



КРЕАТИВЕН РАСТЕЖ – препоръки за политики  
доклад



**European Union**  
European Regional Development Fund



# СЪДЪРЖАНИЕ

ПРЕДГОВОР	3
1. ОБОБЩЕНИЕ НА НАБЛЮДЕНИЯ И ПРЕПОРЪКИ	4
2. РАЗВИТИЕ НА КУЛТУРНИТЕ И КРЕАТИВНИ ИНДУСТРИИ И ЕВРОПА 2020	7
2.1 Значението на културните и креативни индустрии за Европа	7
2.2 Европейска стратегия за креативен растеж?	8
2.3 Бъдещи предизвикателства пред подкрепата за по-креативна Европа	9
2.3.1 Предизвикателства на стратегическо ниво	9
2.3.2 Предизвикателства във връзка с регионалната политика на ЕС	10
2.3.3 Предизвикателства във връзка с подкрепящите механизми за ККИ	10
3. ПРОЕКТ “КРЕАТИВЕН РАСТЕЖ”	12
3.1 Резултати от регионалното картографиране – креативност навсякъде	12
3.2 Резултати от работните групи и пилотните проекти	13
3.2.1 Достъп до финансиране	14
3.2.2 Инкубатори	17
3.2.3 Взаимоотношения между образование, изследователска дейност и индустрия	19
3.2.4 Бизнес мрежи в креативните индустрии	22
3.2.5 Пилотни проекти по “Креативен растеж”	24
4. ЗАКЛЮЧЕНИЯ И ПРЕПОРЪКИ ЗА ПОЛИТИКИ	26
4.1 Резултати от наблюдения	26
4.2 Препоръки за политиките от ЕС	28
4.3 Предложения за развитие на ККИ в европейските региони и градове	33
ПРИЛОЖЕНИЯ	35

## ■ Предговор

Ако погледнем към европейските икономически и социални траектории ще забележим, че напоследък единствената константа е промяната. От края на 90-те години на миналия век, работните места в производството в ЕС са намалели наполовина. Това е нагледен пример за превръщане на икономика от традиционна система на масово производство в икономика, основана на знанието, която все повече разчита на услуги и продукти от най-ново поколение, които задоволяват все по-фрагментирания вкус на потребителите. В същото време, социалното и икономическо значение на културните и креативни индустрии постоянно нараства. Изкуството и различните креативни подсектори осигуряват значителен растеж и заетост (около 5 милиона работни места в ЕС <sup>1</sup>) и допринасят за устойчивото икономическо развитие във всички държави-членки. Креативните фирми са основна движеща сила на обновлението и иновациите: структури от всички индустрии използват творческия капацитет за разработване на продукти и услуги, в центъра на които се намира потребителят. Икономиката става все по-обща, свързана в дигитална мрежа и в същото време насочена към удовлетворяване желанията на крайния потребител.

В резултат от това, развитието на културните и креативни индустрии излиза от рамките на правене на политики и застава на първо място в стратегическия дневен ред на много правителства на европейско, национално и регионално ниво.

Като се вземе предвид разнообразието в Европа, не е изненадващо, че в отделните страни и региони усилията и методите в подкрепа на културните и креативни индустрии се различават. Затова обменът на опит как най-добре да се подкрепя креативността е от огромна полза за публичните администрации и структурите за развитие. През

последните 2,5 години това беше във фокуса на проект Креативен растеж, събрал 11 регионални партньора от 9 европейски страни и съфинансиран от програма ИНТЕРРЕГ IV С. Целта на проекта беше партньорите да картографират културните и креативни индустрии във всички региони, да направят сравнение на подкрепящите сектора стратегии, да открият добрите практики, да обменят опит и да се учат един от друг. Освен това бяха направени препоръки за нови политики за растеж, които да се прилагат на всички нива.<sup>2</sup>

Проект Креативен растеж създаде значителни ползи за всички участници в него. Партньорите по проекта вярват, че постигнатите резултати ще стимулират и дебат за политиките на европейско ниво. Правителствата и агенциите за развитие се фокусират предимно върху оценяване на икономическото въздействие на културните и креативни индустрии в ЕС и неговите региони. До скоро обаче малко се дискутираше как да се адаптират (или създадат) политиките за подкрепа на европейско, регионално и местно ниво, така че да отговарят на потребностите на креативната индустрия. Но промяната вече е налице: Европейската комисия, ГД „Предприятия и промишленост“ неотдавна обяви покана за участие в търг за създаване на Алианс на европейските креативни индустрии, който да разработи по-добри схеми за бизнес подкрепа с цел креативен растеж.

В този контекст, следните препоръки за политики имат за цел да стимулират дискусии и сътрудничество между вземащите решения и експертите по иновации на европейско и регионално ниво.

<sup>1</sup> Зелена книга на ЕК „Да отключим потенциала на ККИ“:  
<http://bit.ly/bo4Aqy> (август 2011)

<sup>2</sup> Публичен списък на резултатите от проекта можете да намерите в приложенията и на страницата на проект Креативен растеж:  
[www.creative-growth.eu](http://www.creative-growth.eu)

# 1. Обобщение на наблюденията и препоръки

Основните наблюдения, извършени в рамките на проект Креативен растеж, са обобщени както следва:

- Европа трябва да остане глобален център на креативността, ако иска да бъде по-конкурентоспособна от Северна Америка и Азия.
- Креативните МСП са гръбнакът на Съюза за иновации и трябва да бъдат направени повече усилия в тяхна подкрепа.
- Естеството на иновациите се променя. Различните икономически и социални области все повече се нуждаят от креативен капацитет.
- Светът става все по-свързан и мобилен. Затова се нуждае от интердисциплинарни методи и сътрудничество не само в икономическия, но и в държавния и публичния сектор.
- Креативните движещи сили имат силно местно измерение. Както за иновациите, така и за креативните клъстери най-добрата подкрепа може да бъде осигурена от местни и регионални инициативи.
- Креативният растеж се нуждае от по-креативни политики. Хората, които вземат решения на регионално, национално и европейско ниво, трябва да изпробват нови инструменти за подкрепа и да насърчават експериментите в промишлеността.
- Креативността и производството, както и инвестициите в тях, трябва да се възнаграждават. За целта е необходима стабилна регулаторна рамка.
- Имаме достатъчно доказателства за обществената значимост на креативността и на културните и креативни индустрии в Европа. Нека се фокусираме върху това как най-добре да ги насърчаваме.

На базата на тези наблюдения, консорциумът прави конкретни препоръки за европейски политики, които да насърчават креативния растеж в ЕС:

## 1. **Насърчаване на готовността за инвестиране и увеличаването на инвестициите в креативните индустрии**

- Програми за насърчаване на готовността за инвестиране
- Създаване на нов Инвестиционен фонд за креативните индустрии
- Създаване и поддържане на гаранционни фондове и системи за креативни индустрии на европейско и регионално/местно ниво
- Експериментално микро-финансиране в творческите индустрии
- Съдействие за създаване на добри рамкови условия за стимулиране на инвестициите в креативността

## **2. Подкрепа и предоставяне на помощ на инкубатори и инкубационни услуги**

- Възлагане на проучване за приложимостта на инкубаторите и споделените работни пространства
- Създаване на мрежа от инкубатори с върхови постижения по Седма рамкова програма (FP7)
- Преглед на финансирането от ЕФРР/ЕСФ, за да се гарантира цялостно развитие на инкубаторите в европейските региони
- Създаване на международна мрежа от инкубатори и споделени работни пространства

## **3. Улесняване на взаимоотношението образование – изследване – промишленост (метод Triple Helix)**

- Следващата рамкова програма за научни изследвания следва да съдържа специфичен елемент за насърчаване на креативността
- Да се обмисли възможността за определяне на квота за включване на креативни МСП в направление ИКТ на програмата за научни изследвания (и по-специално в мрежата на инициативите на електронните медии)
- Да се инициира кампания за повишаване на информираността за творческото междусекторно сътрудничество на европейско ниво

## **4. Подкрепа за капацитета на фирмите от креативния сектор и на специалистите за работа в мрежа**

- Пилотният проект в подкрепа на клъстерите на Европейския алианс на креативните индустрии (The European Creative Industries Alliance's) трябва да постави хората в центъра на своите усилия за създаване на мрежа.
- Насърчаване на ширококоловия достъп, както е планирано в областта на цифровите технологии и подкрепа за посредниците, които улесняват работата в мрежи на културните и креативни индустрии.
- Да продължи подкрепата за междурегионални проекти за сътрудничество, насочени към креативните индустрии, за да се даде възможност на всички европейски региони да извлекат ползи от обмяната на опит, както се случи в проект Креативен растеж.

## **5. Адаптиране на съществуващите схеми за подпомагане на бизнеса към реалностите на креативната икономика**

- Разработване на програма, която да помогне на съществуващите подкрепящи организации да добавят креативни елементи към общите услуги, които предоставят на бизнеса (обучения за обучители, разработване на учебни материали и др.)

## **6. Мрежа от офиси, подкрепящи креативните индустрии**

- Да се създаде официална мрежа на всички офиси, подкрепящи креативните индустрии, в рамките на инициативата Дни на отворените врати в Брюксел или на следващата конференция, посветена на културния сектор, която обикновено се организира от страната, председателстваща Европейския съюз.



**7. Да се осигури оставането на креативните индустрии като приоритетен сектор след 2013 г.**

- Трябва да се създаде официална работна група между ГД „Култура и образование“, ГД „Предприятия и промишленост“, ГД „Информационно общество“, ГД „Регионална политика“ и др., за да се гарантира интегрирането в различните политики на съответните политики за креативните индустрии. За момента фокусът трябва да е върху регионалната политика и изследователската политика на ЕС.

**8. Насърчаване на творческото експериментиране с нови, гъвкави схеми на подпомагане**

- Бъдещата Програма „Креативна Европа“ на ГД „Образование и култура“, както и бъдещите програми за изследвания и иновации (FP8 and CIP) трябва да заделят средства за „подтикване“ към творческо сътрудничество и подкрепа за непредвидени експериментални проекти.

**9. Създаване на схема за мобилност на творците и на професионалистите от културните и креативните индустрии**

- Комисията трябва да обмисли създаването на схема за мобилност на творците и професионалистите от културните и креативните индустрии, за да им даде възможност за достъп до нови пазари.

Проектът предлага и някои насоки за разработване на местни и регионални стратегии за културни и креативни индустрии (ККИ стратегии), които са изложени схематично в основната част на доклада.

**A.** Регионалната/местна ККИ стратегия трябва да отговоря на конкретната ситуация и да се базира на факти

**B.** Насърчаване на участието в сделки и закупуването на акции

**C.** Поощряване на интердисциплинарните политики

**D.** Комуникацията и лидерството са ключът към успеха

**E.** Не забравяйте институциите за изкуство и култура

**F.** За стартиране на ККИ са необходими инвестиции в инфраструктурата и в хората

**G.** Присъединете се към национални и международни инициативи

**H.** Насърчавайте гъвкавостта и прозрачността на структурите за подкрепа



## 2. Развитие на културните и креативните индустрии и Европа 2020

### 2.1 Значението за Европа на културните и креативните индустрии

Съществуват много доказателства, че културните и креативните индустрии са жизнено важни за икономическото възстановяване на Европа, за създаването на работни места и за конкуренцията в световен мащаб. Следващият текст обобщава накратко някои от ключовите резултати от изследванията в тази връзка, като същевременно признава, че има много други доклади, които го правят по-подробно.<sup>3</sup>

Според работен документ на Европейската комисия от 2010 г., креативните индустрии създават 3.3 % от общия БВП на Европейския съюз и 3 % от заетостта в Европа и са сред най-динамичните сектори в ЕС. Въпреки, че ръстът на заетостта е неравномерно разпределен между различните подсектори, като цяло в креативните индустрии тя се увеличава средно с 3.5 % годишно през 2000-2007 г. За сравнение, заетостта за икономиката на ЕС като цяло<sup>4</sup> се увеличава с 1.0 % годишно.

Установено е, че развитието на културните и креативните индустрии има значителен ефект върху другите индустрии. Например допринася за:

- Развитие на ИКТ инфраструктура (широколентова връзка и др.) и разпространението на потребителска електроника (вземете предвид успеха на Apple и др.)
- Атрактивността на някои туристически дестинации (Билбао, Будапеща, Берлин и др.)
- Регенерацията на региони и градове (да вземем за пример възстановяването на зоната на Манчестър в северозападна Англия през последните 20 години)

В този контекст, в посочения по-горе доклад за конкурентоспособността се подчертава, че „креативните индустрии са не само иновативни сами по себе си, но са и важни двигатели на иновациите в не-креативните индустрии“<sup>5</sup>. Освен това, организации с различни компетентности все повече разчитат на услугите и сътрудничеството с креативни фирми, за да обновят своите продукти и услуги и да достигнат по нов начин до своите клиенти и партньори. Изследване на Националния фонд за наука, технологии и изкуства (NESTA) на Великобритания показва, че „за фирмите, които изразходват за креативност средства, които са два пъти повече от средното ниво, вероятността за въвеждане на иновации е 25%.“<sup>6</sup>

Ето защо фирмите от креативния сектор могат да се разглеждат като модели за подражание при въвеждането на нов вид иновации, които разчитат както на културното разбиране, интуицията на потребителя, експеримента и съвместната работа, така и на технологичната експертиза. Тяхното значение за по-нататъшното икономическо възстановяване и растеж в цяла Европа трябва да бъде признато и насърчено.

<sup>3</sup> Подробности за различните дефиниции за креативните индустрии можете да намерите в Зелената книга на ЕК „Да отключим потенциала на ККИ“, както и в проучване за икономиката от 2006 г. И двата документа се намират на адрес <http://bit.ly/IQhVN4>

<sup>4</sup> Работен документ на Комисията към Доклад за европейската конкурентоспособност 2010., публикуван на 28.10.2010 (SEC (2010) 1276 final). Цифрите са по-големи от тези, посочени в проучването от 2006 г., според което креативните индустрии създават 2,6% от БВП на ЕС и 5 млн. работни места

<sup>5</sup> Доклад за европейската конкурентоспособност 2010 можете да намерите на <http://bit.ly/8Yv4wG>

<sup>6</sup> Виж брифинга на NESTA: <http://bit.ly/mjoKwX>

## 2.2 Европейска стратегия за креативен растеж?

Вдъхновени от някои прогресивни региони на ЕС и държави-членки, които проучват и подкрепят развитието на културните и креативните индустрии в ранен момент, европейските институции отбелязаха значителен напредък през последните години в разработването и частичното прилагане на стратегия, чрез която да се разгърне потенциалът на креативните индустрии в цяла Европа. Въпреки че подробното описание на свършеното на ниво ЕС е извън обхвата на този доклад, ще ви представим накратко някои основни моменти и мнения за предизвикателствата, които ни предстоят.

- Европейската програма за култура в глобализацията се свята е първата по рода си европейска стратегия, която дава изчерпателно описание на значението на културата в Европейския проект. По отношение на икономическия потенциал на културните и креативните индустрии се предлага ЕС да използва потенциала на културата като катализатор на креативността и иновациите.<sup>7</sup>
- Потенциалът на културните и креативните индустрии и техният принос за икономическото и социално обновление на Европа бяха потвърдени от няколко резолюции и решения на Съвета.<sup>8</sup>
- Освентова, Европейският парламент играе важна роля във свършенството на подхода на ЕС за подобряване развитието на креативните индустрии. От регионална гледна точка, ЕП специално подчертава значението на подкрепата за „специфични проекти, адаптирани към местното или регионалното ниво, защото те са най-ефективните и устойчиви проекти за регионално и градско развитие“.<sup>9</sup>
- За да се улесни „Отворения метод на координация“ (взаимодействие между европейските политики и политиките на държавите-членки), бяха създадени няколко групи от заинтересовани страни.<sup>10</sup>
- И накрая, стратегията на ЕС за креативните индустрии беше вдъхновена от няколко изследвания, възложени от ЕК, които разглеждат от различни гледни точки развитието на креативния сектор.<sup>11</sup>

Тези разработки доведоха до публикуването през 2010 г.<sup>12</sup> на Зелена книга за отключване потенциала на културните и креативните индустрии на Европейската комисия. Зелената книга очертава много от основните спорни въпроси. Тя беше публикувана за консултации и привлече повече от 350 индивидуални отговора от сферата на промишлеността, научните изследвания и държавното управление, както и от много посреднически институции. Много от анкетирания работят на местно и регионално ниво<sup>13</sup>. По-голямата част от отговорилите приветстват всеобхватния и по-скоро общ начин на разглеждане на ключовите въпроси. Други респонденти поискаха по-целенасочен анализ на най-важните теми (културното многообразие, авторското право, бизнес моделите/инвестициите в креативността, обществените механизми за подкрепа). Предстои да разберем дали тези въпроси ще бъдат разгледани в официалното изявление на Европейската комисия за културните и креативните индустрии, което се очаква към края на 2011 г.

Повечето от посочените по-горе документи бяха разработени на стратегическо ниво, но вече има и реализирани конкретни възможности за финансиране на ККИ:

<sup>7</sup> Официално изявление на Комисията COM(2007) 242

<sup>8</sup> Заклучения на Съвета за приноса на културните и креативните сектори за постигане на Лисабонските цели, 2007: <http://bit.ly/lc7kls> and Заклучения на Съвета за културата като катализатор за креативност и иновации, 2009: <http://bit.ly/mGUJpA>

<sup>9</sup> Резолюция на Европейския парламент от 2 април 2009 г. за ролята на културата за развитието на Европейските региони

<sup>10</sup> Резюме на резултатите можете да видите тук: <http://bit.ly/kNIYxm>

<sup>11</sup> Последните проучвания за влиянието на културата върху креативността, за приноса на културата за местното и регионалното развитие, за мащабите на предприемачеството в ККИ и за ролята на културата в европейската икономика можете да намерите на <http://bit.ly/IQhVN4>

<sup>12</sup> COM(2010) 183

<sup>13</sup> Мненията можете да намерите тук: <http://bit.ly/bo4Aqy>



- Европейският алианс на креативните индустрии, инициран от ГД „Предприятия и промишленост“, който трябва да стартира през 2011 г., ще създаде политическа платформа, група от експерти на високо равнище и няколко пилотни проекта, които да насърчат разпространяването на ефекта сред културните и креативните индустрии и бизнеса от другите индустрии.<sup>14</sup>
- Очаква се през лятото на 2011 г. ГД „Изследвания“ да публикува покана за представяне на предложения, свързани с изследване на взаимната зависимост между креативност, култура, креативни индустрии и иновации.<sup>15</sup>
- В момента ЕК обмисля създаването на нова програма за подкрепа, наречена „Креативна Европа“, която ще обедини в една голяма инициатива програмите „Култура“ и „МЕДИА“.<sup>16</sup>
- Няколко проекта за транснационално сътрудничество с фокус върху развитието на регионалния сектор, подобно на проект „Креативен растеж“, бяха подкрепени от INTERREG, URBACT, FP7 и други програми на ЕК.<sup>17</sup>

### 2.3 Бъдеще предизвикателства пред подкрепата за по-креативна Европа

Бъдещите задачи са добре очертани в последната Зелена книга на Европейската комисия:

„През последните десетилетия светът се развиваше с по-бързи темпове. В Европа и други части на света бързото въвеждане на нови технологии и нарастващата глобализация означаваше значително отдалечаване от традиционната промишленост в посока на услугите и иновациите. Фабриците постепенно биват заменени от творчески общности, чиято суровина е способността им да измислят, създават и да правят нововъведения... Ако Европа иска да остане конкурентоспособна в тази променяща се глобална среда, е необходимо да създаде подходящи условия, позволяващи развитието на креативността и иновациите в условията на нова предприемаческа култура.“<sup>18</sup>

Във връзка с посочените по-горе политики, проект „Креативен растеж“ идентифицира някои предизвикателства и възможности, които са описани по-долу.

#### 2.3.1 Предизвикателства на стратегическо ниво

Въпреки засиленото внимание в момента към ККИ на ниво Европейски съюз, остава да се види дали те ще получат адекватно признание в инициативата на ЕК, разгърната в рамките на Европа 2020<sup>19</sup> - по-специално Цифровият дневен ред на Европа<sup>20</sup> и Съюза за иновации<sup>21</sup>. Една нова, по-широка и креативна иновативна концепция ще бъде от ключово значение за двете инициативи. Това е изключително важно, защото по такъв начин ще бъдат възнаградени креативността и инвестициите в културни и креативни индустрии, а дългосрочната иновативна подкрепа ще стане достъпна за заинтересованите страни. Освен това е важно Европейския съюз и неговите държави-членки да поддържат регулаторни рамки, които насърчават креативността и инвестициите в нея.

<sup>14</sup> Поканата за представяне на предложения можете да намерите тук: <http://bit.ly/gJWNVW>

<sup>15</sup> По времето на изготвянето на този доклад, поканата все още не беше публикувана. Най-вероятно ще бъде публикувана тук: <http://bit.ly/ikBCXB>

<sup>16</sup> Прочетете предположенията за това в статията на Screen Daily: <http://bit.ly/iVHhWu>

<sup>17</sup> Например: Creative Metropoles, ECCE Innovation, Creative Clusters in Low Density Rural Areas, CREATE, CREA:RE и др..

<sup>18</sup> Комюнике на ЕК „Да отключим потенциала на ККИ“, стр. 2

<sup>19</sup> [ec.europa.eu/eu2020/](http://ec.europa.eu/eu2020/)

<sup>20</sup> Подробности за Цифров дневен ред на Европа: <http://bit.ly/aNbiQA>

<sup>21</sup> Подробности за Съюз за иновации: <http://bit.ly/al26qT>

### 2.3.2 Предизвикателства във връзка с регионалната политика на ЕС

Остава да разберем дали в дизайна на структурните фондове след 2013 год. ще бъде отразен иновативният капацитет на креативните индустрии, който беше във фокуса на последното официално изявление на ЕК за регионално развитие и интелигентен растеж<sup>22</sup>. Като се има предвид големия дял от ресурси на ЕС, които се разпределят чрез структурните фондове, изглежда че това ще бъде едно от най-важните предизвикателства.

Наскоро Европейската комисия възложи независимо проучване, за да се разбере по-добре връзката между развитието на културните и креативните индустрии и регионалната конкурентоспособност. Проучването установи, че има силна корелация между двата фактора. Все пак в доклада се посочва, че европейското финансиране в подкрепа на проекти за култура и на проекти за креативност „вероятно е подчертано по-малко в сравнение с дела на сектора в цялата икономика и почти сигурно е по-малко от неговия потенциален принос за постигане целите на кохезионната политика“. С други думи, създателите на политики на европейско и регионално ниво трябва да наблегнат повече на креативното развитие и да насочат ресурси към него<sup>23</sup>.

Тази посока на мислене е адекватно отразена в последното официално изявление на Европейската комисия за приноса на регионалното развитие към интелигентния растеж. Цял раздел е посветен на значението на културните и креативните индустрии за „интелигентната специализация“ (интелигентната специализация е нова концепция, разработена от Европейската комисия и се намира в центъра на новата политика за регионално развитие)<sup>24</sup>. Въпреки това, от съществено значение ще бъде да се гарантира, че фокусът върху креативността и културните и креативни индустрии ще се запази през следващите месеци и години, когато се договаря новия бюджетен период (2013 -2020) на Европейския съюз. Нека погледнем в някои важни документи: в Петия доклад за сближаване на ЕК<sup>25</sup>, публикуван през м. януари 2011 г., не се споменават термините креативност или култура, въпреки че това е основният стратегически документ, който е от значение за бъдещия дизайн на структурните фондове. Същото се случва и с S3 (платформа „Интелигентна специализация“), която трябва да събере регионални мрежи на равнище ЕС за генериране на добри идеи за приоритети, които да се финансират през новия период на структурните фондове<sup>26</sup>. До сега заинтересованите лица от креативните индустрии не са ангажирани със създаването на платформата.

### 2.3.3 Предизвикателства във връзка с подкрепящите механизми за ККИ

Вече е доказана обществената значимост на креативността и креативните индустрии. Сега публичните администрации и посредниците трябва да насочат своето внимание към политиките за подкрепа, как да бъдат преформулирани съществуващите и какви нови да бъдат създадени, за да се улесни креативния растеж.

Често съществуващите общи схеми за подкрепа не са подходящи за бизнеса в сферата на културата и креативността. Проблемите са многостранни: креативните компании не знаят за тях или не разполагат с необходимите ресурси, които да им позволят да преминават през тежките процеси, прилагани за големи корпорации. Освен това, агенциите за подпомагане често подценяват потенциала за растеж на компаниите от креативния сектор. Затова общите схеми за подпомагане трябва да бъдат отворени за компании от ККИ и да бъдат разработени нови схеми, които да отговарят на потребностите на креативния сектор. Ние правим конкретни препоръки в това отношение в точки 3 и 4.

<sup>22</sup> Приносът на регионалната политика за устойчивия растеж в Европа 2020 - COM(2011) 17 - 26/01/2011: <http://bit.ly/dRHsGI>

<sup>23</sup> проучване за приноса на културата към местното и регионалното развитие –данни от Структурните фондове. Резюме на стр.9 можете да намерите на: <http://bit.ly/b6j3hq>

<sup>24</sup> Приносът на регионалната политика за устойчивия растеж в Европа 2020 - COM(2011) 17 - 26/01/2011: <http://bit.ly/dRHsGI>

<sup>25</sup> Пети доклад за икономическо, социално и териториално сближаване: <http://bit.ly/aXt4uY>

<sup>26</sup> Повече информация за интелигентната специализация можете да намерите на: <http://bit.ly/IAw20Q>



От друга страна, експертите по иновации все по-често поставят въпроса дали съществуващите схеми за подкрепа на бизнеса добре подготвят компаниите и предприемачите за предизвикателството да правят бизнес в силно обвързана и нестабилна бизнес среда. Например NESTA твърди, че процесите са станали толкова сложни и взаимнообвързани, че бъдещите траектории на иновациите са трудно предвидими. Според техните проучвания, публичните агенции трябва да използват по-експериментален подход за подкрепа на иновациите, особено при подпомагане на компании и изследователски институти, чрез предоставяне на нови знания и широко разпространение на резултатите от оценката. Последното е важно, защото дефицитът на информация е основната бариера пред иновативността на много МСП<sup>27</sup>. Често подкрепата за включване в експериментални проекти на компании от креативния сектор води до последващи иновации. Това е така, защото доставчиците на креативни услуги са склонни да помагат на компаниите да развият по-пазарно ориентирани и насочени към клиентите продукти и услуги<sup>28</sup>.

Освен това, неоспорима е необходимостта от засилване на интердисциплинарното сътрудничество не само в промишлеността, но и между хората, отговорни за създаването на политиките. Само чрез обединяване на вземащите решения в различни области като култура, развитие на креативната индустрия, иновационна политика, образователна политика, политика за научни изследвания, политики в подкрепа на МСП и индустрията и др., креативният потенциал може да бъде включен в други политики. Тази теза е широко отразена в много отговори до Зелената книга на Европейската комисия<sup>29</sup>.

<sup>27</sup> Отличен анализ на този нов и радикален начин на мислене е статията "Състояние на несигурност: иновационна политика чрез експериментиране", която можете да намерите на: <http://bit.ly/jFmeKa>

<sup>28</sup> NESTA разработи програма Креативни кредити, която е първата ваучерна схема в света за разпространяване на креативността: [www.creative-credits.org.uk](http://www.creative-credits.org.uk)

<sup>29</sup> Работен документ на комисията SEC (2011) 399 final

## 3. Проект „Креативен растеж“

През последните 3 години консорциум „Креативен растеж“ работеше в тясно сътрудничество, за да проучи и оптимизира подхода на всеки партньор за по-добра подкрепа на културните и креативните индустрии.

Проектът имаше за цел да картографира културните и креативните индустрии във всички региони, да сравни стратегиите за подкрепа на бизнеса от сектора и да открие добрите практики в това отношение, както и да се обмени опит и добри практики. Освен това бяха разработени предложения за нови политики за растеж, които да бъдат приложени на всички нива. Текстът по-долу описва накратко научените уроци, които са актуални за хората, отговорни за създаването на политиките.

### 3.1 Резултати от регионалното картографиране

#### – креативност навсякъде

В началото на проекта консорциумът направи упражнението с картографирането, за да формира общо разбиране за същността, ситуацията, икономическото и общественото значение на културните и креативните индустрии. За целите на анализа трябваше да се идентифицират различни части или сектори на ККИ. От Креативен растеж за картографирането бяха използвани следните:

- Вестници и списания
- Компютърен софтуер
- Телевизия и радио
- Реклама
- Филми и видео
- Фотография
- Игралки
- Паркове за развлечение и туристически места
- Музика
- Мода и дизайн
- Изкуство и занаяти
- Литература
- Изобразително изкуство, театър и танци
- Архитектура

Накратко, резултатите от статистическия анализ показват, че културните и креативните индустрии са основен двигател на развитието в различни региони на ЕС и че този феномен излиза извън границите на столиците на държавите-членки на ЕС<sup>30</sup>. Приносът на културните и креативните индустрии е между 5% и 10% от БВП на съответната регионална икономика. Освен това, ръстът на културните и креативните индустрии е по-висок в сравнение с общия икономически растеж в почти всички региони. Сектори като мода&дизайн и архитектура са сред най-големите креативни сектори в регионите.

<sup>30</sup> Тази констатация се подкрепя и от резултатите на проект „Креативни клъстери в градски райони с ниска гъстота на населението», също финансиран от ЕС: <http://bit.ly/bIVzE0>

Разнообразието на партньорите по Креативен растеж е илюстрация на разнообразието на културните и креативните индустрии в целия Европейски съюз. Регионалните различия се коренят в големината на съответния регион (партньорството включва регион с 4,6 милиона жители и регион с 0,2 милиона жители), неговият икономически просперитет и нещо много важно – културното наследство, езика и ролята на публичния сектор в подкрепа на културните и креативните инициативи. Разбира се, към всички тези фактори трябва да прибавим и географското местоположение. В този контекст, партньорството отново е уникално, защото се състои от региони, които имат сравнително голям географски обхват: Испания, Италия, България, Румъния, Литва, Швеция, Дания и Шотландия имат представители в проекта.

Констатацията, че ККИ са от значение за регионалната динамика в целия Европейски съюз, е подкрепена от независимо изследване: доклад на Обсерваторията на европейските клъстери показва, че в момента най-високи темпове на растеж имат креативните индустрии в региони от Централна Европа и „новите“ държави-членки – Литва, Естония, Словакия, Латвия и Словения.<sup>31</sup>

### 3.2 Резултати от работните групи и пилотните проекти

Креативен растеж идентифицира и анализира 4 ключови теми във връзка с по-доброто подпомагане на културните и креативните индустрии на регионално и местно ниво. За да тества нови методи за по-добра подкрепа на компаниите от креативния сектор, партньорството реализира и 4 малки пилотни проекта. По-долу в текста накратко са представени констатациите и резултатите от тези дейности и тяхната приложимост към настоящото развитие на ЕС.



Освен това, настоящият документ съдържа резюме на препоръките на проекта за европейска политика, което можете да намерите в раздел четири на този доклад и обобщение на препоръките за политики, направени от работните групи. И накрая е представен казус, който илюстрира добра практика в контекста на доклада.

<sup>31</sup> European Cluster Observatory, доклад „Културни и креативни индустрии“, март 2010 г.: [www.europe-innova.eu](http://www.europe-innova.eu)

### 3.2.1 Достъп до финансиране

Компаниите и предприемачите от креативния сектор трудно достигат до финансиране – публично и частно – за да стартират или да се развиват. Многопластовите причини за това бяха анализирани и дискутирани от тематична работна група „Достъп до финансиране“<sup>32</sup>. Тя установи, че вина за това имат както самите креативни индустрии, така и финансистите.

Компаниите от креативния сектор са изправени пред структурни предизвикателства, не познават съществуващите финансови инструменти и нямат умения в привличането на инвеститори. Често не успяват да представят пред инвеститорите потенциала за растеж на своите идеи, продукти и услуги. От друга страна, финансовата общност, както и някои публични структури, не могат да идентифицират и оценят нематериалните активи на компаниите от креативния сектор и техните проекти. За тях е трудно да оценят и рисковете при инвестиране в творчески проекти.

Тематичната работна група идентифицира някои инвестиционни схеми в партньорските региони на Креативен растеж, които могат да се използват и в подкрепа на креативните компании. Освен това, тя идентифицира и редица области, в които организации за подкрепа на бизнеса могат да подготвят за инвестиции креативните предприемачи.

На ниво ЕС, достъпа на МСП до финансиране основно е грижа на европейските институции. Програми като Конкурентоспособност и иновации<sup>33</sup> и институции като Европейска инвестиционна банка<sup>34</sup> и Европейски инвестиционен фонд<sup>35</sup> предлагат различни схеми за насърчаване на малките и средни предприятия. Те обаче рядко се използват от компаниите от креативния сектор. Това се признава от Зелената книга за креативните индустрии<sup>36</sup> и много проучвания за потенциала на сектора. Засега не е постигнато много на ниво ЕС по отношение предоставянето на значителни публични инвестиции за сектора (схеми като MEDIA<sup>37</sup>), но стартирацията Европейски алианс на креативните индустрии ще подкрепи пилотен проект в креативните индустрии<sup>38</sup> за достъп до финансиране. Препоръките на Креативен растеж ще бъдат взети под внимание в този пилотен проект.

Иновативни обществени посредници създадоха фондове за креативни индустрии на регионално ниво – често с помощта на регионални банки. Освен това, посредниците предоставят и подходящи услуги (менторство, работа в мрежи и схеми за бизнес обучение), чрез които се повишава инвестиционната готовност<sup>39</sup> на компаниите от креативния сектор. Тези интервенции обаче са недостатъчни и обмяната на опит между регионите ще бъде от полза.

<sup>32</sup> Виж доклада на ТРГ „Достъп до финансиране“ на Креативен растеж

<sup>33</sup> Виж финансовите инструменти на програма „Конкурентоспособност и иновации тук: <http://bit.ly/mUgle9>

<sup>34</sup> Виж инвестиционните възможности за МСП на ЕИБ тук: <http://bit.ly/iW0yB0>

<sup>35</sup> Виж схемите за МСП на ЕИФ тук: <http://www.eif.org/>

<sup>36</sup> Зелена книга стр.11 раздел 3.3 Достъп до финансиране

<sup>37</sup> Уеб страница на MEDIA: <http://bit.ly/clmlWG>

<sup>38</sup> Документи за кандидатстване и допълнителна информация за проекта можете да намерите тук: <http://bit.ly/gJWNVW>

<sup>39</sup> Държавната инвестиционна банка на Берлин създаде фонд „Рисков капитал“ за креативни индустрии: <http://bit.ly/plF82w>. Проект ImMediaTe, подкрепен от ГД „Предприятия и промишленост“, има за цел да повиши инвестиционната готовност на предприемачите от креативните индустрии: <http://bit.ly/g8Aieu>

## Препоръки на Креативен растеж за достъп до финансиране на ниво ЕС

Накратко, консорциумът по проекта предлага Европейският съюз да насърчава инвестициите и инвестиционната готовност на креативните индустрии чрез:

- Програми в подкрепа на инвестиционната готовност (чрез СІР, ЕСФ, схеми по „Учене през целия живот“)
- Създаване на нов инвестиционен фонд за креативните индустрии (чрез ЕИФ и ЕИБ)
- Експериментално микро-финансиране в креативните индустрии (чрез схема Прогрес)
- Съдействие за създаване на законова среда, която стимулира инвестициите в креативността
- Осигуряване на гаранции, за да се намали и покрие инвестиционния риск
- Насърчаване на рисковия капитал и мрежите на бизнес ангелите

## Общи препоръки на ТРГ за достъпа до финансиране

- Създаване на програми за инвестиционна готовност на сектора (обучение, изграждане на капацитет, работа в мрежи и др.)
- Подобряване на услугите и капацитета на посредническите организации на местно ниво с цел подобряване на подкрепата за ККИ
- Подобряване на рамковите условия за сектора, за да се даде възможност за повече инвестиции
- Увеличаване на публичните инвестиции чрез нови финансиращи линии и адаптиране на съществуващите общи финансиращи линии. Привличане на частни инвестиции чрез инструментите на публично-частното партньорство.



## **Казус: ImMediaTe**

ImMediaTe е иновационен проект, финансиран от ГД „Предприятия и промишленост“. Той има за цел да улесни създаването на по-тесни връзки между компаниите от креативния сектор и финансовата общност. Проектът не се управлява от член на Креативен растеж, но консорциумът взема под внимание неговият принос за подобряване да достъпа до финансиране на регионално ниво.

Целева група на ImMediaTe са цифровите медии и креативните индустрии:

- Насърчава инвестиционната готовност на компаниите
- Насърчава ориентиранието на инвеститорите към сектора

В периода 2010-2011 г. ImMediaTe организира серия от тематични събития (по едно във всеки от участващите клъстери), за да мобилизира местните МСП и заинтересованите лица. Бяха привлечени и предварително избрани международни участници. Всяко събитие предложи по 3 пакета ad hoc менторство, бизнес и финансови услуги на МПС от съответния клъстер:

### **1 - ImMediaTe Академия**

*(разширяване на пакета за подкрепа на уменията)*

Пакетът осигурява бизнес и технически курсове по критични аспекти на медийната грамотност за креативни таланти и предприемачи, включително мениджмънт, маркетинг и права върху интелектуалната собственост.

### **2 - ImMediaTe Пазарен форум**

*(пакет за подкрепа с цел излизане на международния пазар)*

Пакетът предлага високо ниво на оценка от медийни експерти, представяне на ключови тенденции, пазарен шанс и конкретни възможности на компаниите да представят своите проекти пред международни спонсори, дистрибутори, брокери, под-доставчици и други потенциални партньори.

### **3 - ImMediaTe Инвестиционен форум**

*(пакет за подкрепа на инвестиционната готовност)*

Пакетът предлага организиране на сесии, където избраните компании се срещат с международни финансови инвеститори, заинтересовани от сключване на сделки с фирми, които се намират на различен етап на развитие (в зародиш, новосъздадени, разрастващи се и др.). Специално внимание се отделя на възможността за създаване на условия за обединяване, трансгранично сътрудничество и публично-частно съфинансиране.

Проектът се разглежда като пример за добра практика, тъй като обединява усилията на повече от 5 европейски структури, свързани с подобряването на инвестиционната готовност на креативния сектор.

За допълнителна информация посетете сайта на ръководителя на консорциума Filas: <http://www.filasinternational.eu/immediate/project.asp>



### 3.2.2 Инкубатори

Вероятността за успех на стартиращ бизнес се увеличава, ако фирмата се намира в инкубатор по времето на нейното създаване. Това е валидно и за компаниите от креативния сектор. За да проучи факторите за успех в инкубатори за фирми от креативния сектор, тематичната работна група „Инкубатори за креативни предприемачи“ разгледа 27 казуса от цяла Европа<sup>40</sup>. Работната дефиниция за инкубатор е съчетание от нематериалните услуги, които те предлагат на фирмите (бизнес консултации, работа в мрежа, обучение и др.) и физическо местоположение (пространство за офис, място за срещи и работа в мрежи и др.).



Работната група установи, че инкубаторите значително се различават помежду си. Предлаганите услуги, „отглеждането“ на фирмите и разбирането за инкубатор зависят до голяма степен от институцията, която го управлява. Често инкубаторите получават смесено финансиране, като структурните фондове на ЕС са един от източниците за това. При създаването на инкубатори със специално предназначение, основното предизвикателство е да се намери баланс между използването на съществуващата инфраструктура и ресурсите, които улесняват връзките с другите сектори и в същото време да се предложи уникална среда, която отговаря на потребностите и особената предприемаческа култура на стартиращите креативни фирми. Предвид продължаващата поява на инкубатори, споделени работни пространства и фабрични лаборатории из цяла Европа, тематичната работна група установи, че от полза за техните инициатори и мениджъри ще бъдат добрите практики, свързани с предлагането на качествени услуги и на съответните индикатори за ефективност. Предложенията на групата в този контекст (виж доклада на ТРГ) ще бъдат доразвити в раздел 4.

На ниво ЕС, Комисията призна ползата от инкубаторите за насърчаване на креативния растеж. Цял раздел на Зелената книга е посветен на въпроса как могат „пространствата“ най-добре да подпомагат творческите предприятия<sup>41</sup>. Проучване за приноса на културата към местното и регионалното развитие доразвива тази теза, като включва доказателства, че креативните индустрии се нуждаят и успешно използват специализирани инкубационни услуги и пространства (казуси, които илюстрират това в доклада, са Mannheim и Zeche Zollverein в Германия).<sup>42</sup>

<sup>40</sup> Креативен растеж, доклад на тематична работна група „Инкубатори за креативни предприемачи“, 2011

<sup>41</sup> Стр. 8, раздел 3.1.

<sup>42</sup> Стр. 83.

## Препоръки на Креативен растеж по отношение на инкубаторите

- Да се възложи проучване за значението на инкубаторите и споделените работни места
- Да се създаде мрежа по Седма рамкова програма за върхови постижения на инкубатори и съвместни работни места
- Да се направи преглед на ЕФРР/ЕСФ, за да се гарантира цялостното развитие на инкубаторите в европейските региони
- Да се създаде международна мрежа от инкубатори и съвместни работни места

## Общи препоръки на ТРГ по отношение на инкубаторите

- Увеличаване на инвестициите и на усилията за създаване на специфични ККИ инкубатори
- Събиране и анализ на доказателствата за ефективността на специфичните инкубатори
- Насърчаване на връзките на инкубаторите с основните креативни екосистеми в даден град или регион
- Предоставяне на инкубационни пространства, вместо само на пространства

### **Казус: Spinderihallerne, Дания**

Spinderihallerne е новосъздаден инкубатор за креативни индустрии във Вайле, Дания. В него са настанени повече от 40 креативни фирми, Център за култура и бизнес и много културни институции. Инкубаторът предоставя не само пространство за фирми от креативния сектор, но и различни услуги.

- Повече от 70 предприемача, желаещи да започнат собствен бизнес, са преминали през обучителната програма на инкубатора
- Инкубаторът е обхванал повече от 60 креативни предприятия, 3 университета и още 20 фирми с принос към креативността. Така той носи отговорност за организирането на малък креативен клъстер, който излиза извън географския обхват на Spinderihallerne
- Инкубаторът организира богата програма от събития и целенасочени дейности. Сътрудничи си с други частни инкубатори.

За допълнителна информация: <http://www.spinderihallerne.dk/>

Датският инкубатор се разглежда като пример за добра практика как градовете и регионите могат да използват пространствата, за да осигурят адекватна среда и подкрепа за развитие на креативните индустрии.

### 3.2.3 Взаимоотношения между образование, изследователска дейност и индустрия

Иновациите са сърцето на креативния процес и са от съществено значение за успеха на креативния бизнес. Въпреки това, самото създаване на иновации доскоро беше отделено от изследователската дейност и образованието. Промяната вече е налице: цифровите технологии промениха същността на креативното развитие, затова креативният бизнес от сферата на производството и дистрибуцията, както и много образователни и изследователски институти все повече се търсят помежду си за да работят съвместно, да разработват нови идеи, продукти и услуги. Тази тенденция се проявява в нови партньорства и в нови институции<sup>43</sup>.

Тематичната работна група „Взаимоотношения между образование, изследователска дейност и индустрия“ проучи този феномен и обсъди как може да се съдейства за разширяване на сътрудничеството между различните заинтересовани лица, като се започне от сферата на учене през целия живот и обучение и се стигне до концепциите за трансфер на нови технологии<sup>44</sup>. Бяха идентифицирани и анализирани редица казуси в това отношение и разработени подробни препоръки за развитие на креативните индустрии чрез прилагане на тройния спираловиден подход.

На ниво ЕС тази тема дълго време не беше сред основните компоненти на политическия дебат за креативните индустрии. Наскоро обаче, ЕК възложи проучване за мащабите на предприемачеството в културните и креативните индустрии, което призовава за укрепване на връзките в сектора между образованието, изследователската дейност и индустрията<sup>45</sup>. Проучването специално призовава за създаване на ваучери за иновации, за да се даде възможност на креативни МСП за достъп до експертиза в сферата на иновациите. Предлага се посредниците да осъществяват връзката между образованието, изследователската дейност и креативните компании, за да се осигури по-добър обмен на знания. До сега тези предложения не са довели до забележима стратегическа промяна в изследователската програма на ЕК (Седма рамкова програма), която продължава да финансира предимно технологично ориентирани проекти, а участието на креативните заинтересовани страни е незначително. Въпреки това, както вече споменахме, очаква се тази година<sup>46</sup> ЕК да обяви покана за представяне на предложения, които имат връзка с креативни компании и иновативна изследователска дейност. Освен това, Алиансът на креативните индустрии, който ще бъде създаден, ще включва няколко пилотни проекта за ваучери за креативност, някои от които са за укрепване на връзките между изследователската дейност и креативните предприятия.

<sup>43</sup> Напр. Финландия наскоро обедини Техническият университет, Университета за изкуство и дизайн и Икономическия университет, за да създаде нов вид интердисциплинарно висше образование и изследователска институция – Университет Aalto. Една от основните причини за това е постигане на по-креативни резултати в рамките на различните дисциплини:  
<http://www.aalto.fi/en/about/>

<sup>44</sup> Виж доклада на ТРГ. Стр. 4

<sup>45</sup> Стр. 12.

<sup>46</sup> Изразено по време на телефонен разговор със служител от отдел на Седма рамкова програма

На регионално ниво, агенциите за развитие, които са заинтересовани от укрепването на тези отношения, са изправени пред сходни предизвикателства за разширяване на междуведомственото, технологичното и секторното сътрудничество. Проект CReATE, финансиран от програма „Региони на знанието“ (Седма рамкова програма), обедини 4 европейски региона за да разработят ИКТ-ориентирани иновационни стратегии за развитие на регионалните креативни индустрии<sup>47</sup>.

### Препоръки на Креативен растеж по отношение на образованието, изследователската дейност и индустрията

Препоръки на Креативен растеж по отношение на образованието, изследователската дейност и индустрията

- Следващата рамкова програма за научни изследвания трябва да съдържа специфичен компонент за насърчаване на креативността
- Трябва да се помисли за квота за интегриране на креативни МСП в ИКТ компонента на изследователската програма
- Да се инициира кампания за повишаване на информираността за креативното междусекторно сътрудничество на ниво ЕС

### Общи препоръки на ТРГ по отношение на образованието, изследователската дейност и индустрията

- Да се насърчава развитието на управленски умения сред хората, изучаващи ККИ
- Висшето образование да дава предимство на сътрудничеството между заинтересованите лица от креативната индустрия
- Да се съдейства за създаване на по-добри връзки между изследователската дейност и бизнеса
- Да се насърчава трансфера на креативен капацитет към традиционния бизнес
- Да се поощряват хората, които отговарят за създаването на политики за иновации, да бъдат по-отворени към креативността и по-интердисциплинарни

<sup>47</sup> Програмата за съвместни научни изследвания, разработена от CReATE, която идентифицира бъдещи тенденции и важни технологии по отношение развитието на креативните индустрии, е достъпна тук: [www.lets-create.eu](http://www.lets-create.eu)

### **Казус: Академичен център за придобиване на умения, Единбург (ESSAMA)**

ESSAMA е избран като пример за добра практика, защото илюстрира как индустриалната практика и креативното сътрудничество, които се намират извън организационните граници на образователния институт, могат да добавят стойност на обучението за студенти, които се стремят да работят в културните и творческите индустрии.

Във фокуса на академията са сектори като филми, видео, телевизия, радио и фотография. Целевата група се състои от студенти и индустриални практики, като по този начин се комбинират допълнителното обучение и висшето образование. Чрез предоставяните от академията услуги се интегрират и практическите перспективи на културните и креативните индустрии:

- Предоставяне на образование: бакалавърски и магистърски програми + непълно работно време и модули за дистанционно обучение
- Установяване на връзки с индустрията: програми за професионална практика за студенти (работа в мрежа с индустриални професионалисти, менторство, работни стажове, майсторски класове и др.)
- Обучения за професионалисти от ККИ (вкл. курсове, финансирани от програма MEDIA на ЕК)

В допълнение на това, ESSAMA се стреми да работи в мрежа и да излезе извън физическия обхват на Академията чрез организиране на „креативно сътрудничество“ в рамките на мрежата. Събитието се опитва да свърже училището, неговите ученици, участници и служители с креативната общност на Единбург и извън Единбург.

За допълнителна информация: <http://www.screenacademyscotland.ac.uk/>

### 3.2.4 Бизнес мрежи в креативните индустрии

Креативните компании се управляват от хора и се развиват чрез комуникации, обмен и съвместно разработване на идеи. Четвъртата тематична работна група проучи ролята на мрежите за развитието на креативните индустрии. Установи се, че функциите на мрежите са подобни на функциите на клъстерите и улесняват комуникациите и сътрудничеството между различните играчи в индустрията. Различават се по това, че мрежите на креативните индустрии обединяват по-скоро хора, а не компании и могат да работят извън физическото пространство благодарение на цифровите технологии. Производството на креативни продукти и тяхната дистрибуция все повече разчитат на информационните и комуникационните технологии, а креативните професионалисти от целия свят участват в съвместни проекти. Затова работата в мрежи се превръща в неразделна част от системата на добавената креативна стойност. И още нещо, тя може да бъде подкрепена от събития лице в лице и онлайн дейности.

Партньорството идентифицира много добри практики, свързани с работата в мрежи, но установи, че концепцията не е напълно призната от създателите на политики на регионално и европейско ниво. От друга страна, регионите и Европейската комисия отдавна имат разработени стратегии за развитие на клъстерите, които до известна степен несъмнено се припокриват със стратегиите, необходими за работата в мрежи.

#### Препоръки на Креативен растеж към ЕК по отношение на работата в мрежи

Креативен растеж препоръчва на ЕС да насърчава методи за работа в мрежи и клъстери в ККИ, които са фокусирани върху хората:

- Пилотният проект на Европейския алианс на креативните индустрии, подкрепящ клъстерите, трябва да постави хората в центъра на своите усилия за създаване на мрежа.
- Да насърчава разпространението на широколентовия достъп до интернет така, както е предвидено в Цифровия дневен ред. Да подкрепя посредниците, които улесняват работата в мрежи в креативния сектор.
- Да продължи да подкрепя проекти за междурегионално сътрудничество с фокус върху креативните индустрии, за да се даде възможност на всички региони на ЕС да извлекат ползи от обмяната на опит, както се случи в регионите от Креативен растеж.

#### Общи препоръки на ТРГ по отношение на работата в мрежи

- Подкрепа за мрежите и посредниците, които ги поддържат
- Инвестиции в инфраструктура, напр. широколентов достъп
- Признаване и насърчаване на мрежи, които поставят хората в центъра на своята дейност
- Насърчаване на градовете и регионите да работят в мрежи

## **КАЗУС: MOTIVA**

MOTIVA е мрежа от професионалисти в графичните изкуства, представители на академичните среди и студенти в Астурия. Създадена като дирекция на училището за изкуство в Овиедо, днес тя се подкрепя от публични и частни фондове, включително от местната Агенция за регионално развитие и Министерството на образованието и културата. Мрежата предоставя обучение по графично изкуство, стреми се да мотивира бизнеса и съдейства за привличане на обществен интерес към добрия графичен дизайн. Тя оказва влияние и върху политиката на регионалното правителство. MOTIVA е инструмент за изграждане репутацията на региона, което ѝ носи национално признание, че е професионален център за графичен дизайн.

Годишните събития включват конференции, изложби, семинари и работни срещи, както и поредица от награди. Освен че насърчава добрите практики в дизайна, MOTIVA има принос за изграждането на всестранно развити професионалисти чрез предоставяне на курсове и семинари по маркетинг, реклама, философия, екология, социология и др. Това гарантира успеха на креативните практики на професионалистите в културен и професионален контекст.

Членовете на мрежата MOTIVA споделят управленски и организационни отговорности. Спонсорите контролират дейностите, реализирани с техните финансови средства, а членовете на мрежата оценяват количествено (брой участници) и качествено (работата и резултатите на участниците) курсовете и събитията.

MOTIVA е отличен пример за силата на една добре фокусирана мрежа. Повече от 13 години тя насърчава и добавя стойност към дизайна, като изгражда в Астурия култура на дизайна, която не е съществувала преди.

Повече информация на: <http://www.motiva2011.org/>



### 3.2.5 Пилотни проекти по „Креативен растеж“

Паралелно с тематичните работни групи, Креативен растеж инициира четири малки пилотни проекта, за да тества нови подходи за развитие на културните и креативните индустрии и да сподели придобития опит с всички партньори по проекта и с вземащите решения във всеки партньорски регион.

#### **CREATER**

CREATER е пилотен проект, реализиран от Aster – партньор в регион Emilia-Romagna. Неговата цел е да се осигурят инкубационни и бизнес консултантски услуги за новосъздадени компании от креативния сектор в региона, като приема, че такива фирми много често не познават съществуващите общи програми за подкрепа на бизнеса и/или се нуждаят от специализирана подкрепа. Това беше направено чрез адаптиране на съществуваща инкубационна програма от сферата на технологиите и иновациите (“We Tech Off”) към изискванията на креативния бизнес. Чрез предоставяне на помощ на 9 избрани компании от креативния сектор в региона (занимаващи се основно с медии и услуги за цифрови медии), беше разработена „листа за подкрепа“, свързана с нуждите на компаниите в различните етапи на тяхното развитие. Листата за подкрепа включва бизнес консултантски услуги, обучение по бизнес мениджмънт, бизнес консултации при поискване и услуги за работа в мрежа.

#### **Обучения за бизнес консултанти в сферата на музикалната индустрия**

Този пилотен проект беше реализиран от Edinburgh Napier University с цел повишаване познанията на бизнес консултантите от креативните индустрии за музикалната индустрия, като по този начин се осигури по-добра подкрепа за музикалния бизнес и музикантите в Шотландия. Napier оказва съдействие на две организации за подкрепа да подобрят своята експертиза в сферата на музикалната индустрия. След анализиране на нуждите бяха разработени 4 обучителни модула:

- Овладяване на живата музика за кариерно развитие
- Направи си сам звукозаписен етикет
- Правя музика и управлявам правата си
- Цифрово разпространение и нови бизнес модели

Модулите осигуряват на бизнес консултантите по-задълбочено разбиране на съвременните предизвикателства в музикалния бизнес и им дават възможност да консултират музикантите по основни въпроси от тяхното кариерно и бизнес развитие.

Вътрешната оценка показва, че схемата е била високо оценена и съществува потребност от подобни „обучения за обучители/консултанти“ в други креативни подсектори (фотография, журналистика и др.). Разработените учебни материали могат да бъдат поискани от Napier University.

#### **Мобилни офиси по Креативен растеж**

Пилотният проект, реализиран от Spinderihallerne – Център за култура и бизнес, прави опит да отговори на предизвикателството пред много креативни предприемачи, за които достъпът до чужди пазари е труден (поради големината на фирмата, непознаване на мрежите за взаимодействие и др.). Предприемачи от различни партньорски региони на Креативен растеж размениха за кратко време своите офиси в инкубаторите. Процесът беше управляван от участващите организации за подкрепа. Това позволи на предприемачите да научат от първа ръка за новите възможности (и предизвикателства) на пазара и да разширят своята международна мрежа. Подкрепящите организации имаха възможност да разберат как работят другите инкубатори и да картографират европейските инкубационни пространства, насочени към нарастване на креативността.



## **Креативен офис в Asturia**

Пилотният проект беше реализиран от CEEI Asturias, Европейски бизнес и иновационен център в Asturias. CEEI призна необходимостта от специфична организация за подкрепа на креативните индустрии в региона, тъй като съществуващите подкрепящи структури не разбират и/или не се грижат за нуждите на фирмите от креативния сектор, въпреки че признават неговата нарастваща роля за развитие на регионалната икономика. Чрез картографиране на нуждите и организиране на срещи и семинари със заинтересовани лица от културния и креативния сектор, CEEI повиши осведомеността за проблема. Центърът предложи модел на такъв Креативен офис и проведе „валидиращ“ семинар, за да подготви неговото създаване.

Опитът от тези пилотни проекти беше споделен сред широк кръг участници в Креативен растеж. Материали и информация за резултатите могат да се получат от ръководителите на проектите.



## **Други общи препоръки към ЕС**

Консорциумът по проекта разработи редица общи препоръки към политиките на ниво ЕС. Част от тях се появиха като научени уроци от пилотните проекти и са обяснени по-подробно в раздел 4.

- Адаптиране на съществуващите схеми за подкрепа на бизнеса към реалностите на креативната икономика
- Създаване на трансгранична мрежа от офиси, подкрепящи креативните индустрии
- Креативните индустрии да останат приоритетен сектор след 2013 год.
- Насърчаване на творческото експериментиране с нови, гъвкави схеми за подпомагане
- Създаване на мобилни схеми за артисти и професионалисти от креативния сектор.

## 4. Заключение и препоръки за политики

### “Политиките в сферата на креативността създават растеж на творческите индустрии в Европа и дават нов тласък на конкурентоспособността и иновациите”

Проектът приближаваше своя край, когато Европа премина през друг цикъл на икономическа и социална промяна и съвсем правилно европейските политици се фокусираха върху реформата на европейската парична политика. Европейският съюз е и в средата на Европа 2020 – стратегията за растеж през следващото десетилетие. Поставянето на креативността в центъра на тази стратегия ще бъде от жизненоважно значение за обновлението на Европа в дългосрочен план.

Чрез превръщането на Европейския алианс за креативни индустрии в основен компонент на Съюза за иновации, Европейската комисия отново потвърждава своя ангажимент към бъдещето на креативните индустрии в Европа. Потенциалната интеграция на програма МЕДИА и програма „Култура“ в нова програма „Креативна Европа“<sup>48</sup> може да доведе до по-интегриран подход за подкрепа на креативните индустрии от страна на ГД „Образование и култура“. Следователно Комисията признава, че креативността се намира в сърцето на интелигентния и устойчив растеж и разбира, че творците и креативните професионалисти могат значително да допринесат за бъдещото развитие на един конкурентен и иновативен съюз. Дневният ред на ЕК за културата в глобализацията се свят<sup>49</sup>, който популяризира международните принципи, залегнали в декларацията за културното многообразие на UNESCO подчертава, че за развитие на европейския културен потенциал е необходим баланс между подкрепата за играчите на пазара и защитата на културното многообразие.

Препоръките на Креативен растеж за политики на ЕС са съобразени с тези основни принципи, които са залегнали и в член 26 (2) – създаване на единен пазар и 167 (2) – насърчаване на културното многообразие на Лисабонския договор<sup>50</sup>. Препоръките на консорциума в 4.2 се базират на ключови наблюдения, станали известни в хода на изпълнение на проекта и са посочени по-долу. В точка 4.3 предлагаме обобщение на препоръките към регионите, които искат да развият своите културни и креативни индустрии.

#### 4.1 Наблюденията на Креативен растеж

**Европа трябва да остане креативен център на света, ако иска да запази своята глобална конкурентоспособност и иновативност без конкуренция в Северна Америка и Азия.** Европа има дълга и славна културна история и привлича таланти от всички краища на света, които са вдъхновени от нашето културно многообразие, нашите неоспорими образователни системи и нашите сравнително по-плотни и мобилни общества. Това е основен актив. И ако ЕС иска да продължи да задава глобалните стандарти в дизайна, литературата, филмите, медиите, музиката, архитектурата, модата, игрите и цифровите медии, то тя трябва адекватно да насърчава и защитава творците, културните институции и креативните професионалисти.

**Естеството на иновациите се променя.** «Креативната тенденция» в западните икономики – и в обществото като цяло – увеличава значението на креативните умения и креативните възможности. Промишлеността и политиките трябва да да наблегнат повече на популяризирането на креативността в училищата, висшето образование, научните изследвания и бизнеса, ако искат да се възползват от тази промяна. Креативните индустрии и изкуствата играят решаваща роля в този преход и успешно изграждат общество, което е по-склонно към иновациите.

<sup>48</sup> Пак там

<sup>49</sup> COM (2007) 242 final. Официално изявление на Комисията на Европейския парламент, Съвета, Европейският икономически и социален комитет и Комитета на регионите от 10 май 2007 г. за Европейския дневен ред за културата в глобализацията се свят

<sup>50</sup> Договор за функционирането на Европейския съюз ОJ C115, 9.5.2008

Тъй като светът става все по-свързан и мобилен, **има нужда от повече интердисциплинарни подходи** във всички обществени сфери, за да се преодолеят предизвикателствата на бъдещето (икономическа рецесия, изменение на климата, демографски промени, енергийна ефективност и др.) чрез използване на ефектите от културните и креативните индустрии като катализатор за реализиране на иновации и в други сектори. Това важи особено за връзките между цифровите технологии и произведенията на културата, където Европа изостава от САЩ и някои азиатски страни. Ако свърже тези два различни свята, Европа ще създаде глобално успешни приложения и брандове.

**Динамиката на креативността има силно местно измерение.** Докато някои културни и креативни продукти се разпространяват по целия свят, самото създаване и потреблението на култура много често е специфично за определен град, регион или държава. По същия начин иновациите се създават в децентрализирани креативни клъстери и затова често са най-добре подкрепени от местните и регионалните власти. ЕС следва да продължи доброто си партньорство с европейските региони и градове, за да популяризира по-добре креативния растеж.

**Креативният растеж изисква създаването на креативна политика.** Политиците на регионално, национално и европейско ниво трябва повече да експериментират и да подкрепят експериментирането. Иновационните траектории са трудно предсказуеми в свързани и бързо развиващи се общества. Затова иновационната политика следва да използва методи за „побутване“ на иновациите, да вложи повече усилия в измерване на появата на иновациите и след това бързо да разпространи резултатите в широки мащаби, така че всички да имат полза от тях.

**Креативността и креативните продукти, както и инвестициите в тях, трябва да бъдат компенсирани.** Цифровите технологии имат голямо влияние върху процеса на създаване, разпространение и използване на културните продукти. Затова трябва да се създадат и използват нови бизнес модели, които позволяват справедливо възнаграждение. Авторското право и сродните му права са от съществено значение за ориентираната към пазара система на креативност и производство.

**Креативните МСП са гръбнакът на Съюза за креативност. Голяма част от креативните предприятия в Европа са МСП.** Те често генерират идеи, услуги и продукти, които след това се използват от по-големите фирми. Тъй като повечето схеми за подкрепа на иновациите и на компаниите не обслужват нуждите на малките и средни предприятия, необходими са повече усилия за насърчаване на креативните МСП и микро-фирмите.

**Ние имаме достатъчно доказателства за общественото значение на креативността и на културните и креативните индустрии. Нека се фокусираме върху това как най-добре да ги насърчаваме.** Разбира се, че е необходима постоянна оценка на развитието на сектора. Днес, обаче, правителствата и публичните администрации трябва да се фокусират върху това, как да осигурят най-добрата подкрепа за креативните предприятия, за да им дадат възможност да създават ценности за обществото (работни места, растеж за фирмата, катализиращо въздействие върху другите фирми и др.). Защото до сега твърде малко се мислеше как да се приспособят (или създадат нови) обществените политики и схеми за подпомагане, които по-добре да популяризират креативния растеж.

## 4.2 Препоръки за политиците от ЕС

Създаването на политика за креативност е необходимо за растежа на креативните индустрии в Европа и стимулирането на конкурентоспособността и иновациите. По-долу са посочени препоръките, свързани с основните теми на проекта и след това са добавени допълнителни препоръки.

### 1. **Насърчаване на готовността за инвестиране и увеличаването на инвестициите в креативните индустрии**

- ЕС трябва да подкрепи посредниците, които изпълняват програми за инвестиционна готовност за компании от креативния сектор и за инвеститори и които се опитват да улеснят взаимодействието между тях. Това включва стартиране на бизнес и подкрепа за бизнес планиране за компаниите, както и обмен на опит между регионалните и местните организации, заинтересовани да предоставят такава подкрепа. Подобни схеми могат да бъдат подкрепени чрез CIP, ЕСФ, ИНТЕРРЕГ, както и чрез програма „Учене през целия живот“.
- Увеличаване на инвестициите на ЕС в креативните индустрии. Европейската комисия трябва да създаде нов Инвестиционен фонд за креативните индустрии (който предоставя и рисков капитал). Той трябва да работи в тясно сътрудничество с Европейската инвестиционна банка и с Европейския инвестиционен фонд, за да заложи повече ресурси за съфинансиране на инвестиции в креативната индустрия и за рисков капитал на национално и регионално ниво (чрез JEREMIE and JASMINE – инвестиционни инструменти на ЕС). И накрая, европейските институции трябва да разглеждат създаването на креативни индустрии като тест за разработване и прилагане на нови схеми за микро-финансиране и микро-кредити. Схемата за микро-финансиране „Прогрес“ трябва да се отвори за повече креативни предприятия (като включи заеми до 25 000 евро). Проектът на Европейския алианс на креативните индустрии за достъп до финансиране трябва да вземе под внимание тези предложения.
- Насърчаване създаването на гаранционни фондове и гаранционни системи: подобно на новосъздадения гаранционен фонд за филмовия сектор (МЕДИА), Европейската комисия трябва да обмисли създаването на гаранционен фонд за всички културни и креативни индустрии с цел да се намали и покрие инвестиционния риск. Тя трябва да насърчи и създаването на подобни фондове в държавите-членки и регионите на ЕС и да направи проучване на възможностите за адаптиране на правилата в съществуващите гаранционни фондове към културните и креативните индустрии.
- Създаване на благоприятни за инвеститорите рамкови условия. От една страна, това ще включи създаването и поддържането на стабилна регулаторна рамка, която компенсират инвестициите в креативните индустрии (реформа в директивата за авторското право, данъчни облекчения за инвестиции в креативните индустрии чрез ЕК (ГД „Конкуранция“), създаване на благоприятна ДДС-система за културните индустрии и др.). От друга страна, това ще означава, че ЕС одобрява и насърчава развитието на креативните индустрии като сектор с висок растеж и така дава ясен знак на инвеститорите, че културните и креативните индустрии се считат за сериозен бизнес в Европа.



## 2. Подкрепа и предоставяне на помощ на инкубатори и услуги за креативните индустрии

- В Европа се появяват все повече креативни инкубатори и споделени работни пространства, а делът на независимите креативни професии нараства. В тази връзка несъмнено трябва да разберем по-добре как работят тези места, какви услуги предлагат и как може да се подобри подкрепата за тях. Европейската комисия (ГД „Предприятия и промишленост“) трябва да възложи проучване за приложимостта на инкубаторите и споделените работни пространства и да предложи съответни инструменти за подкрепа на политиката.



- Като част от проект по Седма и Осма рамкова програма (FP7/FP8), ключовите индикатори за инкубаторите, разработени от Креативен растеж, трябва да бъдат оценени допълнително, разработени и тествани. Такъв проект трябва да насочва и към най-добрите практики и знания, които тези пространства могат да обменят на пан-Европейско ниво. В този контекст създаването на мрежа от проекти с върхови постижения може да бъде от полза.
- Регионални проекти, които получават финансиране от структурните фондове (ЕФРР/ЕСФ) за изграждане на инкубатори или споделени работни пространства, трябва да получат и мандат за разработване на план на подкрепящите услуги, които ще бъдат предложени на потенциалните клиенти/наематели. Проект за междурегионално сътрудничество, специално фокусиран върху такива пространства и свързан със създаването на местни политики, би могъл да даде подходящи указания.
- Освен това, Комисията – може би ГД „Култура и образование“ - би могла да подкрепи създаването на международна мрежа от инкубатори, подобно на Европейската мрежа на креативните предприятия<sup>51</sup>.

<sup>51</sup> <http://ecbnetwork.eu/>

### **3. Улесняване на взаимоотношението образование – изследване – промишленост (метод Triple Helix) в креативните индустрии**

- Подкрепа за иновациите във всички индустрии, вкл. креативните, чрез насърчаване на сътрудничеството между компаниите от креативния сектор, образованието и изследователската общност. Подобно на други области, научните изследвания все повече губят своята самостоятелност. Чрез интегриране на креативните МСП в различни изследователски дейности, резултатите могат да станат по-пазарно ориентирани. От друга страна, много компании от креативния сектор имат нужда от експертизата на изследователската общност за разработване на нови модели на производство и дистрибуция. На ниво ЕС, следващата рамкова програма за научни изследвания трябва да вземе под внимание този факт и да включи специфичен елемент за насърчаване на креативността. Трябва да се обмисли и възможността за определяне на квота за включване на креативни МСП в направление ИКТ на програмата за научни изследвания. Под-категория „Мрежа на електронните медии“ отдавна е сфера, в която участват няколко креативни компании и има голям потенциал да експериментира с нови бизнес модели и технологии, свързани с креативността.
- Студенти и професионалисти от културните и креативните индустрии също трябва да бъдат подкрепени, за да развият своите бизнес умения. Освен това, програмите за висше образование, свързани с креативни професии, трябва да бъдат ориентирани към практиката. Това може да се постигне чрез интегриране на професионалистите от креативната индустрия в обучителния курс (гостуващи лектори и др.) и насърчаване на сътрудничеството между курсовете по бизнес и креативните дисциплини. На ниво ЕС такива експерименти могат да бъдат само частично подкрепени, тъй като висшето образование остава отговорност на държавите-членки – с ресурси от ИНТЕРРЕГ (разработване на пилотни майсторски курсове, работа в мрежа по различни трансгранични инициативи и др.), 7РП или ЕСФ.
- И на края, но не на последно място, ЕС трябва да насърчи обмена на основни знания между научната общност и културните и креативните индустрии. Чрез кампании за повишаване на информираността на ниво ЕС и специализирани събития на местно ниво, изследователските институции и креативните предприятия могат да се запознаят с потенциала на едно съвместно сътрудничество.

### **4. Подкрепа за капацитета на фирмите от креативния сектор и на професионалистите за работа в мрежа**

- ГД „Предприятия“ стартира пилотна инициатива в подкрепа на креативните клъстери като част от алианса на креативните индустрии. Тя ще проучи как трябва да бъдат адаптирани към нуждите на креативните предприятия стратегиите за развитие на клъстерите. В този контекст е важно Комисията да популяризира и метода, който поставя акцента върху хората. Тя трябва да проучи дали креативните хора се нуждаят от по-различна подкрепа за създаване на контакти. До известна степен Комисията може да разчита и на констатациите на Креативен растеж, описани в доклада на четвъртата тематична работна група.
- Да се инициира изследване, което да сравни изискванията за създаване на контакти и характеристиките на креативните индустрии и останалите индустрии, за да се разбере как фрагментираният бизнес сектор може да работи по-добре през границите и/или да използва интегриран подход чрез увеличаване на капацитета за работа в мрежи. На ниво ЕС може да се създаде мрежа от върхови постижения по 7РП.

- Да се инвестира в мрежова инфраструктура и меки фактори, необходими за създаване на контакти между различните заинтересовани страни на креативната екосистема. Това, от една страна, изисква от ЕС да продължи усилията за насърчаване на широколентовия достъп и разпространяването на различни онлайн услуги, които са част от Цифровия дневен ред на Европа<sup>52</sup>. Това изисква и инвестиции чрез структурните фондове в адекватни срещи и пространства за контакти за креативната класа. От друга страна, трябва да се подкрепят посредниците, които съдействат за създаването на контакти между заинтересованите лица от сферата на креативността. Свързаните с това разходи трябва да се подкрепят частично от ЕС (ИНТЕРРЕГ, ЕСФ и др.).
- И накрая, трябва да продължи подкрепата за междурегионалното трансгранично сътрудничество с цел да се подпомогне обмена на опит в създаването и развитието на креативните индустрии. В Европа има около 350 региона и само няколко от тях бяха облагодетелствани от проекти като Креативен растеж. Новото структурно финансиране трябва да продължи да инвестира в подобни мрежи и проекти за обмен на опит.

## **5. *Адаптиране на съществуващите схеми за подпомагане на бизнеса към реалностите на креативната икономика***

- Нараства значението на креативните умения и капацитет за различните индустрии, въпреки че традиционната подкрепа за бизнеса и консултантските схеми, управлявани от публични институции и посредници в целия ЕС и неговите региони, много често са насочени към традиционните бизнес практики. Освен инициране на подходящи програми за подкрепа на креативните индустрии, както е описано в много от разделите по-горе, Европейският съюз трябва да създаде и програма за иновации, насочена към реформиране на много от съществуващите днес общите услуги в подкрепа на бизнеса. Чрез организиране на работни срещи, предоставяне на обучения и консултации за тези организации, ЕС може да помогне за увеличаване на креативния капацитет на техните клиенти. Съдържанието и формата на много пилотни инициативи, разработени в рамките на проекти в подкрепа на креативността по ИНТЕРРЕГ, могат да бъдат източник на вдъхновение за това. Нашият съвет към секретариатите на ИНТЕРРЕГ е да обединят всички резултати от проекти, свързани с креативните индустрии и да направят това виртуално място публично достояние.

## **6. *Трансгранична мрежа от офиси, подкрепящи креативните индустрии***

- Подобно на Aster в регион Emilia Romagna, много региони и градове през последните години създадоха офиси за специализирана подкрепа на културните и креативните индустрии. Може да се направи опит да се създаде официална мрежа на всички офиси, подкрепящи креативните индустрии, в рамките на инициативата Дни на отворените врати в Брюксел или на следващата конференция, посветена на културния сектор, която обикновено се организира от страната, председателстваща Европейския съюз. Мрежата може да дава съвети на правителствата по отношение развитието на културните и креативните индустрии, обмена на добри практики и услугите в подкрепа на креативните индустрии.

<sup>52</sup> Виж: [http://ec.europa.eu/information\\_society/digital-agenda/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/information_society/digital-agenda/index_en.htm) (август 2011 г.)

## **7. *Да се осигури оставането на креативните индустрии като приоритетен сектор след 2013 г.***

- След първоначалния успех при старта на Европейския алианс за креативни индустрии чрез ГД „Предприятия“ (преди това културните и креативните индустрии не бяха включени в стратегическия дневния ред на тази главна дирекция), Комисията трябва да направи всичко възможно, за да гарантира, че креативните индустрии остават приоритетен сектор след 2013 година. За постигане на тази цел трябва да се създаде официална работна група между ГД „Култура и образование“, ГД „Предприятия и промишленост“, ГД „Информационно общество“, ГД „Регионална политика“ и др. Тази група трябва да има за цел интегрирането на съответната политика за креативните индустрии във всички европейски политики. Приоритет трябва да бъде реформата на научно-изследователската политика на ЕС като регионална политика на ЕС. Нещо повече, групата трябва да гарантира, че интересите и нуждите на културните и креативните индустрии са включени във всички действия, произтичащи от Европа 2020 и в нейните водещи инициативи, особено в Цифровия дневен ред и Съюза за иновации.

## **8. *Насърчаване на творческото експериментиране с нови, гъвкави схеми на подпомагане***

- Бъдещата програма „Креативна Европа“ на ГД „Образование и култура“, както и бъдещите програми за изследвания и иновации трябва да заделят средства за „подтикване“ към творческо сътрудничество и подкрепа за непредвидени експериментални проекти, които имат за цел да докажат определени креативни концепции за развитие на бизнеса. Проектите задължително трябва да бъдат оценени и техните резултати да бъдат публично оповестени.

## **9. *Създаване на схема за мобилност на творците и на професионалистите от културните и креативните индустрии***

- Имайки предвид, че креативните индустрии в Европа все още са фрагментирани и че много креативни предприятия биха имали полза ако предлагат своите продукти и услуги в други региони и страни, Комисията трябва да обмисли създаването на схема за мобилност на творците и професионалистите от креативния сектор. Подобна схема ще позволи на творците да работят за определен период от време в друга страна-членка. Схемата би могла да покрие разходите за транспорт и престой, както и разходите на различни културни и креативни институции, които биха реализирали такава програма. Партньори биха могли да бъдат както утвърдени културни институции, така и креативни професионалисти, които желаят да работят в чуждестранни споделени пространства и инкубатори.



### 4.3 Предложения за развитие на ККИ в европейските региони и градове

Този доклад няма за цел да представи подробни предложения за това, какво трябва да се направи на регионално и местно ниво за по-добро насърчаване на културните и креативните индустрии в Европа. Ситуацията във всеки град и регион е различна и няма регион с план за разгръщане на потенциала на ККИ<sup>53</sup>.

Въпреки това, партньорите по проекта считат, че някои техни наблюдения от проект Креативен растеж биха предизвикали интереса и на други регионални и местни заинтересовани страни. Те са обобщени по-долу.

#### **A. Регионалните/местните стратегии за ККИ трябва да се базират на реални факти**

- Всеки град или регион има свои собствени потребности за развитие и свой профил по отношение на културните и креативните индустрии. За стартиране на инициатива не винаги се изисква статистически анализ на икономическия принос на ККИ. Непременно обаче трябва да се разберат специфичните нужди и възможностите за ККИ във всеки град/регион. Изпълнението на изследователски проект в този контекст е добра отправна точка и ще предостави необходимите доказателства на политиците, медиите и широката общественост.
- План за развитие на ККИ, одобрен от местните администрации, трябва да съдържа отговори на въпросите кой, какво, кога и с какви ресурси.

#### **B. Насърчаване на участието**

- Регионалните/местните власти или институциите за развитие трябва да включат заинтересованите страни още в самото начало на процеса на планиране. Това може да стане чрез създаване на ръководна група, съставена от представители на креативния бизнес, културните институции и академичната общност. Консултациите с тази група ще помогнат на управляващите и посредниците да разработят решения, които отговарят на изискванията на сектора.

#### **C. Насърчаване на интердисциплинарните политики**

- Публичните структури, които отговарят за развитието на културните и креативните индустрии, трябва да информират и по възможност да включат в разработването на стратегията за креативните индустрии своите колеги от сферата на научните изследвания и образованието, структурите за подкрепа на МСП, вземащите решения за политики за развитие на градовете, селските райони и иновациите и др. Това ще гарантира, че секторът ще получи подкрепата, от която наистина се нуждае и ще се развива.

<sup>53</sup> Регионите и градовете, които искат да разработят стратегия за развитие на ККИ могат да прегледат: 1. Препоръките в проучване на ЕК за приноса на културата към регионалното развитие: <http://ow.ly/6hxDd>. 2. Отговорите на различни градове и региони на Зелената книга на ЕК за културните и креативните индустрии могат да бъдат източник на вдъхновение: <http://ow.ly/6hxKn>. 3. Новите схеми в подкрепа на иновациите на Европейския алианс за креативни индустрии: <http://ow.ly/6hxPP>

#### **D. Комуникацията и лидерството са ключът към успеха**

- Реализирането на стратегия за креативните индустрии трябва да бъде придружено от комуникационна кампания, чрез която да се поясни необходимостта от тези индустрии на политиците, бизнеса и широката общественост. Освен това, за наистина ефективно изпълнение на стратегията е необходима подкрепата на ключови участници в процеса на вземане на решения от публичния сектор и държавното управление.

#### **E. Не забравяйте институциите за изкуство и култура**

- Културните дейности и институции, финансирани с публични средства, също като креативните предприятия са част от креативната екосистема на един град или регион. При разработването на цялостната стратегия за културните и креативните индустрии трябва да се вземе под внимание мнението на представители от тези сфери.

#### **F. За стартиране на ККИ са необходими инвестиции в инфраструктурата и хората**

- Инвестициите в сгради, техническа инфраструктура и оборудване са необходими за изграждане на базата за растеж на креативния под-сектор. Също толкова важни са и „меките“ инвестиции – в образование, обучение, повишаване на осведомеността и работа в мрежи. Стратегическите инвестиции в културни и креативни индустрии вземат под внимание и двата вида.

#### **G. Присъединете се към национални и международни инициативи:**

- Можете да разширите достъпността и пазарите за своя бизнес, ако си сътрудничите и с трансгранични посреднически институции и административни нива. Освен това, много по-лесно ще убедите своите местни партньори, ако вашите инициативи са признати на национално и европейско ниво, както и в други региони и градове по света. Тенденцията за развитие на културните и креативните индустрии е характерна не само за вашия регион. Учете се и се вдъхновявайте от това, което се случва на други места.

#### **H. Насърчавайте гъвкавостта и прозрачността на структурите за подкрепа:**

- След като сте убедили колегите си, че културният и креативният сектор заслужават особено внимание, предстои истинската работа. Съществуващите финансиращи програми, които до сега не са подкрепяли културния сектор, трябва да се отворят и насочат към ККИ. Нещо повече, трябва да се насърчава разработването на нови, експериментални механизми за подкрепа (напр. ваучери за креативност).



## ПРИЛОЖЕНИЯ

Доклад на Креативен растеж

– може да се свали от [www.creative-growth.eu](http://www.creative-growth.eu)

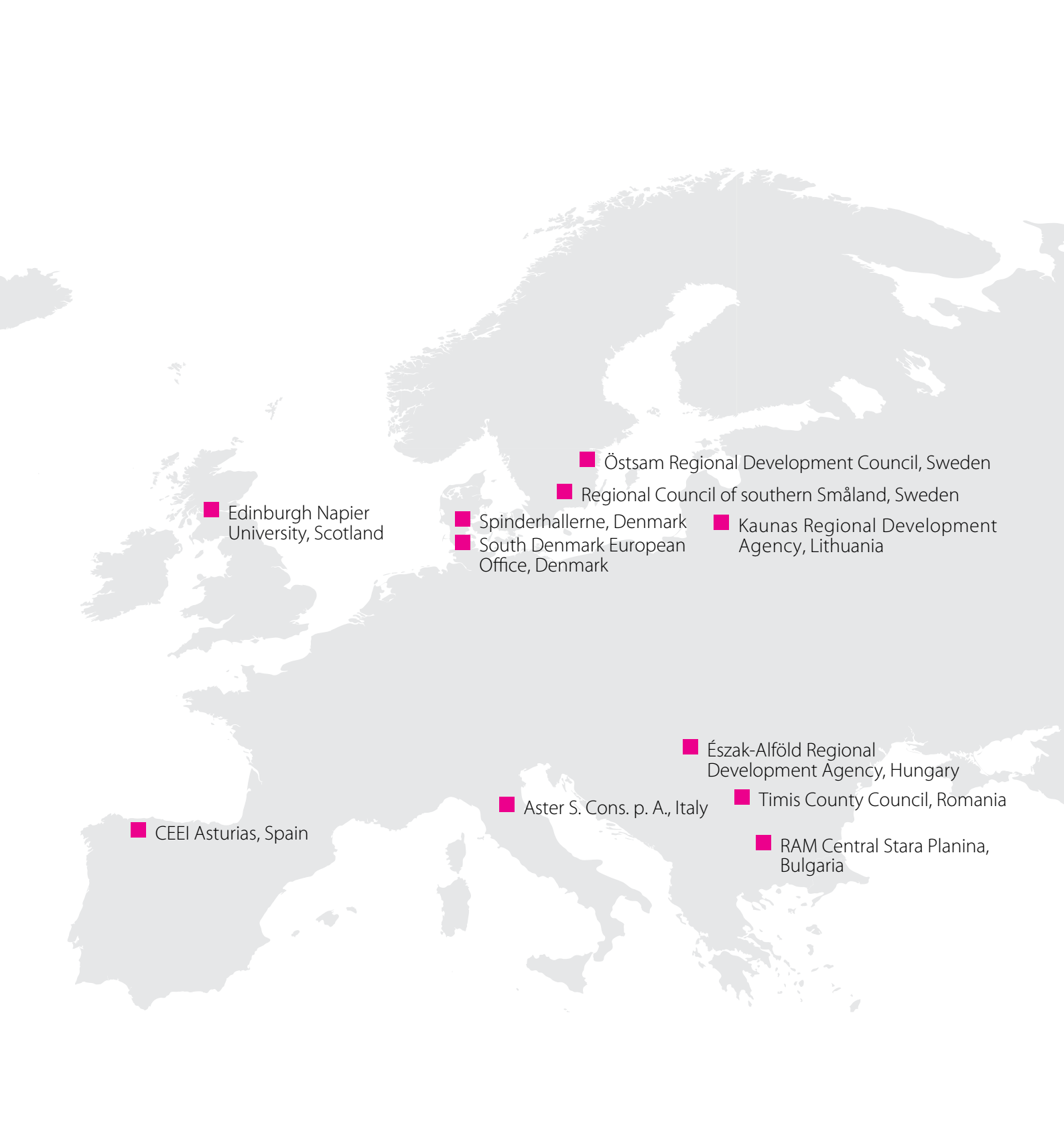
Доклади на тематичните работни групи на Креативен растеж

– могат да се свалят от [www.creative-growth.eu](http://www.creative-growth.eu)

Доклади от пилотните проекти по Креативен растеж

– могат да се свалят от [www.creative-growth.eu](http://www.creative-growth.eu)





■ Edinburgh Napier University, Scotland

■ Östsam Regional Development Council, Sweden

■ Regional Council of southern Småland, Sweden

■ Spinderhallerne, Denmark  
■ South Denmark European Office, Denmark

■ Kaunas Regional Development Agency, Lithuania

■ CEEI Asturias, Spain

■ Aster S. Cons. p. A., Italy

■ Észak-Alföld Regional Development Agency, Hungary

■ Timis County Council, Romania

■ RAM Central Stara Planina, Bulgaria

For more information and contact: [info@creative-growth.eu](mailto:info@creative-growth.eu)  
[www.creative-growth.eu](http://www.creative-growth.eu)

