

Fördjupad projektbeskrivning inklusive riskanalys

Creative Business Region Stockholm

8.0 Inledning

Creative Business Region Stockholm (hädanefter benämnt *Creative Stockholm*) är en strategisk satsning för att utveckla förutsättningarna för kulturella och kreativa näringar i Stockholmsregionen samt bidra till ökad tillväxt och attraktionskraft för regionen.

De kulturella och kreativa näringarna har under senare år visat på stark tillväxt. Inkluderas turism och måltid står branscherna tillsammans för nästan 5 procent av Sveriges BNP och sysselsätter ca 280 000 personer.

Potentialen utgörs av företagens förmågor att utveckla den egna affärsverksamheten, att tillföra värden i näringsliv och samhälle samt att attrahera besöksnäring och utländska investeringar. Därtill bidrar många av företagen inom kulturella och kreativa näringar till att utveckla varor och tjänster som stimulerar till ett kreativt klimat i samhället i stort.

Satsningen *Creative Stockholm* är ett samverkansprojekt mellan näringsliv, offentlig sektor och högskola.

8.1 En bakgrundsbeskrivning och skäl till projektet

Förutsättningarna för att verka inom kulturella och kreativa näringar: en mångfacetterad sektor i ständig förändring

Företagen inom kulturella och kreativa näringar är ofta mycket små. 71 procent är soloföretag, d v s egenföretag och 98 procent är mikroföretag, d v s har 0-10 anställda. Endast 0,1 procent av företagen har över 250 anställda.

De som arbetar inom kulturella och kreativa näringar är generellt välutbildade och en betydligt högre andel personer än genomsnittet i näringslivet har högskoleutbildning.

Verksamheterna, både hos de större och mindre företagen, är ofta projektbaserade. Det är en typ av ”arbetare” som inte är begränsad till en uppgift, utan oftast hanterar flera aktiviteter - sitt eget skapande, försäljning, distribution, teknikutveckling, organisation i team - och därför behöver kompetens inom många olika områden.

Det ställs stora krav på ständig förnyelse, flexibilitet och samarbete. Många av branscherna har starka kopplingar till varandra. Nätverk och mötesplatser är viktiga för att ytterligare stimulera möten mellan företag och idéer.

Kulturella och kreativa näringar är till sin natur internationell. Det finns ofta både en hemmamarknad och en global marknad för de svenska företagen. Många företag erbjuder produkter eller tjänster som genast behöver nå ut på en internationell marknad på grund av begränsad hemmamarknad. Dessa brukar omnämnas som ”born global”.

Att arbeta inom kulturella och kreativa näringar innebär stora möjligheter men också stora utmaningar.

Kulturella och kreativa näringar i Stockholms län

Kulturella och kreativa näringar är en omfattande sektor i Stockholmsregionen. Alla de branscher som samlas under begreppet kulturella och kreativa näringar återfinns i regionen och finns representerade i länets samtliga 26 kommuner. Antalet sysselsatta är ca 40 000 personer, d v s 4,2 procent av den förvärvsarbetande befolkningen, varav en hög andel både är välutbildade och framgångsrika aktörer.

Det finns även ännu inte etablerade kreatörer. Dessa kreatörer kan ha sin hemvist i både innerstad och ytterstad, vara såväl utbildade som autodidakter samt ha en bakgrund i Sverige eller utomlands. Det de har gemensamt är en stark drivkraft och goda idéer. Det är viktigt att kreatörer oavsett bakgrund ges tillträde till regionens innovationssystem för kulturella och kreativa näringar.

I Stockholm finns en stark kulturell infrastruktur i form av kommunala satsningar från bredd till spets, exempelvis konsthallar och kluster, statliga och regionala kulturinstitutioner av hög klass samt landets största samlade utbud av konstnärliga högskolor och andra högskolor och universitet. I regionen utvecklas också nya kreativa stadsdelar, platser och kluster, exempelvis Transit Kulturinkubator vid Konstfack i Telefonplan, Subtopia i Botkyrka kommun och Diesilverkstan i Nacka.

Stockholm har en stark potential i att koppla samman kulturella och kreativa näringar med akademi, teknik, IT, finans, turism och service.

Goda förutsättningar men också utmaningar som hämmar utveckling

Det finns goda förutsättningar för kulturella och kreativa näringar i Stockholmsregionen. Samtidigt finns det utmaningar som hämmar utveckling hos företagen och tillväxt i regionen.

Det pågår parallella satsningar i Stockholmsregionen med uteblivna synergier för företag inom kulturella och kreativa näringar. För att skapa bästa möjliga villkor för sektorn krävs ett brett partnerskap och samordning mellan offentlig sektor, akademi och företag.

Befintliga satsningar tillgängliggörs inte i tillräckligt hög grad för talanger och företag i hela regionen. Det finns ett behov av ökad kommunikation mellan aktörer inom regionen och med aktörer nationellt och internationellt.

En förutsättning för att bibehålla och attrahera talanger nationellt och internationellt är tillgång till ändamålsenliga faciliteter och kluster till en kostnadsnivå som motsvarar aktörernas betalningsvilja. Det finns ett behov av en övergripande samsyn i regionen för att undvika parallella satsningar på faciliteter.

Små och medelstora företag med tillväxtpotential har svårt att få tillgång till kapital för att utveckla företagen. Problemet är särskilt stort för företag inom de kulturella och kreativa näringarna eftersom de ofta saknar realkapital som kan användas som säkerhet för lån. Dessutom finns det ett begränsat intresse av och förståelse för sektorn hos aktörer på finansmarknaden.

Företag inom kulturella och kreativa näringar har ett behov av affärsutveckling. De insatser som ALMI och andra aktörer erbjuder behöver bättre anpassas till branschernas behov. Befintliga branschspecifika noder för affärsutveckling är i behov av långsiktig finansiering.

Det finns en potential för en ökad internationalisering. Branschen i regionen har många internationaliseringsförebilder och det råder en ökad internationell efterfrågan på kultur och upplevelser. Svagheter är bristande kunskap hos företag vad gäller internationellt företagande samt ekonomiska resurser för att ta det första steget internationellt. Ett hot är den hårda internationella konkurrensen.

Det finns ett behov av ömsesidigt kunskapsutbyte mellan företag, offentlig sektor och akademi. Företag kan ges stärkta förutsättningar för att utveckla den egna verksamheten genom rätt kompetens. Offentliga aktörer kan öka kvaliteten i stödstrukturer genom ökad kunskap om näringens behov. Offentliga och privata aktörer kan stimuleras att i högre grad anlita exempelvis designers, arkitekter och konstnärer genom en ökad medvetenhet om företagets betydelse för innovation och tillväxt. Högskolor och universitet har ett behov av närhet till kulturella och kreativa näringar i syfte att utveckla insatser utifrån näringens behov.

Ovan utmaningar har identifierats olika studier som har framställts på nationell, regional och lokal nivå:

- KK-stiftelsens satsning på upplevelseindustrin 1999-2007
- *Kreativa näringar i Stockholmsregionen* Regionplanekontoret 2004 (då RTK)
- *Förslag till handlingsprogram för de kreativa näringarna i Stockholmsregionen 2006-2007*, antogs av RTPs styrgrupp 2005
- *Kultur i regional utvecklingsplanering*, Regionplanekontoret 2008 (då RTK)
- *Regional utvecklingsplan för Stockholmsregionen*, Regionplanekontoret 2009
- *Kulturutredningen* SOU 2009:16
- *Regeringens handlingsprogram för kulturella och kreativa näringar*, 2009
- *Kulturvision 2030*, Stockholm stad 2009
- Ett antal kommuner i länet har strategier med koppling till sektorn, exempelvis Botkyrka, Nacka och Solna.

8.2 Sammanfattande projektbeskrivning

Creative Stockholm är en strategisk satsning för att utveckla förutsättningarna för kulturella och kreativa näringar i Stockholmsregionen samt bidra till ökad tillväxt och attraktionskraft för regionen.

Det finns goda förutsättningar för att företag inom kulturella och kreativa näringar ska kunna utvecklas i Stockholmsregionen. Alla branscher som samlas under begreppet kulturella och kreativa näringar finns representerade i regionen. Det finns också ännu inte etablerade talanger med stark drivkraft och goda idéer. Stockholm har en stark potential i att koppla samman kulturella och kreativa näringar med andra sektorer.

Trots goda förutsättningar finns det hinder och behov som inte tillgodoses och som hämmar affärsmöjligheter hos företagen och tillväxt i regionen. Det pågår parallella satsningar med uteblivna synergier för företag, befintliga satsningar tillgängliggörs inte i tillräckligt hög grad, det finns ett behov av ändamålsenliga faciliteter, tillgång till kapital, affärsutvecklingsinsatser, internationaliseringsfrämjande insatser samt kunskapsöverföring mellan offentlig sektor och företag och akademi.

För att tillgodose behoven behöver en mångfald av aktiviteter genomföras. Projektet innehåller följande insatsområden:

- partnerskap för kulturella och kreativa näringar i Stockholmsregionen
- handlingsprogram för utveckling av kulturella och kreativa näringar i Stockholmsregionen
- digital mötesplats och annan marknadsföring - tillgängliggörande av regionens innovationssystem
- faciliteter och kluster som attraherar talanger internationellt och nationellt
- Transit Kulturinkubator - regional nod för affärsutveckling
- Innovativ kultur - nya finansieringsmöjligheter
- internationalisering - Born globals
- kunskapsutbyte för innovation och tillväxt - mångvetenskapligt forum för kulturella och kreativa näringar i Stockholmsregionen

Partnerskapet bakom Creative Stockholm utgörs av Botkyrka kommun (stödmottagare), Stockholms läns landstings kulturförvaltning (samverkanspart) genom Transit Kulturinkubator, Stockholm stads kulturförvaltning (samverkanspart) genom Innovativ kultur, Regionplanekontoret/Landstinget, Stockholm Business Region, Nacka kommun, Värmdö kommun, KTH CEFIN, Södertörns högskola. Ytterligare aktörer kommer att tillkomma under satsningens gång.

Då det treåriga strukturfondsstödda projektet avslutats är ambitionen att Creative Stockholm ska fortsätta som satsning. Basen kommer då att vara det partnerskap av aktörer som utvecklats och den gemensamma handlingsplanen.

8.3 Syfte med projektet

Creative Stockholm har ambitionen att stärka förutsättningarna för kulturella och kreativa näringar i Stockholms län. Satsningens syfte kan sammanfattas i följande punkter:

- att stärka företagen så att de kan utveckla sina produkter och tjänster för att göra fler affärer på såväl den svenska som den internationella marknaden; samt
- att utveckla en långsiktigt hållbar struktur som stöd för kulturella och kreativa näringar i Stockholmsregionen.

8.4 Projektets mål

Övergripande kvalitativa mål som ska vara uppnådda efter 2011

Ett **partnerskap** för utveckling av kulturella och kreativa näringar i Stockholmsregionen har etablerats. Partnerskapet har en samordnande roll för genomförande av regionalt handlingsprogram.

En **handlingsprogram** för kulturella och kreativa näringar i Stockholmsregionen har framställts.

En **digital mötesplats** har lanserats som kommunicerar regionens innovationssystem för kulturella och kreativa näringar på ett tydlig sätt.

Offentliga och privata aktörer har tagit initiativ till nya satsningar för att **stärka faciliteter** för kulturella och kreativa näringar.

Affärs-, nätverks- och marknadsutvecklingsinsatser för företag har lett till utvecklad och ökad verksamhet såväl i Sverige som på den internationella arenan.

Kompletterande **finansieringslösningar** för företagens tidiga faser har utvecklats, bland annat med fokus på konstnärlig utveckling som kan ha en kommersiell potential samt produktutveckling och expansion.

Ett **internationaliseringsprogram** för kulturella och kreativa näringar i regionen har utvecklats.

Systematiskt **kunskapsutbyte** har resulterat i ett tydligare stöd till företag, en ökad efterfrågan på företagens varor och tjänster samt samproduktionsprojekt som har resulterat i affärsnytta.

Kvantitativa mål kopplat till målgrupperna är följande;

	Totalt	varav minst är (ägs av)Kv/män	varav minst är (ägs av) kv-män med utl bakgrund
-Antal deltagande aktörer	20		
-Antal kontaktade företag	300	120	75
-Antal deltagande företag	45	18	11
varav som verkar på inter- nationell marknad	30	12	7
-Antal nya nätverk	5		
-Antal politiker som del- tagit i seminarier	150		

Projektets mål är direkt kopplade till Ändringsbeslut angående indikatorerna (Tillväxtverket, 2009-05-12). Uppföljning och eventuell revidering av mål och indikatorer för projektet sker årligen vid framtagandet av nästa års projektplan och budget.

8.5 Projektets målgrupper

Den primära målgruppen är små och medelstora företag inom kulturella och kreativa näringar. Följande branscher är prioriterade: arkitektur, dataspel, design, konst, konsthantverk, litteratur, marknadskommunikation, media, mode, musik, scenkonst.

När det gäller rörlig bild& film sker samverkan med regionalfondsprojekt Moving Pictures Stockholm Mälardalen. När det gäller måltid och turism sker samverkan med berörda stödjande aktörer.

Den sekundära målgruppen utgörs av politiker och beslutsfattare inom offentlig och privat verksamhet samt högskolor och universitet. Dessa behöver få ökad kunskap om kulturella och kreativa näringars förutsättningar, möjligheter, behov och utmaningar för att kunna bidra till utvecklingen av sektorn.

8.6 Projektorganisationen

Samarbetspartners

En kärna av samarbetspartners har bildats, se nedan. Under satsningen kommer ytterligare samarbetspartners att bjudas in. Samarbetspartners inom projektet är:

Kommuner och Landsting

- Landstinget:
 - Kulturförvaltningen genom Transit Kulturinkubator
 - Regionplanekontoret
- Stockholms stad:
 - Kulturförvaltningen genom Innovativ kultur
 - Stockholm Business Region
- Botkyrka kommun med Subtopia
- Nacka kommun
- Värmdö kommun

Högskolor

Södertörns högskola
Centrum för bank och finans (KTH)

Funktioner

Satsningen rymmer ett antal funktioner.

Projektägare

Botkyrka kommun är stödmottagare och projektägare. Detta innebär att vara ytterst ansvarig för projektledning och genomförandet av satsningen, såväl verksamhetsmässigt som administrativt, gentemot förvaltningsmyndigheten Tillväxtverket och EU.

Styrgrupp

Styrgruppen har det övergripande ansvaret för styrning av projektet i enlighet med projektets syfte, mål och innehåll. Varje avtalspart och medfinansierare har rätt att tillsätta en (1) representant i styrgruppen. Förvaltningsmyndigheten Tillväxtverket är representerad. Ordförande utses inom styrgruppen. Sekreterare är projektsamordnare. Styrgruppen skall ha minst fyra ordinarie möten per år.

Projektledning

Botkyrka kommun ansvarar för ledningen av projektet samt bemanningen av projektorganisationen. Styrgruppen godkänner projektsamordnaren. Projektsamordnaren ansvarar för koordinering av hela satsningen och rapporterar till styrgrupp.

Varje medfinansierare har en utsedd projektadministratör som sköter tidrapportering, budget och bokföring samt inkommer med underlag till Botkyrka kommun inför framställning av delrapporter till Tillväxtverket.

Insatsgrupper

Insatsgrupper tillsätts för kortare eller längre tid för att utveckla en specifik insats. En sammankallande utses till respektive grupp. Huvudsakliga insatsgrupper 2010 är

- handlingsprogram,
- partnerskap,
- digital mötesplats och annan marknadsföring,
- faciliteter och kluster,
- Transit Kulturinkubator,
- Innovativ kultur & nya finansieringsmöjligheter,
- internationalisering,
- kunskapsutbyte - mångvetenskapligt forum.

Advisory board – strategisk grupp

Gruppen ska bidra med råd och nätverk till styrgrupp. Deltagare är aktörer som har god insyn inom kulturella och kreativa näringar, exempelvis företagare och oberoende konsulter.

Följeforskning

En följeforskare ska löpande utvärdera projektet samt bidra med processtöd och konstruktiv reflektion till projektorganisationen för att stärka projektets genomförande.

8.7 Arbetssätt och verksamhetsbeskrivning

Nedan följer projektets insatsområden. Områdena kan komma att modifieras och kompletteras under programperioden.

• Partnerskap för kulturella och kreativa näringar i Stockholmsregionen

Utmaning: Det pågår parallella satsningar i Stockholmsregionen med uteblivna synergier för företag inom kulturella och kreativa näringar. För att skapa bästa möjliga villkor för sektorn krävs ett brett partnerskap och samordning mellan offentlig sektor, akademi och företag.

Mål: Ett partnerskap för utveckling av kulturella och kreativa näringar i Stockholmsregionen har etablerats. Partnerskapet har en samordnande roll för genomförande av regionalt handlingsprogram.

Exempel på funktioner för partnerskapet är att samordna offentliga satsningar över kommungränser och mellan regional, nationell och EU-nivå, att stimulera samarbeten mellan företag samt att med en stämma kunna representera kulturella och kreativa näringar i Stockholm i samtal med andra regioner i Sverige, med EU-kommissionen etcetera.

Ambitionen är att partnerskapet ska fungera som ett fristående initiativ efter 2011 då projektet avslutas.

En ökad regional samordning ligger i linje med Kulturutredningens och Kulturpropositionens förslag om en ökad regionalisering av kulturpolitiken. Det stärker också förutsättningar för att realisera regeringens handlingsprogram för kulturella och kreativa näringar genom samverkan med de statliga myndigheter som har getts uppdrag inom ramen för handlingsprogrammet.

Huvudsakliga insatser under 2010

- Att erbjuda offentliga och privata aktörer att engagera sig i ett partnerskap. I steg ett genom regionalfondprojektet Creative Stockholm.
- Att utveckla långsiktiga former för ett partnerskap enligt PPP-modell.

• **Handlingsprogram för utveckling av kulturella och kreativa näringar i Stockholmsregionen**

Utmaning: Det pågår parallella satsningar i Stockholmsregionen med uteblivna synergier för företag inom kulturella och kreativa näringar. För att skapa bästa möjliga villkor för sektorn krävs ett brett partnerskap och samordning mellan offentlig sektor, akademi och företag.

Mål: Ett handlingsprogram för utveckling av kulturella och kreativa näringar i Stockholmsregionen har framställts.

Handlingsprogrammet hämtar sina utgångspunkter från kultur-, närings-, utbildnings-, forsknings- stadsbyggnads-, regional tillväxt- och arbetsmarknadspolitiska perspektiv. Programmet ska användas både i det regionala utvecklingsarbetet inom ramen för RUF/Regional utvecklingsplan för Stockholmsregionen, i det lokala utvecklingsarbetet inom ramen för kommunala satsningar samt av privata företag som vill stötta sektorn.

Som utgångspunkt inför framställning av handlingsprogrammet behöver en tydlig kartläggning och analys av kulturella och kreativa näringar och dess aktörer i Stockholmsregionen ställas samman och en framåtblick görs för att fånga kommande behov, utmaningar och möjligheter.

Ett aktivt förankringsarbete ska ske i samband med framställning av handlingsprogrammet.

Huvudsakliga insatser under 2010

- Att förhandla med berörda aktörer avseende samarbete kring framtagande av handlingsprogrammet, exempelvis Regionplanenämnden.
- Att framställa en projektplan och rigga en projektorganisation för framtagande av handlingsprogrammet.
- Att förbereda konkreta insatser, exempelvis kunskapsunderlag, inventering av pågående processer, seminarier och workshops med företag och beslutsfattare.

• **Digital mötesplats och annan marknadsföring – tillgängliggörande av regionens innovationssystem**

Utmaning: Befintliga satsningar tillgängliggörs inte i tillräckligt hög grad för talanger och företag i hela regionen. Det finns ett behov av ökad kommunikation mellan aktörer inom regionen och med aktörer nationellt och internationellt.

Mål: En digital mötesplats har lanserats som kommunicerar regionens innovationssystem för kulturella och kreativa näringar på ett tydlig sätt.

Den digitala mötesplatsen ska fungera som en kommunikationskanal mellan företag och stödjande aktörer. Mötesplatsen ska också fungera som ett verktyg för att attrahera intressanta internationella investeringar, företag och projekt till Stockholmsregionen. Det behöver även framställs tryckmaterial i samband med vissa utpekade insatser.

Huvudsakliga insatser under 2010

- Att inventera befintliga resurser och formulera regionens innovationssystem för kulturella och kreativa näringar (arbetet samordnas med framställning av regionalt handlingsprogram).
- Att producera och lansera en digital mötesplats/webbplats. Exempel på aktiviteter är framställning av en grafisk form, inköp av en teknisk lösning som erbjuder självadministration, tillsättande av en webbredaktör/-utvecklare, marknadsföringsinsatser.
- Att producera tryckmaterial.

• **Faciliteter och kluster som attraherar talanger internationellt och nationellt**

Utmaning: En förutsättning för att bibehålla och attrahera talanger nationellt och internationellt är tillgång till ändamålsenliga faciliteter och kluster till en kostnadsnivå som motsvarar aktörernas betalningsvilja. Det finns ett behov av en övergripande samsyn i regionen för att undvika parallella satsningar på faciliteter.

Mål: Offentliga och privata aktörer har tagit initiativ till nya satsningar för att stärka faciliteter för kulturella och kreativa näringar.

Både fastighetsaktörer, kommuner och andra aktörer kan ha motiv att erbjuda faciliteter till rimliga villkor i ”utbyte” mot att kulturella och kreativa näringar bidrar med ökad attraktivitet i stadsutvecklingsområden. Det kan exempelvis handla om kontorsplatser, konstnärsateljéer och produktionslokaler. Den långsiktiga ambitionen är att olika noder ska komplettera varandra i ett regionalt innovationssystem som totalt sett är konkurrenskraftigt utifrån ett internationellt perspektiv.

I ett första steg undersöks förutsättningar till en samordning av pågående processer, exempelvis Nacka kommuns förstudie gällande Black Box för scenkonst, Botkyrka kommuns satsning Hangaren – en multifunktionell arena för scenkonst och film samt KKV:s process i Nacka kommun avseende att etablera ett kluster för konstproduktion. Förutsättningar för att utveckla en sammanhållande fysisk nod med funktionen att mäkla företag till rätt delnoder i regionen ska också undersökas.

Huvudsakliga insatser 2010:

- Att bilda ett partnerskap av aktörer som har ett intresse av att undersöka företagens behov av faciliteter (arbetet samordnas med framställning av regionalt handlingsprogram).
- Att söka upp privata aktörer avseende att etablera en sammanhållande fysisk nod med funktionen att mäkla företag till rätt delnoder i regionen.

• **Transit Kulturinkubator - regional nod för affärsutveckling**

Utmaning: Företag inom kulturella och kreativa näringar har ett behov av affärsutveckling. De insatser som ALMI och andra aktörer erbjuder behöver bättre anpassas till branschernas behov. Befintliga branschspecifika noder för affärsutveckling är i behov av långsiktig finansiering.

Mål: Affärs-, nätverks- och marknadsutvecklingsinsatser för företag har lett till utvecklad och ökad verksamhet i Sverige och internationellt.

Insatser genomförs inom ramen för Transit Kulturinkubator som har en grundfinansiering från Stockholms läns landsting.

Transit Kulturinkubator är en ideell förening som genom samarbete med SITE, Kungl. Musikhögskolan och Filmbasen i Botkyrka ska erbjuda tjänster inom affärsutveckling till kreatörer och företag inom konst, design, konsthantverk, musik, scenkonst, film. Exempel på behovsområden är företagets expansion, affärsutveckling och finansiering.

Transit Kulturinkubator ska dels bedriva verksamhet direkt mot företag och dels genomföra insatser för att skapa synergier i regionen. Det handlar exempelvis om att arrangera möten för erfarenhetsutbyte mellan parterna i inkubatorsnätverket samt att arrangera matchmaking mellan kreatörer och företag.

Det finns också ett behov av att genomföra affärsutvecklingsinsatser på mässor i Stockholmsregionen och internationellt.

Huvudsakliga insatser 2010

- Att bedriva verksamhet riktad till företag inom ramen för Transit och noderna Konstfack, SITE, Kungl. Musikhögskolan och Filmbasen i Botkyrka.
- Att erbjuda kompletterande aktörer att engagera sig i Transit kulturinkubator.
- Att söka kontakt med Vinnova, Innovationsbron och Tillväxtverket avseende uppdrag att främja inkubatorer (regeringens handlingsprogram för kulturella och kreativa näringar).
- Att genomföra aktiviteter på konferenser och mässor, exempelvis Modeveckan på Berns, Generator, Mötesplats Stockholm/AF kultur

• **Innovativ kultur & nya finansieringsmöjligheter för kulturella och kreativa näringar**

Utmaning: Små och medelstora företag med tillväxtpotential har svårt att få tillgång till kapital för att utveckla företagen. Problemet är särskilt stort för företag inom de kulturella och kreativa näringarna eftersom de ofta saknar realkapital som kan användas som säkerhet för

lån. Dessutom finns det ett begränsat intresse av och förståelse för sektorn hos aktörer på finansmarknaden.

Mål: Kompletterande finansieringslösningar för företagens tidiga faser har utvecklats, bland annat med fokus på konstnärlig utveckling som kan ha en kommersiell potential samt produktutveckling och expansion i tidiga faser.

Insatser sker huvudsakligen inom ramen för Innovativ kultur som har en finansiering från Stockholm stads kulturförvaltning 2008-2010.

Satsningen Innovativ kultur går ut på att skapa en fond för kulturell och konstnärlig förnyelse. I arbetet ingår bland annat att ge förslag till en fondorganisation, att erhålla stöd för fonden från privata och offentliga aktörer samt att utveckla en struktur för kontakt mellan kultur-, näringsliv och universitet och högskolor.

Det finns också ett behov av att kartlägga finansieringsbehov och -möjligheter inom kulturella och kreativa näringar i Stockholmsregionen samt att ta del av erfarenheter från internationella satsningar.

Exempel på relaterade internationella satsningar:

The Creative Advantage Fund (CAF) i Birmingham och West Midlands. CAF är en riskkapitalfond för kreativa näringar som utvecklats i den statligt finansierade organisationen West Midlands Arts.

SODEC - Société de développements des entreprises culturelles, Kanada. SODEC är en provinsiell myndighet som erbjuder lån, riskkapital och finansiell rådgivning inom musik, scenkonst, film, tv, böcker, konst och andra kulturella branscher.

Caisse Populaire de la Culture, Kanada. Genom att olika kulturaktörer använder sig av banken skapas ett kapital som kan lånas ut till andra kulturaktörer - ett slags kultursparbank. Banken erbjuder affärsmässiga lån.

Huvudsakliga insatser 2010

- Att bedriva verksamhet riktad till företag inom ramen för Innovativ kultur.
- Att erbjuda aktörer att engagera sig i satsningen Innovativ kultur.
- Att genomföra en studie avseende företagens finansieringsbehov och -möjligheter i tidiga faser. Studien avser företag i Stockholmsregionen och ska ligga till grund för en forskningsansökan. Arbetet består bland annat av intervjuer med branschföreträdare, företagare, kommuner, ALMI, banker, affärsänglar, resursstarka företag samt en analys av relaterade internationella verksamheter.
- Att söka kontakt med Tillväxtanalys avseende deras uppdrag att redovisa finansieringsbehov- möjligheter för kulturella och kreativa näringar (regeringens handlingsprogram för kulturella och kreativa näringar).
- Att söka kontakt med ALMI utifrån deras uppdrag i ägardirektiv att främja kulturella och kreativa näringar.

• **Internationalisering - Born globals**

Utmaning: Det finns en potential för en ökad internationalisering. Branschen i regionen har många internationaliseringsförebilder och det råder en ökad internationell efterfrågan på kultur och upplevelser. Svagheter som hindrar en ökad internationalisering är bristande kunskap hos företag vad gäller internationellt företagande samt ekonomiska resurser för att ta det första steget internationellt. Ett hot är den hårda internationella konkurrensen.

Mål: Ett internationaliseringsprogram för kulturella och kreativa näringar i regionen har utvecklats i samverkan mellan olika internationaliseringsfrämjande aktörer.

Förutsättningarna för export skiljer sig åt mellan olika delbranscher. Den direkta exportpotentialen finns inom kommersiella branscher med skalbarhet (möjlighet till massproduktion), exempelvis mode, musik, design (produkter) och spelindustri. Tjänsteproducerande företag inom exempelvis arkitektur, marknadskommunikation och designtjänster kan ha potential att få internationella uppdragsgivare. Branscher som främst fungerar på kulturpolitiska villkor nationellt, exempelvis nycirkus, kan ha kommersiell potential på internationell nivå. Generellt är många företag inom kulturella och kreativa näringar "born globals" vilket innebär att dessa företag måste expandera internationellt i ett tidigt skede på grund av begränsad lokal marknad.

När det gäller inkommande flöden bör det finnas potential att attrahera utländska investeringar, företag, evenemang och filmproduktioner till regionen.

En viktig insats är att skapa ett internationaliseringsprogram. Programmet bör utgå ifrån branschernas specifika förutsättningar. Samtidigt bör programmet främja nätverk mellan företag i olika branscher för överföring av kunskap, nätverk och resurser.

Exempel på innehåll i programmet är kunskapsutveckling inom internationellt företagande, matchmaking och tillgång till resurser för att ta det första steget internationellt. Ett regionalt erbjudande behöver också paketeras och kommuniceras till internationella aktörer.

Arbetet bör ske i nära samverkan med 1) offentliga aktörer med uppdrag inom internationalisering 2) högskolor och universitet, 3) stora företag som potentiellt kan hjälpa små företag i samband med internationalisering, exempelvis genom att erbjuda kontorsplats utomlands eller reducerade priser på flyg, 4) aktörer som kan fungera som goda exempel: Stockholm Innovation and Growth, Go Global, 5) entreprenörer med erfarenhet att dela med sig av, exempelvis Springtime, Acne och Cirkus Cirkör.

Huvudsakliga insatser 2010

- Att etablera kontakt med aktörer för att undersöka förutsättningar att utveckla ett regionalt internationaliseringsprogram för kulturella och kreativa näringar (arbetet samordnas med framställning av regionalt handlingsprogram).
- Att följa berörda myndigheters insatser inom internationaliseringsfrämjande (regeringens handlingsprogram för kulturella och kreativa näringar).

• **Kunskapsutbyte för innovation och tillväxt - mångvetenskapligt forum för kulturella och kreativa näringar i Stockholmsregionen**

Utmaning: Det finns ett behov av ömsesidigt kunskapsutbyte mellan företag, offentlig sektor och akademi. Företag kan ges stärkta förutsättningar för att utveckla den egna verksamheten genom rätt kompetens. Offentliga aktörer kan öka kvaliteten i stödstrukturer genom ökad kunskap om näringens behov. Offentliga och privata aktörer kan stimuleras att i högre grad anlita exempelvis designers, arkitekter och konstnärer genom en ökad medvetenhet om företagets betydelse för innovation och tillväxt. Högskolor och universitet har ett behov av närhet till kulturella och kreativa näringar i syfte att utveckla insatser utifrån näringens behov.

Mål: Systematiskt kunskapsutbyte har resulterat i ett tydligare stöd till företag, en ökad efterfrågan på företagets varor och tjänster samt samproduktionsprojekt som har resulterat i affärsnytta.

Södertörns högskola har tagit initiativ till satsningen SHARE – ett mångvetenskapligt forum för kulturella och kreativa näringar. Idén är att samla den forskning som är till nytta för kulturella och kreativa näringar, att identifiera kunskaps- och kompetensbehov samt att möta dessa behov genom samproduktionsprojekt. Ambitionen är att vara en internationellt ledande mångvetenskaplig forskningsmiljö med inriktning mot kulturella och kreativa näringar i allmänhet och Stockholmsregionen i synnerhet.

Högskolan har etablerat kontakter med bland annat arkitektbyråer, musikföretag, medieföretag, bok- och tidskriftsföretag, museer, gallerier, internationella forskningsnätverk samt kommuner och landsting. Dessa kontakter har resulterat i att övergripande kunskapsområden har identifierats, några exempel:

- ledarskap och organisation i tvärsektoriella sammanhang
- kulturella och kreativa näringars betydelse för lokal och regional tillväxt samt förmåga att attrahera besöksnäring och utländska investeringar
- statistik inom Stockholmsregionen som kan harmonieras med statistik i andra regioner nationellt och internationellt

Parallellt med utveckling av SHARE behöver pågående operativa processer som syftar till innovation och tillväxt samordnas.

Huvudsakliga insatser 2010

- Att genomföra en förstudie avseende inriktning och finansiering av SHARE – ett mångvetenskapligt forum för kulturella och kreativa näringar. I arbetet ingår en behovsinventering av företagets och stödjande aktörers kunskapsbehov, en inventering av relevant forskning och utveckling vid högskolor och universitet samt en inventering och uppvaktning av tänkbara finansiärer av verksamheten.
- Att söka kontakt med Tillväxtverket, Vinnova, Föreningen Svensk Form och Stiftelsen Svensk Industridesign gällande uppdrag inom innovation och design (regeringens handlingsprogram för kulturella och kreativa näringar).
- Att tillsätta en arbetsgrupp som ska undersöka hur konstnärer/entreprenörer, kommuner och byggherrar kan samarbeta i syfte att öka antalet produktioner inom offentlig konst.

8.8 Projektavgränsning

Satsningen riktas till befintliga företag och rymmer därför inte uppstarts- eller nyföretagarinsatser. Satsningen rymmer inte heller regelrätta utbildningar eller kompetensutvecklingsinsatser.

8.9 Koppling till det regionala näringslivet

Den direkta kontakten med företag kommer att ske vid noderna Transit Kulturinkubator, Innovativ kultur, Subtopia och andra platser.

Framställning av handlingsplan kommer att ske i direkt kontakt med företag och branschföreträdare inom kulturella och kreativa näringar samt med kommuner och mötesplatser som också är viktiga kanaler till företagen.

Projektet ska bilda en advisory board med representation från det regionala näringslivet i syfte att säkerställa att satsningar som genomförs har branschrelevans.

8.10 Koppling till andra projekt/insatser

Projektet bygger vidare på kunskap och erfarenheter från tidigare genomförda satsningar och studier.

Som redan nämnts undersöks möjligheter till samordning med RUFSS. I ett första steg ska en skrivning ställas till Regionplanenämnden med en förfrågan om samarbete.

Ett erfarenhetsutbyte pågår med Interregprojektet BaltMet Creative Metropolises. Projektet omfattar 11 Östersjöstäder, däribland Stadsdelen Liljeholmen-Hägersten, som samarbetar framför allt genom erfarenhetsutbyten mellan tjänstemän i de olika städerna.

Samarbete kommer att sökas med det regionala strukturfondsprojektet Kunskapssamarbeten som arbetar för att utveckla förutsättningarna för samverkan och kontaktskapande mellan SMF och högskolorna i Stockholmsregionen.

Projektet kommer att söka kontakt med de myndigheter som har getts uppdrag inom ramen för regeringens handlingsprogram för kulturella och kreativa näringar.

Projektet kommer att sträva efter att ha överblick över vilka initiativ andra regioner i Sverige genomför samt processer inom Nordisk InnovationsCenter, EU-kommissionen och andra aktörer som kan vara av betydelse för kulturella och kreativa näringar i Stockholmsregionen.

8.11 Resultatspridning

En viktig insats för informationsspridning är den digitala mötesplats som ska byggas upp. Projektets insatser ska spridas i medfinansierares befintliga informationskanaler.

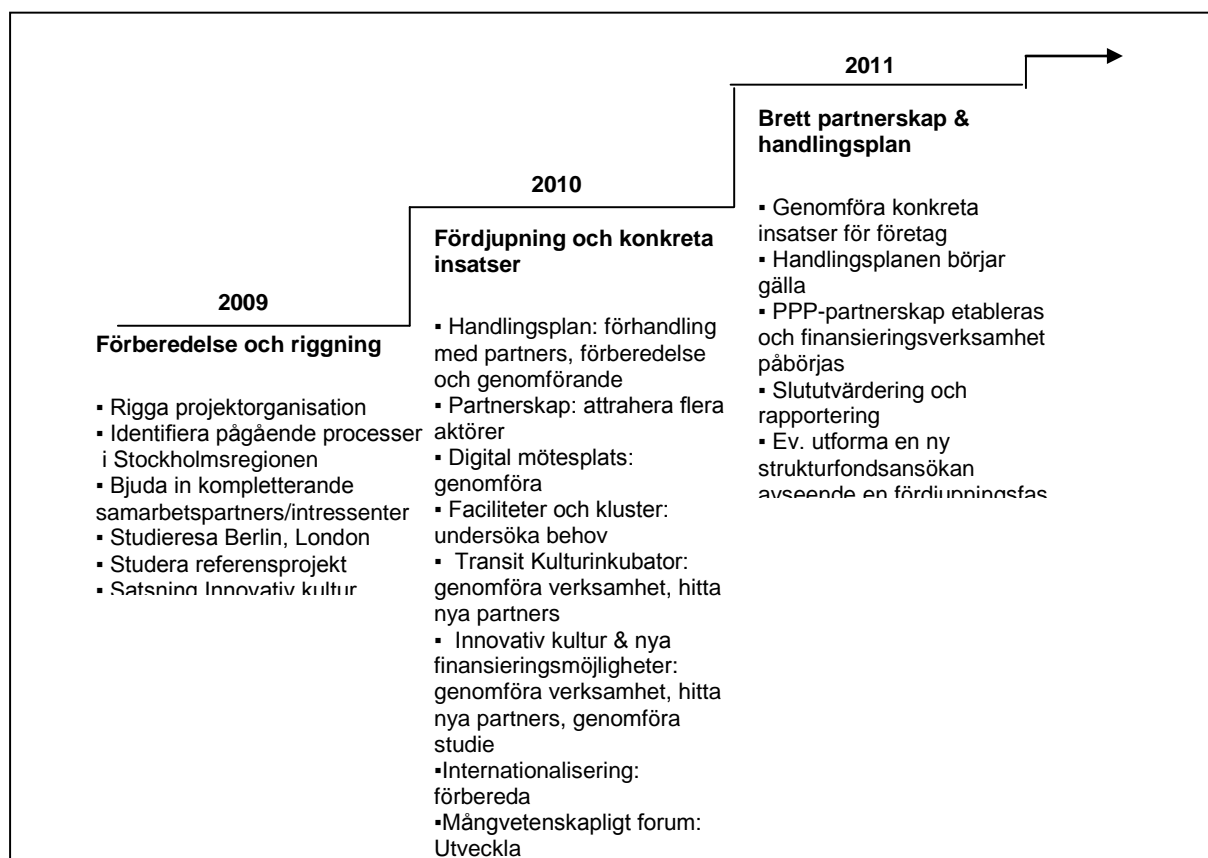
Resultatspridningen är en viktig del i det gemensamma lärandet inom satsningen.

8.12 Uppföljning och utvärdering

Uppföljning av *Creative Stockholm* kommer att ske kontinuerligt. Utvärderingsformen kommer att vara följeforskning. De riktlinjer och rekommendationer som förvaltningsmyndigheten Tillväxtverket ställt upp kommer att följas.

9. Tid och aktivitetsplan för projektet

Satsningen *Creative Stockholm* startade 2009-01-01 och slutar 2011-12-31. En tids- och aktivitetsplan upprättas årligen. Nedan redovisas en övergripande tids- och aktivitetsplan för projektet samt huvudsakliga inslag 2010.



Aktivitet	Start	Slut
Projektorganisation och administration		
Styrgrupp antar projektplan och budget för 2010	2010-01-01	2010-01-31
Upphandling projektsamordnare	2010-01-01	2010-02-31
Upphandling följeforskare	2010-01-01	2010-02-31
Delrapporter till Tillväxtverket, fyra tillfällen	2010-01-01	2010-12-31
Handlingsplan		
Utse sammankallande		
Skrivning Regionplanenämnden	2010-01-01	2010-01-31
Förhandling med partners avseende framställning av handlingsplan	2010-01-01	2010-07-31

Framställning av projektplan och riggning av projektorganisation	2010-01-01	2010-07-31
Förberedelse av konkreta insatser, exempelvis kunskapsunderlag, inventering pågående processer, seminarier och workshops med företag och beslutsfattare	2010-08-01	2010-01-31
Partnerskap		
Utse sammankallande		
Söka upp kompletterande partners	2010-01-01	2010-12-31
Studera och utveckla en tänkbar långsiktig form för ett partnerskap	2010-08-01	2010-12-31
Söka kontakt med Tillväxtverket gällande uppdrag inom modeller och metoder för näverkande och samverkan (regeringens handlingsprogram)	2010-01-01	2010-12-31
Studieresa	2010-08-01	2010-12-31
Digital mötesplats		
Utse sammankallande		
Inventera befintliga resurser och formulera regionens innovationssystem (samordning med framställning handlingsplan)	2010-01-01	2010-07-31
Producera och lansera en digital mötesplats/webbplats - framställning av en grafisk form - inköp av en teknisk lösning som erbjuder självadministration - tillsättande av en webbredaktör/-utvecklare - marknadsföringsinsatser.	2010-01-01	2010-12-31
Faciliteter och kluster		
Utse sammankallande		
Att söka kontakt med aktörer som har intresse av att undersöka företagens behov av faciliteter (samordning med framställning handlingsplan)	2010-01-01	2010-07-31
Söka upp aktörer avseende att etablera en fysisk mötesplats i Stockholm	2010-01-01	2010-12-31
Transit Kulturinkubator - regional nod för affärsutveckling		
Utse sammankallande		
Utföra verksamhet riktad till företag: - coaching och affärsrådgivning (med fokus på film, musik, scenkonst, design, konst, konsthantverk) - nätverksaktiviteter för verksamhetsansvariga på kulturinkubatorerna i samarbetet - nätverksaktiviteter för företag	2010-01-01	2010-12-31
Erbjuda kompletterande aktörer att engagera sig i Transit	2010-01-01	2010-12-31
Söka kontakt med Vinnova, Innovationsbron och Tillväxtverket avseende uppdrag att främja inkubatorer (regeringens handlingsprogram)	2010-01-01	2010-12-31
Genomföra aktiviteter på konferenser och mässor, exempelvis Modeveckan på Berns, Generator, Mötesplats Stockholm/AF kultur	2010-01-01	2010-12-31
Innovativ kultur & nya finansieringsmöjligheter		
Utse sammankallande		
Genomföra tjänster inom affärsutveckling till företag	2010-01-01	2010-12-31

- nätverksaktiviteter - workshops		
Erbjuda aktörer att engagera sig i satsningen Innovativ kultur	2010-01-01	2010-12-31
Upphandla och genomföra en studie avseende företagets finansieringsbehov och -möjligheter i tidiga faser	2010-01-01	2010-07-31
Söka kontakt med Tillväxtanalys avseende uppdrag att redovisa finansieringsbehov- möjligheter (regeringens handlingsprogram)	2010-01-01	2010-07-31
Söka kontakt med ALMI (ägardirektiv att främja kulturella och kreativa näringar)	2010-01-01	2010-07-31
Internationalisering		
Utse sammankallande		
Söka kontakt med aktörer för att undersöka förutsättningar att utveckla ett regionalt internationaliseringsprogram (samordnas med framställning av handlingsplan)	2010-01-01	2010-12-31
Följa berörda myndigheters insatser inom internationaliseringsfrämjande (regeringens handlingsprogram)	2010-01-01	2010-12-31
Kunskapsöverföring för innovation och tillväxt - mångvetenskapligt forum		
Utse sammankallande		
Upphandla och genomföra en förstudie avseende inriktning och finansiering av SHARE – ett mångvetenskapligt forum för kulturella och kreativa näringar	2010-01-01	2010-12-31
Tillsätta en arbetsgrupp som ska undersöka hur konstnärer/entreprenörer, kommuner och byggherrar kan samarbeta i syfte att öka antalet produktioner inom offentlig konst.	2010-01-01	2010-12-31
Söka kontakt med Tillväxtverket, Vinnova, Föreningen Svensk Form och Stiftelsen Svensk Industridesign gällande uppdrag inom innovation och design (regeringens handlingsprogram)	2010-01-01	2010-12-31
Insats jämställdhet	2010-01-01	2010-12-31
Insats miljö	2010-01-01	2010-12-31
Insats integration och mångfald	2010-01-01	2010-12-31
Informationsspridning	2010-01-01	2010-12-31
	2010-01-01	2010-12-31

10. Indikatorer och kommentarer till dessa

	Totalt	varav minst är ägs av)Kv/män	varav minst är (ägs av) kv-män med utl bakgrund
- Antal nya arbetstillfällen	9	2/3	2/2
- Antal nya företag	5	1/2	1/1
-Antal deltagande aktörer	20		
- Antal projekt för produkt och processutveckling	1		
- Antal projekt för att stimulera innovationssystem, kluster och samverkan	1		
- Antal projekt med inriktning mot marknadsutvidgande insatser	1		
-Antal deltagande företag	300	60/90	75/75
* varav företag deltar i aktivitet för produkt och processutveckling	30	7/9	7/7
* varav företag deltar i aktivitet för att stimulera innovationssystem, kluster och samverkan	300	60/90	75/75
* varav företag deltar i aktivitet med inriktning mot marknadsutvidgande insatser	5	1/2	1/1
- Antal nya nätverk	5		
- Antal politiker som deltagit i projektet	30		
- Antal tjänstemän som deltagit i projektet	50		

Kommentarer till indikatorerna

Creative Stockholm kommer att involvera minst 300 företag i olika aktiviteter.

Då satsningen inte är inriktad på uppstartsverksamhet eller nyföretagande kan det inte bli höga värden på indikatorn nystartade företag. Kopplat till satsningen kan nyföretagande möjligen handla om avknoppning, bildande av ett dotterbolag eller liknande.

98% av alla företag inom sektorn är små eller mycket små. Tröskeln för små företag att anställa personal är hög.

Att förbereda och genomföra en lansering utomlands eller en exportsatsning tar lång tid, även om företaget har möjlighet att ta del av exportfrämjande insatser. Antalet ”färdiga case” kan därför inte bli så många under satsningens projektperioden. Skulle en resultatmätning göras något eller ett par år efter satsningens treårsperiod skulle indikatorsvärdet sannolikt bli högre.

11. De horisontella kriterierna och vilka aktiviteter som kommer att genomföras

Jämställdhet

Creative Stockholm kommer att ha en övervägande positiv påverkan ur ett jämställdhetsperspektiv

Inom kulturella och kreativa näringar som helhet är fördelningen mellan kvinnor och män sysselsättningsmässigt tämligen jämn. Tittar man på könsfördelningen i specifika delbranscher kan vissa obalanser finnas, exempelvis är datorspelsbranschen kraftigt mansdominerat. 98% av samtliga företag inom kulturella och kreativa näringar är soloföretag (ensamföretagare) eller mikroföretag (upp till tio anställda). I dessa råder vanligen jämbördighet mellan könen. Avseende lite större företag kan paralleller dras till förhållandena i annan industri. När det gäller högre positioner som chefskap och VDskap är kvinnorna underrepresenterade även inom upplevelseindustrin. Här behövs kvalitativa utvecklingsinsatser som rustar kvinnorna att kliva fram när det gäller ledarskap men också insatser som kan påverka grundläggande förhållningssätt och kollektiva uppfattningar och beteenden som kan utgöra hinder för en jämnare balans. Nätverksbyggande och mentorskap kan vara ett led i att flytta fram kvinnorna kvinnornas position i ett ledar-perspektiv.

Att eftersträva och kunna visa på könsässig balans inom kulturella och kreativa näringar och förhållningssätt som stödjer detta är viktigt även ur ett förebildligt perspektiv då det är så många unga personer som har sina framtidsvisioner att få arbeta inom kulturella och kreativa näringar och många de facto kommer att göra det.

Vid bemanningen av de olika funktionerna inom *Creative Stockholm* kommer jämställdhet att eftersträvas. Vid seminarier och andra externa evenemang kommer målsättningen vara ett jämbördigt deltagande mellan män och kvinnor. Inspiration och kunskap för att arbeta med jämställdhetsfrågorna kan hämtas från olika beprövade verktyg för arbete med jämställdhetsintegrering bland vilka kan nämnas JämställhetsSWOT, 4R och JämKas Bas. Jämställdhetsfrågorna måste finnas på agendan kontinuerligt. Därför avgränsas inte någon särskild projekttid för jämställdhetsarbetet inom *Creative Stockholm* utan det kommer att pågå under hela satsningen om än med olika intensitet.

Samtliga funktioner inom *Creative Stockholm* kommer att genomgå någon form av jämställdhetsutbildning.

Miljö

Creative Stockholm kommer att ha en övervägande positiv påverkan på miljön.

Under de senaste åren har miljö- och klimatfrågorna allt mer kommit i fokus, inom alla typer av verksamheter. Oavsett vilket område som man är aktiv inom kommer det att vara nödvändigt att arbeta med hållbar utveckling.

Det innebär också att företag som har ett proaktivt och strategiskt förhållningssätt när det gäller hållbar utveckling har mycket större förutsättningar att vara långsiktigt effektiva och lönsamma. Det handlar bl a om att miljöaspekterna finns med som grundläggande utgångspunkt i planering och konkret handling. Kunskapsutvecklingsinsatser inom området kommer att kunna erbjudas företagen inom satsningen.

Inom kulturella och kreativa näringar finns redan idag en medvetenhet hos flera företag inom t ex modebranschen, hos olika designföretag och arkitektbyråer.

De miljömässiga aspekterna måste man arbeta med kontinuerligt varför det inte går att avgränsa till ett enskilt tidsavgränsat miljörelaterat projekt. *Creative Stockholm* relaterar inte till något särskilt av de regionala miljömålen för Stockholms län. Genom att genomgående stimulera till arbete med hållbar utveckling påverkas ett antal miljömål positivt såsom begränsad klimatpåverkan, ren luft, giffri miljö, grundvatten av god kvalitet m m .

Integration och mångfald

Creative Stockholm kommer att ha en övervägande positiv påverkan ur ett integrations- och mångfaldsperspektiv.

Stockholmsregionen är mångkulturell och många personer som idag är verksamma inom kulturella och kreativa näringar har utländsk bakgrund. De kreativa och konstnärliga yrkena innebär i sig en öppenhet för nya influenser, kulturer och uttryckssätt vilket kan underlätta mötet och samspelet mellan människor med olika bakgrund. Ett långsiktigt engagemang som säkerställer en kraftsamling för kulturella och kreativa näringar i Stockholmsregionen borgar för ett gränsöver-skridande nätverksbyggande, utveckling av nya mötesplatser m m. Detta ökar såväl möjligheten till som intresset för och behovet av möten och samspel mellan människor med olika bakgrund. Även ur ett integrations- och mångfaldsperspektiv är det viktigt att agera förebildligt gentemot de många unga som när sina kreatörsdrömmar och som en dag kommer att arbeta inom kulturella och kreativa näringar.

Vid bemanningen av de olika funktionerna inom *Creative Stockholm* kommer mångfalds-aspekterna att beaktas. För att dra nytta av den mångfald och de olika miljöer som noderna i Stockholmsregionen representerar kommer även fysiskt samarbete med utbyte på plats att uppmuntras. Det är också angeläget att tillvarata den interkulturella kompetensen och de internationella nätverk som finns i regionen.

Vad avser tillgänglighet för personer med funktionsnedsättningar så är Botkyrka kommuns lokaler, dit satsningens projektledning kommer att förläggas, handikappanpassade. *Creative Stockholm* förutsätter att övriga av satsningens aktörer har lokaler som är anpassade eller kan anpassas om behov skulle uppstå. Dock måste detta ansvar ligga på varje enskild aktör.

12. Förväntade resultat

Förväntade effekter på sikt

Antalet företag inom kulturella och kreativa näringar har ökat, liksom antalet personer från kulturella och kreativa näringar som arbetar inom andra sektorer. Helt nya verksamheter har utvecklats i samspelet mellan kulturella och kreativa näringar och andra verksamheter. Företag inom kulturella och kreativa näringar har ökat sin närvaro på världsmarknaden

markant. De är även bättre rustade för den ökade globala konkurrensen. Det finns en fungerande plattform som stöd för företag inom kulturella och kreativa näringar som bygger på ett långsiktigt engagemang och samarbete mellan privata och offentliga aktörer. Plattformen utgör även en gemensam arena för de kreativa mötesplatser och kluster av företag som utvecklats inom kulturella och kreativa näringar. Det finns en stark infrastruktur för kultur, kreativitet och kreativa näringar. Sektorn står för både bredd och spets. Stockholmsregionen är motorn för kulturella och kreativa näringar i Sverige och uppfattas som en av Europas starkaste och mest attraktiva regioner inom kulturella och kreativa näringar.

Förväntat resultat efter projekttiden 2009-2011

- Utvecklings- och rådgivnings- jämte vissa finansiella insatser har resulterat i att företag inom kulturella och kreativa näringar har utvecklat nya produkter, tjänster, nya arbetsmetoder och nya samarbeten.
- Nya nätverk har skapats som utgör såväl stöd som inspiration till fortsatt utveckling, kunskapsbyggande och samarbeten.
- Ett nära samarbete har etablerats mellan regionens olika mötesplatser och kluster inom kulturella och kreativa näringar.
- Ett antal företag inom kulturella och kreativa näringar är etablerade eller har trätt in på den internationella marknaden.
- Det finns ett embryo till plattform som erbjuder företag inom kulturella och kreativa näringar stöd i sina utvecklingsprocesser. Privata företag och aktörer har bidragit med olika typer av samhällsinvesteringar, vilket säkerställer en långsiktighet.
- En gemensam strategi i form av en regional handlingsplan för kulturella och kreativa näringar är framtagen och förankrad och det finns en tydlig implementeringsplan för insatser på kort och lång sikt som identifierade och engagerade aktörer tar ansvar för.
- Kunskapen, intresset och förståelsen har ökat hos politiker och beslutsfattare kring kulturella och kreativa näringar och dess potential och behov.
- Mötesplatser som stimulerar till nya samarbeten mellan individer/aktörer från näringsliv och akademi men även offentlig sektor är livskraftiga och kan bidra till eller utgöra nya innovativa och lärande miljöer.

Förväntad verksamhet efter projekttiden

Efter projekttidens slut 2011 är grunden lagd för den gemensamma plattformen för kulturella och kreativa näringar i Stockholmsregionen. PPP-samarbetet är riggat och har bl a utmynnat i bildandet av en formaliserad organisation inspirerad bl a av Stiftelsen Electrum. Nya självgående mötesplatser har etablerats i olika delar av länet. De bygger på olika delbranscher eller kompetensområden varav någon är kopplad till en högskola medan andra är mer klusterlika. En av mötesplatserna bygger på det gränsöverskridande samarbetet mellan kulturella och kreativa näringar och andra verksamheter.

13.3 Bidrag från privata aktörer och organisationer i annat än pengar

Kontakter kommer att tas med Stockholm Innovation & Growth avseende erfarenhetsutbyte med inriktning mot Go Global (Internationaliseringsprogram), Bonnier, Proventus, H&M och andra aktörer.

14. Kostnader och finansiering

Creative Stockholm är en kunskaps-, utvecklings-, arbets- och kontaktintensiv satsning som till stora delar bygger på individresurser. Satsningens kostnader utgörs därför i stor utsträckning av ersättning för nedlagd tid. Ett antal parter avsätter mer omfattande kontanta resurser till specifika verksamheter.

Riskanalys

Initial riskbedömning för *Creative Stockholm*.

Risk	Nivå	Åtgärd
Svagt intresse för satsningen hos lokala och regionala aktörer	Låg	Många av de aktuella aktörerna har medverkat i tidigare pilotprojekt och planeringsinsatser/studier kring upplevelseindustrin kopplat till RTP-arbete och RTKs RUFs-arbete. Dessa insatser har gett kunskaper och insikter men inte resulterat i gemensam handling. Aktörerna ser nu att en kraftsamling kan bli verklighet och vill då vara med och bidra.
Svagt intresse från företag inom kulturella och kreativa näringar att delta	Låg	De aktiviteter som föreslås i satsningen bygger helt på de behov som förmedlats från företag inom kulturella och kreativa näringar via Subtopia, Transit, Nätverket för Upplevelseindustrin m fl . Internationaliserings- och finansieringsfrågor som är centrala i satsningen är mycket viktiga för målgruppen. Arbetet med handlingsprogrammet kommer att engagera personer från upplevelseindustrin.
Svårigheter att säkerställa den offentliga medfinansieringen	Låg	Offentlig medfinansiering är säkrad. Ytterligare offentliga aktörer har visat att delta i till projektet.
Svårigheter att få till samarbete med privata aktörer som också innebär privat medfinansiering	Låg	De initiala kontakter som tagits med privata företag har varit positiva och utgör en god grund för fortsatt dialog.
Svårighet att få till ett PPP-samarbete som grund för utvecklingen av den regionala plattformen och ett långsiktigt säkerställande och finansiering av denna	Medel	Såväl privata som offentliga aktörer involveras i ett tidigt skede i satsningen för full delaktighet och påverkansmöjlighet. Kunskaper och erfarenheter kommer att hämtas inte minst från Storbritannien som kontinuerligt arbetar med PPP-samarbeten.