enda jaoks ära mõtestada, MIKS me seda ikkagi teeme ning kas sellel kõigel hakkab ikkagi olema ka reaalsel tulemust. Igal partneril ja tiimiliikmnel peab olema asjas konkreetne liikumapanev faktor sees. Eesmärkidest peavad ühtemoodi aru saama nii osalejad – toetajad kui ka avalikkus. Kõik see nõuab väga tihedat ja järjekindalt suhtlemist.

P.S. Please, provide also visual material about your good practice, if available. Send the link or file to silja@eti.ee.

Best practice No **3** Projekti „Ajarännak“ (Bastioni käikude ja Kiek in de Köki renoveerimine ja ekspositsiooni installeerimine)

B.1: REASON FOR SELECTION:

Why do you select this as your city's good practice?

Põhjus, miks projekt „Ajarännak“ on välja valitud best practice'iks, seostub eelkõige asjaoluga, et tegemist on omanäolise linnaruumi elavdava näitega, kus on suudetud ära kasutada kohalikku eripära (seesuguseid maa-aluseid bastionikäike mujal Euroopas säilinud ei ole). Samuti on käikude eksponeerimisel kasutatud innovaatilisi ja mängulisi lahendusi (mis on Eesti firmade poolt valmistatud).

B.2: FOCUS AND MAIN ACTORS OF THE BEST PRACTICE:

Including: What is the central focus/theme? What is the main purpose? Who was/were the initiator (artists, public officials, citizens, creative companies, etc.)? Who are the partners?

Projekt „Ajarännak“ on seotud meetmega developing urban space. Nii saab Tallinna vanalinn lähiajal rekonstrueeritud maa-aluseid Bastioni käigud ja Kiek in die Köki torni, millele lisandub atraktiivne ekspositsioon. Käigud kuulusid kunagi linna kaitsekindlustuste – bastionite juurde. Oluline on märkida, et seesuguseid maa-aluseid bastionikäike mujal Euroopas säilinud ei ole. Teistes linnades olnud samalaadsed käigud on enamasti lammutatud.

Käikude avamise projekti eesmärgiks on luua unikaalne sihtkoht ajaloo huvilistele, õpilastele ja turistidele. Idee on ajaloolised piirkonnad ligiõmbavamaks muuta ja sinna rohkem elu tuua ning ühtlasi harida ja õpetada.

Ekspositsioonides kasutatakse heli-, valgus- ja projektsioonitehnikat, et tekitada külastajatele sügavamat elamust mitme meele kaudu infot edastades. Osa ekspositsioonist võrdsustatakse vibratsiooniefektidega. Käigu tunnelitesse tuleb ekspositsioon, mis algab 1219. aastast ja jõuab otsapidi välja tulevikku, aastasse 2219. Bastionikäikude ekspositsioonis on plaanis kasutada stseene ajaloo eri perioodidest, et võimaldada vahetult kogeda vastava ajalooperioodi olustikku. Kiek in de Köki ekspositsioon räägib kindlustuste ja sõdade ajaloost, eksponeeritakse relvi. Veel on plaanis osa torni korrustest sisustada kontsertide ja seminaride korraldamise paigana. Kiek in de Köki juurdeehituses on muu hulgas plaanis suurel ekraanil pakkuda vaadata 3D mudelit Tallinna vanalinnast ning lõike ajaloost.

Tugevat initsiatiivi käikude avamiseks on üles näidanud Tallinna linn. Projekti partneriks alates 2008. aastast on EAS. Projekt sai 2008. aastal tuge EASi piirkondade konkurentsivõime tugevdamise programmist, mida kaasrahastab Euroopa Regionaalarengu Fond.

B.3: IMPLEMENTATION OF THE BEST PRACTICE

Including: Description of the process: how this practice was developed and implemented. Timeframe from the idea till implementation and results (main dates only). What has been the role

of city administration? Any special administration and/or financing scheme? What has been the role of each partner: the cooperation patterns, roles of different parties, funding provided by partners etc.

Idee Bastioni käikude avamisest tekkis ca kümme aastat tagasi. 2004. aastal tehti algust bastionikäikude ehitustöödega, 2007. aastal avati käigud külastajatele (ilma ekspositsioonita).

2008. aastal esitas Tallinna linna Kultuuriväärtuste Amet EASile projekti "Ajarännak" bastioni käikude ja Kiek in die Köki renoveerimiseks ja ekspositsiooni paigaldamiseks, mille EAS heaks kiitis. Projekti maksumus on 27,3 mln kr, millest EASi toetus on 21 mln krooni.

Projekt kuulub Tallinna Kultuuriväärtuste Ameti haldusalasse, täpsemalt on eestvedajaks Tallinna Linnamuuseum. Linnamuuseumist tegeleb projektiga kokku 4 inimest, lisaks kaasati projekti ka disainereid.

Linnamuuseum loodab, et käigud ja torn saavad lõplikult valmis ja sisustatud 2009. aasta lõpuks.

B.4: DIAGNOSTICS OF THE BEST PRACTICE

Including: Why this case is considered successful (main parameters, what was achieved, etc.)? What kind of problems emerged and how these were overcome? Applicability of the best practice in other cities: easy, hard, impossible? Why? Suggestions for the implementation of this practice in other cities (relevant aspects to consider). What are the critical factors for success?

Projekti võib esile tõsta seetõttu kuivõrd vana ja eripärast on suudetud esitada uues, innovaatilises võtmes.

Rääkides projekti käigus üleskerkinud probleemidest, siis viimased on eelkõige seotud tehnilist laadi küsimustega (nt kliimaatilised tingimused käikudes – kuidas eemaldada liigset niiskust käikudest jms). Seega oluline soovitus teistele linnadele on sarnaste asjade tegemisel on: suurt tähelepanu tuleb pöörata kõikvõimalikele pisisjadele, ehk väga korralik taustauuring aitab probleemide tekkimist ennetada. Viimast võib pidada ka üheks nn kriitiliseks eduteguriks.

Teisalt võib asjaosaliste meelest kitsaskohana välja tuua projektimeeskonna väiksust (Linnamuuseumist tegeles projektiga vaid 4 inimest).

P.S. Please, provide also visual material about your good practice, if available. Send the link or file to silja@eti.ee.

Best practice No **4** Tasuta WiFi (sh parkides)

B.1: REASON FOR SELECTION:

Why do you select this as your city's good practice?

Tallinn kuulub linnade hulka, mis on väga hästi varustatud traadita internetiga. Interneti suure leviala tõttu nimetas mainekas Discovery Channel Tallinna 2008. aastal kümne parema traadita interneti kättesaadavusega linna hulka planeedil.

Suurem osa Tallinna Vanalinnast on wifiga kaetud. Wifi on Tallinnas laialt levinud tänu ettevõtete initsiatiivile, aga ka linn on selle omaltpoolt kaasa aidanud. Tallinna linn on rajanud tasuta wifi-alasid muuhulgas parkidesse mis on ekspertide sõnul Euroopas ainulaadne. Lisaks on linn rajanud traadita interneti alasid raamatukogudesse ja mujale avalikku ruumi.

B.2: FOCUS AND MAIN ACTORS OF THE BEST PRACTICE:**Including: What is the central focus/theme? What is the main purpose? Who was/were the initiator (artists, public officials, citizens, creative companies, etc.)? Who are the partners?**

Tallinna linn on alates aastast 2005 pakkunud tasuta wifi teenust eesmärgiga teha internet kättesaadavamaks suuremale inimeste hulgale ja aasta-aastalt on teenuste toimimisala laiendatud.

Tänaseks (2009. aasta sügis) on Tallinnas kokku üle 360 WiFi leviala, millest 45 on linna poolt aasta ringi pakutavad tasuta wifi alad. Lisaks avab linn suveperioodil WiFi-alasid randades, parkides ja mujal üldkasutatavates paikades (2009. aastal avati 19 suvist wifi-ala).

Algidee, et Tallinna linn hakkaks pakkuma tasuta traadita internetilahendust (parkides) tuli kolmandast sektorist (MTÜ Wifi.ee). MTÜ Wifi.ee puhul on tegemist vabatahtliku mitteärielistel eesmärkidel toimiva ühinguga, mis propageerib WiFi kasutust Eestis.

Rääkidest tehnilisest poolest, siis Wifi alade rajamiseks teeb Tallinn koostööd Elioni Ettevõtted AS-ga.

B.3: IMPLEMENTATION OF THE BEST PRACTICE

Including: Description of the process: how this practice was developed and implemented. Timeframe from the idea till implementation and results (main dates only). What has been the role of city administration? Any special administration and/or financing scheme? What has been the role of each partner: the cooperation patterns, roles of different parties, funding provided by partners etc.

Protsessi kirjeldamisel tuleb rõhutada kolmanda sektori rolli. Nimelt käis Eesti traadita võrgu aktivistina tuntud Veljo Haamer ideed (et linn võiks wifit tasuta pakkuda parkides) Kesklinna valitsuses tutvustamas aastal 2003. 2004. aastal alustati ettevalmistustöödega ja 2005. aastal avati esimesed linna wifi alad. Tallinna Linnakantselei IT direktori sõnul olid ettevalmistusse kaasatud ka Tallinna Tehnikaülikooli ja Tallinna Kõrgem Tehnikakool.

Aastas kulub linnal tasuta wifi pakkumise peale linnaelarvest umbes miljon krooni. Tehnilise poole eest kannab hoolt Elion Ettevõtted AS, kes võitis riigihanke 4 aastaks.

B.4: DIAGNOSTICS OF THE BEST PRACTICE

Including: Why this case is considered successful (main parameters, what was achieved, etc.)? What kind of problems emerged and how these were overcome? Applicability of the best practice in other cities: easy, hard, impossible? Why? Suggestions for the implementation of this practice in other cities (relevant aspects to consider). What are the critical factors for success?

2009. aastal Tallinn jõudis New Yorgi intelligentsete kogukondade foorumil juba kolmandat aastat järjest maailma intelligentsete kogukondade seitsme parima hulka, mille üheks põhjuseks teiste hulgas ka traadita interneti lai levik.

Linn on aasta aastalt tasuta wifi alasid laiendanud. Täna on Tallinnas 64 linna poolt pakutavat wifi-ala (koos suviste wifi-aladega). Volikogu juurde moodustatud munitsipaalinterneti töörühm on välja pakkunud mitmeid mõtteid, millega linn võiks edasi tegeleda. Nt varustada internetiühendusega koolibussid, võimaldada internetiühendust ka sotsiaalselt vähekindlustatud elanikele, avada tasuta traadita internetiühendus patsientidele Tallinna haiglates ja hooldekodudes, avada tasuta traadita internetiühendus kõigis vanalinna teenindusasutustes, laiendada traadita interneti leviala koolide fuajeedesse, teha juurde suviseid WiFi-alasid parkidesse ja laiendada praeguseid. Rahapuudusel pole aga kõiki ideid suudetud teostada.

Rääkides rakendatavusest teistes linnades, siis väga keeruline ja kulukas wifi-alade rajamine ei ole. Küll aga tuleb silmas pidada, et wifi ei ole eesmärk omaette, vaid vahend. Muuhulgas on wifi ka vahend, kuidas linn saaks turundada ennast. Siin on Tallinnal palju arenguruumi. Samuti on oluline, et linnakodanikel oleks olemas võimalus ettepanekuid teha, kuhu oleks otstarbekas wifi-alasid teha.

Nn kriitilisteks eduteguritena võib välja tuua ühelt poolt märgatavuse. St, et wifi alad oleksid korralikult tähistatud. Teiselt poolt on üliolulised turvalisuse küsimused. Tallinnas tuleb tasuta linnawifi kasutamise alustamiseks kasutada ID-kaarti või tellida juurdepääsuks vajalikud kasutajanimi ja parool mobiiltelefoni abil.

P.S. Please, provide also visual material about your good practice, if available. Send the link or file to silja@eti.ee.

| | |
|--|--------------------------|
| ■ the priority sectors/clusters are selected because of the strong lobby from the sector organisations or other organisations (e.g. Chamber of Commerce, Arts council etc) | <input type="checkbox"/> |
| ■ the priority is based on strong enterprises in these sectors/clusters | <input type="checkbox"/> |
| ■ the priority is based on advanced universities and R&D centres on these fields | <input type="checkbox"/> |
| ■ other (please specify) | <input type="checkbox"/> |
| Additional comments: | |

3) Explain, which indicators – quantitative as well as qualitative data, incl. economical, social, spatial, political etc. indicators – were used in the selection process?

4) What were the effects of your city’s prioritisation? How did it affect the CI policy and the development of the sector?

5) In hindsight, was the choice of priority sectors/clusters justified?

6) How are these priority sectors/clusters related to the city’s other priorities/priority sectors or clusters? Please describe the mutual benefit between CI priority sectors/clusters and other priority sectors/clusters.

C.1.2 IF YOU SELECTED c)

1) Please explain, what kind of strategic choice(s) have been made and give the reason?

2) How are these strategic choices/decisions related to the city's other strategic choices (e.g. priorities/priority sectors or clusters)? Please describe the mutual benefit between CI strategic choices and other strategic development decisions of the city.

C.1.3 IF YOU SELECTED d)

What kind of strategic choices might be expected? Why? When? (e.g. ongoing research indicates something; the political practice follows certain rules; etc)

Praegu domineerivad (vähemalt loomemajandusalastes diskussioonides) rõhuasetused 1) ettevõtlusele (sh ka loomeinimeste töökohad), 2) linna imagole (sh kultuuripealinnaks pürgimine) ja 3) linna väljanägemisele (sh pargid ja purskkaevud). Esimeseks küsimuseks tõuseb: kui Euroopa Kultuuripealinna aktsioon ükskord läbi saab, kas siis võiks tõusta esile ka üldise loovuse kasvu toetamise dominant (st Loova Tallinna loomine).

Teine strateegiline suund seondub nn Florida-põhises mõtlemisega, kus on tugev aktsent võimendusele eri liiki loojate ja loovate tegevuste vahel (sh kõrgtehnoloogiaarengud ja riskinvesteeringukapitalistid). Oleme Tallinnas küll nõus pidama loomemajandust üheks oluliseks innovatsiooniosiseks, aga poliitikakujundajate tasandil pole me veel mõelnud sellele, milliseid sümbioosid võivad tekkida kultuuriloomel ja kõrgtehnoloogia vahel. Ja kui oluliseks me seda suunda peame ja toetada tahame. Kas Tallinn a la Tiina Mägi (linnamuusikud, käsitöölised õpitoad) või Tallinn a la Linnar Viik või mingi sümbioos ja milline siis?

D. Background data

In section D please give an overview of the facts and figures about CI in your city.

D.1 IF YOU HAVE CITY LEVEL STATISTICS AVAILABLE:

| Please provide the following data: | Absolute numbers | Share of total |
|---|------------------|----------------|
| <ul style="list-style-type: none"> ■ number of people working in creative industries | | |
| <ul style="list-style-type: none"> ■ number of companies in creative industries | | |
| <ul style="list-style-type: none"> ■ creative industries share of GDP | | |
| <ul style="list-style-type: none"> ■ added value to the economy (in euros) | | |
| Additional comments: | | |

D.1 IF YOU DON'T HAVE CITY LEVEL STATISTICS AVAILABLE:

| Please use the national or international data to make estimation about the situation in your city. |
|---|
| <p>Kuivõrd Tallinna kohta eraldi loomemajandusealane statistika linna tasandil puudub on siinkohal esitatud Eesti loomemajanduse kaardistamise tulemused.</p> <p>Loomemajanduse kaardistamise tulemusel võib öelda, et Eestis töötas 2007. aastal antud valdkonnas üle 28 tuhande töötaja, mis moodustas 4,3% Eesti töötavast rahvastikust (SA andmetel 2007. a 655,3 tuh inimest). Loomemajanduse sektoris tegutses Eestis üle 5 tuhande ettevõtte, mis moodustas 2007. aastal 9,4% Eesti ettevõtete üldarvust (SA andmetel tegutses 2007. aastal 53 066 ettevõtet).</p> <p>2007. aastal toodeti loomemajanduse sektoris lisandväärtust 7 172 miljonit krooni, mis on 4,7% 2007. aastal kaupu ja mittefinantsteenuseid tootvate ettevõtete poolt loodud lisandväärtusest (SA andmetel 154 056 miljonit krooni) ja 2,9% Eestis toodetud SKP-st (243 252 miljonit krooni).</p> <p>Suurim osa Eesti loomemajandusettevõtetest on koondunud Tallinna – 47,1% (Harjumaal 9,6%). Enam on koondunud Tallinna ümbrusse kommertssuunaga loomemajandusvaldkonnad. Nii asub filmi ja videoettevõtetest 87%, muusikaettevõtetest 81%, reklaamiettevõtetest 80% ja arhitektuuribüroodest 77% Harjumaal, sh suures osas Tallinnas. Vaid pärandkultuuri valdkonna ettevõtted ja töötajad on jaotunud ühtlasemalt üle Eesti.</p> |

Lisa 2. Intervjueeritud ja küsitletud inimeste nimekiri

Projekti raames intervjueeritud ja küsitletud inimesed:

| Nimi | Ettevõtte/organisatsioon |
|-------------------------|---------------------------------|
| Aet Vanamõlder | Eesti Konjunktuuriinstituut AS |
| Anu Kivilo | Tallinna Kultuuriväärtuste Amet |
| Anu Lõhmus | Tallinna Ettevõtlusinkubaatorid |
| Helen Sildna | BDG Eesti, Tallinn Music Week |
| Jaanus Vahesalu | Tallinna Ettevõtlusamet |
| Kalmar Ulm | Tallinna Linnamuuseum |
| Peeter-Erik Ots | Tallinna Kultuurikatel |
| Pille-Triin Männik | SA Tallinn 2011 |
| Ruth-Helene Melioranski | Eesti Disainikeskus |
| Veljo Haamer | MTÜ WiFi.ee |
| Väino Olev | Tallinna Linnakantselei |

Lisa 3. Ümarlause esitlus

Slide 1

Loomeettevõtlusest Tallinnas

seminar 15.00-17.00
26. august 2009

Slide 2

Miks me siin oleme?

- **Formaalses mõttes:** tegemist on rahvusvahelise loomemajanduse teemalise projektiga *Creative Metropolis*, mis hõlmab 11 Euroopa linna, k.a Tallinna

Amsterdam, Barcelona, Berliin, Birmingham, Helsinki, Oslo, Riia, Stockholm, Tallinn, Viinus, Varssavi
- **Sisulises mõttes:** Tallinna linn on pidanud vajalikuks töötada välja oma lähenemise, kuidas loomemajandust Tallinnas oleks otstarbekas arendada. Keskne tähelepanu: loomeettevõtlus!

Slide 3

Tahaksime arutada **4** teemat:

- loomemajanduse seisund** Tallinnas: tugevad ja nõrgad küljed mis loom on loomeettevõtte ehk **loomeettevõtte eripärad**
- kuidas linn saaks** loomeettevõtjaid **toetada?**
- fokuseeritud loomemajanduse poliitika** – plussid ja miinused

Slide 4

loomemajanduse seisund Tallinnas: tugevad ja nõrgad küljed

loomemajanduse maht Eestis on ca 3% SKPst
(Eesti Konjunktuuriinstituut, 2009)

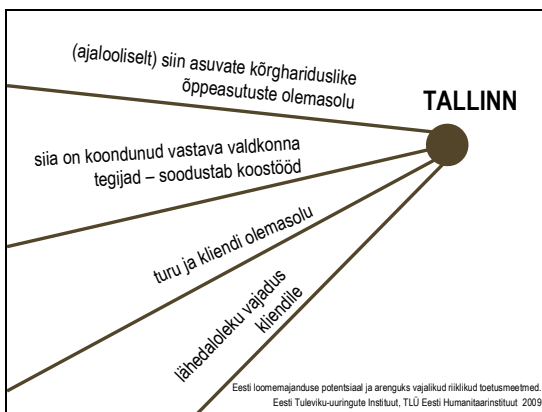
Slide 5

Tallinna osatähtsus loomemajanduse allvaldkondade lõikes

| Valdkond | Ettevõtete arv Eestis (2007. a) | Tallinna osatähtsus (2008., 2009. a) |
|------------------|---------------------------------|--------------------------------------|
| Film ja video | 225 | 73,5% |
| Reklaam | 725 | 71,1% |
| Arhitektuur | 861 | 70,6% |
| Meelelahutuse IT | 13 | 69,2% |
| Muusika | 403 | 68,7% |
| Disain | 334 | 65,9% |
| Kirjastamine | 578 | 64,7% |
| Etenduskunstid | 95 | 62,6% |
| Kunst | 101 | 60% |
| Käsitöö | 165 | 35,8% |
| Ringhääling | 81 | 22% (Harjumaa kokku 56,2%) |
| Muuseumid | 296 | 15,5% |
| Raamatukogud | 1125 | 3,9% |

Eesti loomemajanduse olukorra uuring ja kaardistus. Tallinn: Eesti Konjunktuuriinstituut, 2009

Slide 6



Slide 7

1
kas loomeettevõttel on Tallinnas hea
tegutseda



Slide 8

mis "loom" on loomeettevõte?

- loomeettevõtted on kas väikesed või väga väikesed ettevõtted
- põhiresurss ja põhikulu on inimkapital
- loovisik ja ettevõtja sageli ühes isikus

Slide 9

2
mille poolest on loomeettevõte eriline



Slide 10

kuidas linn saaks loomeettevõtteid toetada?

RIIGI TASANDIL

- spetsiaalselt loomemajanduse arendamiseks väljatöötatud loomemajanduse tugistruktuuride toetus
- olemasolevate EASI toetusprogrammide laiendamine: teadmiste ja oskuste arenguprogrammi raames: loomemajandusalased koolitused ning ettevõtlus- ja innovatsiooniteadlikkuse programmi all: loomemajandusalase teadlikkuse programm
- teised EASI toetusmeetmed

Slide 11

3

mida saab linn loomeettevõtete heaks teha




Slide 12

fokuseeritud loomemajanduse toetuspoliitika – plussid ja miinused

- teiste linnade praktikast on leida mitmeid näiteid fokuseeritustest kas mingitele sektoritele (disain, meedia jt) või nn läbivatele teemadele – klasterite arendamisele
- Tallinna klasterarendusprogrammis on loomemajandus üks kuuest prioriteetsest valdkonnast

Slide 13

4
mis räägib eelisarendatavate valdkondade
poolt, mis vastu



Slide 14

SUURED TÄNUD!

Lisa 4. Ümarlual osalenute nimekiri

Ümarlual “Loomeettevõtted Tallinnas” (26. august 2009, kell 15.00-17.00)
Tallinna Linnavalitsuse Roosikrantsi residentsis osalesid:

| Nimi | Ettevõte/ organisatsioon |
|--------------------|---------------------------------|
| Andres Viia | TLÜ ETI |
| Anu Lõhmus | Tallinna Ettevõtlusinkubaatorid |
| Dan Mikkin | Brand Manual/ ADC EST |
| Ele-Mall Vainomäe | Tallinna Loomeinkubaator |
| Erik Terk | TLÜ ETI |
| Jaanika Terasmaa | Eesti Moedisaini Liit |
| Jaanus Vahesalu | Tallinna Ettevõtlusamet |
| Kati Rostfeldt | OÜ Harriet Designs |
| Külliki Tafel-Viia | TLÜ ETI |
| Lilli Jahilo | Eestu Kunstiakadeemia |
| Mart Repnau | Tallinna Ettevõtlusamet |
| Rain Teimann | Vatson Wunderman |
| Reet Aus | RA Looming OÜ |
| Silja Lassur | TLÜ ETI |
| Sixten Heidmets | Eesti Kunstiakadeemia |
| Tiiu Truus | Studio Truus |