



Kreativ næring – et uforløst potensiale

Sametingsrådets handlingsplan for kulturell- og kreativ næring





Periode:

August 2017 – Desember 2019

Innhold

1	Innledning	4
2	Hva er kreativ næring?	4
3	Status kultur- og kreativ næring	5
3.1	Kultur- og kreativ næring på landsbasis	5
3.2	Samisk kultur- og kreativ næring	6
4	Mål	6
5	Tiltak	7
5.1	FoU	7
5.2	Hutkás gielda	7
5.3	Kompetanseutvikling	7
5.4	Kultur- og kreativ næringskonferanse	8
5.5	Etablerer-, investerings- og utviklingstilskudd	9
5.6	Delmål sett i sammenheng med tiltakene	9
6	Fremtidsvisjoner	9
7	Budsjett	10
	Referanseliste	11

1 Innledning

Sametinget vil fortsette satsingen på næringsutvikling med basis i samisk kunst og kulturuttrykk. Dette vil kunne skape mange arbeidsplasser i Sápmi i tiden fremover. Samiske kultur- og kreative næringsaktører bidrar med bærekraftig verdiskaping, samtidig som tradisjoner og kultur videreføres og videreutvikles.

Kultur- og kreativ næring er en bransje i sterk vekst. Det er omtrent 7 millioner mennesker som er sysselsatt i denne bransjen i Europa. 20% av de ansatte i kulturnæringsbransjen er under 30 år¹. Det er blitt antydnet at et levende kulturnæringsmiljø kan gjøre en region mer attraktivt å bo i, ta utdanningen sin eller å jobbe i. Den amerikanske forskeren Richard Florida hevder at *evnen til å tiltrekke seg kreative og høyt utdannede kunnskapsarbeidere er den viktigste forutsetningen til å skape vekst og utvikling i en region*².

Sametinget vedtok en handlingsplan for kulturnæringer i 2013-2016³. Denne handlingsplanen er en videreføring og oppdatering av den forrige handlingsplanen og gjelder for perioden august 2017 og ut 2019.

2 Hva er kreativ næring?

UNESCO⁴ har følgende definisjon av kulturell og kreativ næring:

“Sectors of organised activity whose principal purpose is the production or reproduction, promotion, distribution and/or commercialisation of goods, services and activities of a cultural, artistic or heritage-related nature.”

Sametinget har siden 2013 kalt denne næringen for kulturnæring. Sametinget erfarer at «kulturnæring» kan være uklart og misoppfattes da for eksempel mat og reiseliv kan være en del av samisk kultur.

I 2017, etter mange år med kartlegginger og definisjoner, kan man si at *kulturell og kreativ næring* nå blir mer brukt. Både Kulturrådet og Innovasjon Norge benytter seg av denne benevnelsen. Dette vil også Sametinget gjøre i fortsettelsen.

Sametinget skal bidra til at samiske kunstnere og kulturaktører skal øke sine inntekter slik at de skal kunne leve av sin virksomhet. Dette skal vi gjøre gjennom ulike større og mindre tiltak, samt gjennom våre tilskuddsordninger. Samtidig skal Sametinget stimulere til nytenking og at flere satser innenfor bransjen.

Målgruppen for satsningen på kreativ næring er små bedrifter som jobber med distribusjon, formidling, kommersialisering, markedsføring og/eller salg av kulturelle uttrykk.

For Sametinget omfatter dette en satsning på følgende kreative næringer, der samisk kunst og kulturuttrykk er kjernen i virksomheten:

- Arkitektur
- Design
- Dataspill
- Film
- Litteratur
- Musikk
- Reklame
- Trykte medier
- TV og radio
- Visuell kunst
- Utøvende kunst

Duodji faller også innunder kreativ næring definisjonen. Duodji har egne tilskuddsordninger og satsninger direkte rettet mot duodjinæringen og duodjiutøvere. Sametinget har en egen satsningen på kultur og kulturtiltak, der fokuset ikke er på for-

¹ Ericsson, B., & Andersen, T. (2016). *Hvordan lykkes stort som små? Mikrobredrifters kapasitetsutfordringer*. Lillehammer: Østlandsforskningen.

² Ryssevik, J., & Dahle, M. (2015). *Større enn kval? - En utredning om den nordnorske filmbransjen*. Bergen: Ideas2evidence.

³ Handlingsplan for kulturnæringer 2013-2016, Sametinget (2013).

⁴ <http://www.unesco.org/new/en/santiago/culture/creative-industries/>



retningsdelen av virksomheten. Sametinget har også en egen satsning på samisk reiseliv, primær- og kombinasjonsnæringer. Kreativ næring har en sterk kobling til alle disse næringene og det eksisterer et samarbeid på tvers av ordningene.

3 Status kultur- og kreativ næring

De fleste kreative næringsbedriftene i Sápmi kan gå under betegnelsen mikrobegrift. En mikrobegrift blir definert som en bedrift som har mellom null til fire ansatte. Samarbeid er et viktig begrep for disse bedriftene. Årsaken til dette kan være at mange av bedriftene er små og de er avhengig av hverandre for å lykkes. Det viser seg at vekst skjer gjennom samarbeid og at samarbeid ligger i kulturen til

bedriftene i kreative næringer. Mange inngår også partnerskap for å få større oppdrag⁵.

3.1 Kultur- og kreativ næring på landsbasis

Ved inngangen av 2017 hadde åtte av ti bedrifter i Norge fire eller færre ansatte⁶. Omsetningen til mikrobegriftene utgjorde ca. 23 % av den total omsetningen i næringslivet⁴. Tall fra Statistisk sentralbyrå viser at enkeltmannsforetak etablert i 2009 var kun 21 % fortsatt aktive i 2014. For aksjeselskap var 27 % fortsatt aktive i 2017⁷.

Den norske regjeringen satser også på kreativ og kulturell næring. Kulturdepartementet tildelte kr. 70 millioner til denne næringen. Rundt 30 millioner

⁵ Ericsson, B., & Andersen, T. (2016). *Hvordan lykkes stort som små? Mikrobegrifters kapasitetsutfordringer*. Lillehammer: Østlandsforskningen.

⁶ 20.01.2017 - <https://www.ssb.no/virksomheter-foretak-og-regnskap/statistikker/bedrifter/aar>

⁷ 14.10.2016 - <https://www.ssb.no/virksomheter-foretak-og-regnskap/statistikker/fordem>

går til Innovasjon Norge og 10 millioner kroner går til en ordning som skal bidra til regional bransjeutvikling⁸.

3.2 Samisk kultur- og kreativ næring

Noe av det som kjennetegner samisk kultur- og kreativ næring er at den ofte er drevet av sterk idealisme og uten profesjonell drift. Kulturaspektet i næringen er noe som har lange røtter i det samiske samfunnet, men det betyr også at det er en næring med et stort uforløst potensial⁹. For de som driver innenfor samisk kulturnæring er etableringen ofte knyttet til personlige kunstneriske mål og ønsket om å styrke samisk kultur og identitet gjennom kunsten.

Innenfor samisk kultur- og kreativ næring dominerer selskapsformen enkeltmannsforetak (ENK) eller offentlige virksomheter (NRK, bibliotek, arkiv), og de fleste av kultur- og kreativ næringsaktører produserer varer og tjenester for salg. I 2014 dreide det seg om totalt ca. 150 bedrifter i Sametingets virkeområde for tilskudd til næringsutvikling (STN området). ENK er ikke regnskapspliktige og derfor er det en utfordring å skape et godt bilde av økonomien i en samlet samisk kulturnæring⁹.

Med unntak av media og kulturinstitusjoner er de kulturbaserte bedriftene små og økonomiske sårbare. Som ENK er disse bedriftene lite robuste, og de aktuelle personene kombinerer gjerne bedriften sin med annen jobb. Da blir det en utfordring å gjøre bedriften til en bedriftsøkonomisk lønnsom virksomhet. Målet er heller kanskje ikke å drive bedriften, men å leve mer «for kunsten enn av kunsten»¹⁰. Undersøkelsen til Ryssevik og Dahle (2015) om nordnorsk filmbransje bekrefter dette. Det viser seg at de som driver innen filmbransjen også må ha en deltidsjobb ved siden av for å overleve.

Når vi innledningsvis i dette kapittelet sier at den kreative næringen har et potensiale, da tenker vi

på at aktørene kan nå ut til et nytt marked, det kan være nye produkter eller satse nasjonalt eller internasjonalt, og at vi ønsker flere som starter kulturnæringsbedrifter. Den kreative næringen i Sápmi har også en drivkraft gjennom aktørenes motivasjon og den er noe som bør vektlegges i større grad. Det samme gjelder fokus på det unike ved det samiske.

4 Mål

På bakgrunn av Sametingets erfaring om bransjen siden den første handlingsplan om kulturnæring ble igangsatt, samt den nyeste forskningen på området, har Sametinget kommet fram til følgende målsetning for samisk kultur- og kreativ næring:

Flere kreative næringsaktører som med basis i samisk kulturuttrykk skaper robuste og lønnsomme bedrifter med en større overlevelsesgrad

I følge undersøkelsen som Norut gjennomførte i 2014 består de fleste samiske kulturnæringsbedrifter seg av enkelmannforetak. Ryssevik og Dahle (2015) finner også ut i sin forskning at bedriftene innen filmbransjen i Nord-Norge er små og økonomisk svake. Når man ser dette i sammenheng med at få enkeltmannsforetak er aktive etter 5 år og at mange av bedriftseierne må ha en deltidsjobb med siden av, er overlevelsesgrad og robusthet riktig og viktig å satse på.

For å oppnå målsetningen er det viktig at næringen utvikler seg gjennom en kombinasjon av kompetanseheving, nettverk, samarbeid, tilgang på kapital, identitet og idealisme. På bakgrunn av dette har vi valgt å fokusere på disse delmålene i denne perioden.

⁸ <https://www.regjeringen.no/no/aktuelt/70-millioner-kroner-til-kulturell-og-kreativ-naring/id2514480/>

⁹ Angell, E., Gaski, M., Lie, I., & Nygaard, V. (2014). *Næringsutvikling i samiske samfunn. En studie av sysselsetting og verdiskapning i nord*. Alta: Norut.

¹⁰ Angell, E., Gaski, M., Lie, I., & Nygaard, V. (2014). *Næringsutvikling i samiske samfunn. En studie av sysselsetting og verdiskapning i nord*. Alta: Norut.

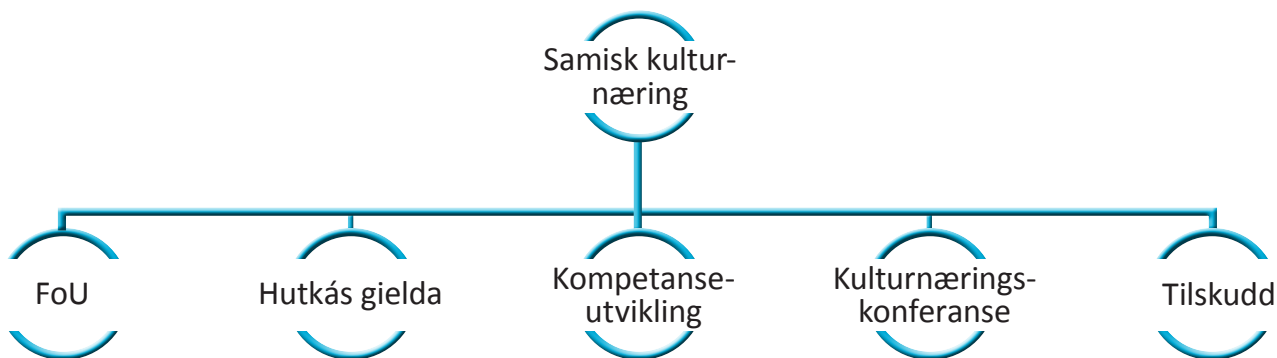
Delmål:

1. Øke kunnskapen om samisk kultur- og kreativ næringsbransje
2. Skape en modell i prosjektet «Hutkás gielda» som bidrar til at næringen vokser
3. Opprette og opprettholde arenaer for nettverk
4. Heve kompetansen til kultur- og kreativ næringsaktørene
5. Videreføre og utvikle støtteordningene direkte rettet mot bedriftene

5 Tiltak

For å oppnå målsetningen er det en rekke tiltak som må videreføres og andre igangsettes. I dette kapittelet vil fem ulike tiltak bli presentert.

Helt overordnet er Sametinget sin satsning på samisk kultur- og kreativ næring beskrevet i figuren nedenfor.



5.1 FoU

Sist det ble gjort en undersøkelse om samisk kulturnæringsbransje var i 2012 av Norut.

Den kreative næringen er i rask endring. Det er et behov for økt kunnskap om samiske kultur- og kreative næringsbedrifters forutsetninger for videreutvikling og vekst. Dette for at Sametinget skal kunne legge til rette for at flere klarer seg gjennom de vanskelige etableringsårene, og at flere bedrifter

blir mer lønnsomme på sikt. For at Sametinget skal kunne sette i gang riktige tiltak i fremtiden trenger vi undersøkelser som gir oss kunnskap om hva Sametinget bør satse på.

5.2 Hutkás gielda

«Hutkás gielda» betyr kreativ kommune og er et nytt satsningsområde fra Sametinget. For å ha et større nedslagsfelt ønsker Sametinget å involvere og samarbeide mer med kommunene og næringen. Det er viktig å involvere og samarbeide med kommunen og næringen i en tidlig fase, slik at arbeidet blir forankret i kommuneledelsen og hos de involverte partene.

I løpet av 2017 skal Sametinget utarbeide en modell på innholdet og hvordan det praktisk skal gjennomføres. Første fase vil være å kartlegge nåsituasjonen. Deretter skal ønsket fremtidig tilstand kartlegges. En analyse av disse to vil resultere i noen konkrete tiltak. Selve gjennomføringen skal skje i en samhandling mellom Sametinget, næringen og

kommunen. Designet på prosessen og modellen må utvikles og utarbeides i samråd med eksterne partnere. I løpet av 2018 skal prosjektet gjennomføres i en kommune i Sápmi. Denne kommunen vil være pilotkunde.

5.3 Kompetanseutvikling

Kompetanseutvikling er viktig og dette er noe Sametinget fortsatt vil ha fokus på. Fokus på for-



retningsaspektet i denne næringen er viktig fordi mange kulturaktører ser ikke på seg selv som entreprenører. Det bør de gjøre dersom de skal kunne leve av det de driver med.

Bedriftsutviklingsprogrammet Dáhttu er et av noen tiltak fra Sametinget når det gjelder på kompetanseheving. Siden oppstarten av Dáhttu i 2014 er det gjennomført 5 programmer. Totalt har omtrent 60 bedriftseiere gjennomført programmet. Her følger noen kommentarer fra deltakerne på hva de var mest fornøyd med:

*«Nettverket. Få kontakter.
Dra nytte av hverandre»
«Treffe andre
som er i samme situasjon»*

Ett nytt tiltak for 2017 og 2018 er Dáhttu 2.0, som er et program utviklet for samiske kultur- og kreativ

næringsbedrifter med vekstambisjoner. Programmet består av to fysiske samlinger og to webinarer. Den ene samlingen vil foregå på en messe i utlandet. Mange aktører har et lokalt/regionalt marked. Forskning viser at for å øke lønnsomheten må bedriftene utvide markedsområdet¹¹. Dette vil være hovedfokuset i Dáhttu 2.0.

I perioden 2017-2020 er det planlagt at Sametinget skal gjennomføre to Dáhttu 2.0 programmer og en Dáhttu 1.0 program.

5.4 Kultur- og kreativ næringskonferanse

I mars 2017 ble konferansen arrangert i Kautokeino. Det var i alt 90 deltakere fra offentlig og privat sektor. Kulturnæringskonferanse er en viktig møteplass for små og store aktører i et samisk kultur- og kreativ næringslandskap preget av store avstander. Vi vet at mange sitter alene og jobber, geografisk langt fra andre i samme bransje. For små bedrif-

¹¹ Ericsson, B., & Alnes, P. K. (2017). *Kulturelle næringer - Innovasjon og lønnsomhet*. Lillehammer: Kunnskapsverket.

ter som ønsker å livnære seg av sin lidenskap, sin kompetanse og kunnskap er nettopp samarbeid og nettverk viktig. Sametingets kultur- og kreativ næringskonferanse skal derfor fortsatt være den viktigste møteplassen for alle som jobber innenfor samisk kultur- og kreativ næring.

Neste kultur- og kreativ næringskonferanse skal bli gjennomført i løpet av 2019. For å skape en mer aktuell arena vil Sametinget sette sammen et programråd som består av ulike aktører innenfor bransjen. Dette for å sikre at programmet treffer med både innhold og gjennomføring.

5.5 Etablerer-, investerings- og utviklingstilskudd

Gjennom Sametinget sine tilskuddsordninger kan det søkes på:

- Etablerertilskudd (fase 1 og fase 2)
- Investerings- og/eller utviklingstilskudd.

Budsjettet for kultur- og kreativ nærings søkerbaserte tilskuddsordning er kr. 1 000 000, og ordningen har en åpen søknadsfrist. Sametinget mottar mange gode søknader hvert år på begge ordningene. Vi er opptatt av å hele tiden tilby ordninger som aktørene har behov for. Ordningene skal justeres i tråd med kunnskap vi får gjennom FoU.

Ifølge en rapport fra kunnskapsverket oppgir virksomheter i kulturelle næringer i større grad at de benytter seg av markedsundersøkelser enn andre næringer, og at det er de mest lønnsomme kulturelle næringer som gjør det¹². Kundeundersøkelser er en av mange områder Sametinget har fokus på fordi det vil kunne gi bedriftene verdifull informasjon om markedsgrunnlaget. For bedriften er det viktig å alltid vite hvem kunden er.

5.6 Delmål sett i sammenheng med tiltakene

I tabellen nedenfor er delmålene koblet sammen med tiltakene.

Delmål	Tiltak*
1. Øke kunnskapen om samisk kultur- og kreativ næringsbransje	1 + 2
2. Skape en modell i prosjektet «Hutkás gielda» som bidrar til at næringen vokser	2
3. Opprette og opprettholde arenaer for nettverk	1+ 2 + 3 + 4
4. Heve kompetansen til kultur- og kreativ næringsaktørene	1 + 2+ 3 + 4
5. Videreføre og utvikle støtteordningene direkte rettet mot bedriftene	1 + 5

*Tiltakene er: (1) FoU, (2) Hutkás gielda, (3) Kompetanseutvikling, (4) Kulturnæringskonferansen og (5) Tilskudd

6 Fremtidsvisjoner

Det kan virke som at kultur- og kreativ næring er et satsningsområde for mange land og regioner. Alt tyder på at kultur- og kreativ næring er trendy. Sametinget var tidlig ute med å satse på kultur- og kreativ næring og har derfor opparbeidet seg en unik kompetanse på området. Sametinget har også en aktiv politikk tilpasset småsamfunn. Sametinget ønsker i fremtiden å være best på kultur- og kreativ næringsbransjen i Sápmi, og vi skal ha føringen i

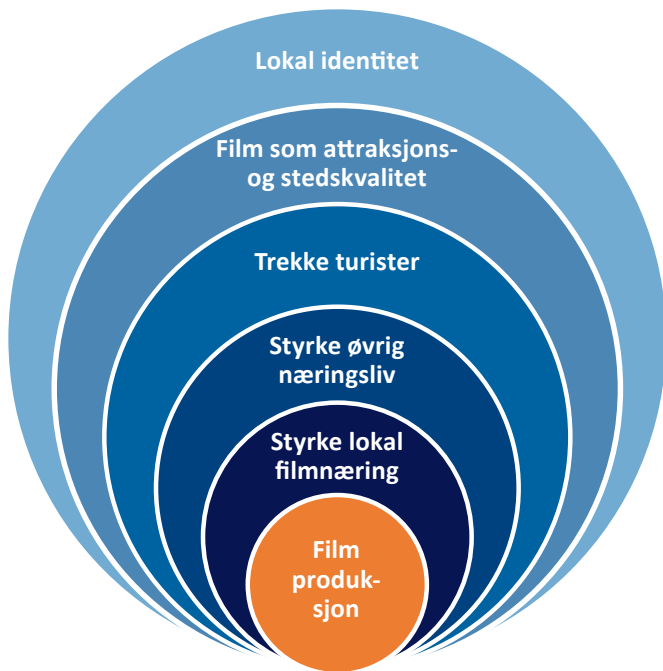
satsing som angår vår egen kultur. I tillegg ser vi for oss fire andre områder å ha fokus på i fremtiden:

Filmproduksjon. Ifølge Ryssevik og Dahle (2015) har at Nord Norge en variert og spektakulært natur som ville være perfekt for filmproduksjonen. Samtidig er Nord Norge rik på historier og har en unik fortellertradisjon. For å lykkes er det viktig at bransjen og virkemiddelapparatet trekker i samme retning og blir enige om felles mål og strategier. Dette vil kunne åpne for store muligheter. Det påstås at

¹² Ericsson, B., & Alnes, P. K. (2017). Kulturelle næringer - Innovasjon og lønnsomhet. Lillehammer: Kunnskapsverket.

film og filmproduksjon har en rekke positive ringvirkninger både når det gjelder nærings- og samfunnsutvikling. De viktigste grunnene er illustrert i figuren nedenfor¹³.

Nærings- og samfunnsmessige ringvirkninger av filmproduksjon



Samarbeid med etablerte kulturinstitusjoner.

Sápmi har mange sentrale kulturinstitusjoner og noen kjente festivaler. Vi ser at et samarbeid med disse aktørene vil kunne være viktig. Det finnes mange muligheter å bygge noe rundt disse institusjonene. Hvordan dette skal iverksettes og gjennomføres vil kunne være med i en plan for fremtiden.

Kulturturisme.

Samisk reiseliv og kultur- og kreativ næring kan ha et uforløst potensiale. Her spiller samiske museum

en nøkkelrolle. Hvordan kan vi gjøre museene mer attraktivt? Et mer attraktivt museum vil kunne gagne både reiseliv og kultur- og kreativ næringen på sikt.

Utdanning innen samisk kultur- og kreativ næring.

Kompetanse og kompetanseheving er viktig. Det kan være hensiktsmessig på sikt at Sametinget jobber for, i samarbeid med Sámi Allaskuvla, å igangsette et studieforløp som omhandler forretningsdelen i samisk kultur- og kreativ næring, kanskje i kombinasjon med andre typer næringer som er viktige i Sápmi, som for eksempel duodji, reiseliv, reindrift og annen primærnæring.

7 Budsjett

Slik ser budsjettet ut for samisk kulturnæring for 2017, med forslag til budsjett for 2018 og 2019.

Samisk kultur- og kreativ næring – søkerbasert tilskudd

Det ble satt av kr. 1 000 000 til søkerbaserte tilskudd i 2017, jfr. Sametinget sitt budsjett for 2017. I 2018 vil denne posten økes til kr. 1 150 000.

Kompetansebasert kultur- og kreativ næring

Innunder denne posten kommer: Prosjektledelse, FoU, kultur- og kreativ næringskonferansen, Dáhttu 1.0 & 2.0 og Hutkás giella, som vil kreve økt bevilgning i 2019.

Samisk musikkfestuke i Alta

Samisk musikkfestuke arrangeres av Audioland i Alta hvert år. De mottok direkte tilskudd fra Sametinget 2017. I 2018 faller denne ordningen bort som direkte tilskudd.

Samisk kultur- og kreativ næring	Budsjett 2017	Budsjett 2018	Budsjett 2019
Kompetansebasert kultur- og kreativ næring	2 750	2 750	2 850
Søkerbasert tilskudd	1 000	1 150	1 150
Samisk musikkfestuke i Alta	150	0	0
SUM	3 900	3 900	4 000

¹³ Ericsson, B., & Alnes, P. K. (2017). Kulturelle næringer - Innovasjon og lønnsomhet. Lillehammer: Kunnskapsverket.

Referanseliste

- Angell, E., Gaski, M., Lie, I., & Nygaard, V. (2014). *Næringsutvikling i samiske samfunn. En studie av sysselsetting og verdiskapning i nord*. Alta: Norut.
- Ericsson, B., & Alnes, P. K. (2017). *Kulturelle næringer - Innovasjon og lønnsomhet*. Lillehammer: Kunnskapsverket.
- Ericsson, B., & Andersen, T. (2016). *Hvordan lykkes stort som små? Mikrobedrifters kapasitetsutfordringer*. Lillehammer: Østlandsforskningen.
- (2013). *Handlingsplan for Sametinget*. Karasjok: Sametinget.
- Ryssevik, J., & Dahle, M. (2015). *Større enn kval? - En utredning om den nordnorske filmbransjen*. Bergen: Ideas2evidence.

Sámedigggi - Sametinget 2013
Ávjovárgeaidnu 50
N-9730 Karasjok/Karášjohka
Telefon +47 78 47 40 00
samedigggi@samedigggi.no

