

PM 2007:004

The Cultural and Creative Sector - Lisbon Agenda

Rapport från Lissabonkonferens om kulturella näringar
31 oktober - 1 november 2007

Måns Lindberg

The Cultural and Creative Sector – Lisbon agenda

Rapport från Lissabonkonferens om kulturella näringar
31 oktober–1 november 2007

Måns Lindberg

ITPS, Institutet för tillväxtpolitiska studier
Studentplan 3, 831 40 Östersund
Telefon 063 16 66 00
Telefax 063 16 66 01
E-post info@itps.se
www.itps.se
ISSN 1652-0483

För ytterligare information kontakta Måns Lindberg
Telefon + 32 2 221 02 12
E-post mans.lindberg@itps.se

Rapport från Lissabonkonferens om kulturella och kreativa näringar

Som en fortsättning på det arbete som drivits angående kreativa näringar av föregående ordförandeland Tyskland samt nyligen lanserade initiativ från EU kommissionen så arrangerade det portugiska EU ordförandeskapet en tvådagars konferens med titeln ”The Cultural and Creative Sector – Lisbon agenda” den 31 oktober–1 november 2007. Här följer en sammanfattning av konferensens huvudsakliga delar.

Konferensens var indelad i fyra partier. Det övergripande syftet angavs till ”att skapa forsknings- och policyagendor för den kulturella och kreativa sektorn som skall vara möjliga att kombinera, att utforska nya sysselsättningsmöjligheter som antingen erbjuds inom eller till sektorn och att reflektera över hur sektorn skall kunna växa till en hållbar utvecklingsfaktor i EU:s medlemsländer”.

Konferensen öppnades av Portugals kulturminister Isabel Pires de Lima. Hon underströk att detta möte var ett av de viktigaste som hålls under Portugals ordförandeskap eftersom kultursektorn för närvarande genomgår en omvandling i riktning mot kreativitet och teknik och att sektorn nu börjar bli medveten om sin ekonomiska betydelse. Kreativa näringar är politiska till sin karaktär genom att det är genom kulturen som människor finner sin identitet. På samma gång har kulturen en ekonomisk aspekt genom att vara en grundläggande källa till innovation.

Tema 1: En forskningsagenda för kulturstatistik och indikatorer

Den statistiska diskussionen kretsade mycket kring det paradoxala faktum att det trots de kreativa näringarnas ökande betydelse för den europeiska ekonomin saknas harmoniserad statistik på området. Detta i sin tur beror i stor utsträckning på att det saknas adekvata informationssystem för att finna rätt statistik. Medlemsländernas olika inställning till vad kultur och kreativitet egentligen är gör det svårt att göra relevanta jämförelser mellan länder. Eurostats representant, Ms Marta Beck, medgav att detta inte varit ett prioriterat område för Eurostat under de senaste åren men att man från och med nu skall börja ge det mera uppmärksamhet. Ett exempel var den första publiceringen av kulturstatistik som Eurostat gjort någon gång vilket skedde i slutet av oktober 2007. Publikationen innehåller bl.a. statistik om kulturens sysselsättning som andel av den totala sysselsättningen i EU:s medlemsländer.

Session 2: Kultur och dess roll i utvecklingen av regioner och städer

Andreas Wiesand, Direktör of ERICarts – Tyskland menade att kulturella näringar har en dubbel natur; en kulturell och en ekonomisk. Tillsammans kombinerar de skapandet av kulturellt innehåll med produktion och kommersialisering av detta innehåll. Kulturella näringar ses som arbetskraftsintensiva men har till största del ett ”lokalt” (regionalt, nationellt) sammanhang. Kreativa näringar saknar i allmänhet lokal förankring och arbetar i större utsträckning efter ”globala standarder”.

Thomas Heskia, Direktör of the International Centre for Culture and Management – Austria ansåg att lokaliseringens faktor tappat sin betydelse när tjänsteindustrier inte längre har sina rötter i vissa regioner. De är så kallade rotlösa industrier.

Bohdan Jung, professor vid Warsaw School of Economics talade om begreppet “leisure industry” (fritidsindustri) vilket i termer av GDP och konsumenters köpkraft är världens största industri. Ingen annan näring kan hävda en uppskattad marknad på 15 trillioner dollar till år 2015. Vid denna tidpunkt beräknas t.ex. mer än hälften av USA:s GDP komma att genereras av fritids och underhållningsbranschen. Jobb i fritidsindustrin karaktäriseras bland annat som arbetskraftintensiva, beroende av personlig service samt säkrare. Dessa yrken är inte bara mer kreativa och flexibla utan också bättre anpassade för att anställa kvinnor, unga och deltidsarbetande. Detta är jobb för och av den kreativa klassen.

Session 3: Kultur som en drivkraft för tillväxt och sysselsättning

Under denna session berördes olika aspekter på kulturens roll för tillväxt och sysselsättning. Xavier Greffe från Sorbonneuniversitetet i Paris talade om kulturarvets roll i den kreativa ekonomin. Det mest synbara bidraget från kulturarvet till skapande av jobb ligger i förmågan att attrahera turister och de medföljande positiva effekterna för konsumtion, inkomst och sysselsättning. Det japanska exemplet Pokemon, med rötter långt bak i japansk kulturhistoria, visar dock på att så inte alltid behöver vara fallet.

I rapporten ”The Economy of Culture in Europe” från 2006, författad av den externa konsultbyrå KEA på uppdrag av EU kommissionen, gjordes ett antal rekommendationer, särskilt relaterade till nödvändigheten av att producera mer solid information till policymakare, att främja lokal kulturpolitik som stimulerar kreativitet och att integrera den kulturella och kreativa sektorn i Lissabonagendan.

Philippe Kern från KEA noterade bl.a. att det främst var siffrorna i rapporten som intresserade politikerna och att t.ex. slutsatsen att de kreativa och kulturella näringarna var ekonomiskt betydelsefullare än bilindustrin hade gett stora rubriker. Sektorns tillväxt för åren 1999–2003 var 12.3 % högre än tillväxten i den övriga ekonomin. Det var nu ett bra tillfälle att bygga vidare på resultatet av studien inte minst genom det faktum att EU kommissionens ordförande José Barroso liksom ansvariga tjänstemän inom Generaldirektoratet för utbildning och kultur uttalat ett personligt intresse för frågan.

Philippe Kern nämnde också att kultur även indirekt bidrar till uppfyllandet av Lissabonmålen då t.ex. mediainnehåll är en huvudsaklig drivkraft bakom utvecklingen av informations och kommunikationsteknologi. Några kritiska frågor som man här måste ställa sig är: Har Europa förmåga att driva fram kreativa talanger och industrier? Används kreativitet i tillräcklig utsträckning som ett konkurrensinstrument? Det är nödvändigt att öka medvetandegraden om att kreativitet är en del av innovation och att kreativitet ger näring till en stor del av ekonomin (t.ex. textil, bil och ICT sektorerna). Framtida utmaningar ligger bland annat i att göra kultur och kreativitet till en EU prioritet, utnyttja det digitala tekniksiftet och utveckla kreativ utbildning.

Edna dos Santos från FN:s ekonomiska utvecklingsorgan Unctad redogjorde därefter för hur hennes organisation undersökt kreativa ekonomier ur ett mer holistiskt perspektiv. Enligt Unctads definition så är kreativa ekonomier ”en uppsättning kunskapsbaserade ekonomiska aktiviteter som använder sig av kreativ talang och teknologi för att addera värde till intellektuella tillgångar”. De kreativa industrierna är i centrum av konceptet om kreativ ekonomi. Framträdande karaktärsdrag hos den kreativa industrin är en mycket stark tillväxt i jämförelse med traditionell tillverkningsindustri och tjänstesektor under 2000-talet. Vidare är sektorn koncentrerad men inte begränsad till konst och kultur. Unctad föreslår att den kreativa kapaciteten förstärks genom att man identifierar de konkurrenskraftiga sektorerna på området samt olika länders speciella nischer, uppmuntrar investeringar i de

mest konkurrenskraftiga sektorerna, etablerar anpassade finansieringsinstrument för små och medelstora företag, uppmuntrar kreativa kluster för kunskapsdelning, stimulerar kreativt entreprenörskap samt ser över den nationella politiken på områden såsom skatter, utbildning och näringspolitik.

Session 4: En politisk agenda för kultur – som främjar kreativitet och innovation

Kontexten för denna session var att vi måste hitta nya källor för ekonomisk tillväxt och att vi i samband med det behöver en politisk agenda för utbildning, kultur och konkurrenskraft.

Bernd Fesel, Direktor for Office for Cultural Policy and Economy – Tyskland, pekade på att det behövs fler nyanser i debatten och att många kulturella aktiviteter blir intvingade på det kreativa området. Det finns en demokratisk aspekt som inte handlar så mycket om ekonomiska argument som om medborgarskap. Det är viktigt att tänka på frågan i sammanhanget av globalisering. Ett problem idag är också att man subventionerar produktion och inte distribution av kultur.

Peter Inkei, Direktor Regional observatory for financing culture – Hungary, menade att Nederländerna är ett bra exempel. Genom programmet ”Our Creative potential” så finns ett långsiktigt samarbete mellan de ansvariga ministerierna. Detta är exempel på projekt med ett strategiskt tänkande.

Hannele Koivonen från det finländska utbildningsministeriet konstaterade att det i framtiden kommer att vara etiska och ekologiska faktorer som i högre utsträckning leder konsumenternas val och även vara avgörande för konkurrenskraft. Jämställdhet, kulturella rättigheter och kulturell pluralism skapar optimala villkor för ekonomisk och social välfärd via kreativitet och innovationer.

Slutsatser

- 1 Eurostats nyligen återupptagna arbete på kulturområdet välkomnades. Dess bidrag ansågs avgörande för att uppnå framsteg och goda resultat i framtiden
- 2 Det är nödvändigt att nå överenskommelse om nyckeldefinitioner men dessa definitioner bör framtas under arbetets gång, inte före
- 3 Det finns ett antal nya områden, t.ex. så kallat användargenererat innehåll som talar för uppdaterade eller till och med nya statistiska angreppspunkter eller system
- 4 Flera utmaningar identifierades rörande hur kulturens ekonomiska påverkan skall mätas. De inkluderar uppdaterade företagsdatabaser och klassificering av företag i olika sektorer eller subsektorer liksom att hitta sätt för att hitta kulturellrelaterade underaktiviteter hos företag vars främsta aktivitet inte är kultur
- 5 Harmonisering av klassificeringar är nödvändigt för att producera jämförbara och meningsfull statistik. Detta kan inte ske utan aktivt involverande av Eurostat vars uppgift innefattar att utveckla klassificeringar, särskilt Nace.
- 6 Statistiken borde bättre svara mot politiska prioriteringar
- 7 Kulturpolitik och forskning om kulturpolitik borde bindas närmare samman och åtgärders påverkan bör systematiskt analyseras

- 8 En gemensam ansträngning behövs på internationell nivå för att koordinera de olika initiativen angående eller relaterade till kulturstatistik. Utbyte av erfarenheter och goda exempel uppmuntras starkt

Rekommendationer

- 1 Det fanns enighet om förslaget att så snart som möjligt sätta upp en relevant arbetsstruktur som medger att konkret arbete kan starta vad gäller bedömning av ekonomisk påverkan på kultur och att utveckla kulturstatistik i allmänhet. Utan mera resultatorienterat arbete på dessa teman så är det mycket osannolikt att kulturen på ett signifikant sätt skulle hamna på Lissabonagendan
- 2 Denna arbetsstruktur måste inkludera Eurostat, EU kommissionen och representanter från EU:s medlemsländer

ITPS, Institutet för tillväxtpolitiska studier, är en statlig myndighet med uppdraget att bidra till en insiktsfull tillväxtpolitik i Sverige. ITPS förser främst Regeringskansliet, riksdagens ledamöter samt andra statliga myndigheter med underlag i form av statistik, utvärderingar och analyser inom näringspolitikens och den regionala utvecklingspolitikens områden.

En insiktsfull tillväxtpolitik grundar sig på:

- Statistik och analyser av näringslivets struktur och dynamik – för att få en aktuell och relevant bild av hot och möjligheter.
- Utvärderingar av resultat och effekter av politiska åtgärder och program – för att lära av genomförda insatser.
- Omvärldsanalyser för att blicka utåt och framåt – vilka är framtidens frågor på den svenska tillväxtpolitikens agenda?

Att förmedla detta underlag är ITPS uppgift.