

CREATIVE
MANIFEST
FDCI*

* FEDERATIE DUTCH CREATIVE INDUSTRIES

De creatieve industrie vervult een sleutelrol bij het realiseren van een duurzame en innovatieve samenleving. Nederland heeft met haar hoogwaardige creatieve industrie, haar onderwijs en haar open samenleving een goede uitgangspositie bij het verwerven van een duurzame voorsprong. Een competitieve, professionele en ook in internationaal opzicht toonaangevende creatieve industrie is de opdracht die de Federatie Dutch Creative Industries zichzelf heeft gesteld. ¶ De Federatie Dutch Creative

Industries vertegenwoordigt acht branche- en beroepsorganisaties* met in totaal meer dan 6.000 individuele leden, bijna 2.500 creatieve bedrijven met een gezamenlijke bijdrage aan het bruto nationaal product van ruim € 11 miljard en is daarmee veruit de grootste en meest representatieve vertegenwoordiger van de creatieve industrie. Nederland is bovendien het enige land ter wereld waar design-, mode-, reclame-, (interieur)architectuur-, fotografie-, gaming- en internetbedrijven zich onder één koepel hebben verenigd. ¶

* BNA, BNI, BNO, DGA, MODINT, de FotografenFederatie, PIBN en VEA

Nederland heeft met haar hoogwaardige creatieve industrie, haar uitstekende onderwijs en haar open samenleving een goede uitgangspositie bij het verwerven van een duurzame voorsprong.

Tegelijkertijd staat de concurrentiepositie van de Nederlandse creatieve industrie onder druk.*

* 'Waarde van Creatie', Innovatieprogramma voor de Creatieve Industrie, 2010

Innovatie en creativiteit zijn onlosmakelijk met elkaar verbonden. De creatieve industrie kan door haar innovatieve karakter de concurrentiekracht van Nederland vergroten. Door het anders benaderen van vraag-

stukken kan de creatieve industrie bijdragen aan het realiseren van nieuwe oplossingen voor urgente maatschappelijke uitdagingen. Het kabinet daagt de creatieve industrie uit tot het leveren van een bijdrage aan de versterking van de concurrentiekracht van Nederland*. De Federatie Dutch Creative Industries neemt* deze uitdaging aan en stelt de volgende tien acties voor:

* 'Nederland Naar De Top', Minister Maxime Verhagen

* tezamen met haar partners

‘Een betere benutting van de creatieve industrie’

1 Met behulp van een laagdrempelig programma* worden onervaren opdrachtgevers bijgestaan bij creatieve uitbesteding en wordt tegelijkertijd de strategische inzet van de creatieve industrie bevorderd. **2** Door (een andere manier van) openbare creatieve aanbesteding* met meer ruimte voor, en begrip van de inzet van de creatieve industrie. **3** Wetgeving rond het intellectuele eigendom, op zowel nationaal als internationaal niveau, moet worden afgerond.

* Zoals het Engelse 'Designing Demand', het Vlaamse 'Humin' en het Ierse 'Innovation by Design'

* 'Design and the public good: creativity vs the procurement process? A report by the Associate Parliamentary Design & Innovation Group in association with the DBA, 2010'

‘Meer inzicht in de rol en de betekenis van de creatieve industrie’

4 Kwantitatief en kwalitatief onderzoek* naar omvang en toegevoegde waarde van de creatieve industrie. ¶ **5** Ontwikkeling

* Naar voorbeeld van Cross Media Monitor

en borging van kennis over de creatieve industrie en ontwikkeling van beleid door een ‘Creatieve Council’* en een leerstoel

* Vergelijk (de rol van) Rijksbouwmeester en in de UK Design Council, RIBA en Fashion Institute

Creatieve Industrie. ¶ **6** Ontwikkeling kredietfaciliteit creatieve

industrie. ¶ **7** Innovatie van de creatieve industrie met inzet van creatief kapitaal rond actuele maatschappelijke vraagstukken in innovatie coöperatie(s)*.

* Vergelijk Innovatie prestatie contracten (IPC)

‘Creatie van meerwaarde door (internationale) cross-overs tussen disciplines, vak- en top-gebieden’

8 Beter inzicht in de dynamiek van de creatieve industrie via een communicatieplatform. ¶

9 Een krachtige internationale profilering van de Nederlandse creatieve industrie met inzet van bestaande evenementen. ¶

10 Een beter evenwicht tussen economie en cultuur bij het (bestaande) subsidieinstrumentarium en de sectorinstituten.

Deze tien acties zullen daar waar mogelijk en relevant:

- ¶ Aansluiten bij bestaande initiatieven en organisaties of deze versterken;
- ¶ Gebruik maken van de denkkraft van de creatieve industrie en de principes van open innovatie omarmen;
- ¶ Door de overheid en haar agentschappen met beleid en middelen worden ondersteund.

De Nederlandse creatieve industrie ¶ In Nederland zijn ruim 43.000 bedrijven actief in de creatieve industrie. Hiermee heeft de creatieve industrie een aandeel van 5 procent in het Nederlandse bedrijfsleven. De groei van de creatieve industrie bedroeg in de periode 2006-2009 ruim 19 procent! De grootste bedrijfstak binnen de creatieve industrie is de creatieve zakelijke dienstverlening. Hier zijn 27.000 bedrijven actief, bijna tweederde van de creatieve industrie. Naast enkele grote spelers opereren

creatieve bedrijven doorgaans op
kleine schaal. Het overgrote deel
(66 procent) bestaat uit zelfstan-
digen zonder personeel.

Federatie Dutch Creative Industries

BNA | BNI | BNO | DGA | FOTOGRAFENFEDERATIE |

PIBN | MODINT | VEA

Postbus 20698, 1001 NR Amsterdam

T +31 [0]20 624 47 48

info@dutchcreativeindustries.nl

www.dutchcreativeindustries.nl



Ontwerp Piet Gerards Ontwerpers, Amsterdam

Druk Veenman Drukkers, Rotterdam

