

SV

SV

SV



EUROPEISKA KOMMISSIONEN

Bryssel den 27.4.2010
KOM(2010)183 slutlig

GRÖNBOK

Att ta tillvara potentialen i den kulturella och den kreativa sektorn

GRÖNBOK

Att ta tillvara potentialen i den kulturella och den kreativa sektorn

Under de senaste årtiondena har världen rört sig i allt snabbare takt. För Europa och andra delar av världen har den snabba utvecklingen av ny teknik och den ökade globaliseringen inneburit en radikal vändning från traditionell tillverkning mot tjänster och innovation. Fabriksgolven ersätts efter hand med kreativa gemenskaper som har som råvara sin förmåga att tänka ut, skapa och innovera.

I denna nya digitala ekonomi avgör det immateriella värdet i allt större utsträckning det materiella värdet när konsumenterna letar efter nya och berikande ”upplevelser”. Förmågan att skapa sociala upplevelser och nätverksarbete blir nu en faktor som avgör konkurrenskraften.

Om Europa vill behålla sin konkurrenskraft i denna globala miljö i förändring måste man skapa de rätta förutsättningarna för kreativitet och innovation som får blomstra i en ny företagskultur¹.

Det finns mycket outnyttjad potential för tillväxt och sysselsättning i den kulturella och den kreativa sektorn. I detta syfte måste Europa kartlägga och investera i nya källor till pådrivning av intelligent, hållbar tillväxt som kommer alla till del². Vårt framtida välstånd beror till hög grad på hur vi använder våra resurser, kunskaper och kreativa begåvningar för att främja innovation. Europa måste med utgångspunkt i våra rika och varierande kulturer söka nya sätt att skapa mervärde, men även att leva tillsammans, dela resurserna och njuta av mångfalden.

Europas kultur- och konstsektorer har verkligen potential att möta dessa utmaningar och på så sätt bidra till Europa 2020-strategin och några av dess ledande initiativ som Innovationsunionen, den digitala dagordningen, hanteringen av **klimateförändring**, En agenda för ny kompetens och nya arbetstillfällen eller Industripolitik för en globaliserad tid³.

Av många nyligen genomförda studier har det framkommit⁴ att den kulturella och den kreativa sektorn utgörs av högst innovativa företag med stor ekonomisk potential och är

¹ Se ordförande Barrosos uttalande i hans politiska riktlinjer för nästa kommission. Den fullständiga texten finns på adressen:

http://ec.europa.eu/commission_barroso/president/pdf/press_20090903_EN.pdf.

² Se kommissionens meddelande ”Europa 2020: En strategi för smart och hållbar tillväxt för alla”, KOM(2010) 2020.

³ Mer specifikt erkänns kultur- och konstsektorerna som tillväxtsektorer i ovannämnda samrådsdokument från kommissionen samt i arbetsdokumentet från kommissionens avdelningar ”Utmaningar för EU:s stöd till innovationstjänster – att främja nya marknader och jobb via innovation”, SEK(2009) 1195 slutlig.

⁴ Undersökning om Europas kulturekonomi genomförd av KEA för Europeiska kommissionen 2006, ovannämnda arbetsdokument från kommissionen om utmaningarna för EU:s stöd till innovationstjänster samt Unctad:s (2008) rapport *Creative Economy – the Challenge of Assessing the Creative Economy – towards informed policy-making*.

en av Europas mest dynamiska sektorer som bidrar med cirka 2,6 % till EU:s BNP och har hög tillväxtpotential, samt ger kvalitetsjobb till cirka fem miljoner människor i EU:s 27 medlemsstater⁵.

Vidare har kulturinnehåll väsentlig betydelse för utbredningen av informationssamhället och det främjar investering i infrastruktur och tjänster för bredband, i digitalteknik samt i ny konsumentelektronik och telekommunikationsapparater.

Förutom det direkta bidraget till BNP är den kulturella och den kreativa sektorn också viktiga drivkrafter för ekonomisk och social innovation i många andra sektorer.

Kreativa lösningar i många olika sektorer har sitt ursprung i kreativt tänkande inom just dessa sektorer, allt ifrån upprustning eller ”märkning” av länder, regioner eller städer till utveckling av IKT-färdigheter (e-färdigheter⁶) för livslångt lärande, från främjande av forskning till förmedling av värderingar på ett tillgängligt sätt, från produkt- och tjänsteinnovation till främjandet av koldioxidsnåla och hållbara ekonomiska miljöer, från dialog mellan generationer till dialog mellan kulturer och samhällsupbyggnad⁷.

Den kulturella och den kreativa sektorn kan via partnerskap med utbildningssektorn även få stor betydelse när det gäller att utrusta Europas medborgare med de färdigheter inom skapande, företagande och kontakter med andra kulturer som de behöver. I denna mening kan den kulturella och den kreativa sektorn stödja de europeiska centrumen för spetskunskap och hjälpa oss bli ett kunskapsbaserat samhälle. Samtidigt främjar dessa färdigheter efterfrågan på mer varierande och avancerade innehåll och produkter. Detta kan forma morgondagens marknaden på ett sätt som är bättre anpassat till Europas tillgångar.

Genom dessa spridningseffekter erbjuder Europas kulturella och kreativa sektorer en väg mot en mer kreativ, mer sammanhållande, miljövänligare framtid med ökat välstånd.

För att den kulturella och den kreativa sektorn på bästa sätt ska kunna dra nytta av de möjligheter som de viktigaste drivkrafterna för vidareutveckling av dessa sektorer, nämligen den kulturella mångfalden, globaliseringen och digitaliseringen, erbjuder är utmaningen följande:

- Att skapa **grundförutsättningar** genom att ge företagare större möjligheter att experimentera, innovera och lyckas, och ge lättare tillgång till finansiering och den rätta sammansättningen av färdigheter.
- Att hjälpa den kulturella och den kreativa sektorn utvecklas i sin **lokala and regionala miljö** som en startpunkt för en starkare **global närvaro**, inbegripet via ökat utbyte och ökad rörlighet,

⁵ Mer information om denna sektor, särskilt harmoniserad statistik, behövs för att man bättre ska kunna övervaka läget för den kulturella och den kreativa sektorn och möjliggöra analyser av det aktuella läget, trender, svårigheter och utmaningar.

⁶ I september 2007 antog Europeiska kommissionen ett meddelande med en dagordning för e-färdigheter på lång sikt: ”E-kompetens för 2000-talet: ökad konkurrenskraft, större tillväxt och fler jobb”, KOM(2007) 496, och överväger nu att vidareutveckla det.

⁷ Se studien om kulturens inverkan på kreativitet som genomfördes av KEA för Europeiska kommissionen, 2009.

- Att gå mot en kreativ ekonomi genom att rikta **bieffekterna** av den kulturella och den kreativa sektorn mot en bred skala av ekonomiska och sociala sammanhang.

Vid en tidpunkt när so­mliga av våra internationella partner redan i stor utsträckning utnyttjar de mångfasetterade resurserna inom den kulturella och den kreativa sektorn⁸ måste EU ännu utarbeta ett strategiskt tillvägagångssätt för att dess kraftfulla och attraktiva kulturtillgångar ska bli en grund för en stark kreativ ekonomi och ett sammanhållande samhälle.

1. GRÖNBOKENS POLITISKA BAKGRUND, SYFTE OCH OMFATTNING

Alla dessa aspekter står i centrum för det andra målet i den europeiska kulturagendan⁹ där kommissionen uppmanar EU att ta tillvara kulturens potential som en drivkraft för kreativitet och innovation inom ramen för Lissabonstrategin för tillväxt och sysselsättning.

Kulturagendan fick stöd i rådets resolution i november 2007 och av Europeiska rådet i december 2007. I sina slutsatser från december 2007 bekräftade Europeiska rådet den kulturella och den kreativa sektorns betydelse inom ramen för Lissabonagendan samt behovet att stärka deras potential, särskilt vad gäller små och medelstora företag.

I andra slutsatser har rådet betonat behovet att stärka kopplingen mellan utbildning och den kulturella och den kreativa sektorn samt att till fullo utnyttja den potential som små och medelstora företag kan tillföra den kulturella och kreativa sektorn¹⁰. Rådet har också har manat till bättre synergieffekter mellan kultursektorn och andra sektorer inom näringslivet och till starkare kopplingar mellan kulturpolitik och annan relevant politik¹¹.

Parallellt har Europaparlamentet bland annat uppmanat kommissionen att ”förtydliga vad en europeisk vision om kultur, kreativitet och innovation innebär och att utforma strukturerade politiska åtgärder [...] som bör utgöra en del av en verklig europeisk kulturstrategi”¹².

Grönboken bygger på de rekommendationer och bästa lösningar som fastställts av två nationella arbetsgrupper bestående av experter, en för den kulturella och kreativa sektorn och en för synergier mellan kultur och utbildning, och av två plattformar från det civila

⁸ Särskilt USA eller Canada.

⁹ Se kommissionens meddelande om en europeisk agenda för en kultur i en alltmer globaliserad värld, KOM (2007), 242 slutlig.

¹⁰ Rådets slutsatser om den kulturella och den kreativa sektorns bidrag till uppnåendet av Lissabonmålen, 2007:
http://www.consilium.europa.eu/ueDocs/cms_Data/docs/pressData/sv/educ/94291.pdf.

¹¹ Rådets slutsatser om kultur som en drivkraft för kreativitet och innovation, 2009:
http://ec.europa.eu/culture/our-policy-development/doc/CONS_NATIVE_CS_2009_08749_1_EN.pdf.

¹² Europaparlamentets resolution av den 10 april 2008 om kulturindustrin i Europa:
<http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?type=TA&reference=P6-TA-2008-0123&language=SV&ring=A6-2008-0063>.

samhället, om den kulturella och kreativa sektorn och tillgång till kultur¹³ - vilka inrättades inom ramen för genomförandet av den europeiska kulturagendan. Grönboken bygger också på ett antal oberoende studier och rapporter som nyligen gjorts för Europeiska kommissionens räkning samt på strategier som utarbetats i medlemsstaterna i syfte att ta tillvara den kulturella och kreativa sektorns potential¹⁴. Slutligen återfinns här några av de budskap som framfördes under det europeiska året för kreativitet och innovation, särskilt vad gäller behovet att bygga nya broar mellan konst, filosofi, vetenskap och näringsliv¹⁵.

Avsikten med denna grönbok är att starta en debatt kring vad som behövs för en verkligt stimulerande kreativ miljö för EU:s kulturella och kreativa sektorer. Den innehåller en mångfald av perspektiv, från företagsmiljö till behovet att öppna ett gemensamt europeiskt kulturutrymme, från kapacitetsuppbyggnad till utveckling av färdigheter och PR för Europas kreativa talanger på världsarenan.

Syftet är inte att täcka alla frågor som kan påverka dessa sektorer, utan bara vissa väsentliga områden där ett fullständigt utnyttjande av politik och instrument på alla styrnivåer och större konsekvens och samordning mellan dessa kan förverkliga den europeiska kulturella och kreativa sektorns potential.

De frågor som tas upp är av betydelse för beslutsfattare, den kulturella och kreativa sektorn och andra intressenter på flera nivåer: den europeiska, den nationella, regionala och lokala. För varje fråga som tas upp ser kommissionen särskilt fram emot bidrag om **prioriteringar för agerande på europeisk nivå**.

När det i grönboken hänvisas till den kulturella och kreativa sektorn avses de olika konnotationerna för termerna ”kulturell” och ”kreativ” i hela EU, vilket återspeglar Europas kulturella mångfald.

På europeisk nivå fastställdes i ramen för kulturstatistik från 2000 åtta områden (konst- och arkitektur, arkiv, bibliotek, böcker och press, bildkonst, arkitektur, scenkonst, audiomedier och audiovisuella medier/multimedier) och sex funktioner (bevarande, skapande, produktion, spridning, handel/försäljning och utbildning) som utgör den ”kulturella sektorn” ut statistisk synvinkel. För närvarande arbetar man med att uppdatera denna ram och definiera den kulturella och kreativa sektorns omfattning¹⁶.

I grönboken har vi ett ganska brett synsätt med utgångspunkt i följande arbetsdefinitioner:

¹³ Rapporter från dessa grupper finns på adressen http://ec.europa.eu/culture/our-policy-development/doc2240_en.htm. De goda lösningar som grupperna kartlagt nämns i fotnoter på olika platser i dokumentet.

¹⁴ I synnerhet: *A Creative Economy Green Paper for the Nordic Region* (Nordiska rådet, 2007), *Creative Britain – New Talents for the New Economy* (Förenade kungariket, 2008), *Creative Value – Culture and Economy Policy Paper* (Nederländerna, 2009) och *Potential of Creative Industries in Estonia* (2009).

¹⁵ Se särskilt manifestet från de europeiska ambassadörerna för det europeiska året för kreativitet och innovation 2009, publicerat i november 2009: <http://www.create2009.europa.eu/ambassadors.html>.

¹⁶ Ett ESSnet-kultur inrättades 2009 inom ramen för Eurostat: http://ec.europa.eu/culture/our-policy-development/doc1577_en.htm.

Med *den kulturella sektorn* avses den sektor som producerar och sprider varor eller tjänster som vid den tid de utarbetas anses ha en särskild kvalitet eller användning eller ett särskilt ändamål som införlivar eller förmedlar kulturyttringar, oberoende av sitt eventuella handelsvärde. Förutom de traditionella konstsektorerna (scenkonst, bildkonst, kulturarv, inbegripet den offentliga sektorn) omfattar de film, dvd och video, TV och radio, videospel, nya medier, musik, böcker och press. Detta begrepp definieras i förhållande till kulturyttringar inom ramen för 2005 års Unescokonvention om skydd för och främjande av mångfalden av kulturyttringar¹⁷.

Med *den kreativa sektorn* avses den sektor som använder kultur som material och har en kulturell dimension, även om dess produkter främst är funktionella. I sektorn ingår arkitektur och formgivning där man integrerar kreativa element i bredare processer, samt undersektorer som grafisk formgivning, modedesign eller reklam.

Mer perifert finns det många sektorer som är beroende av innehållsproduktion för sin egen utveckling och därför är dessa sektorer och den kulturella och kreativa sektorn i viss utsträckning beroende av varandra. Bland dessa återfinns turism och ny teknik. Dessa sektorer omfattas dock inte explicit av begreppet ”den kreativa och kulturella sektorn” såsom den används i denna grönbok.

2. KULTURELL MÅNGFALD, DEN DIGITALA OMVANDLINGEN OCH GLOBALISERING: DE VIKTIGASTE DRIVKRAFTERNA FÖR SEKTORERNAS VIDAREUTVECKLING

Den kulturella och den kreativa sektorn upplever en situation i snabb förändring som i synnerhet kännetecknas av en snabb och världsomfattande utveckling och utbredning av digital IKT. Denna drivkraft har enormt inflytande på alla sektorer i hela värdekedjan, från utformning till produktion, distribution och konsumtion av kulturprodukter och kulturtjänster.

Tekniken och tillgången till bredbandsinfrastruktur i städer och på landsbygden öppnar nya möjligheter för skapande krafter att framställa och sprida sina verk till en bredare publik till lägre pris, oberoende av fysiska och geografiska begränsningar. Under förutsättning att IKT används fullt ut av dem som tillhandahåller kulturinnehåll och att man ser över traditionella produktions- och distributionsmönster, kan detta ge en större publik och större marknader för skapande talangerna och ett mer varierat kulturinnehåll för alla. Samtidigt beror utbredningen av IKT på tillgången av högkvalitativt och varierat kulturinnehåll. Kulturinnehållet är därför mycket viktigt för att allmänheten ska ta till sig ny teknik och för att européerna ska utveckla e-färdigheter och en hög nivå av mediekunskap.

Denna nya miljö förändrar emellertid avsevärt traditionella modeller för produktion och konsumtion och ifrågasätter det system i vilket den kreativa miljön hittills fått sitt värde ur innehåll. Effekterna varierar kraftigt från ett företag till ett annat och påverkas av företagets plats i värdekedjan. Ekonomiskt värde flyttas till slutet av kedjan, vilket i vissa

¹⁷ Se: http://portal.unesco.org/culture/en/ev.php-URL_ID=33232&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html.

sektorer påverkar den faktiska belöningen för skapande¹⁸. Dessutom har vissa delar av innehållsindustrin, särskilt inspelat innehåll, drabbats allvarligt av piratverksamhet och förluster i försäljning av fysiska medier (till exempel cd- eller dvd-skivor), vilket har skadat deras utveckling, minskat deras inkomster och följaktligen begränsat deras potential att generera arbetstillfällen och investering. Av denna anledning måste sektorn även utarbeta nya och innovativa företagsmodeller.

Utmaningen inom många sektorer är att den kulturella och kreativa sektorn måste täcka kostnaden för digitaliseringen (digitalisering av innehåll, utveckling av färdigheter och uppdatering av personalens kvalifikationer och komplexa frågor om en adekvat hantering av digitala rättigheter osv.), alltmedan man även investerar i och testar nya företagsmodeller som genererar ”utdelning” först efter en viss tid. Att driva företaget vidare enligt en traditionell modell och samtidigt hantera övergången till nya företagsmodeller som fortfarande håller på och utarbetas kan vara svårt för många företag inom den kreativa sektorn. Ett företags förmåga att anpassa sig till dessa strukturförändringar beror också till stor del på företagets storlek och förhandlingsposition gentemot de nya digitala distributörerna. Den globala övergången till digitalisering förstärker ställningen för viktiga intressenter som telekommunikationsföretag eller tillverkare av konsumentelektronik, och sammanfaller med framväxten av nya starka aktörer på den globala marknaden, exempelvis sökmotorer och webbaserade sociala plattformar som, samtidigt som de är av betydelse för utvecklingen av marknaden, också kan fungera som nya grindvakter. Samtidigt består största delen av den kulturella och kreativa sektorn av en myriad mikroföretag, små och medelstora företag samt frilansarbetande vilka samexisterar med vertikalt eller horisontellt integrerade företag.

Även inom sektorer där stora internationella företag är ledande har små- och mikroföretag en avgörande roll när det gäller kreativitet och innovation. De är de vanligaste risktagarna och de som först anammar nyheter, och de spelar en avgörande roll i uppsökandet av nya begåvningar, utvecklingen av nya trender och utformningen av ny estetik.

En varierande skala företagare och fri rörlighet för deras tjänster är en förutsättning för att konsumenterna kan erbjudas ett kulturellt varierande innehåll. Detta är bara möjligt om man garanterar rättvist tillträde till marknaden. För att skapa och bibehålla konkurrens på lika villkor, där man säkerställer att det inte finns några omotiverade hinder mot inträde, krävs gemensamma ansträngningar på olika politikområden, särskilt inom konkurrenspolitik.

Samverkansförmåga kan vara viktig för att nya plattformar och ny utrustning ska få rättvist tillträde till marknaden. Standarder bidrar till att säkerställa driftskompatibilitet mellan nya och befintliga produkter, tjänster, processer, system, tillämpningar och nätverk. Samverkansförmåga är viktig inte bara för producenter (i synnerhet små och medelstora företag) utan även för användare. Samverkansförmåga ger användarna ett större urval, särskilt av produkter och tjänster från de IKT-baserade kulturella och

¹⁸ Detta gäller till exempel klart musiksektorn där inkomsten från digital försäljning ännu inte ger artisterna någon ersättning av större betydelse. Däremot verkar försäljning på nätet inom videospelsektorn ge bättre ersättning till dem som tar fram spelen, eftersom det inte finns andra mellanhänder.

kreativa sektorerna¹⁹. Standarder bidrar också till att skapa en innovationsvänlig marknad, vilket främjar innovation alltmedan man undviker system som kan begränsa tillgången till varierande innehåll. Det är därför väsentligt att främja driftkompatibilitet mellan plattformar och utrustning.

Förutom standardiseringen och prisfrågan är valmöjligheter en fråga av grundläggande intresse för konsumenterna. Enligt artikel 167 (tidigare artikel 151 i EG-fördraget) i fördraget om Europeiska unionens funktionssätt ska de kulturella aspekterna beaktas vid genomförandet av europeisk lagstiftning.

Mot denna bakgrund kommer kommissionen att arbeta med tre stora politiska ramar som kommer att avsevärt påverka de grundläggande förutsättningarna för den kulturella och kreativa sektorn i en digital miljö, och som bygger på tidigare samrådsprocesser.

För det första: den digitala dagordningen för Europa är en av de sju ledande initiativen i Europa 2020. Inom den ram som den digitala dagordningen kommer att inrätta kommer kommissionen att bland annat arbeta med att inrätta en verklig inre marknad för digitalt innehåll och digitala tjänster (dvs. gränslösa och säkra EU-webbtjänster och marknader för digitalt innehåll, som är mycket pålitliga och tillförlitliga, en balanserad regelram som styr förvaltningen av immateriella rättigheter, åtgärder som underlättar innehållstjänster på nätet över gränserna, främjande av multiterritoriella licenser, lämpligt skydd och ersättning till rättighetsinnehavare samt aktivt stöd till digitalisering av Europas rika kulturarv).

För det andra: som del av det ledande initiativet ”Innovationsunionen ” kommer specifika insatser att göras för att stärka den kulturella och den kreativa sektorn som katalysatorer för innovation och strukturell förändring. Vid detta kommer särskild uppmärksamhet att ägnas främjandet av företagande, tillgång till finansiering, förbättring av ramförhållanden och framförhållning, kartläggande av behov inom forskning och färdigheter, utveckling av nya klusterkoncept och bättre stöd till företag och innovation²⁰. Syftet blir att sammanföra huvudaktörerna på regional, nationell och europeisk nivå för att på ett mer strategiskt sätt använda aktuella och planerade initiativ för att stödja den kulturella och den kreativa sektorn och öka deras inbördes internationella samarbete. Detta kommer att bidra till att fler innovativa idéer omsätts i nya produkter och tjänster som skapar tillväxt och sysselsättning.

För det tredje: i strategin för immateriella rättigheter kommer man bland annat att utnyttja ett antal tidigare och pågående initiativ som har direkt koppling till flera industrier inom den kulturella och kreativa sektorn²¹. Det finns en klar inriktning på användning och hantering av rättigheter och man söker en jämvikt mellan det nödvändiga skyddet för och livsdugligheten av skapande och behovet att främja utarbetandet av nya

¹⁹ Se särskilt arbetsdokumentet från kommissionens avdelningar *The challenges for European standardisation*, oktober 2004.

²⁰ Insatserna bör bygga på diskussionerna inom seminariet för experter *Towards a Pan-European initiative in support of innovative creative industries in Europe*, som hölls i Amsterdam den 4-5 februari 2010. Mer information finns på adressen <http://www.europe-innova.eu/creative-industries>.

²¹ Meddelande från kommissionen ”Upphovsrätten i kunskapsekonomin”, KOM(2009) 532 slutlig; samrådsdokument *Creative content in a European digital single market: Challenges for the future*, diskussionsunderlag från generaldirektoraten för informationssamhället respektive inre marknaden, 2009.

tjänster och företagsmodeller. Vad gäller metod har kommissionen tydligt angett de huvudområden där förbättringar behövs och man kommer att engagera intressenter i ett tillvägagångssätt ”nerifrån och upp”, med full respekt för reglerna för den inre marknaden och konkurrensen.

3. ATT SKAPA DE RÄTTA GRUNDFÖRUTSÄTTNINGARNA

För att till fullo kunna förverkliga sin dubbla kulturella och ekonomiska potential och utnyttja de drivkrafter som beskrivs ovan behöver den kulturella och den kreativa sektorn öka sin förmåga att experimentera och innovera, samt få tillgång till den rätta sammansättningen av färdigheter och till finansiering.

3.1. Nya utrymmen för experimentering, innovation och entreprenörskap i den kulturella och kreativa sektorn

Den nya tekniken, särskilt den digitala, har gett upphov en till ny publik, nya distributionskanaler och konsumtionsmodeller. Tillgång till och deltagande i konstformer ändras ständigt alltmedan gränserna mellan upphovsmän och konsumenter suddas ut i och med att deltagarteknik som bloggar, wikis osv. utvecklas.

Subkulturer växer fram och resulterar i en blandning av områdesövergripande traditionella och nya konstnärliga former och nytt innehåll. Även om traditionella institutioner har särskild betydelse för tillträde till kulturtjänster bör man erkänna och stödja nya sätt att uppleva kultur på som leder till nyfikenhet, analys och avmystifiering som inledning till ett livslångt umgänge med kultur²².

Precis som i alla andra samhällssektorer måste forsknings- och utvecklingssidan inom kultur och kreativitet förstärkas. Om Europa vill stanna kvar i spetsen behövs det vidare samverkan mellan olika konstnärliga och kreativa områden, (under)sektorer, ekonomiska fält och punkter i produktionskedjan. Man bör främja ett mer intensivt, systematiskt och omfattande samarbete mellan konstformer, akademiska och vetenskapliga institut samt offentliga-privata initiativ för att stödja försöksverksamhet som leds av konstnärer²³.

I detta hänseende blir det viktigt med ett holistiskt tillvägagångssätt för att säkerställa en gynnsam miljö för sektorns innovation, tillväxt och vidareutveckling. Även om det redan finns ett antal både offentliga och privata initiativ på regional eller nationell nivå i Europa som stöder innovation och ledarskap inom den kulturella och den kreativa sektorn²⁴, verkar det finnas behov av en bredare diskussion där man sammanför de olika elementen på alla nivåer, inklusive den europeiska, där aktörerna kan samarbeta i konkreta insatser på ett antal områden av strategisk betydelse. Till exempel bör man främja inrättandet av mötesplatser och ”laboratorier” för användarcentrerad och öppen innovation och försöksverksamhet, där personer inom olika områden samarbetar, och

²² Se särskilt *Policy guidelines of the civil society platform on access to culture*, 2009.

²³ Se särskilt några bra lösningar som arbetsgruppen med nationella experter och den civila plattformen för den kulturella och den kreativa sektorn kartlagt.

²⁴ I detta hänseende bör det nämnas att man inom ramen för *European Knowledge Intensive Service Innovation Platform* i Europe INNOVA-initiativet som finansieras ur EU:s ramprogram för konkurrenskraft och innovation för närvarande genomför pilotprojekt om nya tillvägagångssätt för bättre stöd till innovativa företag inom den kreativa sektorn.

man bör uppmuntra mellanhänder eller medlare mellan olika sektorer och ämnesområden. Man bör även främja bästa lösningar när det gäller redovisningsansvar och öppenhet. Detta kommer att hjälpa oss att bli ledare i världsklass.

I detta sammanhang bör man också inrätta lämpligare och gynnsammare förutsättningar för att integrera ny teknik, särskilt digital teknik, i den kulturella och den kreativa sektorn, för att på så sätt få till stånd ett mer varierat och innovativt professionellt innehåll för EU:s invånare.

I regel bygger den kulturella och den kreativa sektorn på en rik och varierad kärna av kulturarv och begåvade konstnärer och andra kreativa talanger och förlitar sig på den effektiva sammankopplingen av olika närliggande strata av företags- och innovationstjänster för att föra in kreativitet på marknaden. Dessutom är den kulturella och den kreativa sektorns produktionsprocesser föremål för ständig anpassning och innovation, vilket gör det ytterst viktigt att man utbyter information, bygger på immateriella tillgångar och drar till sig begåvningar som vitaliserar processen. Dessa egenskaper ligger i kulturprodukternas själva natur. Varierande konsumentpreferenser leder till en hög osäkerhet om vad konsumenterna godtar. På grund av dessa krav är den bästa organisatoriska strukturen ofta ett ”kluster” inom den kulturella och den kreativa sektorn, dvs. en samling företag som reagerar och anpassar sig snabbt²⁵. I de flesta fallen bygger dessa funktionella kluster på ett intensivt samarbete mellan olika sammankopplade innovativa aktörer och institutioner. I sådana miljöer samarbetar ofta konkurrenter genom sina företag och detta samarbete drivs ofta på av organisatoriska nätverk, exempelvis klusterorganisationer²⁶.

Mot bakgrund av detta²⁷ verkar det finnas ett behov av att förbättra den fysiska och sociala miljön där kreativa individer och närliggande institutioner som konstskolor eller museer på ett effektivt sätt kan arbeta i kluster. Det behövs bättre insikt i hur kulturella och kreativa företag bättre kan dra nytta av att finnas på samma plats genom att man främjar nätverksarbete, ger bättre stöd för att främja kreativa nystartade företag och inför användardimensionen till de kluster som redan är på plats.

FRÅGA

- Hur kan man ge mer utrymme och bättre stöd till försöksverksamhet, innovation och företagande i den kulturella och den kreativa sektorn? Hur kan man ge bättre tillträde till IKT-tjänster inom och för kulturell och kreativ verksamhet och förbättra användningen av deras kulturinnehåll? Hur kan IKT bli en drivkraft för nya företagsmodeller för vissa företag inom den kulturella och den kreativa sektorn?

²⁵ Se *The economy of culture*, op.cit.

²⁶ Arbetsgruppen med nationella experter som arbetat med den kulturella och kreativa sektorn har kartlagt bra rutiner med kluster i många medlemsstater, till exempel Irland, Förenade kungariket, Spanien, Estland, Finland eller Danmark.

²⁷ Se Amsterdamförklaringen som antogs av deltagarna i seminariet *Towards a Pan-European initiative in support of creative industries in Europe*, februari 2010: http://www.europe-innova.eu/web/guest/home/-/journal_content/56/10136/178407.

3.2. Att bättre matcha färdigheterna inom den kulturella och den kreativa sektorn

Där kreativitet och företagande möts är det fortfarande svårt för företag inom den kulturella och den kreativa sektorn, särskilt små och medelstora företag, att hitta personal med rätt färdighetskombination. För att sektorn ska bli mer konkurrenskraftig är det på medellång och längre sikt väsentligt att se till att tillgången på färdigheter och arbetsmarknadens efterfrågan på dem bättre motsvarar varandra. Partnerskap mellan konst- och formgivnings(hög)skolor och företag kan bidra till att uppnå detta mål. Företagskuvöser, som ofta finns utanför konstskolor men samarbetar aktivt med dessa, har visat sig vara framgångsrika i överbryggandet av klyftan²⁸.

Dessutom, förändras dessa sektorers specifika ”tekniska” behov mycket snabbt på grund av ständig teknisk utveckling, vilket nödvändiggör livslångt lärande. Eftersom den kulturella och den kreativa sektorn använder och kommer att använda IKT på ett alltmer innovativt sätt krävs det vissa e-färdigheter för att främja innovation och konkurrenskraft. Utöver dessa färdigheter behöver den kulturella och den kreativa sektorn även människor med entreprenörsfärdigheter som förvaltning, handel osv., och som förstår och kan mobilisera finansiering (banker och finansinstitut, sponsorer, donatorer osv.) och som förstår ny IKT, i synnerhet i vår digitala miljö. Om man inte genomför specifika insatser i detta hänseende kan brister på färdigheter, felmatchade färdigheter och luckor leda till att Europa inte kommer att kunna utnyttja den kulturella och den kreativa sektorns potential fullt ut.

Med tanke på den kulturella och den kreativa sektorns stora tillväxtpotential och den komplexa miljö i ständig förändring som de arbetar i vore det särskilt ändamålsenligt att kartlägga de nya färdigheter de för närvarande behöver eller kommer att behöva inom en nära framtid. Man bör inleda ett särskilt initiativ för den sektorn inom initiativet ”Ny kompetens för nya arbetstillfällen” där man samlar analyser och erfarenheter på EU-nivå med medverkan av berörda intressenter²⁹.

För att överbrygga klyftan mellan yrkesutbildning och yrkesutövning kan ”coachning från kolleger” (dvs. uppgraderandet av färdigheter och processer genom utbyten med kolleger som står inför samma utmaningar för att på så sätt lära av varandras misstag och framgångar, finjustera projekt tack vare erfarna handledare, utforska ny teknik eller utvidga kontaktbasen) bli ett mycket användbart sätt för att den kulturella och den kreativa sektorn snabbare ska kunna reagera på förändringar. Detta skulle ge kontakter med yrkesverksamma på hög nivå, vilka kanske inte finns tillgängliga i andra sammanhang, och bidra till att Europa-omfattande nätverk byggs upp.

FRÅGOR

- Hur ska vi uppmuntra till partnerskap mellan konst- och formgivningsskolor och företag som ett sätt att främja företagskuvöser, startande av nya företag och entreprenörskap, samt utveckling av e-färdigheter?

²⁸ Se de goda lösningar som kartlagts av de nationella experterna i arbetsgruppen kring den kulturella och den kreativa sektorn.

²⁹ Meddelande ”Ny kompetens för nya arbetstillfällen: Att förutse och matcha kompetensbehoven på arbetsmarknaden”, Europeiska kommissionen, KOM(2008) 868 slutlig.

- Hur kan man på EU-nivå främja ”coachning från kolleger” inom den kulturella och den kreativa sektorn ?

3.3. Tillgång till finansiering

Tillgången till finansiering är avgörande för tillväxten av många företag i sektorn³⁰.

Som nämnts är många företagare inom den kulturella och den kreativa sektorn små eller medelstora företag. Den stora merparten utgörs av företag med en eller två personer vilka motsvarar denna nya typ av ”företagande individer” eller ”förtagande kulturverksamma” som inte längre passar in i tidigare typiska mönster för yrkesverksamma på heltid³¹.

Av olika skäl har den kulturella och den kreativa sektorn specifika problem med att uppnå investeringsberedskap: brist på information och kunskap om relevanta finansieringskällor, svårigheter med att utarbeta och presentera en företagsplan på ett övertygande sätt, eller förlitande på en företagsmodell som inte fungerar³².

Vidare är dessa företag för det mesta prototyper eller projektbaserade, i hög grad beroende av sina ”stjärnprodukter” eller tjänster och till stor del avhängiga av individuell begåvning och enskilt risktagande.

Den kulturella och den kreativa sektorns tillgång till finansiering är begränsad, eftersom många företag lider av ständig kapitalbrist och har stora problem med att få lämplig värdering av sina immateriella tillgångar, dvs. upphovsrätt (t.ex. artister som hör till skivbolag, författare som har kontrakt med förlag eller kataloger av musik- eller filmverk) när de söker finansiering. I motsats till företag inom teknik har den kulturella och den kreativa sektorns immateriella tillgångar inget erkänt värde i balansräkningen och deras investering i utveckling av nya begåvningar och kreativa idéer överensstämmer inte med standardbegreppet ”forskning och utveckling”.

Investerare och banker måste göras mer medvetna om den kulturella och den kreativa sektorns ekonomiska värde och potential. Det bör finnas garantisystem och andra finansieringstekniska mekanismer för att främja investeringar i den kulturella och den kreativa sektorn.

Den kreativa världen och finansvärlden, som ofta är ”helt skilda världar”, behöver hjälp med att hitta ett gemensamt språk som kan hjälpa den kulturella och den kreativa sektorn få bättre tillgång till finansiering.

I ljuset av detta kan innovativa finansieringsinstrument som riskkapital och garantier samt andra instrument för riskdelning som marknadsaktörerna tillhandahåller spela en viktig roll för att underlätta tillgång till finansiering för små och medelstora företag. Sådana instrument sätts i verket inom ramen för marknadsorienterade EU-program (till

³⁰ Se särskilt miniundersökningen som utfördes för Europeiska kommissionens räkning *Access to finance activities of the European Creative Industry Alliance*, Jenny Tooth, 2010, på adressen: www.europe-innova.eu/creative-industries.

³¹ Se de preliminära handlingarna som framställts inom ramen för undersökningen av företagardimensionen hos den kulturella och den kreativa sektorn som utfördes för Europeiska kommissionens räkning av Utrecht konsthögskola, 2010, på adressen <http://cci.hku.nl/>.

³² Jenny Tooth, op.cit.

exempel Programmet för konkurrenskraft och innovation). De har visat sig vara effektiva för att hjälpa små och medelstora företag att få tillgång till finansiering, men de har varit inriktade på en mängd olika små och medelstora företag och inte specifikt företag inom den kulturella och den kreativa sektorn.

Intressanta nya finansieringsmodeller som är särskilt inriktade på den kulturella och den kreativa sektorn har kommit fram på nationell eller regional nivå. Vissa underlättar tillgång till lån genom att samla expertis i flera sektorer som bedömer företag och deras projekt³³. Andra samlar investerare och företag som behöver riskkapital för tillväxt³⁴, däribland via gräsrotsfinansiering³⁵. Kommissionen undersöker också möjligheten att inrätta en produktionsgarantifond för den audiovisuella sektorn inom ramen för Media-programmet³⁶.

FRÅGA

- Hur kan man främja privata investeringar och förbättra den kulturella och den kreativa sektorns tillgång till finansiering? Ger finansiella instrument på EU-nivå mervärde när det gäller att stödja och komplettera insatserna på nationell och regional nivå? I så fall hur?

- Hur kan man förbättra investeringsberedskapen hos företag inom den kulturella och den kreativa sektorn? Vilka specifika åtgärder skulle kunna vidtas och på vilken nivå? (regional, nationell, europeisk)?

4. LOKAL OCH REGIONAL UTVECKLING SOM FÖRUTSÄTTNING FÖR GLOBALA FRAMGÅNGAR

Den kulturella och kreativa sektorn växer fram på lokal och regional nivå, där nätverk och kluster har sin hemvist. Kreativiteten må vara rotad i den lokala myllan, men dess grenar sträcker sig över världen. Att främja rörlighet för konstnärer och kulturverksamma är ett sätt att hjälpa vår kulturella och kreativa sektor att ta språnget från den lokala till den globala miljön och se till att Europa verkar i världen.

³³ Se intressanta exempel som kartlagts av arbetsgruppen med nationella experter och av det civila samhällets plattform om den kulturella och den kreativa sektorn.

³⁴ Se särskilt Jenny Tooth, op. cit., samt handlingar som framställts inom ramen för undersökningen av företagardimensionen hos den kulturella och den kreativa sektorn (op. cit.), där man betonar behovet av riskkapital för innovativa och kreativa små och medelstora företag inom den inre marknaden. Se även bra lösningar som kartlagts av arbetsgruppen med nationella experter om den kulturella och den kreativa sektorn.

³⁵ Webbplatser för gräsrotsfinansiering hjälper till med att samla småskaliga investerare, till exempel för finansiering av oberoende filmproduktion (t.ex. indiegogo.com).

³⁶ Fonden kommer att dela den finansiella risken i samband med lån som beviljas av banker till europeiska oberoende producenter inom den audiovisuella sektorn genom att den garanterar att täcka en viss andel av förlusterna om producenten inte kan återbetala lånet; på så sätt uppmuntras lokala banker att bevilja krediter till filmproducenter.

4.1. Lokalt och regionalt

Den kulturella och kreativa sektorn bidrar ofta till att stärka lokala ekonomier på nedgång eller till framväxten av nya näringsverksamheter, vilket skapar ny, långsiktig sysselsättning och stärker de europeiska regionernas och städernas attraktivitet.

Regionala och lokala utvecklingsstrategier har faktiskt med framgång inarbetat den kulturella och kreativa sektorn på många områden: främjande av kulturarvet för näringslivets bruk, utveckling av kulturell infrastruktur och kulturella tjänster som stöd för hållbar turism, kluster mellan lokala företag och partnerskap mellan den kulturella och kreativa sektorn och näringsliv, forskning, utbildning och andra sektorer, uppbyggnad av innovationslaboratorier, utveckling av gränsöverskridande helhetsstrategier för förvaltning av natur- och kulturarv och vitalisering av den lokala ekonomin samt hållbar stadsutveckling.

Inom EU:s sammanhållningspolitik uppmärksammas kulturens mycket varierade bidrag till de strategiska (sammanhållningspolitiska) målen (konvergens, konkurrenskraft och sysselsättning samt territoriellt samarbete)³⁷. Det är dock svårt att fastställa i vilken utsträckning den kulturella och den kreativa sektorn får stöd ur de medel som anslås till kultur eller för den delen ur andra relevanta budgetrubriker som forskning och innovation, främjande av innovativa små och medelstora företag, informationssamhället (inbegripet digitalisering och e-tillgång till kultur), stadsförnyelse och mänskligt kapital³⁸. Politiken för utveckling av landsbygden som bekostas ur Europeiska jordbruksfonden för landsbygdsutveckling stöder också kultur, bland annat genom bevarandet av landsbygdsarvet som omfattar upprustning av byar, skydd för natur- och kulturarv samt fritidsaktiviteter. Lokala utvecklingsstrategier som utarbetas och genomförs av lokala partnerskap inom Leader kan också bidra eftersom kultur ger landsbygdsområden ekonomisk diversifiering och livskvalitet. Och det verkar som den här potentialen inte tillvaratas fullt ut.

Den särskilda betydelse som den kulturella och kreativa sektorn kan få för den regionala och lokala utvecklingen bör beaktas när politiska insatser och stödformer utformas på alla nivåer³⁹.

Den kulturella och kreativa sektorn omfattar kunskapsbaserade företag som tenderar att söka sig till specialiserade arbetsmarknader. Forskningen tyder på att storskalig ekonomisk verksamhet inom kreativitet och kulturell innovation uppträder i storstadsområdena. Det finns dock inget enkelt samband mellan den kulturella och kreativa sektorn och folkmängden eller arbetsmarknadens storlek. Näringslivets och innovationssystemens regionala fördelning, där den kulturella och kreativa sektorn ingår, är mycket mer heterogen än så⁴⁰. På landsbygden kan nya affärsmodeller bidra till att

³⁷ För programperioden 2007–2013 uppgår EU:s planerade anslag till kultur till omkring 6 miljarder euro, dvs. omkring 1,7 % av den totala budgeten.

³⁸ EU: s sammanhållningspolitik – Ämnesområdessidor:
http://ec.europa.eu/regional_policy/themes/index_sv.htm.

³⁹ Se god praxis som kartlagts av arbetsgruppen med nationella experter på den kulturella och kreativa sektorn.

⁴⁰ *Creative and Culture Industries, Priority Sector Report* (preliminär version), European Cluster Observatory, 2010.

föra in innovation och långsiktig hållbarhet till traditionella verksamhetsformer (t.ex. hemsalj) och leda till ekonomisk lönsamhet⁴¹.

Kreativitet och innovation är starkt och särpräglad lokala till sin karaktär⁴². Politiska insatser och stödformer måste anpassas till lokala förutsättningar och tillgångar och ta vara på lokala resurser ("lokalbaserad utveckling"). Samtidigt är verkningsfull samordning mellan de olika politiska och administrativa nivåerna en förutsättning för framgång. Konsekvensbedömningar och utvärdering bör byggas in i utvecklingsstrategierna för att stödja utformningen av en evidensbaserad politik.

Framgångsrika strategier utformas enligt en medelfristig eller långfristig utvecklingsmodell (dvs. 10–20 års sikt) där investeringar i infrastruktur och humankapital kombineras. Investeringarna bör inriktas på områden av central betydelse för den kulturella och kreativa sektorn, exempelvis nya affärsmodeller, kreativitet och innovation, digitalisering, färdigheter och förbättring av humankapitalet samt kreativa partnerskap med andra sektorer. En strategisk hållning till den integrerade utvecklingsmodellen innebär att stöd till den kulturella och kreativa sektorn inte betraktas som en lyxverksamhet eller en isolerad politisk insats, utan som ett gemensamt bidrag till en regions ekonomiska utveckling och sociala sammanhållning. För att krönas med framgång bör integrerade utvecklingsstrategier tas fram på berörda regionala och lokala nivåer i samverkan med de myndigheter som svarar för olika politikområden (såsom ekonomisk utveckling, sysselsättning, utbildning och kultur) och företrädare för det civila samhället i form av näringsliv, arbetstagarorganisationer och föreningsväsen.

Utbyte av bästa praxis är avgörande, och alla tänkbara nätverk i hela Europa bör mobiliseras för att underlätta kunskaps- och kapacitetsöverföring mellan eftersatta områden och tillväxtcentra.

FRÅGA

- Hur kan man stärka den kulturella och kreativa sektorns integration i den strategiska regionala och lokala utvecklingen? Vilka verktyg och vilka partnerskap krävs för ett integrerat tillvägagångssätt?

4.2. Rörlighet och spridning av kulturella och kreativa verk

Arbete för att främja rörlighet för konstnärer och kulturutövare, vilka ju är en förutsättning för en blomstrande kulturell och kreativ sektor, bidrar i hög grad till deras yrkeskunnande och konstnärliga utveckling, stärker deras egna ambitioner till att vidga sina vyer och bryta ny mark, skapar nya möjligheter på marknaden och främjar deras karriärutsikter, bland annat genom att de kan delta i utbyten, festivaler, turnéer, internationella utställningar och litterära evenemang. Rörligheten kan också få en mer direkt inverkan på den kulturella och kreativa sektorns prestationer genom att öppna nya kommersiella möjligheter genom stödordningar för att förbättra näringslivets

⁴¹ Undersökning för Europeiska kommissionens räkning om kulturens bidrag till den lokala och regionala ekonomiska utvecklingen som ett led i EU:s sammanhållningspolitik.

⁴² Sjätte rapporten om ekonomisk och social sammanhållning, KOM(2009) 295 slutlig.

exportstrategier, främja internationell arbetsförmedling eller stärka kapacitetsuppbyggnaden⁴³.

Omvänt gynnar spridningen av verk den europeiska publiken genom att erbjuda dem nya infallsvinklar, utmana det individuella och kollektiva medvetandet att förstå och leva i komplexiteten (en uppsättning färdigheter, bl.a. interkulturell kommunikation, som har avgörande betydelse i världen i dag) och ge dem tillgång till ett mer varierat kulturellt landskap. Samtidigt bidrar spridning över nationsgränserna inom EU de i EU bosatta att bättre känna till och förstå varandras kulturer, uppskatta den kulturella mångfaldens rikedom och se vad de har gemensamt.

Slutligen är rörlighet för konstnärer, kulturutövare och verk också en förutsättning för spridning av idéer över språkliga och nationella gränser, något som ger alla större tillgång till den kulturella mångfalden.

Av alla dessa skäl är denna rörlighet en central beståndsdel i den europeiska kulturagendan och i EU:s kulturprogram 2007–2013.

Hindren för rörligheten är dock talrika. Några hänger samman med regler för visum, sociala avgifter eller skatter och andra förvaltningstekniska hämskor, eller med bristen på korrekt information⁴⁴ om de olika rättsliga, administrativa och ekonomiska aspekterna på rörlighet i kultursektorn. Arbetet med att ta itu med dessa hinder pågår redan⁴⁵ och behandlas inte vidare här.

Utöver dessa mer övergripande aspekter finns också visst utrymme att ytterligare underlätta rörligheter för verk, konstnärer och kulturutövare i samverkan med den kedja av både offentliga och privata aktörer som sysslar med att leverera kulturell mångfald över gränserna. Dessa aktörer är många och olika i olika sektorer. Inom kedjan kan drivkrafterna för rörlighet över gränserna och tillgång till Internet äga relevans i olika skeden av förmedling mellan skapare av kulturella uttryck och konsumenterna. Samtidigt kan åtgärder mot särskilda problem, t.ex. att hjälpa nya förmågor eller mindre kända repertoarer eller samlingar⁴⁶ att slå igenom i andra länder eller språkområden, vara av nytta.

Det vore därför av nytta att nå en bättre förståelse av vilka slags partnerskap, samarbeten eller stöd som kan bidra till att underlätta, påskynda och öka rörligheten för verk, konstnärer och kulturutövare bortom nationsgränserna i Europa.

Kommissionen vill därför ta reda på mer exakt hur denna rörlighet kan ökas och förbättras.

⁴³ Jfr undersökningen av Ericarts för Europeiska kommissionen: *Mobility matters: Programmes and schemes to support the mobility of artists and cultural professionals*, 2008.

⁴⁴ Se genomförbarhetsstudien av McCoshan m.fl. för Europeiska kommissionen: *Information systems to support the mobility of artists and other professionals in the culture field*, 2009.

⁴⁵ En grupp med nationella experter på konstnärers rörlighet har inrättats som ett led i den europeiska kulturagendan och arbetar med en rad av dessa frågor, medan hinder för konstnärers och kulturutövares marknadstillträde och rörlighet torde ha tagits upp av medlemsstaterna som ett led i införlivandet av direktiv 2006/123/EG om den inre marknaden för tjänster.

⁴⁶ En arbetsgrupp med nationella experter arbetar med museisamlingars rörlighet inom ramen för den europeiska kulturagendan.

FRÅGA

- Vilka nya instrument bör tas i anspråk för att främja kulturell mångfald genom rörlighet för kulturella och kreativa verk, konstnärer och kulturutövare i och utanför EU? I vilken utsträckning kan virtuell rörlighet och tillgång till Internet bidra till dessa mål?

4.3. Kulturutbyte och världshandel

EU:s syn på internationellt kulturutbyte och handel bygger på 2005 års Unescokonvention om skydd för och främjande av mångfalden av kulturyttringar. Enligt konventionen har EU åtagit sig att främja mer balanserade kulturutbyten och stärka internationellt samarbete och internationell solidaritet i en anda av partnerskap för att särskilt öka utvecklingsländernas förmåga att skydda och främja mångfalden av kulturyttringar. Dessa mål överensstämmer med några av konventionens vägledande principer, särskilt principen om lika tillträde⁴⁷ och principen om öppenhet och jämvikt⁴⁸.

I detta sammanhang har EU förbehållit sig rätten, både för egen del och för sina medlemsstater, att utforma och genomföra kulturpolitiska insatser för att bevara den kulturella mångfalden⁴⁹. Samtidigt har EU stärkt sitt engagemang för att stödja kulturens roll för utvecklingen och främjar olika former av förmånsbehandling för utvecklingsländerna. EU har också åtagit sig att främja den interkulturella dialogen i hela världen. I genomförandet av detta måste EU också bidra till att till jordens alla hörn sprida sin kulturella mångfald, vilket inbegriper de varor och tjänster som den kulturella och kreativa sektorn i EU producerar.

Denna särskilda hållning till kulturutbyten utgår från de gemensamma värderingar som ligger till grund för det europeiska projektet. De är de grundstenar utifrån vilka en särskild, dynamisk bild av Europa kan danas, bilden av ett tilltalande och skapande Europa som bygger på sitt rika arv och sin öppenhet för kulturer från hela världen. Europas långa tradition och enorma tillgångar inom film, musik, konst, arkitektur, formgivning och mode har självfallet ett positivt bidrag att lämna till EU:s förbindelser med omvärlden.

Att fostra en kulturell och kreativ sektor i världsklass och exportera verk, produkter och tjänster innebär naturligtvis att kontakter med länder utanför EU måste uppodlas. Särskilt de små och medelstora företagen behöver stöd för att upprätta kontakter och få sin verksamhet främjad i fjärran länder. Dialog inom näringslivet, spaningsuppdrag och omvärldsbevakning samt gemensam representation vid internationella mässor är några av de verktyg som tagits fram för att stödja exporten. Samarbetsordningar⁵⁰ ger deltagarna möjlighet att lära av varandra samtidigt som de ger tillgång till ett nätverk av kontakter

⁴⁷ Artikel 2 i konventionen, princip 7.

⁴⁸ Artikel 2 i konventionen, princip 8.

⁴⁹ I likhet med många andra länder i Världshandelsorganisationen förbehöll sig EU och dess medlemsstater när de gick med i Allmänna tjänstehandelsavtalet (GATS) rätten att utforma och genomföra politiska insatser för att bevara den kulturella mångfalden genom att anmäla undantag från tillämpningen av regeln om mest gynnad nation enligt artikel II i avtalet och genom att konsekvent avhålla sig från att göra särskilda åtaganden inom marknadstillträde och nationell behandling inom kulturella tjänster, särskilt i den audiovisuella sektorn.

⁵⁰ Exempelvis de som för stöd enligt den förberedande åtgärden MEDIA International (2008–2010) och MEDIA Mundus (2011–2013).

utomlands. Att underlätta konstnärliga utbyten med länder utanför EU är också viktigt för att uppmuntra den kulturella mångfalden⁵¹.

EU har många avtal med andra länder och regionala sammanslutningar av länder. System för tekniskt stöd och samarbete kan omfatta den kulturella och kreativa sektorn som ett prioriterat område för ekonomiskt utbyte. Den politiska dialogen med andra länder eller regionala grupper av länder kan också i vissa fall fungera som stöd för dialog inom näringslivet, och särskilda EU-verktyg kan tas fram för att underlätta utbyten och export⁵².

FRÅGA

- Vilka verktyg på EU-nivå bör införas eller stärkas för att främja samarbete, utbyte och handel mellan EU:s kulturella och kreativa sektor och länder utanför EU?

5. MOT EN KREATIV EKONOMI: DEN KULTURELLA OCH KREATIVA SEKTORN BIEFFEKTER

Rapporter från flera europeiska länder visar att den kulturella och kreativa sektorn har större betydelse för de nationella och regionala innovationssystemen än beslutsfattarna tidigare insett⁵³.

För det första tillhandahåller sektorn material som driver på digitala apparater och nät och bidrar på så sätt till spridningen och vidareutvecklingen av informations- och kommunikationsteknik, exempelvis bredbandsutbyggnaden. I egenskap av intensiva teknikanvändare driver deras önskemål också ofta på anpassningar och utveckling av ny teknik, vilket ger innovationsimpulser till teknikproducenterna.

För det andra har sektorn, genom sin särskilda roll i centrum för den digitala övergången och den nya tendensen till upplevelseekonomin liksom genom sin förmåga att forma eller förstärka samhällliga och kulturella trender och därigenom konsumenternas efterfrågan, stor betydelse för att bidra till ett innovationsvänligt klimat i Europa.

För det tredje förefaller det som om företag som i högre grad anlitar tjänster från den kulturella och kreativa sektorn presterar märkbart bättre inom innovation. Även om det ännu inte är särskilt väl utrett exakt hur detta går till, verkar det som om de kreativa innovationstjänster som den här sektorn tillhandahåller fungerar som ”insatsvara” för innovativ verksamhet hos andra företag och organisationer i ekonomin i stort, vilket bidrar till att rätta till beteendefel som riskundvikande, förkärlek för det bestående och

⁵¹ Som påpekats av plattformen för den kulturella och kreativa sektorns potential.

⁵² Se god praxis som kartlagts av arbetsgruppen med nationella experter på den kulturella och kreativa sektorn.

⁵³ Se Bakhshi, H., McVittie, E. och Simmie, J., *Creating Innovation. Do the creative industries support innovation in the wider economy?* 2008; Pott, J. och Morrison, K., *Nudging Innovation*, 2008, bidrag till NESTA Innovation Vouchers Pilot, 2008; *The role of creative industries in industrial innovation*, Müller, K., Rammer, C. och Trüby, J., 2008.

närsynhet. Formgivning är ett gott exempel på en kreativ process som har potential att leda till användarcentrerad innovation⁵⁴.

Dessutom visar rapporterna också att kreativa arbetstagare är mer integrerade i ekonomin i stort än vad som tidigare förutsattes: det finns fler kreativa specialister med utbildning från konstskolor som arbetar utanför den kulturella och kreativa sektorn än i den, och de fungerar som kanaler för kunskap, innovation och nya idéer som kläckts i den kulturella och kreativa sektorn.

Mer allmänt betraktar städer och regioner alltmer förstklassiga kulturfaciliteter och spetstekniktjänster, goda levnadsvillkor och rekreativsmöjligheter, ett livskraftigt kulturliv och en stark lokal kulturell och kreativ sektor som viktiga lokaliseringfaktorer som kan hjälpa dem att öka sin ekonomiska konkurrenskraft genom att bygga upp en positiv miljö för innovation och attrahera högutbildade individer och företag.

Samtidigt kan den kulturella och den kreativa sektorn väsentligt bidra till att möta stora utmaningar som kampen mot den globala uppvärmningen och övergången till miljövänlig ekonomi och en ny hållbar utvecklingsmodell. Konst och kultur har en enastående förmåga att **generera miljövänliga arbetstillfällen**, höja medvetenhet, ifrågasätta vanor och främja beteendeförändringar i våra samhällen, inbegripet vår **allmänna attityd till naturen**. De kan också bryta nya vägar för att angripa den internationella dimensionen i sådana frågor. För att möta dessa utmaningar måste den offentliga sektorns olika nivåer skapa förutsättningarna för att kreativitetsstrategier ska kunna utvecklas. Samtidigt bör man fundera på hur man mäter en kreativ miljö som komplement till mer traditionella innovationsindikatorer. Den viktigaste frågan här är hur man påskyndar de positiva bieffekter som kultur och den kulturella och kreativa sektorn kan tillföra ekonomin och samhället i stort.

Ett sätt att göra det är att bygga upp så många länkar som möjligt mellan kultur och utbildning för att främja kreativitet som en livslång strävan. Här förutsätts att kreativitet inte bara är en medfödd gåva. Alla är vi kreativa på ett eller annat sätt, och vi kan lära oss att ta vara på vår kreativa potential. I vår komplexa och föränderliga värld bör vi därför sträva efter att främja kreativitet, företagsamhet och interkulturell kompetens som kan hjälpa oss att bättre möta nya ekonomiska och sociala utmaningar⁵⁵.

Konst- och kulturutbildning av hög kvalitet har en stor betydelse i detta sammanhang, eftersom den kan stärka elevernas och studenternas fantasi, originalitet, koncentrationsförmåga, sociala färdigheter, smak för nya upplevelser, kritiskt och icke-verbalt tänkande m.m.⁵⁶. Därför bör samverkansfördelar mellan kultur och utbildning undersökas närmare. Principen på detta område bör vara att ansvaret delas mellan

⁵⁴ Arbetsdokument från kommissionens avdelningar, *Design as a driver of user-centred innovation*, SEK(2009) 501 slutlig.

⁵⁵ I den nya strategiska ramen för europeiskt utbildningssamarbete ("utbildning 2020") som rådet antog i maj 2009 beaktas detta genom att rådet betonar behovet att stärka kreativitet och innovation, inklusive företagsamhet, på alla utbildningsnivåer.

⁵⁶ Se god praxis som kartlagts av arbetsgruppen med nationella experter på synergier mellan kultur och utbildning.

utbildningssektorn och kultursektorn, varför systematiska, långsiktiga partnerskap mellan bägge sektorerna bör eftersträvas⁵⁷.

Utbildning i mediekunskap är också ett viktigt sätt att främja medborgarnas kreativitet och delaktighet i samhällets kulturella liv. I dag är medierna ett oerhört viktigt sätt att förmedla kulturellt material och sprida de europeiska kulturella identiteterna, och de europeiska medborgarnas förmåga att träffa välunderbyggda, diversifierade val i egenskap av mediekonsumenter bör därför uppmuntras.

På det makroekonomiska planet bör kopplingen mellan den kulturella och kreativa sektorn och andra delar av näringslivet stärkas till fromma för ekonomin i stort. Det vore härvidlag intressant att få en bättre bild av hur kreativitet kan uppmuntras i andra näringsgrenar, vilken slags kreativitet företagen letar efter och vilka mekanismer som bäst kan underlätta sådana interaktioner.

För att verkningsfulla band ska kunna knytas mellan den kulturella och kreativa sektorn och områden som utbildning, näringsliv, forskning och förvaltning, bör verkliga kreativa partnerskap byggas upp och verkningsfulla mekanismer för överföring av kreativ kunskap, t.ex. formgivning, till andra sektorer bör implementeras. System med innovationscheckar, exempelvis "Creative Credit" som hjälper företag att utveckla sina idéer i samverkan med den kulturella och kreativa sektorn, verkar mycket lovande för detta syfte⁵⁸.

Här förtjänar att nämnas att mekanismer för innovationsstöd som gynnar den kulturella och kreativa sektorn inte bara gör det möjligt för den sektorn att skapa mer och bättre innovation utan också hjälper dem att förse andra delar av näringslivet med innovativa lösningar. På så sätt bidrar sektorn till att den europeiska ekonomin i stort kan ta vara på sin innovationspotential. Vidare har mellanhänder stor betydelse som förmedlare mellan kretsar som just har börjat lära känna varandra, eftersom de kan hjälpa till att skapa tillit och förståelse för mål och förväntningar och utveckla eller trimma in arbetsmetoder⁵⁹.

FRÅGOR

- Hur kan man påskynda bieffekterna från den kulturella och kreativa sektorn på näringslivet och samhället i stort? Hur kan verkningsfulla former för sådan kunskapsspridning tas fram och tillämpas?
- Hur kan kreativa partnerskap främjas mellan den kulturella och kreativa sektorn och skolor, högskolor, företag och myndigheter?
- Hur kan man bättre stödja tillvaratagandet av befintliga mellanhänder och framväxten av mellanhänder mellan konstnärer och den kulturella och kreativa sektorn å ena sidan och skolor, högskolor, företag och myndigheter å andra sidan?

⁵⁷ Se god praxis som kartlagts av arbetsgruppen med nationella experter på synergier mellan kultur och utbildning.

⁵⁸ <http://www.creative-credits.org.uk/> av NESTA, Förenade kungariket.

⁵⁹ Se särskilt en undersökning genomförd av Tillt (Sverige), Disonancias (Spanien) och WZB - Social Science Research Center Berlin (Tyskland) inom ramen för grupperingen Tillt Europe, som finansierats med medel från kulturprogrammet:

<http://creativeclash.squarespace.com/storage/ComparativeAnalysis%20TILLT%20EUROPE.pdf>.

Inbjudan att lämna kommentarer

Kommissionen uppmanar alla berörda parter att lämna kommentarer till frågorna och texten i den här grönboken. Svar och kommentarer, som kan röra samtliga eller bara en del av frågorna, ska ha nått följande adress senast den 30 juli 2010:

Europeiska kommissionen

GD Utbildning och kultur

Grönboken om den kulturella och kreativa sektorn

MADO 17/76

1049 Bryssel, Belgien

Eller med e-post till:

EAC- Creative-Europe@ec.europa.eu

Om du vill lämna ett konfidentiellt svar bör du tydligt ange vilka delar i ditt svar som är konfidentiella och inte bör offentliggöras på kommissionens webbplats. Alla andra inlägg som inte är tydligt märkta som konfidentiella kan komma att offentliggöras av kommissionen.

Organisationer inbjuds att registrera sig i Europeiska kommissionens register över intresseorganisationer (<http://ec.europa.eu/transparency/regrin>). Registret inrättades inom ramen för det Europeiska öppenhetsinitiativet i syfte att ge kommissionen och allmänheten information om intresseorganisationers mål, finansiering och strukturer.