

Развитие экспортного потенциала культурных и креативных индустрий в Европейском союзе

[Руслан Кодачигов, kodachigov@usue.ru](mailto:kodachigov@usue.ru)

Ст. преподаватель кафедры мировой экономики
Уральский государственный экономический университет

14 апреля 2016 г., Москва

Креативные индустрии (классификация ЮНКТАД)

1. Культурное наследие:

традиционные формы культурного выражения:	художественные промыслы, традиционные фестивали и праздники
объекты культуры:	археологические памятники, библиотеки, музеи, выставки и т. п.
художественное искусство:	живопись, скульптура, фотоискусство
исполнительское искусства:	вокальные и музыкальные выступления, театр, танцевальное и цирковое искусство

3. Медиа:

издательское и печатное дело:	книги, печатная пресса и другая публицистика
аудиовизуальное искусство:	кино, телевидение, радио и другие формы вещания
дизайнерское искусство:	графический дизайн, дизайн интерьеров, игрушек, украшений, мода и т. п.
новые медиа:	разработка компьютерных программ, видеоигр и т. п.
креативные услуги:	разработки в области архитектуры, рекламы, культуры и т. п.

Программы, направленные на изучение влияния креативных индустрий на экономику стран ЕС

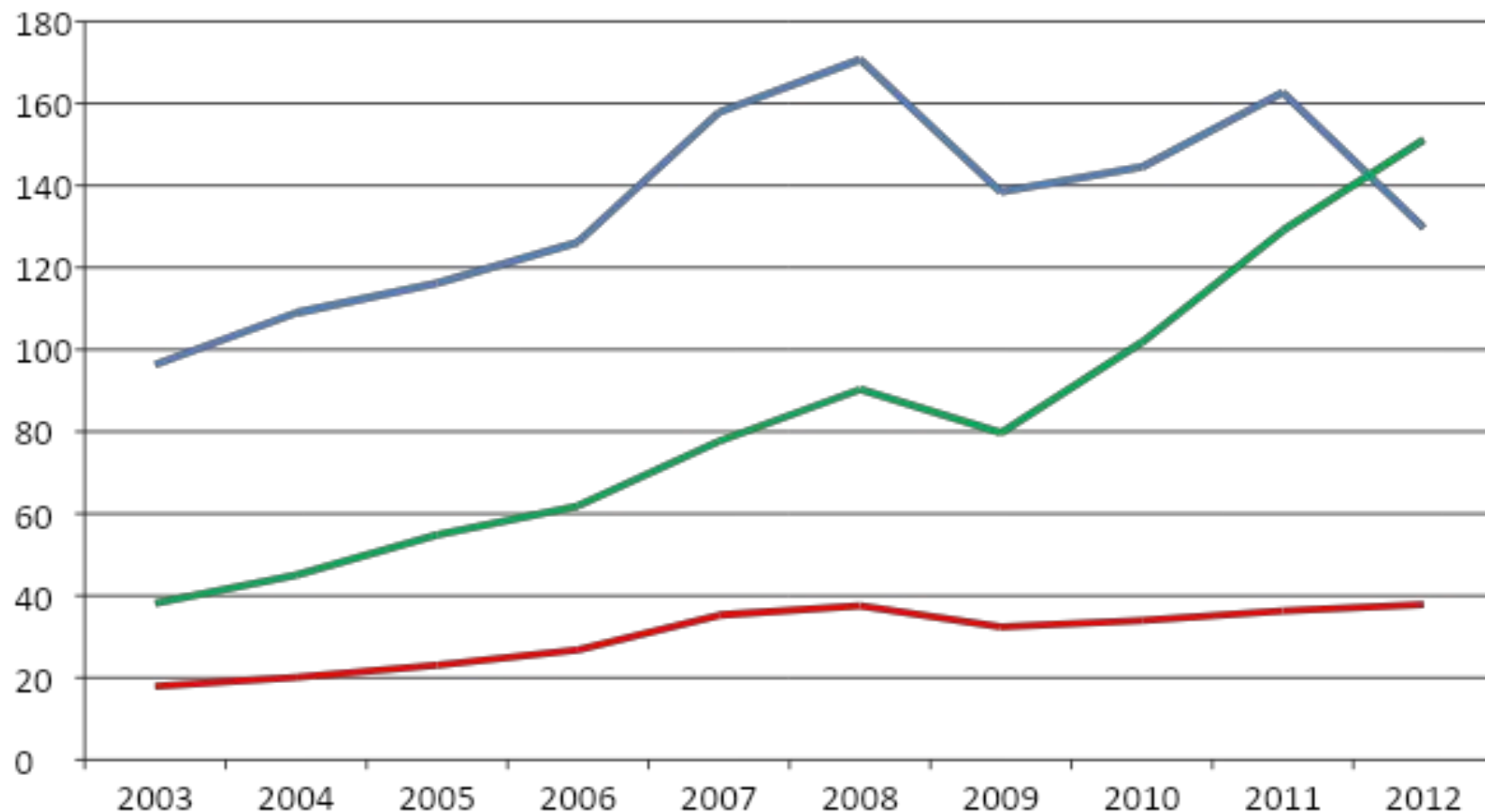
Страна / регион	Программный документ	Год публикации
Великобритания	Creative Industries Mapping Document	1998
Дания	Denmark's Creative Potential - Culture and Business Policy Report	2000
Австрия	Erster Österreichischer Kreativwirtschaftsbericht	2003
Нидерланды	Culture & Economy: Our Creative potential	2005
ЕС	The EC Green Paper Unlocking the Potential of Cultural and Creative Industries	2010
ЕС	The Creative Europe Programme	2013

Роль креативных индустрий в экономике стран ЕС

	Вклад креативных индустрий в ВВП, 2003 г., %	Доля занятых в креативных индустриях, 2008/2009 гг., %	Экспорт креативных товаров, 2012 г., млрд долл.	Доля креативных товаров в экспорте, 2012 г., %
ЕС (27 стран)	2,6* (4,2**)	4,34 (3,3**)	129,61	1,77
Австрия	1,8	4,71	50,8	2,33
Великобритания	3,0	5,39	23,08	3,67
Германия	2,5	4,00	28,72	1,77
Дания	3,1	4,26	3,51	2,02
Нидерланды	2,7	5,45	9,40	1,39
Финляндия	3,1	6,05	0,78	0,75
Франция	3,4	4,18	19,77	2,48
Швеция	2,4	7,30	4,32	1,75

* учитывается 25 стран ЕС ** учитывается 28 стран ЕС

Экспорт креативных товаров ЕС, США и Китая, 2003-2012 гг., млрд долл.



— Европейский союз (27 стран) — США — Китай *

* КНР без учета САР Гонконг, САР Макао, провинции Тайвань.

Руслан Кодачигов

Подходы различных стран ЕС к стратегическому планированию ВЭД креативных индустрий

	Стратегии	Примеры
1	Специализированная стратегия для внешнеэкономической экспансии непосредственно креативных индустрий	в Нидерландах – Policy Programme for the Creative Industries 2009-2013, Creative Industries Internationalisation Programme 2013-2016; в Финляндии – Finnish Cultural Export Promotion Programme
2	Специализированная стратегия, предусматривающая продвижение всей национальной культуры на международном уровне	в Швеции – Swedish Cultural Internationalisation Strategies

Подходы различных стран ЕС к стратегическому планированию ВЭД креативных индустрий (продолжение)

	Стратегии	Примеры
3	Внешнеэкономическая стратегия общей направленности, затрагивающая вместе с тем и экспортоориентированное развитие креативного сектора экономики	в Дании – стратегия Value, Growth and Knowledge for Denmark; в Австрии – программа Go-international
4	Отсутствие отдельной целостной стратегии ВЭД для креативных индустрий, но реализуются различные программы и мероприятия, направленные на стимулирование экспорта их продукции в рамках общенациональной стратегии развития	в Бельгии – подразделение Flanders Image фонда Flanders Audiovisual Fund; в Греции – подразделение Hellas Film центра Greek Film Centre

Отдельные инструменты стимулирования экспорта креативных товаров и услуг странами ЕС

	Инструмент	Практическое использование
1	Менторская поддержка перспективных проектов	В рамках программы Red Jackets (Латвия) предусмотрена менторская поддержка латвийских компаний с наибольшим экспортным потенциалом
2	Консультационная и аналитическая поддержка в сфере ВЭД, маркетинга и т.п	Информационный проект Development and Actualisation of Information on Countries for Crossborder Activities of Architects and Engineers (Германия), содержащий информацию о 30 перспективных экспортных рынках для архитектурных бюро

Отдельные инструменты стимулирования экспорта креативных товаров и услуг странами ЕС (продолжение)

	Инструмент	Практическое использование
3	Грантовая, субсидийная и организационная поддержка участия в международных выставках, фестивалях; трэвел-гранты	<p>Программа The Grant Programme for Internationalization (Нидерланды) с бюджетом в 1 млн евро/год, реализуемая фондом Creative Industries Fund NL, направлена на грантовую поддержку международных проектов нидерландских предпринимателей (мода, дизайн, архитектура, компьютерные игры);</p> <p>В рамках программы Film Sales Support (ЕС) организация European Film Promotion компенсирует 45% всех маркетинговых расходов, связанных с продвижением фильмов на фестивалях, проводимых за пределами ЕС</p>

Отдельные инструменты стимулирования экспорта креативных товаров и услуг странами ЕС (продолжение)

	Инструмент	Практическое использование
4	Грантовая поддержка приезда потенциальных потребителей	В рамках программы Swedish Cultural Internationalisation Strategies (Швеция) осуществляется финансирование приезда зарубежных издателей и литературных агентов на шведскую книжную ярмарку Gothenburg Book Fair
5	Организация международных мероприятий, привлекающих потенциальных потребителей, торговые миссии и другие экспортоориентированные мероприятия	Торговые миссии для британских креативных индустрий с посещением потенциальных зарубежных рынков в рамках программы The Market Visit Support с бесплатной организационной поддержкой и частичным возмещением расходов (200-950 фунтов стерлингов) от UK Trade and Investment (Великобритания)

Отдельные инструменты стимулирования экспорта креативных товаров и услуг странами ЕС (продолжение)

	Инструмент	Практическое использование
6	Грантовая поддержка проектов на ранней стадии	<p>Фонд Digital Development Fund (Уэльс) предоставляет гранты в размере 5000-50000 фунтов стерлингов на развитие цифровых продуктов при условии частного софинансирования;</p> <p>В рамках программы Translation / «Преводи» (Болгария) с бюджетом в 30 тыс. болгарских левов, реализуемой фондом Bulgarian National Culture Fund (Национален фонд «Култура»), авторам литературных произведений компенсируются расходы (согласно сметной документации) на перевода книг на иностранные языки</p>

Отдельные инструменты стимулирования экспорта креативных товаров и услуг (продолжение)

	Инструмент	Практическое использование
7	Кредитные инструменты стимулирования экспорта	Государственные гарантии для креативных индустрий на 75-90% от величины экспортных кредитов, предоставляемые экспортно-кредитным агентством FINNVERA (Финляндия); Фонд The Cultural and Creative Sector Loan Guarantee Facility (Франция, Испания) осуществляет гарантийное содействие в получении кредитов компаниями, действующим в креативном секторе экономике

Отдельные инструменты стимулирования экспорта креативных товаров и услуг (продолжение)

	Инструмент	Практическое использование
8	Фискальные инструменты стимулирования экспорта	Для французских компаний, разрабатывающих видеоигры, предусмотрен налоговый кредит Crédit d'Impôt Jeux Vidéo в размере до 3 млн евро/год, дающий право на льготу по уплате корпоративного налога в размере 20% от всех понесенных расходов (максимум 15 млн евро/год)

Отдельные инструменты стимулирования экспорта креативных товаров и услуг (продолжение)

	Инструмент	Практическое использование
9	Программы содействия формированию кластеров и сетевому взаимодействию креативных индустрий различных стран	Программа Crossing The Borders (Скандинавские страны), действующая в рамках более масштабного проекта Nordic Travel Pass, помогает гастролирующим в рамках региона скандинавским артистам получать скидки в отелях, ресторанах, дизайн-бюро и типографиях
10	Информационная поддержка креативных индустрий	Организация Swedish Film Institute (Швеция) в рамках программы Swedish Cultural Internationalisation Strategies три раза в год публикует международный журнал Swedish Film Magazine с обзором новых шведских фильмов

Отдельные инструменты стимулирования экспорта креативных товаров и услуг (продолжение)

	Инструмент	Практическое использование
11	Инфраструктурная поддержка	В рамках проекта HUBSTART (Нидерланды) нидерландские программисты получают место для офиса в Кремниевой долине (США); в рамках программы Dutch DFA programme (Нидерланды) нидерландские предприниматели, работающие в креативных индустриях, могут воспользоваться коворкинг-центром Dutch Design Workspace Shanghai в Шанхае

Итоги программы Dutch DFA Programme (2009-2012 гг.) в рамках комплексной стратегии Policy Programme for the Creative Industries (Нидерланды)

Прирост экспорта предметов дизайнерского искусства в Китай и Индию, %	2009		2010		2011		2012	
	Китай	Индия	Китай	Индия	Китай	Индия	Китай	Индия
Мир, всего	9,9	- 52,1	- 7,0	57,4	27,2	49,6	- 8,3	1,3
ЕС (27 стран), в том числе:	- 3,4	- 11,5	29,3	4,0	53,2	16,8	- 48,8	- 43,9
Нидерланды	0	300,0	- 12,5	-25,0	71,4	0	8,3	- 33,3

Итоги опроса лидеров общественного мнения в Китае в 2009 и 2013 гг.

- Доля тех, кто относит Нидерланды к лидерам модной индустрии среди европейских стран, выросла в Китае с 0% до 20%.
- 60% китайских респондентов отнесли Нидерланды к лидерам по архитектурным услугам среди стран ЕС, в то время, как изначально насчитывалось 0%.
- Главной чертой нидерландского архитектурного проектирования 72% опрошенных китайцев назвали инновационность.

Итоги опроса лидеров общественного мнения в Индии в 2009 и 2013 гг.

- 70% респондентов отметили усиление позиций нидерландского дизайнерского искусства в Индии; 42% опрошенных отнесли Нидерланды к лидерам в данном сегменте среди европейских стран;
- 42% отметили, что продукция нидерландской компании Philips с ее инновационными технологиями и функциональным дизайном прочно вошла в их жизнь и оказывает серьезное влияние на индийский рынок.
- Индийцы относят Нидерланды к лидерам архитектурного проектирования среди стран ЕС, при этом 50% опрошенных отметили, что их мнение о нидерландской архитектуре за 2009-2012 гг. изменилось под влиянием именно программы Dutch

Этапы государственного программирования российского экспорта креативных товаров

1. ситуационный анализ (картирование)
российских креативных индустрий
2. разработка и реализация государственной
программы поддержки и развития российских
креативных индустрий
3. разработка и реализации особой экспортной
стратегии в отношении креативных товаров

Сценарии формирования государственной политики в отношении креативных индустрий

формирование общей экономической политики государства без учета требований креативных индустрий

адаптация общей экономической политики государства к требованиям креативных индустрий

разработка отдельной государственной экономической политики в отношении всей совокупности креативных индустрий

разработка отдельных государственных экономических программ развития для каждой из подотраслей креативных индустрий

Государственные и региональные программы стимулирования экспорта креативных товаров

Страна	Название	Год запуска	Год окончания
Финляндия	Programme for Cultural Export Promotion	2007	2011
Финляндия	Luovimo	2010	наст. время
Нидерланды	Creative sector as a top sector for investment and growth	2011	наст. время
Нидерланды	The Dutch Design Fashion Architecture	2009	2012
Дания	Design Policy	2011	наст. время
Германия (Северный Рейн-Вестфалия)	Creative.NRW	2007	наст. время
Испания (Барселона)	BCN Design Export programme	2010	наст. время
Германия (Берлин)	Berlin Days (Berlin Partne)	2008	наст. время

Изменение ставок таможенного тарифа на креативные товары в мире в период Дохийского раунда переговоров ВТО, %

Креативные индустрии	Конечные связанные ставки таможенного тарифа		Средние применяемые ставки таможенного тарифа	
	2002 г.	2008 г.	2002 г.	2008 г.
Аудиовизуальное искусство	30,91	27,04	11,28	8,51
Дизайнерское искусство	33,12	33,56	20,36	15,90
Издательское и печатное дело	29,00	28,16	7,26	5,78
Изобразительное искусство	32,75	32,55	15,10	11,70
Исполнительское искусство	29,09	32,05	12,71	8,35
Новые медийные индустрии	26,67	32,09	13,92	12,34
Художественные промыслы	31,84	31,62	19,44	14,76