

Geert Noels
Geert Wellens



De Vlaamse Audiovisuele Sector

Speerpunt van innovatie,
talentmagneet en jobcreator

*Oproep tot intelligente clustering en aanzet
van creatieve financieringsformules*

Inhoud

I. Inleiding en doelstelling.....	3
II. De Vlaamse Audiovisuele Sector:	5
• Situatieschets en cijfers.....	5
• SWOT	7
III. De ‘Creative Media’-cluster-aanpak als oplossing:.....	11
• Wat is een creative cluster?.....	11
• Cluster of Creative Media: creatieve sectoren én faciliterende activiteiten...	11
• Succesvolle voorbeelden uit de ons omringende landen	
○ Imaginove Lyon.....	17
○ Pôle Images Nord-Pas-De-Calais.....	18
• Vlaamse troeven, bouwstenen en missing links	20
IV. Actieplan voor Flanders, Cluster of Creative Media	23
V. Financiering:	32
• Vlaanderen als magneet voor buitenlandse producties	32
• 3C-fonds (Cluster of Creative Content)	
○ Burger-financiering van audiovisuele projecten	32
• Arkimedes-fonds voor film, animatie en digitale content	
○ Financiering cluster-uitbouw via participaties in jonge audiovisuele-bedrijven	34
VI. Conclusie en voorstel stappenplan	36
VII. Nawoord	38

I. Inleiding en doelstelling

De huidige financieel-economische crisis verschilt grondig van de recessies en perioden van economische laagconjunctuur tijdens de voorbije decennia. We beleven momenteel een conjunctuurschok die het economische en maatschappelijke bestel grondig zal wijzigen. Een bruuske overgang op macro- en op micro-economisch vlak.

De economische machtsverschuiving naar Oosterse landen en snelgroeiende economieën als die van Brazilië heeft uiteraard gevolgen voor onze nationale en Vlaamse overheid, staatshuishouding, bedrijven en welvaart.

Om concurrentieel te blijven, onze welvaart te kunnen vrijwaren voor toekomstige generaties en de uitdagingen van de vergrijzing, staatschuld, begrotingstekort en werkloosheid het hoofd te kunnen bieden, moeten we keuzes maken. Juiste keuzes, toekomstgerichte keuzes.

De schaarse overheidsmiddelen efficiënt aanwenden. Ons concentreren op de sectoren van de toekomst. Die domeinen kiezen waarop we het verschil kunnen maken, leidinggevend kunnen zijn, concurrentieel kunnen blijven. Het VIA-plan van de Vlaamse overheid heeft een aantal doelstellingen en speerpuntsectoren geselecteerd. Domeinen waarop we het talrijke aanwezige talent efficiënt ten dienste kunnen stellen van onze topbedrijven, gesteund door een overheid die een gunstig kader schept en burgers die hun spaartegoed op een veilige en rendabele manier investeren in de sectoren van de toekomst.

De Vlaamse audiovisuele sector voldoet aan de voorwaarden van een speerpuntsector. Een economische activiteit waarin Vlaanderen het verschil kan maken, leidinggevend kan zijn, werk en toegevoegde waarde (lees: welvaart) kan creëren. Een sector waarin Vlaanderen tot een internationale talent- en projectmagneet kan uitgroeien.

De Vlaamse audiovisuele sector heeft dat statuut vandaag de dag niet. Nog niet. Tussen plan en realiteit liggen nog heel wat hindernissen. Maar de kiemen van een internationale topsector zijn in Vlaanderen aanwezig. Talent, topbedrijven, een overheid die de juiste omstandigheden kan creëren, kwalitatief onderwijs en spaartegoeden die in de juiste richting kunnen gekanaliseerd worden.

De huidige situatie is er evenwel één van fragmentatie en onderbenutting van het potentieel. Een gebrek aan samenwerking op onderwijsvlak, een afwezigheid van

fiscale en wettelijke stimuli voor topbedrijven, een braindrain van toptalent, een intern Belgische concurrentie bij het aantrekken van internationale projecten, een onderbenutting van de mogelijke financieringsvormen.

Dit rapport heeft een drievoudig doel. In de eerste plaats een duidelijk overzicht geven van de audiovisuele sector, in cijfers en begrenzing. Daarnaast heeft dit werk de ambitie een toekomstplan te ontwikkelen om de sector internationaal toonaangevend te maken en te laten uitgroeien tot één van onze topdomeinen voor de komende decennia. Een Vlaamse audiovisuele cluster: een audiovisuele kern bevrucht door aanverwante creatieve sectoren en faciliterende activiteiten. Creatief, innovatief, arbeidscreërend, welvaartscheppend, welzijnsverhogend, 'groen', competitief en internationaal gelinkt.

De Vlaamse tv- en filmsector heeft de voorbije jaren een mooi groeiproces doorgemaakt. Met beperkte middelen vond het in Vlaanderen aanwezige talent zijn weg en kreeg internationale uitstraling. Maar de audiovisuele wereld evolueert razendsnel. Stilstaan is achteruitgaan. Dit rapport tracht daarom een toekomstbeeld van de sector te schetsen en de kansen en bedreigingen in kaart te brengen.

Het rapport zou echter onvolledig zijn zonder financieringsvoorstel. Om hoger vermelde ambities waar te kunnen maken, is er geld nodig. Investeringsorganen, financieringsvehikels. Fondsen om de clusterstructuur op te zetten en projecten te financieren. Geld dat de komende jaren niet alleen van de overheid zal komen. Door de beperkte budgettaire ruimte zal de overheid deze taak deels aan het privékapitaal moeten laten. Een probleem én tegelijk een opportuniteit. Tegenover de arme overheid staat een kapitaalkrachtige burgerij. Spaargeld dat nieuwe bestemmingen zoekt. Tussen geld en projecten ontbreekt het bindmiddel van een creatieve financiering. Ook daar wil dit plan voorzetten voor geven.

II. De Vlaamse Audiovisuele Sector

Voor het hierna volgend overzicht van de Vlaamse Audiovisuele sector baseert dit rapport zich op een studie van IDEA Consult en de Vlerick Leuven Gent Management School van januari 2010, gemaakt in opdracht van het Vlaams Audiovisueel Fonds. De studie heeft tot doel een sociaal-economisch profiel te schetsen van de sector en baseert zich voor cijfers over tewerkstelling en aantal actieve bedrijven op de officiële statistieken van 2007.

Als definitie van de sector hanteert deze studie “de verzameling van personen en bedrijven die bewegend beeldmateriaal concipiëren, ontwikkelen en produceren en dit verspreiden via een scala aan afzetkanalen”.

Ons rapport heeft de ambitie de audiovisuele sector in de ruimste hedendaagse betekenis van de term te schetsen. Daarom wordt in onderstaand overzicht het cijfermateriaal van IDEA en Vlerick aangevuld met enkele statistieken van producenten van mobiele content en van de gaming-industrie.

Situatieschets en cijfers

De studie van IDEA en Vlerick deelt de audiovisuele sector op in ‘producenten’, ‘verspreiders’, bedrijven actief in ‘ondersteunende technische diensten’, en personen en ondernemingen die ‘ondersteunende creatieve diensten’ leveren.

Onder de noemer ‘producenten’ worden de beroepen en ondernemingen geplaatst die instaan voor het ‘maken’ van audiovisueel werk (regisseurs, scenaristen, tv- en filmproducenten, productiehuisen, etc...). Onder ‘verspreiders’ wordt in de studie verstaan de distributiemaatschappijen, omroepbedrijven, bioscopen, film-programmatoren en filmfestivals.

Ondersteunende ‘technische’ bedrijven zijn o.m. geluids- en klanktechnici, opnamestudio’s, ondertitelaars, cameramannen, etc.... Tot de ondersteunende ‘creatieve’ beroepen behoren acteurs, artistieke ensembles, ...

De cijfers in de studie dateren van eind 2007. Op dat ogenblik werkten er in Vlaanderen én het Brussels Hoofdstedelijk Gewest samen ongeveer 5.900 loontrekkenden bij 850 werkgevers in de audiovisuele sector. Daar mogen nog eens 2.650 zelfstandige dienstenaanbieders geteld worden, die audiovisuele werken

(helpen) produceren, verspreiden en van ondersteunende technische hulp voorzien. Plus een 1.000-tal acteurs en actrices.

De studie stelt dat dit zeer voorzichtige cijfers zijn die om uiteenlopende redenen mogelijkerwijze een aantal actieven over het hoofd zien (als zelfstandige of als bedrijf gerangschikt onder andere NACE-codes dan die waarmee de studie rekening hield bij de nogal enge afbakening van de sector). Bovendien zitten hier niet de mensen in die werkzaam zijn in de verschillende omroepbedrijven die Vlaanderen en Brussel rijk is. Dat zijn nog eens een 7.000-tal personen.

De audiovisuele sector, zoals die afgebakend werd door IDEA en Vlerick, stelde eind 2007 met andere woorden een kleine 17.000 mensen tewerk. Ruwweg één derde van hen produceert audiovisuele werken, 11% verspreidt ze (exclusief omroepbedrijven) en meer dan de helft levert ondersteunende technische en creatieve diensten.

Belangrijker nog dan de tewerkstellingscijfers zelf, is de groei van het aantal actieven over de voorbije jaren. De sector kende een ware tewerkstellingsboom tussen 2000 en 2007. Waar het aantal effectieven in die jaren voor veel sectoren stabiliseerde of daalde, groeide het aantal voltijds equivalenten (VTE's) in bvb. de productie van audiovisuele werken met 70%.

En de studie houdt zoals gezegd geen rekening met de opkomende sectoren van multimedia en mobiele content, en met de gaming-industrie. Volgens Blisa, de beroepsfederatie van de Belgische interactieve software, was de gaming-industrie in 2007 in heel België goed voor honderden banen bij game-ontwikkelaars, bij uitgevers en distributeurs, en (vooral) in de detailhandel.

En de gaming-markt is sindsdien verder geëxplodeerd. Net als de sector van de mobiele content. Daar zagen de voorbije jaren een aantal nieuwe toepassingen het levenslicht. Denk maar aan de mobiele communicatie van patiëntengegevens in de gezondheidszorg, aan de mobiele vormen van gaming, de mobiele tv-toepassingen en steeds meer het mobiele aanbod van nieuws en duiding door kranten- en magazine-uitgevers, omroepen en andere nieuwsmedia.

SWOT

Het economisch belang van de sector is onmiskenbaar, net als de groei ervan, de toenemende audiovisuele toepassingen, de steeds grotere tewerkstelling, de talrijke nieuwe bedrijven en dito opleidingen.

Een sector die een zulkdanige evolutie doormaakt, kent onvermijdelijk groeipijnen en heeft nood aan omkadering, steun, talent en scholing.

Het mag gezegd en herhaald worden: de Vlaamse audiovisuele sector beschikt over een groot aantal troeven, bouwstenen om uit te groeien tot één van de speerpuntsectoren van een Vlaanderen-In-Actie-plan, van een nieuw economisch bestel.

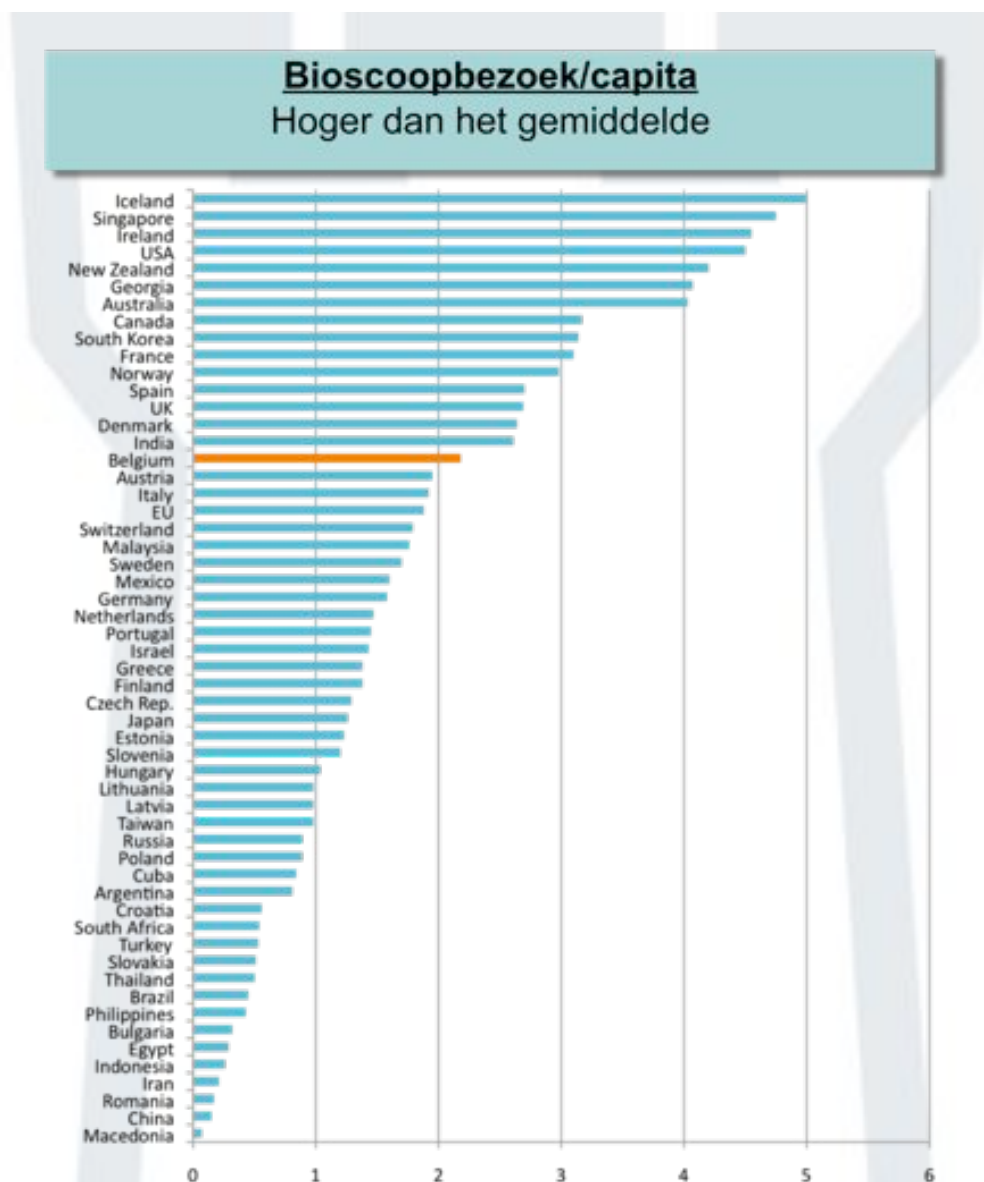
Vlaanderen bewijst constant dat het een creatieve regio is, bruisend van talent dat spijtig genoeg in verspreide slagorde opereert. Vlamingen, eeuwenlang overheerst door buitenlandse mogendheden en onder invloed gestaan van invloeden uit zeer diverse culturen, hebben geleerd open te staan voor verschillende voorkeuren, geuren en smaken. Het ‘venster op de wereld’ zit in de Vlaamse genen en dna.

De meertaligheid van de Vlaming is hier een uiting van. Wie met veel culturen in aanraking komt, spreekt beter ook de taal van de ‘aanbieder’. Vlaanderen heeft ook een grote filmcultuur, een rijke striptraditie en een hoger dan gemiddeld bioscoopbezoek per inwoner (zie grafiek op de volgende bladzijde: we laten hiermee landen als Nederland, Duitsland en Italië achter ons en scoren hoger dan het Europese gemiddelde).

Die filminteresse helpt –indien hier de juiste kanalen en een fiscaal interessante omgeving voor wordt gecreëerd– ook om de rijkelijk aanwezige financiële middelen naar de audiovisuele sector te oriënteren. Vlamingen houden van films, games, animatie en andere audiovisuele toepassingen en zijn onder de juiste voorwaarden bereid hun spaarcenten hierin te investeren (zie verder).

Maar het is niet allemaal rozegeur en maneschijn. Tegenover een rijke burgerij staat een arme overheid. Die heeft te weinig middelen om de sector enkel met dotaties en overheidsinvesteringen de noodzakelijke ruggesteun te geven. Al hoeft dit minpunt niet noodzakelijk als een zwakte gezien te worden. Beschouw het als een opportuniteit: er zijn andere en bewezen efficiënte manieren waarop de overheid de audiovisuele sector kan helpen uitgroeien tot één van de motoren van de toekomstige economische groei en welvaart.

Een interessante omgeving creëren, fiscaal, juridisch en arbeidsrechtelijk, om de sector alle bloeikansen te bieden. Een einde stellen aan de te vaak toegepaste ‘stop-and-go’-politiek van initiatieven die opgestart en dra weer vervangen worden door andere varianten, alternatieven.



Ondanks de recente creatieve successen (geslaagde filmprojecten) heeft de Vlaamse audiovisuele sector momenteel verder te weinig internationaal economisch gewicht en aantrekkingskracht. Vlaanderen staat niet gekend als droomgebied voor initiatieven in de filmsector, de grafische activiteiten of gamingindustrie. Daarvoor ontbreekt het aan de juiste fiscale statuten, interessante investeringsmogelijkheden voor particulieren, institutionelen en ondernemingen, en aan de omgeving om talent aan te trekken en in het land te houden.

Professionelen en vormers in de Vlaamse audiovisuele sector denken bij gebrek aan grensoverschrijdende structuren, geregeld in hokjes. Tussen de verschillende audiovisuele beroepen en aanverwante activiteiten bestaat te weinig interactie. ‘Grensoverschrijdend’, zowel regionaal, inhoudelijk als interdisciplinair, is voorlopig nog een onvoldoende ingevuld begrip (al bewijzen de eerste initiatieven in die richting als Casper –zie verder op pagina 17- dat het wél anders kan).

En dat zorgt voor bedreigingen voor de Vlaamse audiovisuele sector. Vlaanderen is een klein gebied met een in omvang beperkte cultuur. Intelligente schaalvergroting is van enorm belang. Dat kan bereikt worden door de audiovisuele deelgebieden en de talrijke aanverwante creatieve activiteiten te laten samenwerken.

De snelle opmars van de nieuwe media kan tegelijk een bedreiging en een opportuniteit zijn. Ze kunnen Vlaanderen op de internationale kaart zetten of de traditionele audiovisuele sector bedreigen. Het verschil tussen het eerste en het tweede zit in een snelle en efficiënte aanpak. No time to lose.

In het buitenland zit men ondertussen niet stil. Verre van. Van de ons omringende landen onderscheidt vooral Frankrijk zich met een zeer daadkrachtige aanpak en politiek. Een voluntaristische politiek van creatie van fiscaal en juridisch interessante omgevingen leidt tot het ontstaan van audiovisuele clusters die talent aanzuigen, nieuw talent vormen, bedrijven lokken en reputaties vestigen. ‘Imaginove’ in Lyon en ‘Pôle Images’ in Nord-Pas-de-Calais zijn hier sprekende voorbeelden van (zie verder).

Tenslotte dreigen de grote herstructurering van de openbare omroep en de crisis in de tv-reclame-business de audiovisuele sector de komende jaren van heel wat middelen te beroven. De traditionele financiering via adhoc bestelling van tv-omroepen vermindert (voor de VRT: van 78,5 mln euro in 2005 naar het recent aangekondigde cijfer van 40 mln euro in 2012) en verplicht de sector op een vernieuwende en creatieve manier na te denken over alternatieve financieringsvormen. Duurzamer van aard, beter aangepast aan de nieuwe normen en omvangrijker.

Zo vormen de meeste bedreigingen voor de audiovisuele sector tegelijk opportuniteiten en kansen. De zoektocht naar geld leidt mogelijkerwijze naar een betere en efficiëntere financiering. Een snelle omarming van de nieuwe media en alle vernieuwende toepassingen die hieruit voortspruiten kan de sector op de internationale kaart zetten. Net als de opmars van 3D-toepassingen en de

volwassenwording van het digitale tijdperk. Discipline-overschrijdend denken kan in geen tijd de sector onherkenbaar veranderen.

Vlaanderen heeft, zo stelden we aan het begin van de SWOT-oefening, de juiste kaarten. Het gebied bulkt van het talent, dat nu al te vaak zijn heil gaat zoeken over de landsgrenzen of uitwijkt naar andere sectoren om te kunnen voorzien in het levensonderhoud. De entertainmentsector, dé groeisector van de toekomst en tegelijk motor van audiovisuele ontwikkelingen, is in Vlaanderen mooi ontwikkeld en telt enkele vertegenwoordigers met internationale uitstraling en ambitie.

Er is de verregaande penetratie van de kabel, de ideale distributeur van audiovisuele output. Vlaanderen beschikt over een wereldwijde unieke combinatie van een uiterst vertakt telefoonnetwerk (de traditionele koperkabel wordt door de innovatieve DSL-technologie omgevormd tot een hogesnelheidskanaal voor audiovisuele content) en een glasvezelnetwerk dat de kabelactiviteiten van Telenet en de intercommunales in elke huiskamer brengt. Wireless-toepassingen voor audiovisuele verspreiding zijn voor Vlaanderen, in tegenstelling tot de ‘must’ die deze distributiemanier vormt in het buitenland, geen ‘onmisbaar’ kanaal, maar een extra distributievorm, naast de eerder vermelde bestaande en uiterste efficiënte.

Daarnaast wordt Vlaanderen door die verregaande ‘verkabeling’ vaak door internationale spelers gezien als geschikt testterrein voor nieuwe audiovisuele toepassingen. En hebben we bedrijven als Kinopolis die binnen de audiovisuele sector baanbrekend werk hebben geleverd en nog steeds leveren. Ze waren pioniers in de oprichting van mega-plexen, grote cinemacomplexen die een rijk aanbod aan films aanboden toen dit nog geen gemeengoed was. En ze investeren en pionieren momenteel met digitale projectie, en vernieuwen hiermee opnieuw het Belgische bioskooplandschap.

Tenslotte is de audiovisuele sector ‘groen’ en ‘duurzaam’. De sector schept en creëert producten voor een zeer breed publiek zonder buitenmatige ecologische voetafdruk. Geeft werk en zorgt voor toegevoegde waarde zonder neveneffecten voor het milieu (cfr. het ‘Green Screen’-project in het Verenigd Koninkrijk). Een perfect antwoord op de groene uitgangspunten van het Vlaamse 2020-plan.

Voldoende bouwstenen, maar een gebrek aan een architecturaal plan om er een stevig huis-van-de-toekomst mee te bouwen. Hoe de delen van de puzzel samenbrengen tot een Vlaamse audiovisuele sector die een plaats krijgt op de wereldkaart en een driver wordt voor onze toekomstige welvaart?

III. De 'Creative Media'-cluster-aanpak als oplossing

Het antwoord ligt in synergie en discipline-overschrijdende samenwerking. Het is voor een in omvang klein gebied zeer moeilijk te excelleren in alle onderdelen van het economische spel. Een intelligente bundeling van talent, middelen en nieuwe technologische toepassingen in een aangepast fiscaal kader en gebruik makend van de kracht van de aanverwante creatieve activiteiten, kan wel een wereldspeler creëren.

Wat is een (creative) cluster?

De definitie van Michael Porter vat het concept perfect samen.

“Clusters are geographic concentrations of interconnected companies, specialised suppliers, service providers and associated institutions in a particular field that are present in a nation or a region. Clusters arise because they increase the productivity with which companies can compete.”

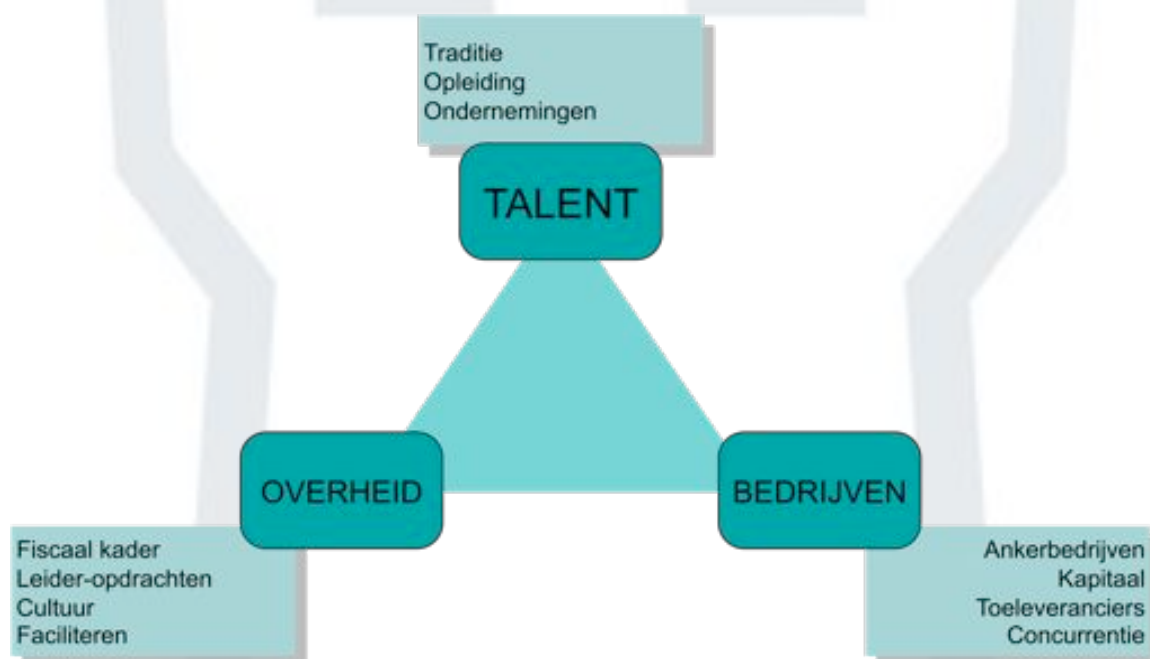
Porter ziet clustermogelijkheden wanneer de juiste onderdelen aanwezig zijn in een bepaalde regio. Daarvoor zijn in zijn definitie in de eerste plaats top-toeleveranciers/producers nodig, veel talent en gespecialiseerde dienstenaanbieders. De opleiding en vorming moet van het hoogste niveau zijn en goed gestructureerd. Tenslotte leiden veeleisende klanten en veel concurrenten tot topproducten en –diensten, en dus tot een snelle ontwikkeling van de sector.

Clusters of Creative Media: creatieve sectoren én faciliterende activiteiten

Een cluster brengt niet alleen de spelers binnen een bepaalde sector samen. Het gaat om een intelligente en efficiënte samenwerking tussen de bedrijven (zowel de producerende entiteiten als de toeleveranciers), de overheid (die het kader moet scheppen, faciliterend moet optreden en eventueel enkele leader-opdrachten moet uitschrijven) en het aanwezige talent (werknemers, zelfstandigen, bedrijfjes, organisaties).

Van onmisbaar belang is de opleiding van nieuw talent. Daarom horen ook de scholen, opleidingscentra en vormingsinstituten bij de cluster. En wordt er van hen ook een clusteraanpak verwacht. Vergelijkbare opleidingen op verschillende plaatsen binnen het clustergebied zijn nefast. Niet alleen moeten topopleidingen geconcentreerd worden op welbepaalde plaatsen. Ook is het noodzakelijk dat de beste docenten aan die eengemaakte vormingsinstellingen les kunnen geven en hun

educatieve taken kunnen combineren met praktijkervaring. De scholing moet eveneens een internationale dimensie krijgen via gastcolleges van internationaal gereputeerde namen en toppers uit de verschillende onderdelen van de audiovisuele sector. Studenten moeten de mogelijkheid krijgen de internationale lucht op te snuiven via uitwisselingsprogramma's en volop praktijkervaring op te doen door reeds tijdens de studietijd in bedrijven en bij producenten mee te draaien.



Flanders: Cluster of Creative Media

Dringend nood aan meer synergie, overleg en structuur binnen de audiovisuele opleidingen, dus. Al zijn er reeds lovenswaardige initiatieven, zoals het HISK in Gent, het Hoger Instituut voor Schone Kunsten Vlaanderen / Advanced Studies & Practice-based Research in Visual Arts.

Het HISK organiseert in Vlaanderen de postacademische opleiding op het vlak van de beeldende en visuele kunsten. Het biedt een vijftientigtal jonge kunstenaars uit binnen- en buitenland gedurende twee jaar een eigen atelier en bijzondere begeleiding aan. De nadruk in het HISK ligt vooral op de individuele praktijk. Centraal staan de gastdocenten. Een selectieve groep van internationale kunstenaars, curators, critici en theoretici komt op geregelde tijdstippen presentaties geven en individuele atelierbezoeken afleggen. Daarnaast zijn er regelmatig bezoeken aan belangrijke kunstevenementen en worden er lezingen, seminars en workshops

georganiseerd. Een voorbeeld van hoe het hele audiovisuele onderwijs er uit zou moeten zien.

Het HISK-model vormt wellicht de oplossing voor het gebrek aan eenheid in het audiovisuele onderwijs. Waarom de audiovisuele scholen zich niet meer laten specialiseren, elk in hun eigen specifieke opleiding, zodat België een rijk aanbod aan audiovisuele vorming krijgt, breed en gediversifieerd. En aansluitend de toptalenten een post-academische vorming geven via een HISK-achtige specialisatie-instelling?

Clusters of Creative Media kunnen lokaal of transnationaal zijn (grenzen vormen niet altijd een belemmering voor de uitbouw van zulk een activiteitencluster). In sommige gevallen en voor bepaalde activiteiten groeperen bedrijven, opleidingen en toeleveranciers zich rond steden (Barcelona, Singapore en Munchen zijn steden die op audiovisueel vlak naam maken als talent- en opdrachtmagneten). Vaak zijn zulke clusters regionaal of nationaal georganiseerd (de streek rond Lyon –zie verder-, de regio British Columbia, het gebied Londen-Bristol-Manchester-Glasgow), uitzonderlijk transnationaal (Denemarken-Zweden).

Het welslagen van de uitbouw van een cluster of creative media hangt af van zijn grenzen. Of beter: van het ontbreken ervan. Het vraagt een sterk holistische visie en vakjesoverschrijdend denken. Ruimer dan de traditionele definitie die de audiovisuele sector omschrijft als het geheel van activiteiten in de domeinen film en tv, geluid en beeld.

Een succesvolle *cluster of creativity* betreft de aanverwante activiteiten bij de traditionele kern van film en tv. Digitale animatie, de nieuwe mediatoepassingen en de gaming-industrie zijn niet meer los te denken van de audiovisuele sector. En zullen in de toekomst deze sector mee vorm geven en ingrijpend wijzigen.

Een studie van de onderzoekscel ‘Digital Arts and Entertainment’ van de Hogeschool West-Vlaanderen (Departement PIH) onder leiding van Jan Van Looy verwijst naar de Wikipedia-definitie van de gaming-sector als bewijs van de toenemende waarde en invloed van deze activiteit, die niet meer weg te cijferen is uit de audiovisuele sector.

“The video game industry (formerly referred to as ‘interactive entertainment’) is the economic sector involved with the development, marketing and sale of video and computer games. It encompasses dozens of job disciplines and employs thousands of people worldwide.”

De embryonale gaming-industrie in België en Vlaanderen bouwt verder op de rijke traditie van de strip-cultuur en storytelling, en vindt volgens de studie almaar meer toepassingen op terreinen van interactieve visualisatie.

De studie claimt dat de ontwikkeling van de gametechnologie kadert in een breder technologisch veld. *“Games spelen een belangrijke rol in de ontwikkeling en bijgevolg in het democratiseren van 3D design-, animatie-, en simulatiesoftware. Bovendien beschikt Vlaanderen over een hoge breedband penetratiegraad wat mogelijkheden biedt voor het ontwikkelen van nieuwe internettoepassingen en nieuwe vormen van online games. Een Vlaamse game-industrie geeft een belangrijke impuls aan onderzoek in deze sectoren en draagt op die manier bij aan de beoogde kennismaatschappij zoals vooropgesteld in de Lissabondoelstellingen.*

Maar ook in andere opzichten is game-ontwikkeling aantrekkelijk voor een regio. Het is een risicovolle onderneming, maar één met een hoge toegevoegde waarde. De ecologische voetafdruk is verwaarloosbaar en inplanting vormt geen probleem.

Eén bepaald segment van een cultuurindustrie kan bovendien een bredere creatieve impuls opwekken. De ontwikkeling van games vergt naast beeldende kunstenaars en creatieve programmeurs ook bijvoorbeeld scenarioschrijvers, producenten, muzikanten, geluidstechnici, animatoren, visuele monteurs enz... Een game-industrie onderhoudt op die manier een creatieve entourage en knowhow die vaak ook in andere culturele sectoren actief is. Tot slot zorgt een succesvolle cultuurindustrie voor diversificatie van een economie en voor een positieve internationale uitstraling van een regio.”

(Jan Van Looy : Onderzoekscel 'Digital Arts & Entertainment, Hogeschool West-Vlaanderen, departement PIH)

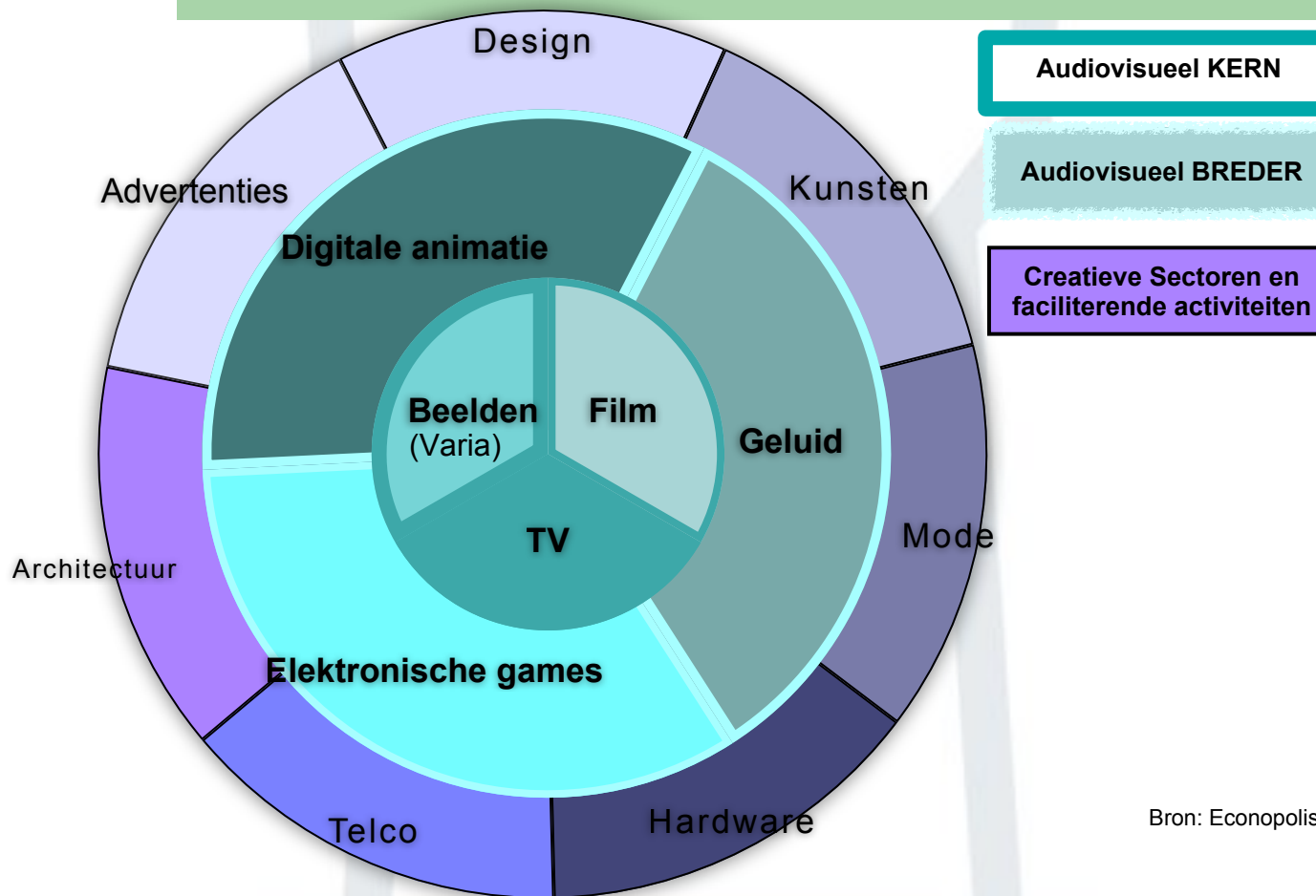
De gaming-industrie is nauw verwant met de digitale animatie en nieuwe mediatoepassingen. Maar deze tweede schil van de audiovisuele sector (rond de traditionele film&tv-activiteiten) is vandaag de dag zeer schatplichtig aan de creatieve activiteiten die de audiovisuele sector beïnvloeden, versterken, innoveren en mee sturen.

Kunnen we de architectuur en de mode nog los zien van de audiovisuele ontwikkelingen? Interactieve visualisatie heeft deze twee activiteiten de voorbije jaren grondig beïnvloedt, net zoals de vraag naar nieuwe toepassingen uit

architectuur en mode (de 3D-activiteiten) de audiovisuele sector verplichtte te zoeken naar technologische vernieuwing (en de sector er ook van liet profiteren).

Dezelfde wisselwerking komt tot stand door de eisen en vragen van de sectoren van design, publiciteit, kunst, telecommunicatie en hardware. Creatieve sectoren en faciliterende activiteiten die hun stempel drukken op de traditionelere audiovisuele sector en zorgen voor een constante innovatie, verbetering, invraagstelling

Creative Cluster of Media



Bron: Econopolis

Succesvolle voorbeelden van clusters van creative media vinden we in heel de wereld. We somden al voorbeelden op in bijvoorbeeld Canada, Groot-Brittannië en Denemarken-Zweden. Australië mag als land zelfs beschouwd worden als één grote A/V-cluster.

Het loont de moeite twee sprekende voorbeelden uit de ons omringende landen even van nabij te bekijken. De twee hieronder besproken clusters bevinden zich niet verwonderlijk in Frankrijk, een land dat duidelijk gekozen heeft voor een cluster-aanpak en voor de audiovisuele sector als één van de top-activiteiten voor toekomst.

Imaginove Lyon

Imaginove noemt zichzelf een competitiviteitspool, een cluster van audiovisuele bedrijven, toeleveranciers, onderwijsinstellingen en verdelers. Alle audiovisuele activiteiten werden binnen Imaginove synergetisch aan elkaar gekoppeld: videospellen, cinema, algemene audiovisuele activiteiten, animatie en multimedia.

Imaginove zit geografisch ingebed in de ruimere regio rond Lyon en Rhône-Alpes. Niet minder dan 650 ondernemingen maken er deel van uit (goed voor 30% van alle Franse audiovisuele producenten), net als 23 research centra. Het gebied telt 15 grote multimedia-onderwijsinstellingen en tekent voor niet minder dan 10% van de Europese Audiovisuele omzet.

Lyon claimt de Europese hoofdstad te zijn van beeld, gaming en de interactieve entertainmentindustrie. De hoofdkwartieren van enkele toonaangevende internationale audiovisuele bedrijven als Electronic Arts en Atari zijn er gevestigd. In het geval van Atari gaat het zelfs om het wereldwijde hoofdkwartier.

Verder zijn er vertegenwoordigers van alle stakeholders van de audiovisuele cluster (in dit geval beter: de creatieve cluster) te vinden. De gehele ketting van producenten tot verdelers van games, producenten en toeleveranciers van de filmindustrie, de ganse animatiesector.

Het grafisch en kunstonderwijs vormt er een ware cluster op zich met kruisbestuivende opleidingen in alle onderdelen van de creatieve cluster. De befaamde Ecole Supérieure des Métiers Artistiques (ESMA) in Montpellier bundelt meerdere grafische topopleidingen (van interieurdesign, over visuele communicatie, fotografie en 3D & animatie tot pure filmscholing) en brengt heel wat talent voort dat dadelijk zijn weg vindt en ambitie kan waarmaken in de streek.

Pôle Images Nord-Pas-De-Calais

Pôle Images is een recentere creatieve media-cluster die de moeite van het bekijken loont omwille van 2 redenen. In de eerste plaats is Pôle Images het bewijs dat het opstarten en uitbouwen van een creatieve audiovisuele cluster snel en efficiënt kan gebeuren. En ten tweede omdat deze cluster zich in de Vlaamse achtertuin bevindt. Dat laatste kan als bedreiging gezien worden (een potentiële braindrain binnen geografisch beperkte afstanden), maar ook als een kans (een Vlaamse cluster met dezelfde mogelijkheden en omkadering kan mooie synergieën, uitwisselingen en samenwerkingsverbanden ontwikkelen met een soortgelijke cluster in de streek rond Rijsel, getuige het ‘Casper’-project, zie verder).

In 2008 vatte de regio Nord-Pas-de-Calais, vanuit een initiatief van het CRRAV – Centre Régional de Ressources Audiovisuelles, het Noord-Franse regionale filmfonds- het idee op een audiovisuele cluster en visuele pool te ontwikkelen. Tussen plannen en goedkeuring van een actieplan 2009-2011 lagen slechts enkele maanden. De drivers waren enkele bedrijven, steden, onderwijsinstellingen en regionale investeringsmaatschappijen. Ze slaagden er snel in de lokale overheden te overtuigen om hun plannen goed te keuren en actief te steunen.

Die laatsten stelden vier voorwaarden: plaatselijke bedrijven moesten betrokken worden in de plannen, alles moest kaderen in het grotere regionale economische ontwikkelingsplan van de regio Valenciennes-Métropole Lilloise, het initiatief moest van bij de start een internationale dimensie krijgen (in eerste instantie via de Euregio, gevormd door Vlaanderen, Wallonië en Nord-Pas-de-Calais) en complementair zijn met andere, bestaande (Franse) audiovisuele clusters. De eerste concrete vorm van inhoudelijke en zakelijke samenwerking binnen de Euregio blijkt trouwens reeds een succes: het initiatief Casper bewijst dat grensoverschrijdende cooperatie werkt. Casper is een samenwerking tussen het VAF (Vlaanderen), Wallimage (Wallonië) en CRRAV (Nord-Pas-de-Calais) rond tripartite co-productie-initiatieven voor animatieseries.

Alle spelers werden bij het Pôle Images-project betrokken en de initiatiefnemers gingen van bij de start de dialoog aan met de 7 grote stakeholders: creatieven, ondernemers, onderzoekers, opleiders en vormers, facilitatoren, verdelers en verkozenen.

Pôle Images clustert vandaag al de cinema- en tv-activiteiten, de gaming-industrie, de animatiesector en alles wat met het ‘virtuele universum’ te maken heeft. Niet minder

dan 100 bedrijven, 12 scholen en opleidingscentra, zes onderzoeksinstellingen maken deel uit van de snelgroeiende cluster. En de eerste successen blijven niet uit.

De cluster komt in Noord-Frankrijk blijkbaar geen dag te vroeg. Niet minder dan 75% van de studenten met een ‘beeld’-opleiding vertrok na de studies uit de regio. Om elders aan het werk te gaan of een onderneming op te richten in een andere streek of land. De autoriteiten merken verder dat de internationale ondernemingen nog onvoldoende hun weg vinden naar de regio. Dat heeft volgens een interne studie alles te maken met de gebrekkige communicatie en promotie, en nog te weinig samenhang tussen de onderdelen van de cluster.

Het plan 2009-2011 moet daar verandering in brengen. Er wordt hard gewerkt aan meer samenhang en een hechtere cluster. De ‘convergentie’ van de verschillende – tevoren afgescheiden – specialiteiten en uitingen van de audiovisuele sector zal dit proces bespoedigen. Dezelfde beelden en audiovisuele producties komen immers meer en meer in aangepaste vorm op 5 verschillende schermen (die tot nog toe elk hun eigen aanbieders en verdelers hadden): cinema, tv, computerscherm, spelconsole en mobiele telefoon of PDA.

Die tendens vraagt een specifieke businessaanpak, een gespecialiseerde opleiding en –vooral– een internationaal georganiseerde cluster. Bovendien zorgt de aanhoudende wereldwijde crisis voor minder werkmiddelen en een druk op de marges.

Het actieplan van Pôle Images voorziet in inspanningen om de productiekost te verlagen door alle audiovisuele beroepen dicht bij elkaar te vestigen en synergieën te zoeken. En investeringen in opleiding en vorming om talent ter beschikking te stellen van de bedrijven en de braindrain te stoppen.

Pôle Image is volgens CRAVV-directeur en Pôle Image-bezieler Vincent Leclercq een werk van veel overleg, overtuigen en constant over de grenzen kijken. Die van de verschillende audiovisuele disciplines én de lands- en regiogrenzen. Het gaat in de toekomst om ‘communities’ en interactie. Jongeren willen bij audiovisuele producten van de toekomst ‘betrokken’ zijn, een sterke ‘beleving’ kennen. Het verticale model van een producent die via distributeurs een product verdeelt, maakt plaats voor het ‘distributieve’ model van ‘sharing’, participatie en delen. Pôle Image is een voorbeeld van denken in toekomst-termen...

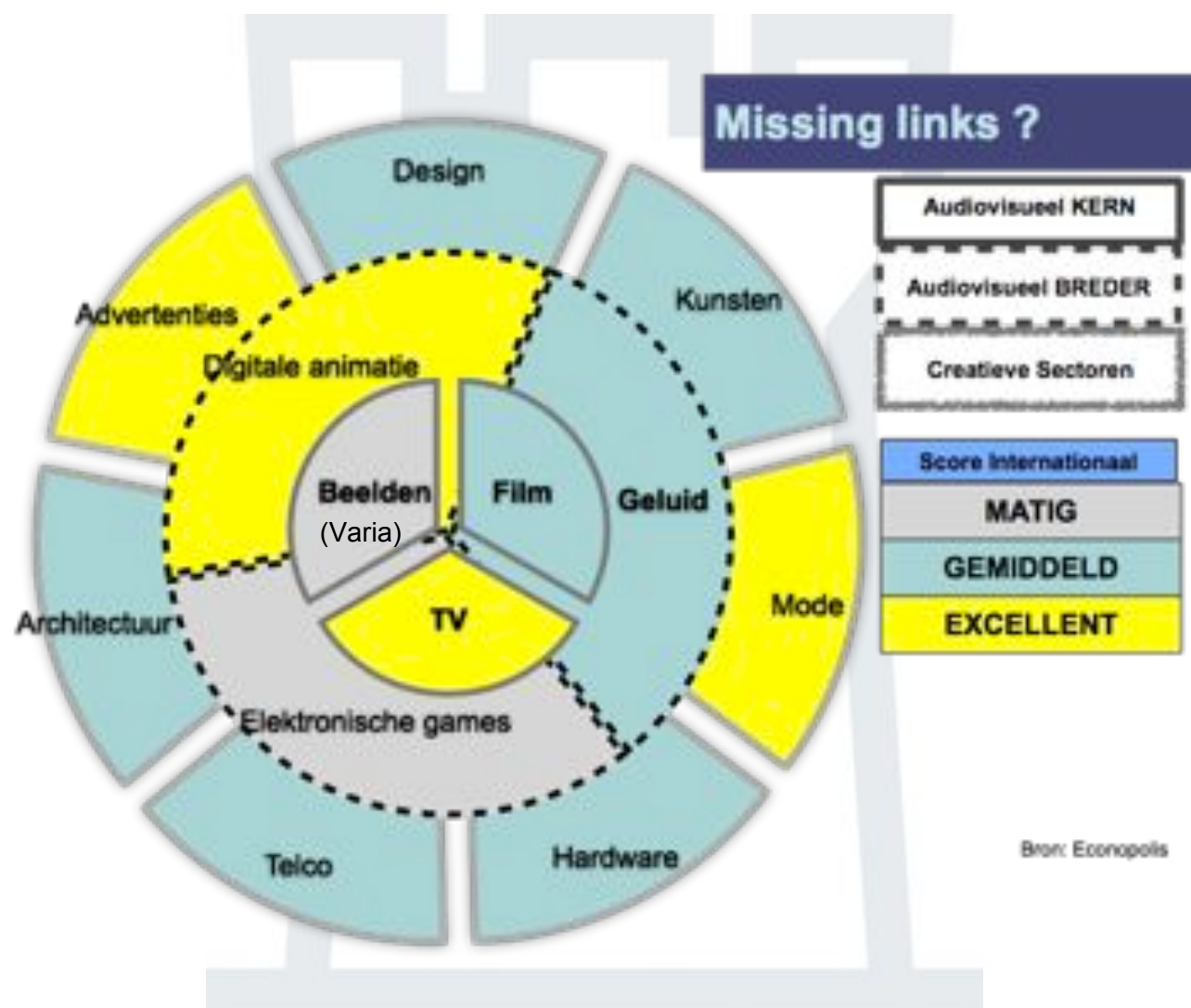
Met zulk een ambitieus project in onze achtertuin en de sector in razendsnelle evolutie (technologisch en fundamenteel) kan Vlaanderen niet achterblijven. Een

Vlaamse creatieve audiovisuele cluster is een haalbare kaart. Onze regio beschikt over tal van bouwstenen en troeven om een cluster op te zetten naar het voorbeeld van die van Lyon, British Columbia of Nord-Pas-de-Calais. Vanuit deze regio is er trouwens een grote bereidheid tot overdracht van informatie, kennis en knowhow.

Vlaamse troeven, bouwstenen en missing links

Hoger in dit rapport werden reeds de sterke punten van Vlaanderen als potentiële creatieve audiovisuele cluster opgelijst. Vlaanderen beschikt over veel talent, een rijke visuele en grafische traditie, meertaligheid, een groot privé-spaartegoed dat uitkijkt naar investeringsmogelijkheden en een grote interesse in film, tv en audiovisuele producties.

Toch blijven er een aantal aandachtspunten over. Naast de eerder opgesomde zwaktes (gebrek aan coherent beleid, ontoereikend fiscaal en juridisch kader, onderwijs en opleiding in verspreide slagorde en lokaal van inslag, en een gebrek aan discipline-overschrijdende aanpak) mogen we niet blind zijn voor de blinde vlekken of missing links in de Vlaamse audiovisuele sector in de ruime betekenis van het woord.



Vlaanderen en de Vlaamse audiovisuele bedrijven hebben een reputatie in het uitdenken en ontwikkelen van TV-concepten en formats. Onze digitale animatie-capaciteiten worden internationaal geroemd, maar de animatieprojecten worden -ook door Vlaamse bedrijven- wel nagenoeg stevast uitgevoerd in fiscaal vriendelijkere gebieden in het buitenland. Een studie van de Universiteit van Antwerpen (Philippe Meers en Koen Thiry) legde enkele jaren geleden de pijnpunten van 'De Animatiefilmsector in Vlaanderen' al bloot: gespannen verhoudingen tussen de verschillende opleidingen (Brussel vs Gent) en tussen producenten en animatoren, de houding van de openbare omroep, de zwakte van de scenario's, het ontbreken van efficiënte distributiekkanalen, het gebrek aan intern overleg binnen de sector en de grote braindrain van de toplaag van animatoren.

Vlaanderen is gekend om zijn designers en mode-ontwerpers. Onze publiciteitsmarkt is goed ontwikkeld en de advertentiewerving professioneel.

Minder excellent scoort Vlaanderen echter op het vlak van telecommunicatie, hardware en architectuur (althans wat grote architectuurbedrijven betreft die volop gebruik maken van de toepassingen van de audiovisuele technologieën).

En op het vlak van beeldontwikkeling en elektronische games hebben we geen topreputatie. In de eerder aangehaalde studie van Jan Van Looy van de Hogeschool West-Vlaanderen, Department PIH, lezen we dat *"in 2007 naar schatting minder dan 1% van de verdiende royalties voor in Vlaanderen verkochte games terugvloede naar Vlaamse ontwikkelaars."*

Vlaanderen telt met onder meer Eyetronics en Larian Studios enkele mooie bedrijven in deze sector, maar het blijft bij uitzonderingen. Ook hier klinkt de klacht van de moeilijke zoektocht naar gekwalificeerd personeel luid. De game-industrie zoekt mensen met een hoog profiel. De weinige concept artists, 3D modellers, animatoren, programmeurs, scenaristen, enz... die aan de hoge kwaliteitseisen voldoen, worden volgens de studie bovendien in geen tijd weggezogen door buitenlandse bedrijven. Bovendien levert het Vlaamse gefragmenteerde onderwijs naar verluidt veel generalisten af, maar te weinig specialisten (al is er nu met HOWest wel een mooi nieuw initiatief vanuit de Hogeschool West-Vlaanderen). En is het fiscale klimaat voor investeringen in andere landen veel gunstiger...

Vandaar dat bedrijven als Studio100 voor hun talrijke animatieprojecten over de grenzen trekken en zelfs een eigen animatiestudio in Australië kochten.

IV. Actieplan voor Flanders, Cluster of Creative Media

De buitenlandse voorbeelden bewijzen dat het opzetten van een regionale cluster de audiovisuele sector snel kan doen uitgroeien tot een wereldwijde referentie, op voorwaarde dat de fundamenteen aanwezig zijn. En dat is voor Vlaanderen zeker het geval. Vlaanderen beschikt onmiskenbaar over meertalig talent, over creativiteit in design en mode, over een rijke fictie-traditie en over de nodige privé-financieringsmiddelen.

Overheid, talent, bedrijven en centen moeten elkaar echter beter vinden, een aangepast kader creëren om van de audiovisuele activiteiten in Vlaanderen een speerpuntsector te maken die werk schept, Vlaanderen op de wereldkaart houdt en welvaart creëert voor onze toekomstige generaties en om de problemen van overheidsschuld en vergrijzing te helpen betalen.

Tussen droom en daad staat de efficiënte uitvoering van een actieplan, dat perfect zijn plaats kan krijgen binnen de 2020-filosofie van Vlaanderen in Actie (Via). Dat plan vraagt aan politieke wil om het kader te creëren, het afbouwen van het onderwijs-protectionisme en het verdwijnen van het hokjesdenken binnen de sector. Zeven actiepunten voor Flanders, cluster of creative media:

1. Pas het investeringskader aan

Dit rapport heeft niet de ambitie de rechtstreekse, legitieme (culturele) steun te bespreken die de audiovisuele sector in Vlaanderen, België en Europa krijgt. Europese regelgeving regelt de culturele steunmaatregelen van de verschillende overheden. Europa beschikt over niet minder dan 56 nationale filmsubsidie-instituten.

Dit actiepunt roept de Vlaamse overheid op om de regio competitief te maken op het vlak van fiscaliteit, financiering en loonbelasting. Dit om te vermijden dat internationale audiovisuele producties in de toekomst Vlaanderen links laten liggen bij de keuze van hun locatie. Of dat Vlaamse bedrijven over de grenzen trekken voor hun film, animatie- of game-producties.

Verwonderlijk is dat de concurrentie zelfs binnen de Belgische landsgrenzen woedt. De Brusselse en Waalse overheden stellen met Wallimage en Bruxellimage financiële steun ter beschikking aan buitenlandse producties die

voor een deel van hun bestedingen in Brussel of Wallonië doen, via samenwerking met een plaatselijke producent. De jaarlijkse dotatie voor dit soort steunmaatregelen bedraagt (voor beide gewesten samen) 5,5 miljoen euro (2,5 miljoen euro voor Wallimage, 2 miljoen euro voor Bruxellimage en 1 miljoen euro voor steun aan animatiefilms).

Geen enorme bedragen, maar mooie incentives voor buitenlandse producties, die dan wel verplicht worden een veelvoud van dat bedrag in Brussel en Wallonië te besteden aan tewerkstelling, facilitaire bedrijven, etc... in de audiovisuele sector. En of ze dat doen. De voorbije jaren vloeide voor elke euro steun die op deze manier werd toegezegd aan buitenlandse producties, een veelvoud terug naar de Brusselse en Waalse economie.

Ten koste van Vlaanderen? Waarschijnlijk wel. In het noorden van het land bestaat deze financieringsvorm niet. Vandaar dat buitenlandse producties die naar België afzakken, hun middelen liever in Brussel of onder de taalgrens uitgeven.

Temeer omdat de Wallimage- en Bruxellimage-steun combineerbaar is met de voordelen van de Tax Shelter. Dit nationale kader regelt de investeringen die ondernemingen op een fiscaal-vriendelijke manier kunnen doen in audiovisuele projecten. Ook hier zijn aan de belastingvoordelen regels verbonden van waar de centen van het project in kwestie moeten besteed worden. Maar aangezien de Tax Shelter federale materie is, volstaat het de middelen 'in België' uit te geven. Brussel en Wallonië voldoen perfect aan deze definitie.

Als eerste fiscale maatregel zou de Vlaamse overheid deze scheve situatie kunnen rechttrekken door een soortgelijke economische steun ('Economisch Fonds') te geven voor internationale producties die hun middelen in Vlaanderen investeren. In Wallonië en Brussel staan deze fondsen (Wallimage en Bruxellimage) ook open voor lokale producties.

De vrees voor opmerkingen van Europa hierop, is bovendien ongegrond. De Europese Commissie bekeek na klachten immers recent de steunmaatregel 'Wallimage' in detail en meldde op 13 januari 2010 bij monde van commissaris Nelie Croes aan bevoegd minister Steven Vanackere dat de regeling 'verenigbaar is met de interne markt'.

De aanpassing van de Vlaamse situatie aan de propositie in Brussel en Wallonië is echter niet meer dan het rechte trekken van een scheve toestand. Er is meer nodig om de Vlaamse creatieve audiovisuele cluster competitief te maken met de ons omringende landen.

Met name in Frankrijk maken tal van fiscale voordelen en investeringsstimuli het aantrekkelijk voor Franse en niet-Franse bedrijven om hun producties daar uit te voeren. Vooral de Franse animatiesector profiteert hier sterk van. De belastingvoordelen voor grafische en audiovisuele producties lopen er op tot 20% onder de vorm van lagere loonlasten, aftrekbare kosten, belastingkrediet, etc...

Bovendien bestaan er in Frankrijk steunmaatregelen die vergelijkbaar zijn met Bruxellimage en Wallimage, aanvaardt de fiscus vaak afwijkende afschrijvingsregels voor audiovisuele producties en bestaan er vehikels als Sofica's, die privé-personen en bedrijven fiscale voordelen bieden voor investeringen in audiovisuele producties.

Sofica's, of Sociétés pour le Financement du Cinéma et l'Audiovisuel, zijn investeringsvehikels of fondsen die hun middelen in de audiovisuele sector beleggen. Wie in Frankrijk aandelen koopt van een Sofica, mag deze investering deels fiscaal verrekenen met zijn of haar inkomsten. Bedrijven die in Sofica's beleggen, trekken 50% van die investering af van hun belastingen. Particulieren die hetzelfde doen en de stukken 10 jaar in portefeuille houden, krijgen een belastingaftrek van 40% van dit bedrag, met een maximum van 25% van het totale jaarinkomen of 18.000 euro.

2. Zorg voor een meertalige topopleiding

Het audiovisueel onderwijslandschap in Vlaanderen is -op zijn zachtst gezegd- versnipperd. Competitiedrang tussen hogescholen, universiteiten en vormingscentra zorgt voor interne rivaliteit tussen vergelijkbare opleidingen. Vooral de tegenstelling tussen Brussel en Gent bedreigt mogelijk een ééngemaakt kwalitatief toponderwijs in Vlaanderen.

Maar het gaat al lang niet meer om Brussel en Gent alleen. Vlaanderen telt niet minder dan 17 hogescholen waar erkende creatieve opleidingen gegeven worden. Zonder de universitaire opleidingen mee te tellen...

Dat maakt dat het beperkt aantal beschikbare topdocenten in verspreide slagorde lesgeven in alle uithoeken van het land. Om van het gebrek aan gastcolleges van internationaal vermaarde namen nog maar te zwijgen. De rivaliteit leidt zelfs in bepaalde gevallen tot een verbod voor een topdocent die aan de ene hogeschool doceert, om ook elders colleges te geven.

Indien elk van deze Vlaamse onderwijsinstellingen zich zou richten op één bepaalde specialiteit binnen de ruime audiovisuele sector, zou dit een dubbel voordeel genereren. In de eerste plaats zou een meer verregaande specialisatie in één bepaald deeldomein mogelijk worden (waardoor we specialisten vormen met een internationaal potentieel). En daarnaast komen er zo middelen vrij om over de grenzen te kijken en topdocenten aan te trekken.

Door het onderwijs meertalig te maken, leren de studenten beter de gangbare taal van de sector aan en kunnen ze makkelijker genieten van uitwisselingsprogramma's. Die moeten gepromoot en zelfs verplicht gemaakt worden: internationale ervaring opent de geesten en brengt studenten in contact met de laatste trends en evoluties in hun vakgebied.

We verwijzen hier weer naar het initiatief van het HISK in Gent, een soort "MBA" voor beeldende en visuele opleidingen (zie hoger) dat navolging verdient.

3. Trek ankerbedrijven aan

De grote bedrijven vestigen zich in landen en gebieden waar het cluster-concept is uitgewerkt. Ze hebben immers nood aan een vlotte toegang tot de gespecialiseerde arbeidsmarkt (goed gevormde toptalenten moeten makkelijk te vinden zijn), willen genieten van een gunstig fiscaal kader, moeten ter plaatse kunnen rekenen op een meewerkende overheid die snel en efficiënt hulp biedt bij hun ondernemingsvragen, en ze willen een vlot functionerende markt aantreffen waar de link tussen productie, marketing, distributie en communicatie vlot loopt.

De komst van ankerbedrijven heeft tegelijk een onmiskenbaar effect op talent, investeerders, toeleveranciers en onderwijs. Die volgen de anker-ondernemingen en vestigen zich in hun buurt. Met een veelvoudige invloed op de plaatselijke economie. De braindrain stopt en het gebied in kwestie

ontwikkelt zich tot talentmagneet. Geld vloeit naar de regio in plaats van er van weg en het onderwijs bereikt een hoger niveau door de hogere kwaliteitseisen.

4. Koester de kleintjes

Tegelijk mag het aantrekken van de grote ankerbedrijven geen politiek in het leven roepen die de lokale KMO's ongelijk berechtigt. Integendeel. Door de komst van ankerbedrijven ontwikkelen zich in de nabijheid gespecialiseerde toeleveranciers. KMO's die veel tewerkstelling creëren en kunnen uitgroeien tot de groten van morgen.

Lokale ondernemingen moeten met de nodige zorg worden behandeld omdat ze ook een stabiliteit aan de regio geven. Over de vestigingsplaats van grote ankerbedrijven wordt beslist in een ver land, waar de plaatselijke gevoeligheden niet spelen. KMO's hebben hun roots in de streek en stellen plaatselijke mensen tewerk. Hun regio-trouw is groter en duurzamer.

Een specifieke politiek gericht op de vlotte en administratief eenvoudige oprichting en vestiging van nieuwe ondernemingen in de audiovisuele sector moet Vlaanderen aan meer KMO's in deze sector helpen. De drempel om toe te treden tot de audiovisuele sector is hoog: de aanvangsfinanciering in materiaal, technologie en mensen weerhoudt velen ervan de stap te wagen. Bovendien is er vaak het probleem van het gebrek aan continuïteit van opdrachten. Een hindernis die de overheid met gerichte maatregelen kan verlagen of wegnemen.

5. Leg de lat hoog

Vlaanderen heeft nood aan speerpuntsectoren waarin de regio internationaal excelleert. De basiselementen voor een kwalitatief hoogstaande sector zijn aanwezig. Zelfs zonder aantrekkelijke overheidsstimuli slagen Vlaamse bedrijven als Woestijnvis, Kinopolis en Studio100 er in enkele jaren in uit te groeien tot topondernemingen met gerenomeerde producten en/of een internationale uitstraling. Een argument voor de versnelde invoering van het STIVO-project (zie verder).

Het voordeel van een creatieve audiovisuele cluster is tegelijk ook een nadeel. Het moet top zijn of het zal niet zijn. Middelmaat bestaat niet bij geslaagde clusters. Elk onderdeel moet op internationaal niveau staan: bedrijven, overheid, onderwijs, investeerders en markt.

Alles begint bij het beste onderwijs, intelligent gestructureerd en internationaal van niveau. Daarnaast moet de overheid rechtszekerheid garanderen en een langetermijnpolitiek voeren om bedrijven vertrouwen te geven. Investeerders hebben dan weer nood aan een stabiel financieel en fiscaal klimaat om te kunnen opereren.

6. Breek de grenzen open

Dit rapport tracht de krijtlijnen te schetsen van een Vlaamse creatieve audiovisuele cluster. De uitbouw van een cluster vraagt immers beleidsbeslissingen die regionaal of nationaal kunnen gestuurd worden. De plaatselijke wetgeving moet aangepast worden om het clusteridee naar perfectie te kunnen uitwerken.

Beslissingen over het onderwijs worden op gemeenschapsniveau genomen, fiscaliteit is deels een Vlaamse bevoegdheid, de arbeidsmarkt wordt dan weer nationaal geregeld.

Een internationale cluster opzetten zou een delicate oefening vergen tussen verschillende nationale en regionale overheden en gemeenschappen. Dat neemt echter niet weg dat een regionale cluster, eens up-and-running, zich moet inschrijven in een internationaal samenwerkingsverband. De voordelen van een nauwe samenwerking tussen verschillende regionale clusters leidt immers tot een economy of scale, tot een internationalere vorming, tot een betere marktwerking en tot verdere regionale specialisatie.

Een internationale samenwerking tussen verschillende clusters in de ons omringende landen, maakt Europa verder weerbaar tegen de onvermijdelijke initiatieven in het Midden- en het Verre-Oosten en landen als bvb. Brazilië.

De eerste tekenen van deze tendens (het ontstaan van audiovisuele clusters in de ‘nieuwe economieën’) zijn reeds merkbaar. Abu Dhabi heeft enorme bedragen uitgetrokken voor de creatie van een enorme media-zone. Naar het

voorbeeld van eerdere initiatieven in Singapore (Media 21), Zuid-Korea (Seoul Digital Media City) en Egypte (Egypt Media Production City).

Hun ambitie mag niet onderschat worden: ze willen plaatselijke ondernemingen stimuleren en grote internationale bedrijven aantrekken, alle audiovisuele talenten naar hen halen, de beste opleidingscentra uitbouwen en ... een speciaal fiscaal statuut creëren voor dit soort bedrijven.

Abu Dhabi heeft het plan opgevat een afdeling van de New York Film Academy (film- en acteursopleiding) naar de Verenigde Arabische Emiraten te halen en onder deze vlag topopleidingen aan te bieden tot regisseur, acteur, producent, digitale filmmaker, scenarist en 3D-animator. De plaatselijke overheid zal zelf startende bedrijven in deze sector financieren en bestellingen plaatsen om ondernemingen in een aanvangsfase van omzet te verzekeren. Geduchte tegenstanders...

7. Creëer fiscaal aantrekkelijke financieringsvehikels

De Vlaamse en Belgische overheid heeft niet de middelen waarover de groeilanden en nieuwe economische machten beschikken. En de financieel-economische crisis zal geldelijke tussenkomsten vanwege de Vlaamse overheid moeilijker maken.

Het voordeel van deze beperking is dat de overheid waarschijnlijk beter ook die andere rol speelt. Die van facilitator. De entiteit die de omgeving creëert waarin investeerders geneigd zijn middelen ter beschikking te stellen. Rechtszekerheid en een langetermijnfiscaliteit zijn twee steunpijlers van zulk een geschikt klimaat. Worden deze elementen aangevuld met creatieve investeringsformules en -vehikels, dan wordt het interessant voor spaarders en institutionelen om geld te investeren in de audiovisuele sector.

We verwijzen hierbij graag naar het 'Memorandum van de Vlaamse Film Producenten Bond' dat werd overgemaakt aan de Vlaamse Gemeenschap. Daarin roept de VFPB op tot de creatie van een 'Economisch Fonds' (een ook in dit rapport aangehaalde tegenhanger voor de Bruxellimage- en Wallimage-steunmaatregelen in Brussel en Wallonië), tot een aanpassing van de Tax Shelter-regeling om meer betrokkenheid te organiseren tussen investeerder en product, en tot een versnelde oprichting en uitbouw van het STIVO.

Dat laatste is een stimuleringsfonds voor kwalitatieve Vlaamse omroepproducties. Uitbouw van dit fonds moet er naar verluidt tegen 2012 komen. De meest gehoorde piste is dat dit fonds gevoed moet worden via heffingen door de overheid op telecombedrijven, deels naar analogie van de bestedingsverplichtingen van Belgacom aan Franstalige kant.

De opgelegde besparingsoperatie van de VRT en de reductie van de dotatie aan het VAF zorgen voor minder geld voor Vlaams kwaliteitsdrama, net nu Vlaanderen met dit soort fictie internationaal naam aan het maken is. Een versnelde STIVO-reglementering en dito fonds zouden de lagere dotaties compenseren (*zie Memorandum van de Vlaamse Film Producenten Bond vzw aan de Vlaamse Gemeenschap, van 28 mei 2010*).

8. Stimuleer innovatieve, originele en hoogwaardige ‘content’ met internationaal potentieel

Het heeft weinig zin om een gunstige omgeving te creëren om de audiovisuele bedrijvigheid te laten uitgroeien tot een speerpuntsector, als de inhoud achterblijft. Geen vorm zonder ‘content’. Meer nog, de inhoud drijft de vorm. Iedere technologische innovatie is steriel (en zelfs ten dode opgeschreven) als deze geen drager is (of wordt) voor aantrekkelijke inhoud.

Binnen heel de clustergedachte en het geheel van mogelijke economische impulsen mag dit aspect (ook bij gaming!) niet worden weggedacht. Als de sector baanbrekend wil zijn en uitstraling wil geven aan onze regio, zal het grotendeels zijn door WAT hij in Vlaanderen te vertellen heeft, fictioneel én non-fictioneel. Verder investeren in de kern van de audiovisuele cluster, is daarom een *must*. Vaak volgt een stroom van technologie en toepassingen uit een simpel inhoudelijk idee dat aanslaat. Dat bepaalt de dynamiek en het ‘wonderlijke’ van deze sector. Hoezeer we met onze voorstellen een maximaal benutten van allerlei toepassingsmogelijkheden en spin-offs viseren, we mogen nooit de ware bron van dit alles uit het oog verliezen: en die ligt vaak bij de creatie van een cartoonfiguurtje, een spelformat, een markante visuele stijl, enz...

Het belang van stimuli om attractieve ‘content’ te maken mag dan ook niet onderschat worden. De belangrijkste overheidsstimulans en kwaliteitsbewaker is op dit ogenblik het Vlaams Audiovisueel Fonds (VAF). De kwaliteitsselectie gebeurt er via een uitgekiende selectie- en coachingprocedure.

Geregeld worden door het VAF ook initiatieven gelanceerd om durf en vernieuwing aan te wakkeren. Zo werd b.v. enkele jaren geleden het FilmLab opgericht, een low-budget subsidiëringlijn die het ‘out of the box filmmaken’ (binnen de ruimere audiovisuele expressie) stimuleert. Ook in de VAF-ateliers gaat men aan de slag met jong talent en nieuwe ideeën. Een 5-daagse workshop Crossover Lab Lowlands, georganiseerd door het VAF en de Mediadesk België - Vlaamse Gemeenschap, werd in de eerste helft van 2010 ingericht om de creatieve en commerciële uitdagingen van crossmediale content en diensten te ontdekken. Dit gebeurde door kennisoverdracht, brainstormsessies, begeleiding, projectontwikkeling en pitchings, onder leiding van buitenlandse experts.

De VAF-steun aan tv-drama beoogt dan weer hoogwaardige fictiereeksen met grote productiewaarde en internationaal potentieel (vb. ‘De Smaak van Dekeyser’ en ‘Oud België’). Ook de output aan meer duurzame en grensoverschrijdende documentaires en animatieprojecten is grotendeels op het conto van het VAF te schrijven, in zijn rol als hoeksteenfinancier voor Vlaamse, creatieve content.

Het STIVO-plan zal een bijzonder krachtige aanvulling zijn van de maatregelen ter bevordering van content-creatie, meer bepaald in een televisie-omgeving.

Daarom is het essentieel om het VAF te blijven uitspelen als broedplaats voor audiovisuele content en de oprichting van STIVO – ingeschreven in het Vlaams regeerakkoord – binnen afzienbare tijd concreet te maken.

V. Financiering

In dit gedeelte wordt een oplistings gemaakt van creatieve financieringsformules voor audiovisuele projecten/creaties en voor steun aan opstartende audiovisuele bedrijven. Bedoeling is dat de overheid het kader creëert dat het voor bedrijven, institutionelen en particulieren interessant maakt om te investeren in de sector en zijn producten.

Vlaanderen als magneet voor buitenlandse producties

Het volstaat te verwijzen naar de bijdrage hierover in onderdeel “IV. Actieplan voor Flanders, Cluster of Creative Media” onder punt “1. Pas het investeringskader aan”. Daar wezen we op de intern-Belgische ongelijkheid in behandeling van binnen- en buitenlandse producties die een gedeelte van hun middelen spenderen in België. Gevolgd door een oproep voor een Vlaamse productiesteun (‘Economisch Fonds’) naar het voorbeeld van de concepten ‘Wallimage’ in Wallonië en ‘Bruxellimage’ in Brussel.

3C-fonds (Cluster of Creative Content-fonds):

Burger-financiering van audiovisuele projecten

Elders in dit rapport werd gewezen op het gebrek aan financiële middelen bij de overheid om te investeren in audiovisuele projecten. En aan de beschikbare middelen bij de burger die een weg zoeken naar nieuwe investeringsvormen die zekerheid combineren met een rendement en een vorm van ‘beleving’.

Financiële instellingen hebben de voorbije jaren heel wat financiële producten gecreëerd. De meeste ervan blonken uit door hun ingewikkelde namen, dito constructies en complexe berekeningen om het rendement te bepalen. Zelden kreeg de belegger een voeling met de onderliggende waarde of ontwikkelde hij of zij een empathische band met de belegging.

De gebeurtenissen op de financiële markten van de afgelopen jaren en het succes van herkenbare beleggingsfilosofieën als ethisch beleggen, groene investeringen en sharia-fondsen (om er maar enkele te noemen) bewijzen dat er een markt is voor financiële producten die een band creëren tussen belegger en investering, die een rendement in geld combineren met een opbrengst in ‘beleving’.

Extra stimulans voor de uitwerking van zulke financieringsvorm is de fascinatie van de Vlaming voor de audiovisuele sector in het algemeen, en voor film, animatie en tv in het bijzonder. Veel spaargeld dat nu laagrentend geparkeerd staat op een spaar-, termijn- of zichtrekening bij een bank, of dat geïnvesteerd is in beleggingsfondsen met onuitsprekbare namen en met een rendement dat via onuitlegbare formules berekend wordt, kan gemobiliseerd worden voor een belegging met een persoonlijke band en een rendement dat deels in ‘beleving’ wordt uitbetaald.

De creatie van een 3C-fonds (3C staat voor *Cluster of Creative Content*), een fonds voor beleggingen in audiovisuele projecten, creaties en producten (niet in bedrijven). De Tax Shelter is federale materie en geeft bedrijven de kans een investering in een audiovisuele creatie (film, animatie) te combineren met een fiscaal voordeel. De investering wordt goeddeels gegarandeerd via het fiscale voordeel en een financiële constructie. Het rendement is vaak afhankelijk van het succes van de audiovisuele creatie en wordt deels uitgedrukt in beleving (setbezoek, uitnodiging voor premières, etc...).

Hetzelfde concept kan aantrekkelijk zijn voor particulieren. Het huidige, lage vastrentend rendement doet spaarders uitkijken naar alternatieven. Door een belegging in het 3C-fonds fiscaal aantrekkelijk te maken naar het voorbeeld van de Wet Cooreman-Declercq van de jaren tachtig of van de Franse Sofica's (zie hoger) komen er heel wat middelen vrij om audiovisuele creaties te financieren.

Een fiscaal voordeel voor die investering (een fiscale aftrekbaarheid van de in het 3C-fonds geïnvesteerde bedrag tot een bepaald plafond) geeft de belegger al een eerste rendement. Bovendien kan een gedeelte van het geïnvesteerde kapitaal per project gegarandeerd worden door de producent van de film, animatie of mobiele creatie, via een intelligente constructie met de andere middelen die ter beschikking worden gesteld voor de realisatie van het audiovisuele werk.

Het rendement kan deels gekoppeld worden aan het succes van de creatie. Hoe meer bezoekers voor een film, hoe meer opbrengst voor een animatieproject, hoe groter het succes van een mobiele applicatie, ... hoe meer rendement voor het 3C-fonds en dus voor de fondsbelegger.

Het andere deel van het rendement wordt uitgedrukt in ‘beleving’. Een ‘empathisch rendement’ onder de vorm van een bezoek aan de set bij de opnames, een uitnodiging voor een speciale avant-première, een privé-vertoning van een animatiefilm of tv-

reeks, een speciale eerste editie van een video-game, etc... Deze ‘belevings’-traditie bestaat al in Vlaanderen in zekere mate ten aanzien van tax shelter-investeerdere.

De rol van de overheid beperkt zich in deze tot het vergunnen van het financiële vehikel en het in wet omzetten van de fiscale aftrekbaarheid van de investeringen in het 3C-fonds. Het fonds zelf krijgt een vennootschapsrechterlijke structuur, een investeringscomité en een effectieve leiding, als ware het een bedrijf met zijn eigen solvabiliteitsverplichtingen en goede-huisvaderbeleid. Er kan een adviesfunctie gecreëerd worden voor het Vlaams Audiovisueel Fonds, dat elk project samen met het investeringscomité en de effectieve leiding kan bekijken en screenen.

Om te vermijden dat Europa een veto kan stellen tegen dit initiatief, moet onderzocht worden hoe de Vlaamse overheid een soort ‘beauty contest’ kan uitschrijven voor dit soort constructies, ingediend door privé-partijen. En is het noodzakelijk dat er op nationale niveau overeenstemming bestaat over de fiscale voordelen voor dit soort vehikels. Voordelen die dan uiteraard kunnen genoten worden door alle Belgen...

Arkimedes-fonds voor film, animatie en digitale content

Financiering cluster-uitbouw via participaties in jonge audiovisuele bedrijven

Niet alleen audiovisuele projecten hebben nood aan financiering. Een creatieve audiovisuele cluster kan maar succesvol zijn indien de startende bedrijven rendabel kunnen worden en indien er veel nieuwe ondernemingsinitiatieven slagen.

Cruciaal zijn in deze sector de eerste levensjaren van een startende onderneming. De opstartkost is immers niet onaanzienlijk, de investeringen in technologie, materiaal en mensen kosten veel, terwijl de eerste opbrengsten vaak maar na een lange aanvangsfase te verwachten vallen.

Ook hier kan de overheid op twee manieren de rol van facilitator spelen. In de eerste plaats via tijdelijk lagere lasten voor dit soort ondernemingen. Een tijdelijke verlaging van de sociale zekerheid, bedrijfsvoorheffing en patronale bijdragen bijvoorbeeld. Of een uitstel van bepaalde taksen tot na het derde levensjaar. Ingrepen die mogelijk als staatssteun kunnen beschouwd worden en daarom verder advies noodzakelijk maken. Een grondige studie van hoe Frankrijk deze maatregelen heeft kunnen invoeren met de zegen van Europa, verdient een aanbeveling.

Daarnaast kan de overheid een speciaal audiovisueel luik bouwen aan het Arkimedes-initiatief. Arkimedes is een dakfonds dat één euro extra biedt voor elke euro die

erkende private risicokapitaalfondsen (ARKIV's) investeren in een Vlaamse KMO. Het speciale Arkimedes-luik kan voor die investering van ARKIV's in opstartende audiovisuele bedrijven (in bvb. hun eerste 3 levensjaren) een preferentiële winstparticipatie garanderen wanneer het bedrijf in kwestie rendabel wordt. Of de intellectuele eigendom, auteursrechten of de merknaam als onderpand en garantie krijgen voor de investering.

In tegenstelling tot het traditionele Arkimedes-fonds (dat gefinancierd werd door particulieren fiscaal-vriendelijk te laten intekenen op een obligatielening), kan de overheid de extra euro die vanuit het Arkimedes-fonds naar de speciale audiovisuele ARKIV-vehikels moet vloeien, financieren via een speciale heffing op bvb cinema-tickets. Ook een strategie die al succesvol in Frankrijk wordt toegepast. En die maakt dat het dossier niet naar Europa moet ter goedkeuring (wegens onderdeel van het reeds vergunde Arkimedes-principe en wegens gefinancierd door extra heffingen).

Algemeen geldt dat allerlei vormen van overheidssteun, fiscale stimuli en speciale voordelen voor de sector steeds moet gescreend worden op het risico dat Europa het als ongeoorloofde staatssteun zou beschouwen. Dat gevaar kan ontweken worden door de hulp –niet ten onrechte– als ‘culturele steun’ te laten kwalificeren, de steun beperkt te houden, te laten verlopen via reeds vergunde kanalen, te financieren via extra heffingen, of door te bewijzen dat de steun ‘geen weerslag heeft op de mededinging en op het handelsverkeer tussen de lidstaten’.

(eerstelijnsadvies Allen&Overy, 2 juni 2010)

VI. Conclusie en voorstel stappenplan

De Vlaamse audiovisuele sector is, net als zijn internationale variant, in volle evolutie. De technologie wijzigt razendsnel, nieuwe spelers duiken op, de markt evolueert en we zijn getuige van een verschuiving van het geografische zwaartepunt. Cluster-initiatieven van creatieve media duiken op in de nieuwe economische wereldmachten en het Midden-Oosten. Het wereldwijde talent op vlak van beeld, klank, animatie en games wordt naar deze fiscale ‘vrijstaten van de het digitale tijdperk’ gezogen.

Vlaanderen beschikt over alle troeven om een efficiënte en competitieve audiovisuele cluster uit te bouwen. De audiovisuele sector kan één van de speerpunten worden van de Vlaamse economische revival de komende jaren.

Daar moeten overheid, bedrijven en het aanwezige talent een aantal hindernissen voor nemen. De overheid moet een omgeving creëren die topbedrijven naar onze contreien haalt en zorgt voor het ontstaan en openbloeien van tal van KMO's in hun kielzog. En een fiscaal klimaat scheppen dat burgers uitnodigt om met spaargeld de sector de nodige financiering te bezorgen en projecten te helpen realiseren.

First things first. Voor de Vlaamse filmsector zou de gelijkberechtiging van ons gewest al een eerste stap vormen: de creatie van een steunmaatregel (economisch fonds) naar het voorbeeld van Wallimage en Bruxellimage zou internationale producties ook meer hun middelen in Vlaanderen doen uitgeven via tewerkstelling in de audiovisuele sector.

En elke succesvolle cluster begint met een grondige doorlichting van de opleidingen (van veel dubbele en elkaar beconcurrerende creatieve studierichtingen naar één opleiding in elke specialiteit, maar wel eentje van het kwalitatief hoogste niveau en op internationaal leest geschoeid) en met het aantrekken van enkele ankerbedrijven. Voor het eerste is overleg met de instellingen nodig. De financiering vormt hier het wapen waarmee een verreгаande herschikking kan worden afgedwongen.

Voor het aantrekken van topbedrijven beschikt België over het efficiënte wapen van de notionele intrestaftrek. Grote audiovisuele bedrijven kunnen overtuigd worden met deze troef, maar zullen daarnaast steeds ook mobiliteit, aanwezigheid van een faciliterende overheid, vestigingsmogelijkheden en de beschikbaarheid van gespecialiseerde medewerkers eisen.

Op enkele van die vlakken kan de Vlaamse overheid veel doen. Terreinen en campussen in de omgeving van audiovisuele opleidingsinstellingen ter beschikking stellen, de infrastructuur voorzien (al is Vlaanderen nu al een topregio voor mobiel internet en voor bekabeling en wired breedbandverbindingen) en een fiscaal klimaat scheppen dat productie, toeleveranciers en financiering samenbrengt.

De uitbouw van een toonaangevende Vlaamse audiovisuele sector en de creatie van een creatieve audiovisuele cluster inschrijven in de doelstellingen van de huidige Vlaamse regering, kan een eerste stap zijn. De audiovisuele sector als speerpunt-activiteit toevoegen aan het Vlaanderen in Actie 2020-plan ligt in het verlengde hiervan. Zo creëert de overheid een maatschappelijk draagvlak voor dit initiatief en promoot ze een sector die nu al tot de verbeelding spreekt van een groot gedeelte van de bevolking.

Bovendien is het een zeer *federerend* project dat jong en oud, rijk en arm, mannen en vrouwen aanspreekt. Als werknemer, toeleverancier, klant/consument, student, ... En al gaat het in eerste instantie om een Vlaamse audiovisuele cluster, de samenwerkingsmogelijkheden met de andere zijde van de taalgrens en met het buitenland liggen open. Een samenwerking tussen clusters zorgt niet voor concurrentie, maar creëert steeds een speler van groter formaat die kan wedijveren op de internationale markt.

VII. Nawoord

Dit plan is niet gemaakt door specialisten uit de audiovisuele sector, maar kwam tot stand op basis van een maandenlange studie van de werking, gebreken, de economische fundamenteen en de vooruitzichten van de audiovisuele sector ... door onbevungen buitenstaanders die de Vlaamse en internationale situatie op een nuchtere manier trachtten te analyseren.

Uitgangspunt was de snel wijzigende internationale economische context en de ongezien hevige schokken die de wereldwijde economie, het leefmilieu, de technologie en onze maatschappij op hun grondvesten doen daveren.

We leven in scharniertijden. Dat zorgt voor bedreigingen voor wie vasthoudt aan traditionele modellen en verwachtingen. En voor kansen en uitdagingen voor wie de nieuwe mogelijkheden aangrijpt en de flexibiliteit heeft om snel de omgeving te creëren die talent, bedrijven en geld aantrekt.

Deze studie toont aan dat de basisvereisten om leidinggevend te worden in de sector van beeld, animatie en games in Vlaanderen aanwezig zijn. Samen met een duurzame energieproductie, een efficiënte gezondheidszorg en een kwalitatief hoogstaand onderwijs, kan het uitbouwen van een audiovisuele wereldspeler via het clusterconcept dé uitdaging worden van het komende decennium.

In een periode van economische laagconjunctuur en financiële crisis kan bevolking en overheid op twee manieren reageren. Het hoofd laten hangen en zichzelf beklagen zet geen zoden aan de dijk. Er is nood aan positieve projecten die het beste uit onze bevolking bovenhalen, en die de Vlamingen en vooral de volgende generatie uitzicht bieden op groei, een betere toekomst en een behoud van onze welvaart.

Wordt *Flanders, Cluster of Creative Media* de Flanders Technology International van de 21^{ste} eeuw?

Econopolis NV
Geert Noels
Geert Wellens
Juni 2010