



Vlaams
Parlement

stuk **1361** (2011-2012) – Nr. 2
ingediend op 27 juni 2012 (2011-2012)

Voorstel van resolutie

van mevrouw Patricia Ceysens en de heren Lode Vereeck,
Filip Watteuw en Herman Schueremans

betreffende het stimuleren van de creatieve industrieën
in Vlaanderen

Hoorzitting

Verslag

namens de Commissie voor Economie,
Economisch Overheidsinstrumentarium, Innovatie,
Wetenschapsbeleid, Werk en Sociale Economie
uitgebracht door de heer Frank Creyelman

Samenstelling van de commissie:

Voorzitter: mevrouw Patricia Ceysens.

Vaste leden:

de heer Robrecht Bothuyne, mevrouw Martine Fournier, de heren Jan Laurys, Koen Van den Heuvel;
de heren Frank Creyelman, Johan Deckmyn, Chris Janssens;
de dames Patricia Ceysens, Lydia Peeters;
mevrouw Güler Turan, de heer Bart Van Malderen;
de heer Matthias Diependaele, mevrouw Goedele Vermeiren;
de heer Ivan Sabbe;
de heer Filip Watteeuw.

Plaatsvervangers:

de dames Sonja Claes, Kathleen Helsen, Griet Smaers, de heer Eric Van Rompuy;
de heer Pieter Huybrechts, mevrouw Katleen Martens, de heer Jan Penris;
de heer Filip Anthuenis, mevrouw Fientje Moerman;
mevrouw Kathleen Deckx, de heer Jurgen Vanlerberghe;
de dames Vera Celis, Lies Jans;
de heer Lode Vereeck;
mevrouw Elisabeth Meuleman.

Stukken in het dossier:

1361 (2011-2012) – Nr. 1: Voorstel van resolutie

In het kader van de bespreking van het voorstel van resolutie van mevrouw Patricia Ceysens en de heren Lode Vereeck, Filip Watteuw en Herman Schueremans betreffende het stimuleren van de creatieve industrieën in Vlaanderen organiseerde de Commissie voor Economie, Economisch Overheidsinstrumentarium, Innovatie, Wetenschapsbeleid, Werk en Sociale Economie op 29 maart 2012 een hoorzitting over de visienota 'Creatieve industrieën in Vlaanderen' van Flanders District of Creativity (Flanders DC). Namens Flanders DC namen de heren Pascal Cools en Carlo Vuijlsteke het woord. De heren Stef Coninx (Muziekcentrum Vlaanderen) en Jan Timmermans (Kunstenloket) vertegenwoordigden de creatieve industrieën, die hebben meegewerkt aan de visienota.

1. Voorstelling van de visienota

De heer *Pascal Cools* verduidelijkt dat creativiteit vanzelfsprekend in alle economische sectoren belangrijk is, zeker in het kader van de noodzakelijke innovatie. De term 'creatieve industrieën' dekt echter een specifieke lading. Flanders DC heeft een vergelijkend onderzoek over een tiental landen gedaan en is daardoor tot een definitie gekomen, die ook in het voorstel van resolutie is opgenomen. Het komt er op neer dat het om sectoren gaat waar de diverse onderdelen van de waardeketen (creatie, productie en distributie) vertrekken van een bepaalde vorm van artistieke creativiteit als grondstof. Op basis van die definitie werden twaalf sectoren geïdentificeerd. Flanders DC is daarbij tamelijk conservatief geweest in vergelijking met bijvoorbeeld Duitsland, waar ook de gehele ICT-sector tot de creatieve industrieën wordt gerekend. Hier worden enkel die sectoren in aanmerking genomen waar artistieke creativiteit de grondstof is.

Na het identificeren van die twaalf sectoren werd de economische impact berekend. Daaruit blijkt dat de creatieve industrieën in Vlaanderen 121.800 mensen tewerkstellen. Opmerkelijk is ook dat de sector 13,5 percent van de zelfstandigen in hoofdberoep uitmaakt. De sector zorgt in zijn geheel voor 4,3 percent van de tewerkstelling in Vlaanderen. De twaalf sectoren samen hebben dus een grote economische impact.

De sector is echter niet alleen belangrijk op economisch vlak, hij heeft ook een belangrijke maatschappelijke impact, zoals ook het voorstel van resolutie aangeeft. Ook op internationaal vlak stelt men vast dat de inbreng van de creatieve industrieën belangrijk is voor het diversifiëren op het vlak van innovatie. Er wordt al heel lang gesteld dat innovatie nodig is om het verschil te kunnen maken met de opkomende economieën zoals die van Brazilië, Rusland, India en China (de BRIC-landen). Innovatie is echter al niet meer voldoende, ook binnen de innovatie zelf moet er geïnnoveerd worden. Een tiental jaar geleden stond innovatie gelijk aan wetenschap en technologie. De laatste jaren is men het er echter over eens dat het verder gaat dan dat. Er is ook innovatie buiten de technologie. Marktideeën en maatschappelijke innovatie zijn ook belangrijk. Landen als Finland en Canada zetten zeer sterk in op het betrekken van de creatieve industrie op het innovatietraject. De creatieve industrie is bijvoorbeeld zeer sterk op het vlak van 'user centered design': vertrekken vanuit de gebruikers, het brengen van een totaalverhaal, het toevoegen van belevenissen. Innovatie wordt nu beschouwd als een combinatie van wetenschap en technologie, markt-ideeën, maatschappelijke ideeën en de aspecten waar de creatieve industrieën sterk in zijn. Als men die combinatie weet te maken dan komt men tot innovatie die het verschil maakt. De creatieve industrieën zijn dus een grote driver voor innovatie.

De heer Cools verduidelijkt verder dat de visienota is opgesteld door het Overleg Creatieve Industrieën (OCI). Het OCI is ontstaan op initiatief van Flanders DC samen met een aantal andere actoren uit het werkveld, waarbij de twaalf sectoren van de creatieve industrieën bij elkaar werden gebracht. In het OCI zijn alle sectoren vertegenwoordigd door in het totaal 26 organisaties.

De heer *Stef Coninx*, directeur van Muziekcentrum Vlaanderen, stelt dat de creatieve industrieën in Vlaanderen bij uitstek een internationale focus moeten hebben. Alleen al

door het taalaspect heeft Vlaanderen slechts een kleine afzetmarkt en is internationalisering dus belangrijk. Het positioneren van onze creatieve industrieën in het buitenland vraagt een bijzondere aanpak, die enigszins buiten de normale werkwijze van Flanders Investment & Trade (F.I.T.) valt. Dat heeft voor een stuk te maken met de subjectiviteit van het materiaal waarmee de creatieve sector werkt. Men heeft altijd de appreciatie van ‘decision makers’ in het buitenland nodig. Die is niet altijd gebaseerd op harde economische feiten. Als in de muzieksector een bepaalde radiozender, platenmaatschappij of concertorganisator de muziek van een groep ‘oppikt’, dan moet men daar zeer snel op kunnen inspelen. Men kan dus niet, zoals in andere sectoren, zeer bewust planmatig gericht en met een mathematische logica een beleid uitzetten. In de creatieve industrieën geldt een bij uitstek flexibele aanpak.

Er kan worden vastgesteld dat de internationale communicatie op dit ogenblik te versnipperd wordt aangepakt. Er zou eens moeten worden nagegaan hoe andere landen dat doen. Daar kan waarschijnlijk veel van geleerd worden. In Schotland bestaat de organisatie Creative Scotland (www.creativescotland.com). Daarin heeft men een aantal sectoren samengevoegd en één label gemaakt, waarmee men naar het buitenland gaat. Overal waar men één van de sectoren tracht te positioneren, gebeurt dat onder het label ‘Creative Scotland’. Een ander voorbeeld in Catalonië is Catalan! dat een heel aantrekkelijke website heeft, waar de Catalaanse creatieve industrieën gebundeld worden onder hetzelfde logo. Dat geeft herkenbaarheid, kracht en uitstraling. Ook voor de creatieve industrieën in Vlaanderen is een dergelijk initiatief nodig.

Typisch voor de creatieve industrie is dat het een beleidsdomeinoverschrijdende sector is. Het gaat om cultuur, economie, buitenlands beleid. Dat vraagt dus ook een gecoördineerde aanpak. Flanders DC pleit ervoor om zowel het beleid als de beleidsinstrumenten beter op elkaar af te stemmen. Zo zijn er om historische redenen heel wat initiatieven binnen de sector van de creatieve industrie die een vzw-structuur hebben. Maar door die juridische vorm krijgen zij geen toegang tot bepaalde beleidsinstrumenten zoals de diensten van F.I.T.

De heer Coninx pleit ervoor dat de creatieve industrie als een doelsector zou worden erkend en dat daarover ook met de sector zelf zou worden overlegd. Op die manier kunnen de noden van de sector en het beleid op elkaar worden afgestemd.

De heer *Carlo Vuytsteke*, coördinator van het OCI, belicht het thema clustering en samenwerking. Binnen het OCI is men het er over eens dat er moet gestreefd worden naar stimulering van meer samenwerking en clustering bij de sectoren zelf. De visienota is daar een eerste resultaat van, maar ondertussen is er ook een aantal actiegroepen opgestart om een en ander waar te maken. De vraag is hoe het beleid mee kan inspelen op meer clustering en samenwerking. Voor de creatieve industrieën is een goed beleid bij uitstek een transversaal beleid. Naast cultuur spelen ook media, onderwijs, economie, werk en innovatie een rol. Daarom wordt er aangedrongen op meer samenwerking op het beleidsniveau. Het gaat niet alleen om een samenwerking op Vlaams niveau maar ook een samenwerking tussen de verschillende beleidsniveaus: plaatselijk, Vlaams, federaal en Europees. Op stedelijk niveau kan worden vastgesteld dat steden zich meer en meer profileren rond creatieve industrieën. Door samenwerking zou er een aantal schaalvoordelen kunnen worden gerealiseerd.

Ook op het vlak van onderzoek kan er vanuit het beleid meer worden samengewerkt tussen de verschillende beleidsdomeinen. De overheid kan helpen de sector in kaart te brengen en te monitoren door data ter beschikking te stellen of door de statistische gegevens over de sector verder te verfijnen.

Het beleid kan tot slot ook een rol spelen in het stimuleren van meer samenwerking tussen de creatieve industrieën en andere sectoren. De sectoren kunnen van elkaar leren en er kunnen schaalvoordelen door worden gecreëerd.

Wat de beleidssuggesties betreft, dringt de nota aan op een transversale beleidsbrief tussen de verschillende beleidsdomeinen (Cultuur, Media, Economie, Innovatie, Onderwijs en Werk). Er wordt gevraagd het OCI als prioritaire gesprekspartner te betrekken bij het overleg met de sector. Een ondersteuning in het onderzoek is nodig. Dat betekent: het beschikbaar stellen van relevante data, verfijning van statistische nomenclaturen en een betere toepassing ervan. Ten slotte wordt gevraagd te investeren in experimenten en incubatoren die crossovers met andere sectoren bevorderen.

De heer *Jan Timmermans*, directeur van het Kunstenloket, zegt dat er grosso modo twee luiken zijn in de sector van de creatieve industrieën: de schone kunsten en de toegepaste kunsten. Bij de toegepaste kunsten is het evidenter om over ondernemerschap te spreken dan bij de schone kunsten, omdat het product bij die laatste minder vermarktbaar is. Toch kan gezegd worden dat een kunstenaar of een creatieveling, in welke discipline die ook actief is, per definitie ondernemend moet zijn. Een kunstenaar vertoont een aantal gelijkenissen met een ondernemer. Een kunstenaar moet de vaardigheden verwerven om in een concurrentiële omgeving te kunnen overleven. Die zakelijke aspecten zouden in de opleidingen voor creatieve beroepen aan bod moeten komen. Er moet in het onderwijs dus gepraat worden over ondernemerschap: durven risico nemen, het schrijven van een businessplan, communicatieve vaardigheid enzovoort. Dat betekent niet dat men van deze mensen boekhouders moet maken tijdens de opleiding, maar de basisvaardigheden, waardoor ze een boekhouding kunnen lezen, moeten wel aanwezig zijn.

Er worden ook heel wat opleidingen als een soort van ‘postgraduaat’ georganiseerd, die veel succes hebben. Dat wijst er op dat er bij de creatieve beroepen een grote honger is naar kennis van de zakelijke aspecten van het beroep. Er is echter heel wat versnippering in het aanbod voor deze doelgroep. Er is ook wat te veel aandacht voor economische rendabiliteit, terwijl er ook zoiets is als maatschappelijke rendabiliteit. De ‘return on investment’ van dat laatste is echter niet onmiddellijk in financiële termen uit te drukken. De spreker pleit voor het wegwerken van die versnippering en het clusteren van opleidingen, door ze meer op de doelgroep te richten.

Het is een feit dat de eerste schakel in de waardeketen, namelijk de kunstenaar zelf, voornamelijk bezig is met zijn kunstcreatie. Pas in tweede instantie zal het product van die creatie ook geld gaan opbrengen en zal er rond de kunstenaar een bedrijfsactiviteit ontstaan. De economische steunmaatregelen zouden eigenlijk moeten worden opengesteld voor die groep die met het creëren bezig is, de groep kunstenaars die nog op zoek is naar een eigen unieke creatieve taal. Die groep is nu eenmaal niet georganiseerd als nv of bvba, maar heeft wel nood aan de economische begeleidings- en ondersteuningsinstrumenten. Zij zouden bijvoorbeeld ook toegang moeten hebben tot de kmo-portefeuille. Ook de sector van de afgestudeerde economisten zou moeten inzien dat dit een belangrijke doelgroep kan zijn voor hun dienstverlening. Het economische jargon zou daarbij ook het best hertaald worden naar de creatieve sector, waardoor het voor een kunstenaar bijvoorbeeld gemakkelijker wordt een eigen businessplan te schrijven.

De heer *Carlo Vuijlsteke* pleit vervolgens voor het optimaliseren van het financieel en fiscaal beleid ten opzichte van de creatieve industrieën. Onderzoek heeft aangetoond dat de toegang tot financiering een van de belangrijkste struikelblokken is voor creatieve ondernemers. Creatievelingen spreken niet altijd de taal van de financiers, en omgekeerd kennen bankiers en investeerders de sector te weinig. Veel zaken die in de creatieve sector worden geproduceerd hebben een immaterieel en dikwijls ook tijdelijk karakter, waardoor de ‘return on investment’ heel vaak als erg risicovol wordt gepercipieerd door de kredietverstrekkers. De startfase is ook het cruciaal moment op het vlak van financiering,

maar in Vlaanderen ontbreken specifieke instrumenten voor die startfase, zoals microkredieten op maat van de creatieve initiatieven. CultuurInvest van de ParticipatieMaatschappij Vlaanderen (PMV) komt pas tussen vanaf 50.000 euro, terwijl een beginnende mode-ontwerper maar een bedrag van 5000 tot 10.000 euro nodig heeft om van start te kunnen gaan. De maatschappelijke return van de creatieve industrieën is ook veel groter dan economische return. Een voorbeeld van die maatschappelijke return is de bijdrage die de creatieve industrieën leveren aan de internationale uitstraling van Vlaanderen. Dergelijke maatschappelijke return zou door middel van fiscale gunstmaatregelen meer kunnen worden gevaloriseerd.

Daaruit vloeien een aantal beleidssuggesties voort. Er moet een gunstig investeringsklimaat voor de creatieve industrieën worden geschapen. Banken moeten worden gesensibiliseerd om meer kennis te verwerven over de creatieve industrieën. Het aanbod van financieringsinstrumenten, zoals de waarborgregeling en de winwinlening, dat nu al bestaat voor de reguliere economische sector moet aantrekkelijker worden gemaakt voor creatieve starters. Er moeten ook initiatieven komen voor microkredieten voor creatieve starters. Er moet ten slotte ook een gunstig fiscaal klimaat worden geschapen bijvoorbeeld door het mogelijk maken van fiscale aftrek voor giften aan de creatieve sector of door te onderzoeken hoe fiscale stimuli die in andere sectoren, zoals de sport, bestaan, kunnen worden uitgebreid naar de creatieve sector.

Wat de infrastructuur betreft, merkt de heer Vuijlsteke op dat de creatieve industrieën dikwijls bedrijvigheden zijn die zich in stadscentra afspelen en daardoor minder voeling hebben met de typische bedrijvenzones buiten de stad. Creativiteit ontstaat dikwijls in een stedelijke omgeving, waardoor steden een grote aantrekkingskracht uitoefenen op creatievelingen. Die creativiteit moet worden gekoesterd en ondersteund, door onder andere een rijk cultureel aanbod te verzekeren maar ook door de infrastructurele mogelijkheden voor creatieve ondernemers in de centra te garanderen. Een creatieve aanwezigheid in een stedelijk centrum trekt overigens ook gemakkelijker andere bedrijven aan. Mensen die actief zijn in de creatieve sector zijn op zoek naar plekken die goed ingebed zijn in de publieke ruimte omdat dat interactie en uitwisseling stimuleert en nieuwe creatieve impulsen oplevert. In de praktijk zien we echter dat het voor creatieve ondernemers steeds moeilijker wordt om een dergelijke plek te vinden in de stad. We zien ook steeds vaker dat oude industriële sites worden omgevormd tot creatieve hubs, maar dat gebeurt niet altijd op een doordachte manier. Er is nood aan een overkoepelende visie rond creatieve infrastructuur in Vlaanderen. Het heeft weinig zin dat twee gemeenten in elkaars nabijheid elk een creatieve hub opstarten.

Infrastructuur is niet alleen fysieke infrastructuur, maar ook virtuele infrastructuur. Veel creatieve content wordt steeds vaker via internet verspreid. Dat brengt uitdagingen voor de sector met zich mee, onder andere op het vlak van de uitbouw van digitale applicaties en breedbandtoepassingen. Ook hierbij kan steun nuttig zijn.

Aan het beleid wordt gevraagd mee te helpen aan het uitbouwen van een duurzame infrastructuur voor de creatieve sector. Er moet bekeken worden hoe er op verschillende beleidsniveaus meer afstemming kan komen. Clustering en samenwerking moeten worden gestimuleerd, ook met andere sectoren. Projecten die via digitale weg nieuwe afzetmarkten proberen te creëren of die de participatie verhogen, moeten eveneens door het beleid worden gestimuleerd.

De heer *Stef Coninx* zegt dat een eerlijke vergoeding en een doeltreffende bescherming van creativiteit misschien het meest controversiële aspect is. “Gratis bestaat niet”. Intellectuele eigendomsrechten zijn een soort van ‘uitgestelde vergoeding’. Wat wordt geproduceerd kan dikwijls niet onmiddellijk worden vermarkt of verkocht. Door de intellectuele eigendomsrechten kan er op termijn een inkomen worden gecreëerd uit wat werd geproduceerd. Intellectuele eigendomsrechten staan onder druk en ook het denken daarover evolueert.

Toen de muziekindustrie destijds protesteerde tegen het illegaal kopiëren van cd's, was daar in de geschreven pers erg weinig begrip voor. Door de verdergaande digitalisering, ondervindt de geschreven pers tegenwoordig echter dezelfde problemen. De problemen rond intellectuele eigendomsrechten zijn geen tijdelijk gegeven, het zal een constante zorg blijven. Het is de verantwoordelijkheid van de overheid om daar zeer zorgvuldig mee om te springen.

Creatieve mensen moeten een eerlijke vergoeding voor hun werk krijgen. Eerlijk kan ook betekenen dat er gedacht wordt aan de spreiding van de inkomsten over de tijd. In de periode van de creatie of het scheppen, die lang kan duren, zijn de inkomsten zeer beperkt. Wanneer het product dan op de markt komt en succes blijkt te hebben, komen er op korte tijd veel inkomsten binnen. Het is dan ook niet eerlijk dat die inkomsten in één klap worden belast. Het gaat immers om een investering die soms vele jaren in beslag heeft genomen.

Het valt volgens de heer Coninx ook op dat muziek erg belangrijk is voor de jeugd, maar dat er eigenlijk weinig bereidheid bestaat er ook nog voor te betalen. Het illegaal downloaden is zo vanzelfsprekend geworden, dat er een perceptieprobleem is ontstaan, dat bij uitbreiding ook voor de andere creatieve industrieën geldt. Iets dat mooi is, wordt als algemeen beschikbaar beschouwd.

De sector vraagt dat de overheid de intellectuele eigendomsrechten zou erkennen als een belangrijke bron van inkomsten. Het is een manier om een eerlijke vergoeding te krijgen voor de deelnemers in de waardeketen. In een aantal landen is men bezig om de 'fair trade'-principes te introduceren in de creatieve sector. Het gaat dan om een eerlijke vergoeding voor de kunstenaar in een systeem van eerlijke handel, waarbij het bijvoorbeeld niet de grote muziekmaatschappijen zijn die met de winsten gaan lopen. Als het duidelijk wordt dat de kunstenaar correct wordt vergoed, kan er misschien meer begrip komen voor het betalen van intellectuele eigendomsrechten.

De heer *Pascal Cools* rondt de toelichting af. Hij zegt dat, een jaar na de introductie van de visienota, het OCI wordt voortgezet. Het is duidelijk dat er groeiende aandacht is voor het onderwerp, niet alleen in Vlaanderen maar in heel Europa. Ook op lokaal niveau zijn er een heel groot aantal initiatieven, die helaas niet altijd zeer gecoördineerd worden opgezet. Tijdens deze presentatie werd sterk gefocust op de beleidsaanbevelingen, maar in de visienota staan er ook minstens evenveel aanbevelingen voor de sector zelf. Er is hard gewerkt aan een actieplan om de sectoraanbevelingen ook te vertalen naar concrete acties. Dat gebeurt door zes actiegroepen rond de zes prioriteiten. De visienota wordt na een jaar ook geëvalueerd. De sector is ook heel blij dat er een beleidswerkgroep is gestart, waarin de departementen en agentschappen en ook andere organisaties, die bij de sector zijn betrokken, zijn vertegenwoordigd. Die werkgroep bekijkt alle bestaande beleidsinstrumenten en gaat na in welke mate die op de creatieve industrieën zijn afgestemd. Er moet daarnaast ook nog een aantal belangrijke politieke keuzes worden gemaakt, bijvoorbeeld rond het vrijmaken van budgetten voor internationale promotie door F.I.T. De heer Cools pleit ten slotte nog voor meer concertatie op het lokale beleidsniveau, om de diverse lokale initiatieven beter op elkaar af te stemmen.

2. Discussie

De heer *Herman Schueremans* vraagt naar suggesties voor het verder verfijnen van het voorliggende voorstel van resolutie, zodat gewerkt kan worden in de richting van een voorstel dat door meerderheid en oppositie kan worden gedragen.

De heer Schueremans vraagt ook in hoeverre de steun vanuit de PMV kan verbeteren.

De heer *Paul Delva* zegt dat de manier van werken in Schotland inderdaad erg doelgericht is en dat deze regio daarmee een duidelijke voorsprong heeft op andere Europese regio's. Het heeft niet alleen te maken met doelgerichte communicatie, maar ook met beleid. Hij roept op om het model van Creative Scotland van naderbij te bekijken, zodat we er ook een en ander uit kunnen leren.

De heer Delva is van oordeel dat het beleid ten opzichte van de creatieve industrieën wordt bemoeilijk door de betrokkenheid van diverse beleidsdomeinen, die erg verkokerd werken. Hier zijn de beleidsdomeinen Cultuur, Economie, Media en Buitenlandse Handel betrokken. Bovendien is er een aantal zaken, dat ook nog op federaal niveau moet worden geregeld.

De spreker viel het ook op dat er in de toelichting een onderscheid werd gemaakt tussen de zogenaamde 'hoge' kunsten en de toegepaste kunsten. De creatieve sector is inderdaad zeer divers. Er bestaat een enorme afstand tussen bijvoorbeeld een dichter en iemand uit de designwereld. Het is dan ook moeilijk ze allemaal samen te brengen binnen één beleidsdoelgroep onder de algemene noemer 'creatieve industrieën'. Beleidsmaatregelen zullen volgens de heer Delva op hun beurt moeten worden vertaald naar verschillende subdoelgroepen.

De heer *Filip Watteeuw* valt het op dat promotie in het buitenland altijd een van de eerste zaken is die aan bod komen wanneer over de creatieve industrieën wordt gesproken. Creatieve producten gaat men als een soort promotiemiddel voor de regio gebruiken. Is dat wel een goede zaak? Moet de eerste zorg niet zijn dat de creatieve sector sterk genoeg is en een goede output genereert? Pas als dat het geval is, kan men volgens de spreker aan internationale promotie gaan doen. Hij zegt tegenstander te zijn van het model dat Richard Florida voorstaat, waarbij de nadruk op promotie zodanig sterk is, dat het gaat in de richting van het creëren van ongelijkheid, door het stimuleren van creatieve elites. Wat is de visie van Flanders DC hierover?

De spreker zegt dat het pleidooi voor meer opleiding rond economische denkkaders in de artistieke opleiding terecht is. Anderzijds worden de mogelijkheden die de creatieve industrieën bieden in het onderwijs zelf dikwijls niet gebruikt. Wat de sector biedt aan alternatieve denkschema's stroomt te weinig door naar het onderwijs. Moet daar ook niet aan gewerkt worden?

De visienota pleit voor meer linken met andere sectoren, maar de heer Watteeuw vindt dit tamelijk vaag. Hoe wordt dat meer concreet gezien? Die andere denkschema's, die in de creatieve sectoren worden gebruikt, moeten kunnen worden overgebracht naar andere economische sectoren. Dat zou wellicht tot nieuwe inzichten kunnen leiden in de klassieke economische sectoren en meer opportuniteiten scheppen.

De heer Watteeuw vindt de vraag om de kmo-portefeuille ook open te stellen voor vzw's en non-profitorganisaties in de creatieve sector terecht. Aan de subsidies uit de kmo-portefeuille zijn echter ook voorwaarden verbonden. Het gaat uiteindelijk om een economisch instrument. Zijn die kleinere organisaties uit de creatieve sector eigenlijk klaar voor een meer economische benadering?

Het lid is enigszins verbaasd over de vraag naar bedrijvenzones voor de creatieve industrie. Op het eerste zicht is die vraag te begrijpen, maar moet er tegelijkertijd ook niet gestreefd worden naar een aanwezigheid van de creatieve industrieën op de klassieke bedrijvenzones?

De heer *Matthias Diependaele* zegt dat de creatieve industrieën zeker niet verwaarloosd mogen worden. Het is een belangrijke sector, als men bedenkt dat in Vlaanderen in de totale filmindustrie evenveel mensen werken als in de automobielsector. Toch wordt er op

het politieke niveau de laatste jaren meer aandacht besteed aan de auto-industrie dan aan de filmindustrie.

Ook de heer Diependaele wijst op de zeer grote diversiteit tussen de verschillende sectoren van de creatieve industrie. Men zou ervan kunnen uitgaan dat het aanleren van ondernemerschap een veel kleiner probleem is bij bijvoorbeeld de architecten dan bij beeldende kunstenaars. Ook op het vlak van internationale focus zal dat bij de enen veel duidelijker zijn dan bij de anderen. Het zal dus moeilijk zijn voor heel die creatieve sector één beleid uit te werken.

De spreker is het ermee eens dat de economische instrumenten zoals de kmo-portefeuille en de waarborgregeling, zodanig moeten worden aangepast, dat ze ook gemakkelijker toegankelijk worden voor de creatieve sector. Hij trekt ook parallellen met innovatiesector. Ook daar zijn er problemen op het vlak van ondernemerschap en internationalisering. Hij zegt geen voorstander te zijn van een eigen beleidsnota voor de creatieve industrieën. Om tot een geïntegreerd beleid te komen is het beter niet te veel te versnipperen over verschillende beleidsdomeinen, maar om rond bepaalde algemene bekommernissen, zoals versterking van het ondernemerschap, een geïntegreerd beleid te voeren.

De heer Diependaele heeft ook nog vragen over het statuut van de kunstenaar, dat al zeer lang een onderwerp van debat is.

Hij waarschuwt ook voor neveneffecten van het beschermen van intellectuele eigendom, zoals het invoeren van informatiebeperkingen die worden opgelegd door het ACTA-verdrag (Anti-Counterfeiting Trade Agreement), of het uitsluiten van mensen die illegaal hebben gedownload van internetgebruik. Er kunnen ook vragen worden gesteld bij de werking van de auteursrechtenorganisatie SABAM.

Ten slotte merkt de heer Diependaele nog op dat kunstenaars zelf dikwijls stellen dat teveel overheidsbemoeienis of het opleggen van regels, de creativiteit in feite niet ten goede komen. Creativiteit groeit aan de basis en kan niet door de overheid worden opgelegd.

De heer *Pascal Cools* zegt blij te zijn dat in het voorstel van resolutie al heel wat terug te vinden is van de aanbevelingen die in de visienota staan. Het voorstel van resolutie werd ook aan alle leden van het OCI bezorgd. Elke sector heeft hierop feedback gegeven. Flanders DC heeft op dit ogenblik niet veel bijkomende suggesties meer te geven voor een verdere verfijning van het voorstel. De grootste zorg voor de heer Cools is dat de resolutie niet enkel een aantal papieren intenties weergeeft, maar ook wordt omgezet in beleid. Het OCI beschouwt het tot stand komen van een breed gedragen resolutie over de creatieve industrieën in elk geval als een zeer belangrijke stap.

De heer *Stef Coninx* zegt dat Vlaanderen niet de enige regio is die tot het besef is gekomen dat de creatieve industrieën ook een belangrijke economische factor vormen. Dit voorstel van resolutie zou een hefboom moeten zijn voor de Vlaamse profilering in Europa op dit terrein. Waar wil Vlaanderen staan in het Creative Europeprogramma in het kader van de Europa 2020-strategie? Dit voorstel van resolutie zou ertoe moeten leiden dat de impact van de sector nog beter in kaart wordt gebracht. Op die manier kan Vlaanderen beter worden ingeschreven in het Europese beleid.

De heer *Pascal Cools* zegt verder dat Creative Scotland inderdaad een goed model is. Het is één overkoepelende organisatie met tweehonderd medewerkers, terwijl er bij wijze van spreken in Vlaanderen tweehonderd organisaties bestaan, met één medewerker. De sector zelf zal zich moeten structureren. Dat is dus niet alleen een opdracht voor het beleid. Een zekere clustering is op dit ogenblik aan de gang.

Een transversaal beleid is moeilijk tot stand te brengen, geeft de heer Cools toe. Men botst quasi onmiddellijk op de grens tussen Cultuur en Economie. In het kader van de ontwikkeling van creatieve industrieën zullen die twee beleidsdomeinen wel moeten samenwerken. De sector van de schone kunsten voelt zich meer thuis bij het cultuurbeleid, terwijl de toegepaste kunsten zich meer naar het beleidsdomein Economie richten. Het is onmogelijk om alle beleidsdomeinen hierbij te betrekken. Naast Cultuur en Economie is innovatie een zeer belangrijk beleidsdomein. Het betrekken van de competenties van de creatieve industrieën in het innovatiebeleid is van essentieel belang. Innovatie, Economie en Cultuur zijn de drie beleidsdomeinen die de kern uitmaken van de beleidswerkgroep, die nu al is opgestart. Uiteraard zullen er ook aspecten uit de beleidsdomeinen Onderwijs en Werk bij betrokken moeten worden, maar het zijn toch die drie kernbeleidsdomeinen die voor een transversaal beleid zullen moeten zorgen.

De heer Cools stelt verder dat de creatieve industrie niet de enige sector is die erg divers is. Ook sectoren als de textielindustrie of biotech zijn erg divers. Toch worden ze als één sector beschouwd. De gezamenlijke grondstof voor de creatieve industrieën is de artistieke creativiteit. In elk geval hebben op basis daarvan de twaalf subsectoren elkaar toch gevonden. In Vlaanderen heeft men de sector in feite vrij beperkt gehouden. In Duitsland wordt de gehele ICT-sector bijvoorbeeld ook als een onderdeel van de creatieve industrieën beschouwd, omdat daar intellectuele eigendom als definitie voor de creatieve sector wordt gebruikt. Nochtans kan men mondiaal vaststellen dat zowat overal dezelfde sectoren zich tot de creatieve industrieën rekenen. De grote diversiteit is dan ook overal een algemeen gegeven.

De focus op internationale promotie komt van de sectoren zelf. Aan de twaalf subsectoren werd gevraagd wat de prioriteiten waren, waarrond zou moeten worden gewerkt. Internationalisering werd algemeen als eerste prioriteit aangegeven. Dus die internationale focus is er niet gekomen vanuit het oogpunt van de promotie van Vlaanderen of vanuit bekommernissen van city marketing, maar omdat de creatieve sectoren voor zichzelf de economische noodzaak van internationalisering sterk aanvoelen. Vlaanderen is immers een te kleine markt. Dat neemt niet weg dat creatieve industrie inderdaad goed gebruikt kan worden voor city marketing en promotie voor Vlaanderen. Maar daarover kan dan weer worden gezegd dat de sectoren soms argwanend staan tegenover het feit dat ze gebruikt worden voor promotie van Vlaanderen in het buitenland.

De heer *Jan Timmermans* benadrukt dat de ‘return on investment’ in de creatieve sector anders is dan een puur financiële return on investment. Voor de creatieve sector is de eerste schakel in de waardeketen inderdaad promotie. Door zichzelf te promoten krijgt een kunstenaar naambekendheid, wat op zijn beurt dan weer kan leiden tot een grotere omzet in de vorm van meer tentoonstellingen en verkoop van kunstwerken.

De heer *Stef Coninx* zegt dat internationale promotie inderdaad niet om promotie van Vlaanderen in het buitenland gaat, maar om het zoeken naar afzetmarkten, net zoals alle andere economische sectoren buitenlandse afzetmarkten zoeken. De heer Coninx vindt dat er bij de Vlaamse economische vertegenwoordiging in het buitenland nog niet genoeg knowhow aanwezig is over de manier waarop die creatieve sectoren economisch moeten worden gepromoot.

Het is voor de sector vooral belangrijk dat hij toegang krijgt tot dezelfde beleidsinstrumenten als de andere sectoren, dus ook tot het netwerk van F.I.T. Dat geldt ook voor toegang tot andere investeringsvehikels van de overheid. In het geval van de creatieve industrieën wordt dikwijls gesproken in termen van subsidies, terwijl het bij de andere sectoren om investeringssteun gaat. De creatieve sector vraagt gelijke toegang tot die investeringssteun. Regelgeving moet dan ook stimulerend en zeker niet beperkend werken.

De heer *Pascal Cools* stelt vast dat uit het programma van F.I.T. van een van de voorbije jaren bijvoorbeeld bleek dat ze meer dan twintig voedingsbeurzen zouden ondersteunen. De grootste beurs van de audiovisuele sector werd dan weer niet ondersteund, terwijl dat naar omzet, tewerkstelling en uitstraling ook in Vlaanderen een heel grote sector is. De vraag is dan ook legitiem dat in internationale promotie zou worden geïnvesteerd in functie van wat die sector economisch opbrengt.

De heer *Stef Coninx* vult nog aan dat Vlaanderen kan leren van het buitenland. Zo hebben alle grote Europese landen een export office, specifiek voor muziek. Men is daar nu enigszins van aan het afstappen, door die specifieke exportorganisatie samen te smelten met organisaties die voor de export van andere creatieve sectoren instaan, zoals dat in Schotland met Creative Scotland gebeurt.

Wat het aspect onderwijs betreft, zegt de heer *Pascal Cools* dat het inderdaad niet slecht zou zijn als de creatieve sector meer voeling met het onderwijsveld zou krijgen. Anderzijds moet ook worden toegegeven dat de opleidingen voor creatieve beroepen zelf meer aandacht moeten hebben voor andere aspecten van het beroepsleven na de opleiding, dan het louter creatieve.

Over de samenwerking met het beleidsdomein Innovatie, vermeldt de heer Cools de ‘Call voor innovatie door de creatieve industrie’ gelanceerd door minister van Innovatie, Ingrid Lieten. De bedoeling van deze call is de samenwerking tussen mensen uit de creatieve industrieën en onderzoekers en wetenschappers te stimuleren. Dit is een aanzet tot samenwerking tussen beide sectoren. In een aantal landen staat men op dat vlak al verder. In Québec is er een volwaardig instituut dat samenwerking tussen creatieve industrie en onderzoekers organiseert (SAT – Société des arts technologiques). In Finland is er een nieuwe universiteit opgericht, de Aalto University, die een fusie is van de School of Economics, de Helsinki University of Technology en de University of Art and Design. De ingenieurs van de toekomst, die daar hun diploma zullen behalen zullen vakken van de drie domeinen (economie, technologie en kunsten) moeten hebben doorlopen. In Vlaanderen is het IBBT (Interdisciplinair Instituut voor Breedbandtechnologie) daar sporadisch, op projectbasis mee bezig. Men kan volgens de heer Cools overwegen om ook het IWT (Agentschap voor Innovatie door Wetenschap en Technologie) een rol te laten spelen in de samenwerking tussen innovatie en creatieve industrieën, door het ondersteunen van samenwerkingsprojecten.

De heer *Carlo Vuyjlsteke* zegt dat infrastructuur en bedrijventones in de stad opportuniteiten kunnen zijn om samenwerking tussen verschillende sectoren te stimuleren. Men ziet dat er zich rond creatieve bedrijven andere bedrijven vestigen. Het komt er op aan de interactie tussen die bedrijven te stimuleren. Daarvoor kunnen tools worden ontwikkeld. Samenwerking tussen bedrijven kan leiden tot nieuwe concepten.

Over bedrijventones zegt de heer *Pascal Cools* verder nog dat de creatieve sector dikwijls niet thuishoort op een bedrijventerrein buiten de stad. Het is echter niet gemakkelijk om voor die bedrijven een geschikte ruimte te vinden binnen de stad. Veel oude industrieterreinen worden ondertussen ontwikkeld voor nieuwe economische bedrijvigheid, maar ook die liggen doorgaans buiten de stad.

De heer Cools is van oordeel dat CultuurInvest van de PMV goed werk levert. Maar zoals al gezegd is het verschaffen van microkredieten een lacune in de ondersteuningsinstrumenten. Terwijl een bedrijf uit de reguliere economische sector bij zijn opstart doorgaans wel een lening kan krijgen bij een bank, dan is dat voor mensen met een kunstzinnig beroep, zoals mode-ontwerpers, quasi onmogelijk. Een microkrediet zou voor deze mensen een uitkomst kunnen bieden, als ze niet onmiddellijk op eigen financiering kunnen terugvallen. Hier is een rol voor het beleid weggelegd.

De heer *Jan Timmermans* vult hierbij aan dat er in 2008 door het Kunstenloket een studie is uitgevoerd over de behoefte aan microkrediet in de kunstensector. Uit de antwoorden bij een uitgebreide bevraging bleek dat 71 percent van de respondenten stelde nood te hebben aan microkredieten omdat ze hun financieringsbehoeften niet op een andere manier kunnen afdekken. Ongeveer de helft van de respondenten antwoordde dat een bedrag van 2500 euro al voldoende zou zijn om te kunnen starten. 39 percent antwoordde dat 5000 euro zou volstaan om te beginnen. Het gaat daarbij bijvoorbeeld alleen maar om het aanschaffen van een computer en aangepaste software. Bij beginnende kunstenaars is de capaciteit om de lening te kunnen terugbetalen ook niet erg groot. Voor een banklening is dat een onoverkomelijke handicap.

De heer *Pascal Cools* benadrukt verder dat de creatieve sector expliciet niet vraagt om eigen ondersteuningsinstrumenten, specifiek voor de sector te ontwikkelen. Wel wordt gevraagd het bestaande instrumentarium meer toegankelijk te maken voor de creatieve industrieën.

De heer *Stef Coninx* zegt dat het model van CultuurInvest nu ook op Europees niveau wordt gekopieerd. De Europese Commissie heeft dit opgenomen in de voorstellen voor het Creative Europe programma. Dat wijst erop dat het een goed model is. De sector moet leren daarop in te spelen, door bijvoorbeeld goede businessplannen op te stellen, zodat dossiers door CultuurInvest gunstig kunnen worden beoordeeld.

De heer *Jan Timmermans* heeft daarbij wel de bedenking dat het terugverdienmodel dikwijls faalt. Men kan inderdaad goede businessplannen opstellen, maar er moet in de creatieve sector toch rekening worden gehouden met het feit dat een creatief project dikwijls een zeer lange aanlooptijd nodig heeft, voordat het ook nog geld opbrengt. Een businessplan van een kunstenaar wijkt daardoor fundamenteel af van een businessplan van een ondernemer in de reguliere economische sector.

Over het kunstenaarsstatuut zegt de heer Timmermans dat dat juridisch in feite niet bestaat. Het zogenaamde sociaal statuut van de kunstenaar is een amalgaam van uitzonderingsmaatregelen op sociaalrechtelijk, arbeidsrechtelijk en fiscaal vlak. Dat zijn nog altijd federale materies, terwijl cultuur een Vlaamse bevoegdheid is. Vlaanderen kan dus niet beslissen over het sociaal statuut van zijn eigen kunstenaars. Omdat het een amalgaam van uitzonderingsmaatregelen is, is het kunstenaarsstatuut erg gecompliceerd, ook in de jurisprudentie. Dat betekent onder andere dat er wel eens regionale verschillen kunnen opduiken in bijvoorbeeld de behandeling door de Rijksdienst voor Arbeidsvoorziening (RVA) van een kunstenaar die een werkloosheidsuitkering aanvraagt. Ook op fiscaal vlak kunnen er regionale verschillen zijn, bijvoorbeeld bij de beoordeling van wat kan worden ingebracht als beroepskosten. Wat het ook ingewikkeld maakt is dat vele kunstenaars tijdelijke opdrachten uitvoeren met beperkte contracten van bepaalde duur. Nogtans moet ook benadrukt worden dat het kunstenaarsstatuut, hoe ingewikkeld ook, jonge kunstenaars de mogelijkheid geeft om op een correcte legale manier te overleven.

De heer *Pascal Cools* verklaart dat de grote meerderheid van de creatieve sector eveneens vindt dat het ACTA-verdrag te ver gaat. De sector was bij de eersten om zich tegen dit verdrag uit te spreken. Er is in de sector overigens ook een grote vraag om de werking van SABAM te herbekijken.

Om af te ronden zegt de heer Cools dat een goede ondersteuning van de sector ook zal verhinderen dat creatieve talenten naar het buitenland verhuizen, zoals het tegenwoordig in de modesector gebeurt.

Patricia CEYSENS,
voorzitter

Frank CREYELMAN,
verslaggever