

Työ- ja elinkeinoministeriön julkaisuja • Yritykset • 2020:48

Luovan talouden tiekartta



Työ- ja elinkeinoministeriö
Arbets- och näringsministeriet

Työ- ja elinkeinoministeriön julkaisuja 2020:48

Luovan talouden tiekartta

Työ- ja elinkeinoministeriö

ISBN PDF: 978-952-327-568-3

Taitto: Valtioneuvoston hallintoyksikkö, Julkaisutuotanto

Helsinki 2020

Kuvailulehti

Julkaisija	Työ- ja elinkeinoministeriö	7.10.2020
Tekijät	Petra Tarjanne	
Julkaisun nimi	Luovan talouden tiekartta	
Julkaisusarjan nimi ja numero	Työ- ja elinkeinoministeriön julkaisuja 2020:48	
Diaari/hankenumero		Teema Yritykset
ISBN PDF	978-952-327-568-3	ISSN PDF 1797-3562
URN-osoite	http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-327-568-3	
Sivumäärä	34	Kieli suomi
Asiasanat	yritykset, elinkeinot, luova talous, tiekartat, kasvu, innovaatiotoiminta	
Tiivistelmä	<p>Luovan talouden tiekartan tavoite on käynnistää yhdessä sidosryhmien kanssa prosessi, jolla lähdetään toteuttamaan tiekartan toimenpiteitä. Näillä tavoitellaan sekä luovien alojen yritysten, että muiden toimialojen yritysten kasvua.</p> <p>Joulukuussa 2019 järjestettyjen luovan talouden toimijoita laajasti osallistaneiden työpajojen pohjalta koottiin luovaa taloutta edistävä toimenpide-ehdotukset, jotka jakautuivat viiden pääotsikon alle. Otsikoita ovat ekosysteemien ja verkostojen tunnistaminen ja arvoketjumuutokset, erilaiset osaamispuutteet, yrityksille suunnatut kehittämispalvelut, kasvun ja kansainvälistymisen edistämiseen liittyvät toimenpiteet sekä arviointimenetelmät ja mittarit. Toimenpide-ehdotuksista muokattiin yhdessä toimialojen edustajien kanssa yhteinen tiekartta kasvun esteiden ratkaisemiseksi.</p> <p>Tiekartan avulla on nostettu esiin ne keskeiset kysymykset, joiden suhteen jatkossa on löydettävä verkostoja ja toimintatapoja sekä mahdollisesti uusia politiikkatyövälineitä toimintaympäristön rakentamiseksi sellaiseksi, että luovat alat ja luovan talouden toiminta kasvavat ja kehittyvät osana talouttamme.</p> <p>Tiekartan toteutuksen ohjaamisesta vastaa ensisijaisesti työ- ja elinkeinoministeriön, opetus- ja kulttuuriministeriön ja luovien alojen yrityskehittämisen edustavien toimijoiden ohjausryhmä.</p> <p>Työ- ja elinkeinoministeriön yhteyshenkilö: Petra Tarjanne, puh. +358 295 063 691, petra.tarjanne@tem.fi</p>	
Kustantaja	Työ- ja elinkeinoministeriö	
Julkaisun jakaja/myynti	Sähköinen versio: julkaisut.valtioneuvosto.fi Julkaisumyynti: vnjulkaisumyynti.fi	

Presentationsblad

Utgivare	Arbets- och näringsministeriet	7.10.2020
Författare	Petra Tarjanne	
Publikationens titel	Färdplan för kreativ ekonomi	
Publikationsseriens namn och nummer	Arbets- och näringsministeriets publikationer 2020:48	
Diarie-/ projektnummer		Tema Företag
ISBN PDF	978-952-327-568-3	ISSN PDF 1797-3562
URN-adress	http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-327-568-3	
Sidantal	34	Språk finska
Nyckelord	företag, näringsgrenar, företag, näringar, kreativ ekonomi, färdplaner, tillväxt, innovationsverksamhet	
Referat	<p>Målet med färdplanen för kreativ ekonomi är att tillsammans med intressentgrupperna inleda en process för att genomföra åtgärderna i färdplanen. Med dessa mål eftersträvas tillväxt både för företag inom kreativa branscher och för företag inom andra branscher.</p> <p>Utifrån de workshoppar som ordnades i december 2019 och som i stor utsträckning engagerade aktörer inom den kreativa ekonomin sammanställdes åtgärdsförslag som främjar den kreativa ekonomin och som fördelades under fem huvudrubriker. Rubrikerna är identifiering av ekosystem och nätverk och förändringar i värdekedjorna, olika kompetensbrister, utvecklingstjänster riktade till företag, åtgärder för främjande av tillväxt och internationalisering samt utvärderingsmetoder och mätare. Av åtgärdsförslagen utarbetades tillsammans med representanter för branscherna en gemensam färdplan för att undanröja hinder för tillväxt.</p> <p>Med hjälp av färdplanen har man lyft fram de centrala frågor i fråga om vilka man i fortsättningen måste hitta nätverk och verksamhetsätt samt eventuellt nya politiska verktyg för att bygga upp verksamhetsmiljön så att de kreativa branscherna och den kreativa ekonomins verksamhet växer och utvecklas som en del av vår ekonomi.</p> <p>Arbets- och näringsministeriet, undervisnings- och kulturministeriet och en styrgrupp för aktörer som företräder företagsfältet för kreativa branscher ansvarar i första hand för styrningen av genomförandet av färdplanen.</p> <p>Kontaktperson vid arbets- och näringsministeriet: Petra Tarjanne, tfn +358 295 063 691, petra.tarjanne@tem.fi</p>	
Förläggare	Arbets- och näringsministeriet	
Distribution/ beställningar	Elektronisk version: julkaisut.valtioneuvosto.fi Beställningar: vnjulkaisumyynti.fi	

Description sheet

Published by	Ministry of Economic Affairs and Employment	7 October 2020	
Authors	Petra Tarjanne		
Title of publication	Roadmap to the creative economy		
Series and publication number	Publications of the Ministry of Economic Affairs and Employment 2020:48		
Register number		Subject	Enterprises
ISBN PDF	978-952-327-568-3	ISSN (PDF)	1797-3562
Website address (URN)	http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-327-568-3		
Pages	34	Language	Finnish
Keywords	enterprises, means of livelihood, companies, industries, creative economy, growth, innovation		
<p>Abstract</p> <p>The objective of the roadmap to the creative economy is to launch a process, together with the relevant stakeholders, to start implementing the measures included in the roadmap and, through this, to achieve growth both in the companies operating in the creative industries and in other sectors.</p> <p>Based on the workshops held in December 2019 with broad participation of players in the creative industries, proposals for measures to promote the creative economy were listed under five main headings: identification of ecosystems and networks and changes in value chains, different kinds of skills shortages, development services for companies, measures related to promoting growth and internationalisation, and assessment methods and indicators. Based on the proposals for measures, a common roadmap to remove obstacles to growth was drawn up in cooperation with representatives of the relevant sectors.</p> <p>The roadmap highlights the key issues for which networks and practices and, possibly, new policy tools must be found in future to build an operating environment where creative industries and creative economic activities can grow and develop as part of the economy.</p> <p>The main responsibility for guiding the implementation of the roadmap rests with the Ministry of Economic Affairs and Employment, the Ministry of Education and Culture and the steering group of stakeholders representing the companies in creative industries.</p> <p>Contact person at the Ministry of Economic Affairs and Employment: Petra Tarjanne, tel. +358 295 063 691, petra.tarjanne@tem.fi</p>			
Publisher	Ministry of Economic Affairs and Employment		
Distributed by/ publication sales	Electronic version: julkaisut.valtioneuvosto.fi Publication sales: vnjulkaisumyynti.fi		

Sisältö

1 Johdanto	9
1.1 Luova talous ja luovat alat	10
1.2 Luova osaaminen yritysten uudistajana ja arvонуonnin lähteenä.....	10
1.3 Luovien alojen liiketoiminta	12
1.4 Luovan talouden liiketoiminnan tarkasteleminen.....	13
2 Luovan talouden tiekartta	14
2.1 Digital Media Finland: Monistettavat luovat sisällöt	17
2.2 Poem Oy: Luovat palvelut lisäarvon tuottajana.....	19
2.3 Pink Eminence Oy: Elämyksellinen ympäristö.....	23
3 Toimenpiteet ja työnjako	27
4 Seuranta ja jatkoaskeleet	30
5 Tiekartan toteuttamiseen osallistuvat tahot	31

1 Johdanto

Pääministeri Sanna Marinin hallituksen hallitusohjelmassa on luovien alojen edistäminen nostettu yhdeksi kärjeksi. Sen osalta on kirjattu, että luovien alojen työpaikat lisääntyvät, osuus BKT:sta nousee ja työntekijöiden työskentelyedellytykset paranevat. Tavoitteen saavuttamiseksi yhtenä keinona on Creative Business Finlandin perustaminen tukemaan luovien alojen kasvua. Hallitusohjelman tavoitteena on myös, että vauhditetaan toimialojen kasvuhakuisuutta ja tulevaisuuden haasteisiin vastaavaa rohkeaa uudistumista. Tähän liittyen yhtenä toimenpiteenä käynnistetään luovien alojen palvelukokonaisuus. Luovat alat muodostavat Suomessa alle 4 % bruttokansantuotteesta, joka on muita Pohjoismaita vähemmän ja alle EU-keskiarvon (7 %). Tavoitteena on nostaa luovien alojen osuus BKT:stä verrokkimaiden tasolle.

Hallitusohjelmassa todetaan, että työn murros ja digitalisaatio vaikuttavat siten, että työpaikkoja häviää, mutta samalla syntyy uusia, tuottavampia toimialoja, yrityksiä ja työtehtäviä. Myös globaalit ilmiöt kuten ilmastonmuutos tai korona-pandemia tuovat isoja rakenteellisia muutoksia globaalin talouden kenttään. Muutoksen mahdollisuuksia on tuettava kaikin keinoin edistämällä osaamista, uusiutumista, uuden teknologian käyttöä ja uusien ideoiden leviämistä.

Hallitusohjelmaan on kirjattu myös, että luodaan kansallinen aineettomien oikeuksien strategia, jonka avulla osaamista ja hallintoa kehitetään sekä tehdään nykytilannetta kehittäviä toimenpiteitä. Muita luovan talouden kehittämiseen liittyviä kirjauksia hallitusohjelmassa ovat viennin ja kansainvälisen kasvun ohjelma, matkailun kärkihanke, Talent Boost -ohjelma osaavan työvoiman houkuttelemiseksi, sekä yrittäjyysstrategian laatiminen. Luovan talouden edistäminen on myös osa TKI-tiekartan toimenpiteitä, joiden tavoitteena on Suomen innovaatiopanostusten nostaminen 4 % BKT:sta. Business Finland jatkaa AV-kanustimen rahoittamista 2020.

Luovan talouden tiekartan ja muiden hallitusohjelman toimenpiteiden, joilla on merkitystä luovan talouden edistämiseksi, tavoitteet ja toimenpiteet sovitetaan yhteen mahdollisimman toimivasti. Tiekartan toimenpiteiden toteutuksessa otetaan myös huomioon korona-pandemian aiheuttamat muutokset ja haasteet luovan talouden toimintakentässä.

1.1 Luova talous ja luovat alat

Luovuus on ihmisen kyky tuottaa uutta, uusia tulkintoja ja tehdä ne näkyviksi. Luovuuden tekijöihin on liitetty ennen kaikkea omaperäisyys, esteettinen harmonia, uutuus, epätavallisuus ja nerokkuus. Psykologian professori Dean K. Simontonin mukaan luovuudessa on kyse prosessista, jossa luovia ideoita generoidaan, valikoidaan ja viedään menestyksellä käytäntöön.

Innovaatio on yrityksen markkinoille tuoma uusi tai olennaisesti parannettu tuote (tavara tai palvelu), yrityksen käyttöön ottama uusi tai olennaisesti parannettu prosessi, yrityksen käyttöön ottama uusi markkinointimenetelmä tai yrityksen käyttöön ottama uusi organisatorinen menetelmä liiketoimintakäytännöissä, työorganisaatiossa tai ulkoisissa suhteissa. Innovaation (tuotteen, prosessin, markkinointimenetelmän tai organisatorisen menetelmän) on oltava uusi kyseisen yrityksen kannalta. Innovaation kehittäjä voi olla kyseisen yritys tai muut yritykset tai organisaatiot.¹

Schumpeterin mukaan innovaatiot ovat talouden kasvun keskeisin käyttövoima. Markkinoille tulevat uudet tuotteet ja teknologiat ja niitä tuottavat yritykset haastavat vanhat tuotteet ja yritykset ja näin syntyvä "luova kaaos" avaa tietä kehitykselle. Innovaatiotoiminta sekoitetaan joskus virheellisesti tutkimustoimintaan. Business Finland on määritellyt innovaation seuraavasti: "Innovaatio tarkoittaa kaupallisesti tai yhteiskunnallisesti uudella tavalla hyödynnettyä tietoa ja osaamista." Innovaatiotoiminta edellyttää luovuutta.

1.2 Luova osaaminen yritysten uudistajana ja arvonluonnin lähteenä

Luovan talouden keskiössä ovat luovat yksilöt, joiden toiminta synnyttää innovaatioita, esimerkiksi uusia tapoja toimia, palvelukonsepteja, sisältöjä, uusia tuotteita, palveluja ja brändejä. Luovuus ei kuitenkaan kuulu ainoastaan luoville aloille, sillä innovaatioita edistävää luovuutta on kaikenlaisten organisaatioiden sisällä. Luovia ratkaisuja syntyy usein myös erilaisissa organisaation ulkopuolisissa yhteistyömuodoissa ja toimialarajapinnoissa. Luovuus on keskeinen osa talouden uudistumista ja uuden arvon luomisen mekanismeja.

Digitalisaation synnyttämä liiketoimintojen disruptio, globaalit megatrendit ja toisaalta maailman rajallisuus vaikuttavat elämäämme sen kaikilla alueilla. Keskellä suurta murrosta

¹ Tilastokeskus

kestävä kasvu korostaa toimivaa ja tuottavaa yhteiskuntaa, jossa taloudellisen, sosiaalisen ja kulttuurisen lisäarvon synnyttämisellä on keskeinen rooli.

Tuotteeseen tai palveluun liittyvä aineeton arvo sekä erityisesti asiakkaan kokema arvo ovat merkittäviä lisäarvon tuottajia. Uudella arvonluonnilla tarkoitetaan sellaista lisäarvoa, joka tuotteessa tai palvelussa tuottaa asiakkaalle jotain erityistä ja merkityksellistä. Jotain sellaista, jonka synnyttämisessä on hyödynnetty oivallusta, luovuutta tai vaikka kulttuuriperintöä. Näin pyritään erottumaan perinteisistä aineettoman arvonluonnin muodoista kuten esim. tutkimuksen avulla tuotetuista tai teknologiakeskeisistä innovaatioista.

Uusi arvonluonti korostaa asiakkaan kokemusta ja arvoja. Elämän laatu ja merkityksellisyys, yksilön kokema hyvinvointi tai arjen toimivuus ovat tekijöitä, joista olemme valmiita maksamaan hiukan enemmän. Yrityksissä täytyy oppia tunnistamaan ja tuottamaan niitä tunne- ja elämyskokemuksia, joita asiakkaat edellyttävät. Arvon muodostus tapahtuukin enenevässä määrin asiakasrajapinnassa. Tämän logiikan ymmärtäminen on yhä tärkeämpi tekijä kasvun kannalta.

Aineeton arvonluonti kokonaisuudessaan on yritykselle merkittävä keino kilpailukyvyn edistämiseksi. Kaikkia sen luomia mahdollisuuksia ei ole vielä riittävästi hyödynnetty. Samalla rajalliset resurssit rajoittavat sitä, miten voimme tarpeitamme tyydyttää. Joudumme pohtimaan puhtaan veden tai ilman riittävyttä, ympäristön jätekuorman kantokykyä, elintarviketuotantoa tai muita raaka-aineita. Myös aika ja aivokapasiteetti ovat rajallisia. Ihmisen hyvinvointi ja terveys ovat entistä laajempia käsitteitä. Arvovalinnoilla on yhä keskeisempi merkitys myös yritysten taloudelliselle menestykselle.

Myös työ muuttuu, kun suorittavia tehtäviä on tekoälyn ja robotisaation ansiosta yhä vähemmän ja digitalisaatio mahdollistaa ajasta ja paikasta riippumattoman tekemisen. Yrityksille onkin keskeistä ymmärtää miten kehittää tuotteita ja palveluita asiakkaan ja samalla yhteiskunnan tarpeiden näkökulmasta ja toisaalta osata kasvavassa kilpailussa varmistaa parhaat mahdolliset osaajat niitä toteuttamaan, rakentaa brändiään ja olla kaikin puolin resurssiviisas tuotannossaan niin, että vallitsevat arvot toteutuvat.

Digitalisaatio ja sen mahdollistamat uudet liiketoimintamallit syntyvät ja luovat arvoa aivan muualla ja muilla mekanismeilla kuin aikaisemmin – eri toimialojen murros kiihtyy. Pisimmällä ovat media ja viihde, sillä yksi koko digitaalisen murroksen edelläkävijöistä on ollut musiikin jakelu. Tiedonsiirron kapasiteetin kasvaessa ja älypuhelinien tullessa markkinoille musiikin suoratoistosta tuli mahdollista. Sen myötä koko toimialan rakenne ja arvonluonnin mekanismit uusiutuivat vajaan kymmen vuoden aikana. Nyt vastaava kehitys on käynnissä lähes kaikkialla, hyvinä esimerkkeinä rahoituspalveluiden tai liikenteen toimialat.

Luovat alat ja laajempi luova talous synnyttävät tuotteita ja palveluja, jotka vastaavat uuden arvonluonnin haasteeseen. Arvon luonnin uudessa aallossa yritykset pyrkivät siihen, että niiden toiminnan tuloksena syntyy aina taloudellisen, funktionaalisen ja emotionaalisen arvon lisäksi laajempaa kulttuurista ja sosiaalista arvoa. Tämä tapahtuu usein avoimien toimintamallien ja yrityksen rajat ylittävän yhteistyön avulla. Myös palvelullistuminen eli tuotteiden ja prosessien muuttuminen ja muuttaminen palveluiksi tapahtuu yli toimialarajojen.

Kun asiakaslähtöisyys on keskiössä, asiakkaiden saamat ratkaisut ovat hyvin erilaisia ja eri tavoin toteutettuja. Samalla arvon määrittely on yhä voimakkaammin asiakkaan kokemassa arvossa. Yritykset pyrkivät luomaan asiakkailleen, kumppaneilleen, sijoittajilleen ja työntekijöilleen enemmän ja parempia syitä osallistua yrityksen toimintaan – ja ostaa samalla yrityksen tuottamia palveluita ja tuotteita. Uudet, yllättävät ja oudot konseptit kiinnostavat asiakkaita.

1.3 Luovien alojen liiketoiminta

Luovien alojen merkitys on niiden oman toiminnan lisäksi niiden luovaa osaamista kehittävässä toiminnassa. Yritykset uudistavat ja luovat uusia merkityksiä tuotteille ja palveluille sekä mm. tunnistavat ja tulkitsevat ihmisten emootioita. Luova toiminta synnyttää innovaatioita, esimerkiksi uusia tapoja toimia, palvelukonsepteja, uusia tuotteita ja palveluja sekä brändejä.

Luovien alojen määrittely Suomessa pohjautuu useisiin kansainvälisiin malleihin. Käytetyimpien määritelmien mukaan meillä luoviin aloihin luetaan kymmenestä viiteentoista alaa aina taiteen ja kulttuurin ytimestä syntyvästä liiketoiminnasta luovuutta muilla toimialoilla hyödyntäviin tuotteisiin, palveluihin tai toimintamalleihin.

Luovien alojen tarkka määrittely on hankalaa, koska luovat alat muuttuvat ja kehittyvät koko ajan. Luovuuteen perustuvat tuotteet ja palvelut ovat uudenlaisten arverkköjen ja ekosysteemien keskeisiä osia. Digitalisaatio mahdollistaa uusien liiketoimintamallien syntymisen ja keskeisten toimijoiden rooli voi siirtyä uusille alueille. Yritystoimintaa tarkasteltaessa keskeisiksi luovien alojen toimialoiksi ovat nousseet av-tuotanto, musiikki, muotoilu ja peliala.

1.4 Luovan talouden liiketoiminnan tarkasteleminen

Uutta arvonluontia tuottava, luovasta osaamisesta ja luovista aloista syntyvä liiketoiminta (luova talous) voidaan yritystoiminnan ja verkostojen kehittämisen näkökulmasta jakaa kolmeen ryhmään: luovat sisällöt, luovat palvelut ja luovat tuotteet sekä kulttuuri. Jaottelu perustuu UNCTADin (United Nations Conference on Trade and Development) Creative Economy Network'in jaotteluun, jota on Suomessa käytetty eri yhteyksissä vuodesta 2012.

Luovat sisällöt	Luovat palvelut	Luovat tuotteet ja kulttuuri
Digitaalinen jakelu, alustat Liiketoiminnan skaalautuvuus Kansainvälinen liiketoiminta	Poikkitoimialainen liiketoiminta Mikroyrityksistä suuriin	Paikalliset ja alueelliset yritykset, alueiden houkuttelevuus, matkailu
Julkaisu- ja viestintäverkossa, radio, televisio, kirjallisuus, lehdet, musiikki, av-ala, peliteollisuus	Muotoilu, arkkitehtuuri, vaatesuunnittelu, mainonta, (markkinointi)viestintä	festivaalit, tapahtumat, esittävä taide, galleriat, museot, kuvataide ja muu visuaalinen taide, käsi- ja taideteollisuus, jne.

- Luovien sisältöjen ryhmä kattaa monistettavat tuotteet, joiden jakelukanavat ovat pääosin digitaalisessa ympäristössä. Liiketoiminta näissä yrityksissä ja niiden muodostamissa klustereissa on kansainvälistä tai kansainvälisestä kilpailusta riippuvaista kasvuyritystoimintaa. Alustatalous muokkaa arvoketjuja. Työnjako ja toimijoiden roolit arvonluonnissa ovat mullistuneet yhdessä vuosikymmenessä.
- Palvelujen ryhmä kattaa luovan osaamisen hyödyntämisen muilla toimialoilla. Luovaa osaamista tarjoavien palveluiden merkitys on sen asiakkaalleen tuomassa lisäarvossa ja kilpailukyvyyn kasvattamisessa. Uuden arvonluonnin näkökulmasta erityisesti täällä alueella on valtava kasvupotentiaali, kun yritykset entistä tehokkaammin etsivät asiakkaalle parempaa arvoa tuottavia ratkaisuja.
- Tapahtumat sekä taide- ja kulttuuripalvelut kattavat tässä tarkastelussa liiketoiminnan joka sisältää eri kohderyhmille suunnatut palvelut, esitykset, tapahtumat ja elämykset. Näille on tyypillistä lisätä alueen elinvoimaisuutta ja houkuttelevuutta sekä rakentaa identiteettiä tai brändiä jolla on merkitystä esim. matkailun kannalta.

2 Luovan talouden tiekartta



Luovan talouden edistämisen työ käynnistettiin syksyllä 2019 yhteisen tiekartan laatimisella. Työ on toteutettu kolmen näkökulman kautta, jotka perustuvat erilaisiin liiketoimintamalleihin ja -ympäristöihin. Työhön osallistettiin laaja joukko erilaisia toimijoita ja sidosryhmiä. Tiekartta määrittelee yritysten kasvua ja kansainvälistymistä vauhdittavat toimenpiteet ja siinä sovitaan myös eri toimijoiden rooleista ja tehtävistä.

Näkökulmia ovat:

- monistettavien luovien sisältöjen kansainvälistymisen edistäminen
- luovan osaamisen ja luovien palveluiden käytön edistäminen osana arvonluonnin kasvattamista
- alueiden veto- ja pitovoimaan tähtäävien elämyksellisyyttä ja kulttuuria hyödyntävien tapahtumien sekä taide- ja kulttuuripalveluiden liiketoiminnan haasteet

Esimerkkinä tiekartan laatimisessa on käytetty Ison-Britannian hallituksen työtä *Industrial Strategy – Creative Industries Sector Deal*. Tässä työssä yhteiset tavoitteet ja toimenpiteet on kirjattu kulttuuriministeriön, elinkeinoministeriön ja luovien alojen keskeisten toimijoiden yhteistyönä.² Koska Suomessa luovat alat eivät ole edustettuna yhden järjestön kautta kuten esim. Englannissa (Creative England), työhön on sitoutettu mukaan laajasti sellaisia tahoja, jotka voivat osaltaan vaikuttaa luovan talouden kehittymiseen ja kasvuun. Samalla on tunnistettu sellaisia Suomessa toimivia keinoja, joilla yhteisiä tavoitteita voidaan toteuttaa.

Tiekarttatyö on prosessi, jossa sidosryhmät yhdessä OKM:n ja TEM:n kanssa kirjaavat tavoitteita ja toimenpiteitä, joilla hallitusohjelman luovia aloja koskevat kirjaukset voidaan saavuttaa. Creative Business Finland -rahoituksella toteutetaan yhteisesti sovittuja toimia.

Tiekarttatyöhön liittyneissä osallistavissa työpajatyössä pohdittiin mm. seuraavia näkökulmia:

Monistettavien luovien sisältöjen ryhmä kattaa skaalautuvat, pääosin kuluttajille tarjottavat tuotteet fyysisinä kappaleina ja digitaalisina palveluina, kuten musiikin, elokuvat, draamasarjat, pelit, designtuotteet, muodin ja kirjallisuuden. Keskeisiin toimijoihin kuuluvat paitsi sisällön tuottajat ja jakelijat myös tuotantoon ja jakeluun osallistuvat verkostot.

Alustatalous muokkaa arvoketjuja, työnjako yritysten kesken sekä toimijoiden roolit ovat mullistuneet lyhyessä ajassa. Kun myynti- ja jakelukanavat ovat nykyään pääosin digitaalisessa ympäristössä, markkinat ovat kasvaneet ja ovat toisaalta myös kaikkien toimijoiden saavutettavissa. Alueellisten jakelijoiden rooli portinvartijoina on kadonnut. Esim. pelialan yritykset myyvät tuotteitaan suoraan sovelluskaupoissa ja saavat suurimman osuuden pelin hinnasta itselleen, kun taas musiikin alalla jakelu tapahtuu yhä enemmän muutamien globaalien alustan kautta ja tuotteita, joiden määräytyminen ei aina ole selkeätä, on jakamassa alustan ja artistin lisäksi usein muita arvoketjun toimijoita kuten tuottaja ja levy-yhtiö.

Luovan alan yrittäjät ja yritykset tarvitsevatkin alusta saakka vahvaa liiketoiminnan ja kansainvälistymisen osaamista, samoin toimivia kansainvälisiä verkostoja ottaakseen paikkansa uudessa globaalissa toimintaympäristössä. Myös osaamisen vahvistaminen ja erilaisten osaajien saaminen Suomeen on tärkeä tavoite; esim. av- ja pelialoilla osaajapula on iso.

Luovan osaamisen hyödyntäminen kattaa luovan osaamisen kaikkialla yhteiskunnassa. Luovaa osaamista käytetään palveluna samankaltaisesti sekä yksityisellä että julkisella sektorilla. Tavoitteena voi olla liiketoiminnan kehittäminen, vaikuttavuuden ja vastuullisuuden lisääminen, laatukokemuksen ja arvonlisän kasvattaminen, asiakas-, markkina- ja

² <https://www.gov.uk/government/publications/creative-industries-sector-deal>

tulevaisuussymmärrys, innovaatiot, uudet palvelut ja tuotteet, palvelu- ja tuotekokemusten suunnittelu, markkinointiviestinnän ja sisältöjen suunnittelu sekä työntekijäkokemuksen, organisaatiokulttuurin ja hyvinvoinnin kehittäminen.

Luovasta osaamisesta saatavat hyödyt kohdistuvat yrityksiin, julkiseen sektoriin ja yksityisiin toimijoihin (yksilöt, osuuskunnat, kolmannen sektorin toimijat jne.), ja hyödyt voivat realisoitua myös näiden ryhmien keskinäisessä yhteistyössä. Luovaa osaamista voidaan tarjota palveluna, jonka avulla yritys, organisaatio tai muu toimija voi vastata paremmin asiakkaan tarpeisiin ja lisätä oman tuotteensa tai palvelunsa synnyttämää arvoa. Hyötyä luovasta osaamisesta voidaan saada myös palkatun työntekijän osaamisen kautta, esim. suunnitteluosaaminen. Osaaminen voi tulla yrityksen tai muun organisaation hyödyksi esimerkiksi sitä kautta, että työntekijän tai palveluntarjoajan jo aiemmin luoma sisältö sisällytetään lopputuotteeseen. Visuaalinen tai äänisuunnittelu, palvelumuotoilu, taidetaus- taiset kehittämismenetelmät, design, arkkitehtuuri, viestintä, tarinallistaminen, sekä monenlainen muu luovan osaamisen käyttäminen erilaisessa liiketoiminnan suunnittelussa, strategiatyössä organisaatioiden tai asiakasrajapinnan kehittämisessä ovat palveluita, joita yritykset ja muut organisaatiot tarvitsevat pärjätäkseen paremmin kasvavassa arvonaluon- nin kilpailussa.

Luovaa osaamista tarjoavien palveluiden merkitys on niiden asiakkailleen tuomassa lisä- arvossa ja kilpailukyvyyn kasvattamisessa. Uuden arvon luomisen näkökulmasta erityisesti tällä alueella on valtava kasvupotentiaali, kun yritykset entistä tehokkaammin etsivät asi- akkaalle parempaa lisäarvoa tuottavia ratkaisuja.

Tapahtumat sekä taide- ja kulttuuripalvelut kattavat muun muassa eri kohderyhmille suunnatut palvelut, esitykset, tapahtumat ja elämykset. Tähän voivat kuulua esittävä taide (teatteri-, sirkus- ja tanssiesitykset, konsertit), festivaalit ja tapahtumat sekä kulttuuriympä- ristöt, visuaalinen taide ja kulttuuriperintö (museot ja näyttelyt) sekä uniikit teokset, kuten taide ja taidekäsiyö. Niiden merkitys alueen veto- ja pitovoimaisuudelle sekä rooli mat- kailun vetovoimatekijänä ja palveluiden tuottajina on merkittävä. Osasta voi kasvaa myös kansainvälisesti menestyvää toimintaa.

Alueiden keskinäinen kilpailu osaavasta työvoimasta ja innovatiivisista uusista yrityksistä kovenee niin kansallisesti kuin kansainvälisesti. Menestyvän yhteisön on toimittava kes- tävästi ja tarjottava hyvän elämän edellytykset myös elämysten osalta. Toimiva taiteen ja kulttuurin kenttä luo merkityksellisiä sisältöjä ajan ilmiöistä ja oivalluksista. Näitä tarvitaan houkuttelevien ja toimivien yhteisöjen luomisessa innovaatiokykyisiksi keskuksiksi.

2.1 Digital Media Finland: Monistettavat luovat sisällöt

Luovien alojen kansainvälinen kasvu ei synny Suomessa itsestään nykymallilla vaan vaatii päättäväisiä, nopeita ja kokeilevia konkreettisia toimia kaikilla tasoilla. Samalla tarvitaan lisää tietoa kasvun pullonkauloista. Ala on pirstaleinen ja nopeassa muutoksessa. Luovat alat palvelevat nopeasti kasvavaa elämystaloutta: siksi meidän pitää toimia nyt, ettemme jää kansainvälisestä kasvuliiketoiminnasta syrjään.

Käytännön työssä on huomioitava, ettei ole yhtä ”luovaa alaa” vaan keskenään eri tilanteessa, eri tavalla järjestäytyneitä ja eri vahvuisia toimijaverkostoja, joilla ei ole yhtä edustusta.

Keskeiset havainnot tässä tarkastelussa ovat:

- kokonaiskuvan piirtäminen, alan potentiaalin tunnistaminen ja rakenteen moderni muokkaus
- koulutuksen hienosäätö poikkileikkaavin teemoin
- tarvittavan asiantuntijatuen tehokas tuottaminen
- keskeisten palveluiden tuen tehostaminen: alustat, data, oikeudet, oikeat kontaktit, verkostot, kumppanit
- yritysten halukkuuden, kyvykkyyden ja mahdollisuuksien vahvistaminen kansainväliseen kasvuun
- modernin tämän päivän ja lähivuosien arvoverkkojen kuvaamisen sisältäen datan roolin, sosiaalisen median ja alustojen kehityksen sekä ennakkoinnin näkökulman

Osaamis- ja koulutustarpeisiin liittyvä keskeinen havainto on, että menestyvillä luovan alan yrityksillä on akuuttia työvoimapulaa samaan aikaan kun luovan alan opiskelijat valmistuvat tunnistamatta potentiaaliaan tai mahdollisuuksiaan. Esimerkiksi luovan kirjoittamisen opiskelijasta voisi tulla menestyvän kansainvälisen peliyrityksen käsikirjoittaja.

Ehdotettu ratkaisu osaamis- ja koulutustarpeiden kehittämiseen on ihmisläheisempi tapa tunnistaa ja hoksauttaa luovan alan ammattilaisia kohtaamaan yritysten tarpeita toimiala- ja genererajojen sekä koulutusputkien yli. Tämä voidaan toteuttaa mm. lisäämällä joustoa opinto- ja uraohjelmissa (painotus paremmin markkinakysynnän mukaan³) ja luomalla pakollisia yhteisprojekteja koulutusaikana yli koulutusalojen. Lisäksi voidaan tuoda esille vaihtoehtoja luovien alojen urapoluissa ja markkinoida luovien alojen opiskelua nykyistä laajempina uramahdollisuuksina. On tarvetta liittää kaupalliset moduulit (liiketoiminnan alkeet, myynti ja markkinointi) pakollisiksi kaikkeen luovaan koulutukseen sekä tunnistaa

³ Elokuva- vs. tv-tuotantojen opetus: painotus nyt elokuvassa, vaikka kysyntä tv-draamasarjoissa

ja korjata yksittäisiä osaamispuutteita⁴. Peruskoulussa luodaan pohjaa ja rohkaistaan lapsia luovaan tekemiseen antamalla perusvalmiudet ja herättämällä kiinnostus. Tulevaisuuden monimuotoisesta luovan osaamisen tarpeesta varmistutaan huolehtimalla varhaiskasvatuksen ja peruskoulutuksen riittävästä käden taitojen, luovuuden ja designin menetelmien ja ajattelutavan opettamisesta.

Kansainvälisen liiketoimintaosaamisen tason nostaminen peruskoulutuksen jälkeen on elintärkeää kilpailukyvyn kannalta. On havaittu, että yritysneuvonnan laatu luovien alojen yritystoiminnan tukemiseen on eri puolella Suomea kirjavia ja neuvonta-apua ei aina löydetä. Lisäksi kynnys työllistyä valmistumisen jälkeen on liian korkea. Luovilla aloilla on tarjolla vähän palkkatyötä ja yrityksen perustaminen on usein ainoa vaihtoehto. Toisaalta se on mahdollisuus kehittää itse monistettavia luovia sisältöjä sekä hyötyä niistä taloudellisesti. Yritystoiminnassa onnistumiseen tarvitaan pätevää apua.

Ratkaisu erityisesti liiketalouden osaamisen tukemiseen on koota nykyisistä toimijoista alueellisia neuvontahubeja, joissa on osaamista nimenomaan luovasta alasta. Valtakunnallisesti koko maan kattavissa hubeissa toteutetaan pakollinen ristiinpölytys eri toimijoiden kesken. Tehokas ohjaus luovan alan osaajahubeihin rakennetaan muista yrityspalveluorganisaatioista ja huolehditaan, että palvelut tulevat tunnetuiksi luovan alan yrityksille.

Kansainvälinen kasvu on otettava lähtöoletukseksi monistettavien luovien sisältöjen osalta.

Havaittu ongelma on, että vain pelialalla ja osalla av- ja musiikkitoimijoista on aidosti kansainvälinen mindset. Muut jäävät helposti kilpailemaan kotimaan pienestä markkinasta, eivätkä aina välttämättä huomaa, että kilpailu on kiristymässä myös kotimaan markkinassa kansainvälisten toimijoiden myötä. Luovien alojen pirstaleisuus ja sisäiset erot sekä toimintaympäristön nopea muutos estävät näkemästä koko kuvaa ja pullonkauloja. Esimerkiksi YouTube-tallit ovat ekosysteemissä ottaneet levy-yhtiöiltä roolia ja artistit rakentavat omat yleisönsä sosiaalisen median kanavissa.

Ratkaisuehdotuksena on luoda edellytyksiä kansainvälistymisen ajattelutapaan: ”born global”-tapaan toimia, verkostoitua, kasvaa, suunnitella ja myydä. Erään haastateltavan sanoin: ”Oikeiden kansainvälisten kontaktien löytäminen on paljon arvokkaampaa kuin mikään rahoitusapu”. Voimme ottaa oppia etenkin myynnin, markkinoinnin ja brändäyksen osalta Ison-Britanniasta, Ruotsista ja Tanskasta, ja vastaavasti hyödyntää kansainvälisesti onnistuneita esikuviamme, kuten pelialan yrityksiä, artisteja, muotoilijoita, muotisuunnittelijoita. On tunnistettava ja kuvattava moderni alan arvoverkko, joka sisältää sosiaalisen

4 Esim. välittäjäporras, tuotantolaskenta, tuotannonaikainen rahoitus

median toimijat ja alustatoimijat, ja hyödynnettävä pelialan menestyneimpien suomalaisten yritysten opit kansainvälisten tiimien rakentamisessa ja tavassa toimia. Tarvitsemme lisää tietoa ekosysteemin toimijoista ja ymmärrystä siitä, miten moderni ekosysteemi toimii. Luovan alan kansainvälistymisosaaminen tarkoittaa myös maahanmuuton esteiden määrittämisestä ja nopeaa poistamista yhteistyössä alan yritysten kanssa.

IPR:t ja sopimusoikeus on otettava nykyistä paremmin haltuun. Osaaminen omista oikeuksista on kirjavaa ja pääosin riittämätöntä, jolloin riskinä on, että luovutaan tärkeimmästä omaisuudesta ensimmäisessä neuvottelussa: on parannettava yritysten ja tekijöiden neuvotteluasemaa kansainvälisissä neuvottelupöydissä. IPR:iä ei nähdä ylimmilläkään päättäjätasolla Suomea hyödyttävinä ja luovien alojen kasvun mahdollistajina. Myös julkisessa yritysneuvonnassa tarvitaan IPR-osaamista. IPR-strategian laatimisen yhteydessä tarkastellaan mahdollisuutta luoda porrasmainen malli IPR-osaamisen kasvattamiseksi, jolloin siitä tulee helposti saavutettava ja omaksuttava. IPR-asiat voidaan saattaa käytäntöön koulutusten, neuvonnan ja yleisen markkinoinnin ja tiedotuksen keinoin kuten on tehty Elements of AI -mallin osalta.

Datan ja alustojen mahdollisuudet tulee tunnistaa ja ottaa käyttöön luovan talouden kasvattamisessa. Perinteiset vientitoimet eivät pure juuri nyt eivätkä etenkin tulevaisuudessa. Datan keräämistä ja hyödyntämistä ei alalla tunnisteta lukuun ottamatta osaa teollisuudesta (pelit, AV-ala, musiikki). Yleisesti tehdään väärä alustavalintoja, tai ei tunnisteta alustojen merkitystä kansainvälisen tunnettuuden lisäämisessä, markkinoinnissa ja monistettavien tuotteiden myynnissä. Esimerkiksi valokuvaajan työt tulevat tunnetuiksi ensin Instagramissa, mutta sen jälkeen tarvitaan myyntiin keskittyvä kansainvälinen luotettava alusta. On tärkeää löytää oikeat alustat, pitää kiinni oikeuksistaan ja kerryttää ja hyödyntää asiakas- ja myyntidataa. Kyse on ilmiöstä, joka on tunnistettava: kerätä siihen liittyvän osaaminen ja yhteystiedot, järjestää verkosto ja markkinoida osaajaverkostoa tarvitsijoille. On myös tunnistettava datan merkitys luovan talouden kasvun moottorina niin ylimmällä päätöstasolla kuin yritysneuvonnassa. "Suurimmat kasvajat kansainvälisesti eivät omista mitään muuta kuin dataa, jonka myyvät muille toimijoille."

2.2 Poem Oy: Luovat palvelut lisäarvon tuottajana

Luova osaaminen tulee määritellä nykyliiketoiminnassa mm. innovaatiokykyinä, muutostykyinä, arvонуontikykyinä, yhteistyökykyinä, näkemyksellisyytenä, mukautuvuutena sekä kokeilukykyinä. Eli välttämättömänä osaamisena, joka auttaa yrityksiä luomaan ihmisläheisesti, systeemisesti ja strategisesti uutta merkityksellistä arvoa kaikille toiminnan osallisille, nyt ja tulevaisuudessa.

Keskeiset asiakasyritysten palvelutarpeet liittyvät edellä kuvattuihin luovan osaamisen ja vaikutusten erityispiirteisiin. Tunnistettuja tärkeimpiä palvelutarpeita ovat mm.

- liiketoiminnan kasvattaminen ja uudistaminen
- vaikuttavuuden ja vastuullisuuden lisääminen
- laatukokemuksen ja arvonalustuksen kasvattaminen
- tuottavuuden kasvattaminen
- innovaatiot sekä uudet palvelut ja tuotteet
- asiakas-, markkina- ja tulevaisuusymmärrys
- palvelu- ja tuotekokemusten suunnittelu
- asiakaskosketuspisteiden suunnittelu
- markkinointiviestinnän, tarinoiden ja sisältöjen suunnittelu
- työntekijäkokemuksen, organisaatiokulttuurin ja hyvinvoinnin kehittäminen

Julkisen ja yksityisen puolen palvelutarpeet ovat pääpiirteittäin samankaltaisia ja niitä yhdistää ihmisläheinen arvonalusti sekä yleiset vaikuttavuustavoitteet. Eroja on esimerkiksi liittyen yksityisten puolen toiminnan ja markkinoiden dynaamisuuteen ja kansainvälisyyteen.

Yksityisellä sektorilla korostuvat luovan osaamisen korkeammat osaamis- ja laatuvaatimukset, koska taso arvioidaan suhteessa kansainväliseen kilpailuun. Lisäksi julkisella sektorilla palveluiden hankintaan vaikuttavat merkittävästi julkiset hankintakäytännöt.

Mitkä ovat tärkeimmät tavat edistää hyvää ostamista ja myymistä julkisella sektorilla?

Julkisen sektorin ostajien osaamista luovan alan ymmärtämiseen ja palvelujen ostamiseen tulisi parantaa. Tätä voidaan edistää esimerkiksi sopimalla yhteisistä pelisäännöistä, laatimalla sovitusta prosessista "käyttöopas" sekä kouluttamalla sovitun pohjalta hankintaa ja asiakaslähtöistä tarjoamista. Huomiota tulisi kiinnittää lisäksi kohtuullisten sopimusehtojen käyttämiseen ja luovan alan yksityisyrityksille kohtuullisen hinnoittelun noudattamiseen. Tukea tarvitaan myös luoviin, innovatiivisiin hankintoihin.

Prosessin vaiheita ovat mm. tarpeen tunnistaminen ja määrittäminen, tarjouspyynnön tekeminen, palvelumuotoilu ja osallistaminen osaksi hankintaprosessia, mikroyrittäjien auttaminen hakuissa sekä hankinnan vaikuttavuuden arviointi.

Koulutus voi olla täydennyskoulutusta kohdennetusti ostajille ja luovien alojen osajille, substanssiosaajien koulutusta kuntien ja valtion organisaatioihin ja kehitysyrityksiin luovan osaamisen hankintaan, sekä koulutussisältöjen paketoimista korkeakoulujen eri oppijaryhmille.

Jo luovan osaamisen tarpeen tunnistaminen voi olla haaste. Prosessi voi lähteä huomiosta, että jotain pitäisi tehdä, mutta sen muuntumiseen konkreettiseksi hankintailmoitukseksi vaatii jo itsessään hankittavan luovan alan osaamista. Tilaaja tarvitsee hankintakonsulttia apua jo tässä vaiheessa. Iteratiiviset luovat prosessit ovat hankinnoille haaste ja toimivaa onkin kuvata tarjouspyynnössä vain ongelmaa ja jättää ratkaisuehdotukset luovan osaamisen ammattilaisille.

Palvelujen hankintaa tulisi tukea myös konsultoinnin kautta. Sekä tilaajat että tarjoajat tarvitsevat lisää tietoa esimerkiksi luovan osaamisen hankintojen erityispiirteistä: laadun painottamisesta, vuorovaikutuksen merkityksestä osana laatukriteeristöä, avoimen prosessin hallinnasta, tulostamuksesta ja hankintailmoitusten paremmasta löydettävyydestä.

Luovan osaamisen yritysten on julkisissa hankinnoissa perusteltava toimintansa vaikuttavuutta ja kuvata keinoja vain osana prosessia, joka tähtää vaikuttaviin, mitattaviin, tuloksiin. Yksittäisten hankkeiden läpiviennin jälkeen seuraava haaste tilaajille on ottaa luovan osaamisen palvelut osaksi kunnan tai muun julkisyhteisön strategiaa ja hyödyntää niitä kokonaisvaltaisemmalla tavalla. Mitä isommin luovaa osaamista ajatellaan, sitä merkittävämpiä ovat uudistusten tulokset.

Toisaalta luovaa osaamista voi käyttää minkä tahansa hankinnan tukena esimerkiksi tarjouspyynnön tarkentamiseen tai laatukriteeristön osana. Kustannukset ovat kokonaisuutena nähden pieniä, mutta vaikutus voi olla merkittävä.

Mitkä ovat tärkeimmät tavat edistää hyvää ostamista ja myymistä yksityisellä sektorilla?

Luovan osaamisen ja luovien palveluiden käytön laajamittainen hyödyntäminen on tarpeen yritysten toimintaedellytysten ja Suomen kilpailukyvyn varmistamisen takia. Pelkällä korkeatasoisella liiketoiminta- tai analyttisellä osaamisella ei enää pärjätä globalisaatiokilpailussa.

Kaikkien toimialojen pk-yritysten tulee saada matalalla kynnyksellä tarvittavaa luovaa osaamista. Esimerkiksi EK:n ja Ornamon yrityskyselyjen mukaan keskimäärin vain 20 prosenttia pk-yrityksistä hyödyntää muotoilua toiminnassaan. Tämä on liian vähän, sillä asiakkaan kokeman uuden arvon myötä luova osaaminen auttaa yrityksiä kilpailemaan enemmän laadulla kuin hinnalla ja edesauttaa kilpailukykyään ja kasvumahdollisuuksiaan.

Pk-yrityksille tulisi luoda esimerkiksi järjestelmä ja palveluita, joiden avulla yrityksillä olisi mahdollisuus kartoittaa luovan osaamisen palvelutarpeitaan ja kokeilla luovan alan yritysten palveluita. Mallia voitaisiin ottaa innovaatioasetelistä ja aiemmasta Design Start -toiminnasta. Toisaalta luovan osaamisen yrityksille voisi kehittää agentuurijärjestelmää, joka auttaa ratkaisemaan tämän hetkistä kohtaanto-ongelmaa.

Miten luovaa osaamista tarjoavien yksinyrittäjien ja pienten yritysten toimintaa tulisi edistää?

Olennaista on luovan yritysosaamisen vahvistaminen. Tämä pitää sisällään

- kasvuliiketoiminnan taitojen kehittämisen
- yrittäjän vastuun ymmärtämisen
- liiketoimintaosaajien, luovien osaajien yhdistämisen ja yhteistyön lisäämisen
- erilaisia asiakasymmärryksen, IPR-osaamisen, kansainvälistymisen ja palveluiden paketoimisen toimenpiteitä.

Lisäksi tarvitaan joustavampia rahoitusmuotoja, jotka keskittyvät pienten luovan osaamisen yritysten kiihdyttämiseen ja toiminnan kehittämiseen. Myös rahoitusyhteyksien muuttaminen joustavammaksi (ei tiettyihin kuukausiin painottuvaa) on olennaista. Lisäksi tarvitaan uudenlaisia tukimuotoja (kuten mikrotuet esimerkiksi välineiden hankintaan tms.).

Jotta pienetkin yritykset saadaan mukaan julkisiin hankkeisiin, tarvitaan suurien urakoiden pilkkomista mikroyrityksille sopiviksi tai muotoiluyritysten yhteenliittymiä keskenään tai monialaisesti. Erityisesti hankintalain uudistuksen myötä suoramarkkinointien määrä on kasvanut. Suoramarkkinoinnissa henkilökohtaiset kontaktit ja markkinointi korostuvat, mutta tätä mahdollisuutta ei yritys kentällä ole vielä otettu täysin haltuun.

Minkälaisia palveluverkostoja ja ekosysteemejä tarvitsemme?

Erilaisia verkostoja ja ekosysteemejä on jo nyt paljon. Näitä tulisi yhdistää ja vahvistaa. Nykyisten toimijoiden rooleja tulisi selkiyttää ja antaa toimijoille roolin mukainen "mandaatti", tuki ja tarvittavat välineet. Tämän lisäksi tarvitaan aivan uusia yhteistyötä tukevia rakenteita ja palveluita, joissa voidaan hyödyntää olemassa olevia toimijoita ja verkostoja.

Mitattavilla vaikutuksilla tarkoitetaan toivottuja seurauksia luovan osaamisen soveltamisesta liiketoiminnassa. Vaikutuksia tulee arvioida laajasti, mukaan lukien:

- Ekologinen arvo (ympäristövaikutukset, ilmastokriisin ratkaiseminen, jne.)
- Sosiaalinen arvo (yhteiskunnallista vaikuttavuutta, ihmisten hyvinvointia, jne.)
- Kulttuurinen arvo (brändiarvo, yrityksen vetovoima, jne.)
- Systeeminen arvo (prosessien sujuvuus, toiminnan tulevaisuuskestävyys, jne.).
- Ekonominen arvo (taloudellinen tulos, säästöt, kulutus, jne.)

Nämä kaikki ovat selkeästi mitattavissa olevia asioita, jotka kertovat sekä yrityksen menestymisestä, että luovan osaamisen vipuvaikutuksista. Mittareiden tulee huomioida kokonaisvaltaisesti eri vaikutukset ja oikeat mittarit tulee valita strategisten painotusten perusteella.

2.3 Pink Eminence Oy: Elämyksellinen ympäristö

Monimuotoiset yhteistyörakenteet, laajojen ekosysteemien ymmärrys ja eri osapuolten tavoitteellinen yhteistoiminta

Alueellisella tasolla osallistujiksi nähdään sekä kulttuurin, elinkeinoelämän ja julkisten toimijoiden sekä kolmannen sektorin toimijoiden verkosto kaikessa laajuudessaan. Asennemuutoksessa ja osaamisessa tarvitaan koulutusorganisaatioita. **Kaupunkien ja kuntien oma rooli edistäjinä on olennaisen tärkeä.** Ammattimaisuutta ja toiminnan tavoitteellisuutta korostetaan. Samalla ymmärretään, että palveluita synnyttävät ekosysteemin olennainen osa ovat mikro- ja pienyritykset sekä yhdistykset. Kehittämistahoja on useita. On mahdollista, että paras alueellinen tuntuma on kehitysyhtiöiden tyyppisillä, joustavilla yritysrajojen toimijoilla.

Luoville aloille peräänkuulutetaan startup -toimintatapojen omaksumista, riskinotto-kykyä ja julkisille toimijoille suurempaa ymmärrystä luovien alojen osuudesta alueiden menestykseen ja positiivista asennetta, jolla yhteistyötä synnytetään.

Uuden, luovien alojen edistämiseen keskittyvän organisaation synnyttämistä ei erillisenä välttämättä kaivata. Pikemminkin halutaan **ottaa teho irti nykyisistä toimijoista** ja varmistaa, että aloitetut, hyvät asiat vietäisiin pitkäjänteisesti loppuun. Asennemuutosta luovien alojen merkitystä kohtaan voidaan tukea tuottamalla alasta tietoa ja tukemalla toimijoita yhteistyössä eri keinoin sekä huomioimalla alaan vaikuttavat megatrendit kuten esimerkiksi vastuulliset tuotantotavat myös rahoituksen kriteeristöissä. Yrittäjällä ja yrityksillä on itsellään kuitenkin isoin vastuu.

Kansallisen tason verkoston rooli nähdään merkittävänä, koska kansalliset tahot pystyvät verkottamaan alueita keskenään ja ovat verkoston linkki kansainvälisyyteen. Kehitystyön olennaisina osallistujina nähdään elinkeinoelämän osalta suurimmat rahoittajat ja kehittäjät (ministeriöt, bisnesenkelit, luovien alojen kehitysorganisaatiot kuten Business Finland, Visit Finland/ jne.). Kulttuurisäilytöiden asiantuntijoina nähdään Taike, kansalliset taiteilijajärjestöt, festivaalijärjestöt, taiteen tiedotuskeskukset, yrittäjäjärjestöt. Kansalliselta tasolta odotetaan rahoitusinstrumenttien kehittämistä, innovaatio toimintaa ja kansallisen tiedon tuotantoa

Taide- ja kulttuuripalvelujen muuttuminen liiketoiminnaksi ei ole yksinkertaista seuraavista syistä: **suuri osa kulttuuripalveluista** (alueelliset museot, teatterit ja orkesterit, kulttuuritapahtumat sekä yhdistystoiminta) **tuotetaan lakisääteisesti ja useimmiten julkisin varoin ja/tai avustuksin**, jolloin niiden tarkoituksena on tuottaa hyvään elämään kuuluvia kulttuuripalveluja ja harrastusmahdollisuuksia ensi sijaisesti ko. alueen asukkaille.

Aina ei ole kyse julkisten taloudellisten resurssien tarjoamisesta vaan muun palveluinfran hahmottamisesta, yhteistyöstä ja alueen osajien yhteen tuomisesta. Uskallus riskinottoon ja potentiaalın tunnistamiseen "startup -hengessä" pitäisi kuulua julkisten tahojen toimintatapoihin. Luovaa alaa ymmärtäviä, potentiaalia tunnistavia osajia tarvitaan lisää julkisiin kehitystehtäviin ja päätöksentekoon.

Tapahtumat (festivaalit, yritystapahtumat ja konsertit) muodostuvat helpommin liiketoiminnaksi, koska niiden toteutus on lipputuloista riippuvaista. Tapahtumakeskukset nähdään alustoina, jotka tuovat aluetalousvaikutusten ohella vetovoimaista imagoa ja elävyyttä paikkakunnille. Alueelliset kulttuurikeskukset puolestaan kuuluvat kulttuuripalvelujen piiriin. Liiketoimintalähtöiset tapahtumat ja tapahtumakeskukset tarvitsevat alueellisen, palvelutarjontaan erikoistuneen ekosysteemin ympärilleen. Myös suuret kansalliset toimijat hyödyntävät mielellään paikallisia palveluja.

Tapahtumista ja niiden yhteistyöstä paikallisyriyten kanssa odotetaan myös **kaupunkikeskustojen elävöittäjiä** eri puolilla Suomea. Lähiöiden kauppakeskukset näivettävät kivi- ja jalkamyymälöitä ja kansainvälisillä kiinteistösijoittajilla on varaa pitää liiketiloja tyhjillään keskustoissa eri puolilla Suomea. On herätty keskustojen elävyyden puolesta ja kysytään, kenelle kaupunkikeskustat on tarkoitettu.

Kaikki kaupungit eivät ole heränneet sille, kuinka paljon tila- ja palveluinfran ja viestintäyhteistyön kiinteät yhteistyömallit ja resurssitarjonta voivat auttaa tavoitteiden saavuttamista. Kaiken toiminnan tulosten mittaaminen ja seuranta ovat taide-, kulttuuri- ja tapahtumapalvelujen kehittämisen elinehto. Yrittäjyytenä kulttuuriala on yksi muiden joukossa.

Elämyksellinen ympäristö ja luovan talouden alustat

Alueellisessa luovien alojen kehittämisessä olennaista on alueen omien vahvuuksien, erityispiirteiden ja edellytysten tunnistaminen sekä uusien edellytysten tietoinen rakentaminen. Häikäisevä tapahtuma, risteilijän saaminen omaan satamaan tai merkityksellinen kulttuurikohte muuttuvat luovaksi taloudeksi vain, jos niiden ympärille synnytetään eri toimijoiden yhteistyössä yritysten ekosysteemi, joka tuo oman osaamisensa ja panostuksensa palveluverkoston syntyyn.

Julkisin varoin perustettu luovan talouden alusta, kuten tapahtumakeskus, uusi museo, historiallinen ympäristö tai festivaalialue, luo pohjan, jonka täytyy kasvattaa tarvittava luovan talouden ekosysteemin alueelle, jotta taloudellinen toimeliaisuus syntyy ja yleisöt saadaan palvelujen äärelle.

Kaupunki ja julkinen toimija ovat koordinoivia tahoja ekosysteemin synnyttämisessä ja eri toimijoiden verkottamisessa. Yritysten yhteen saattaminen, ristiin pölyttäminen ja ekosysteemien liikkeelle laittaminen on julkisen sektorin roolia. Elämysten suhteen linkitykset matkailun edistämiseen ja kaupunkimarkkinointiin ovat olennaisia. Oppilaitoksilla on merkittävä rooli alueellisesti osaamisen ja tiedon tuottamisen kumppanina ja verkostojen kokoajina.

Megatrendien merkitys

- Kulttuurinen arvo (brändiarvo, yrityksen vetovoima, jne.) Kulttuurin määrärahat tulevat vähentymään, jolloin liiketoiminta ja monimuotoiset tulonlähteet kiinnostavat kohteita entistä enemmän
- Kestävä kehitys ja yleisöjen arvot pakottavat toimintatapojen tarkasteluun faktapohjalta: hiilijalanjälki, kierrätys, materiaaliviisaus vrt. viherpesu
- Matkailun muutos ilmastonmuutoksen myötä: lentomatkailun väheneminen, massaturismi vs. laatumatkailu, lähimatkailu, lähiruoka
- Kaupunkien kiinteistökehittämisen haasteet: kutistuvat keskusta-palvelut, uusien elävöittämisratkaisujen etsintä

Suurimmat haasteet elämyksiin perustuvan liiketoiminnan synnyttämisessä

- Elämyksiin perustuvan liiketoiminnan ymmärtäminen kannattavana liiketoimintana/jalostusarvon lisääjänä on yleisesti ohutta erityisesti päätöksentekijöiden keskuudessa ja julkisella sektorilla.
- Alalle sopivien rahoitusinstrumenttien kehittäminen ja monimuotoisten yritystukimuotojen mahdollisuuksien kehittäminen ontuu
- Toimijakentällä liiketoimintamahdollisuuksia ei tunnisteta ja liiketoimintaosaamisen ohuus
- Ammattitaitoisten tuottajien puute, pienyritysten resurssipula ja kaupungin eri viranomaisten heikko yhteistyö toimialojen yli.
- Julkisen rahan passivoiva vaikutus: rahoitusinstrumentteja myös liiketoimintavalmiuksien kehittämiseen ja kokeiluun kannustavat rahoitusmallit.

- Vähäiset yhteistyöverkostot, toimijoiden pienuus, hanketoiminnan päällekkäisyys tai niiden rajoitettu toimeenpano
- Taloudellisen tuloksen mittaamisen ja mittarien puute
- Alueiden kyky tunnistaa oman alueensa potentiaali luovan talouden synnyttäjänä

Osaamisen ja tiedon kasvattamisen merkitys

- Kehittäjä- ja rahoittajatahoilla ei tunnisteta luovien alojen erityispiirteitä, tarpeita tai potentiaalia omalla toimialallaan tai luovien alojen potentiaalia muiden toimialojen yhteistyökumppanina
- Luovien alojen mikro- pienyritysten liiketoimintaosaamista pidetään useimmiten heikkona
- Paikallistoimijatahojen yhteys luovien alojen kansallisesti toimiviin yrityksiin, yhteisöihin ja verkostoihin on vaatimatonta, eikä yhteistyön paikkoja tunnisteta helposti.
- Julkisesti rahoitetut kulttuurin toimijatahot eivät tunnista rooliaan osana paikallista elinkeinoelämää ja luovan talouden ekosysteemiä. Tällöin osa niiden omasta ansainnasta jää kehittymättä.
- Se, että ei tunnisteta potentiaalia, voi johtaa riskittömiin, bisnes as usual -ratkaisuihin

Taloudellinen vaikuttavuus: mittarit toiminnan tueksi

- Luovien toimialojen seuranta vaatii samoja mittareita kuin muidenkin alojen seuranta, osuus BKT:sta, työllistyminen, yritysten liikevaihdon kehitys/määrän kasvu, viennin määrä jne.
- Tarvitaan tavallista monipuolisemmat mittarit, joilla kyetään tunnistamaan esimerkiksi luovan osaamisen osuus muilla toimialoilla menestystekijänä ja tietoa kulttuurin hyvinvointivaikutuksista.
- Mittausjärjestelmän aukkojen tunnistaminen (esim. tapahtumaliike-toimintaa ei kokonaisuutena mitata tällä hetkellä.)
- Ajankohtainen tieto toimivista alustoista puuttuu: esimerkiksi tapahtumakeskuksia koskeva selvitys ja yhteismitalliset tavat aluetalousvaikutusten mittaamiseen

3 Toimenpiteet ja työnjako

Työpajojen pohjalta koottiin toimenpide-ehdotukset, jotka jakautuivat viiden pääotsikon alle. Kaikista työpajoista nousi ehdotuksia kunkin viiden otsikon alle. Otsikon alla olevia toimenpiteitä yhdistää samaan aihepiiriin kuuluva toiminta, vaikka työpajoissa käytetyissä näkökulmissa tarpeet painotuksille tai määrittelyille ovat tulleet eri lähtökohdista. Esiin nousseet pääotsikot ovat:

- Ekosysteemien ja verkostojen tunnistaminen, arvoketjumuutokset
- Erilaiset osaamispuutteet
- Yrityksille suunnatut kehittämisspalvelut
- Kasvun ja kansainvälistymisen edistämiseen liittyvät toimenpiteet
- Arviointimenetelmät ja mittarit

Seuraavassa esitetyt toimenpiteet muodostavat lähtökohdan sille työlle, jota luovan talouden edistämiseksi tullaan jatkossa tekemään. Tiekartan avulla on nostettu esiin ne keskeiset kysymykset, joiden suhteen jatkossa on löydettävä verkostoja ja toimintatapoja sekä mahdollisesti uusia politiikkatyövälineitä toimintaympäristön rakentamiseksi sellaiseksi, että luovat alat ja luovan talouden toiminta kasvavat ja kehittyvät osana talouttamme.

Seuraavat toimenpiteet eivät vielä sisällä kaikkia niitä konkreettisia toimia, joita luovan talouden edistäminen edellyttää. Työn edetessä nousee todennäköisesti esiin uusia kysymyksiä, esteitä tai painottamisen tarpeita. Rahoitusinstrumenttien toimivuus ja riittävyys on yksi tällainen keskeinen asia. Tiekartan toteutuksen edetessä näille haasteille etsitään ratkaisuja. Erityisesti tällä on merkitystä nyt, kun tiekarttaa lähdetään toteuttamaan korona-pandemian jälkeisessä tilanteessa, jossa monet luovan alan toimijat ovat joutuneet erityiseen taloudelliseen ahdinkoon. Samalla ehkä kuluttajien kulutustottumukset ja toimintatavat muuttuvat niin, että myös luovien alojen yritysten on uudistettava liiketoimintamallejaan, tai keskeiset toimijat kuten tilaajat tai jakelijat muuttavat yritysten toimintaympäristöä ratkaisevasti.

Yksi keskeinen hallitusohjelman kirjaus on luoviin aloihin liittyvän palvelukokonaisuuden käynnistäminen. Tiekartan neuvontaverkoston käynnistäminen koskee tätä kirjausta. Alueittain kootaan verkostoiksi ne keskeiset toimijat, joilla on osaamista luovien alojen

yritystoiminnan kehittämisessä. Työn edetessä ratkaistaan verkoston ylläpitoon ja toimintaan liittyviä kysymyksiä. Tavoitteena on saada yrityspalveluverkoston kattavat palvelut myös luovan talouden edistämisen näkökulmasta.

Tiekartan toteutuksen ohjaamisesta vastaa ensisijaisesti työ- ja elinkeinoministeriön, opetus- ja kulttuuriministeriön ja luovien alojen yrityskehittäjä edustavien toimijoiden ohjausryhmä. Ohjausryhmä auttaa suuntaamaan toimenpiteiden toteutukseen osallistuvien tahojen toimia kohti tiekartan tavoitteiden toteutumista. Tiekartan toteutumiseen tähtäviä toimia käynnistetään Creative Business Finland -rahoituksella Business Finlandin toimesta. Työn edistyessä tunnistetaan rahoituksia ja toimintamalleja sekä tuetaan yhteistyöverkostojen ja yhteisten toimintamallien syntymistä niin, että luovan talouden edistäminen tulee osaksi kaikkia yrityksille tarjottavia kehittämis- ja rahoituspalveluita.

Toimenpide-alue	Toimenpide	Tehtävät	Käynnistäjä	Politiikka- ja ohjelmakäytökset
Dynaamiset mallit	Luovan talouden tietopohjan kokoaminen	Kootaan ajankohtaiset selvitykset sekä alueelliset, järjestö- ja alakohtaiset luovan alan tiedot yhteen. Selvitetään millaisia ekosysteemejä luovilla aloilla on ja missä muissa klustereissa tms. ne ovat mukana tärkeässä roolissa. Kootaan tietoa arvoverkkojen muutoksista ja kasvun pullonkauloista.	Business Finland, Creative Business Finland -rahoitus	Yrittäjyysstrategia, viennin ja kansainvälisen kasvun ohjelma, kulttuurivienti, kulttuurimatkailu
	Ekosysteemi-mallit	Mallinetaan ekosysteemejä ja niiden kehittämistoimien dynaamisia vaikutuksia. Tunnistetaan työkaluja ja toimintatapoja jotka vaikuttavat kasvuun.	Business Finland, Creative Business Finland -rahoitus	Innovaatiopolitiikka
Osaamis- ja koulutus-tarpeet	Pyöreän pöydän keskustelut	Järjestetään pyöreän pöydän keskusteluita, joissa toimenpiteiden vastuutahot sekä muut sidosryhmät työstävät toteutuspolun osaamisen ja koulutustarpeiden tavoitteiden toteuttamiseksi.	OKM, TEM	Innovaatiopolitiikka, koulutuspolitiikka
	Liiketoiminta- ja tuotteistus-osaaminen	Luovan osaamisen opintoja kehitetään siten, että valmistuneet tuntevat liiketoiminnan, myynnin ja markkinoinnin sekä tuotteistuksen peruskäsitteet.	Käynnistäjä CBF-rahoitus; yliopistot, ammattikorkeakoulu ja toinen aste	Yrittäjyysstrategia
	Ajantasainen ammatti-osaaminen	Käynnistetään selvitys ja sen pohjalta toimintamallin toteutus osaamispuiteiden tunnistamiseksi ja korjaamiseksi, tavoitteena ajantasaisen ammattitaidon ylläpito luovilla aloilla	Käynnistäjä CBF-rahoitus; OPH, oppilaitokset, toimialajärjestöt, mukana Talent Boost,	Koulutuspolitiikka, jatkuva oppiminen
	Julkisen sektorin hankinta-osaaminen	Julkisen sektorin hankintaosaamista luovan alan ymmärtämiseen ja palvelujen ostamiseen parannetaan sopimalla yhteisistä pelisäännöistä, laatimalla sovitusta prosessista "käyttöopas" sekä kouluttamalla sovitun pohjalta hankintaa ja asiakaslähtöistä tarjoamista.	Keino-osaamiskeskus	Innovaatiopolitiikka

Toimenpide-alue	Toimenpide	Tehtävät	Käynnistäjä	Politiikka- ja ohjelmakytökset
Osaamis- ja koulutus-tarpeet	Hallitukseen ammattijäseniä	Lisätään kansainväliseen kasvuun erikoistuneiden hallitusjäsenten koulutusta. Luodaan hallitusammattilaisten verkosto luovia aloja varten.	Pyöreän pöydän keskustelut, Yritysten etujärjestöt	Yrittäjyys-strategia
	Datan ja analytiikan osaaminen	Tunnistetaan keinot ja tuetaan yritysten toimia hyödyntää datan ja alustojen mahdollisuuksia luovan talouden kasvattamisessa.	Pyöreän pöydän keskustelut	Yrittäjyys-strategia
	IPR-osaaminen	Luodaan malli IPR-osaamisen kasvattamiseksi	Pyöreän pöydän keskustelut	IPR-strategia
Yritysten tarvitsemat palvelut	Neuvonta-verkoston kokoaminen	Nimetään yritysten liiketoiminnan kehittämiseksi alueellisia ja valtakunnallisia hubeja, joissa on erityisosaamista luovista aloista. Luodaan hubien ja muiden keskeisten toimijoiden kesken verkostomalli, joka kannustaa jakamaan tietoja ja tekemään yhteistyötä.	CBF-rahoitus käynnistää, jatkossa yrityskehitys-organisaatiot ja ELY-keskukset, perustettavat hubit	Alueiden kehittäminen ja yrityspalvelut
	Yrityspalveluasiantuntijoiden osaaminen	Lisätään neuvontapalveluiden osaamista luovasta alasta ajantasaistamalla neuvontaoppaita ja muuta materiaalia.	Creative Finland -hanke	
Kasvun ja kansainvälistymisen verkostot	Kansainvälinen kasvu	Alan kotimaisten kontaktitietojen ja perusmarkkinadatan kerääminen, uudistuneen verkoston kuvaaminen sekä ajantasainen tiedon tuottaminen alan toimijoista ja kansainvälistymisen palveluista. Luovan alan kansainvälisten verkostojen, kontaktien, tapahtumien ja markkinatiedon kokoaminen yhteen. Vahvistetaan luovien alojen ja luovan osaamisen roolia toimialarajojen yli yritysten kansainvälistymisessä.	CBF-rahoitus	Viennin ja kansainvälisen kasvun ohjelma
Vaikutavuus-arviointi ja mittarointi	Luovaan talouteen sopivat arviointimenetelmät	Järjestetään sarja pyöreän pöydän keskusteluita. Määritellään mitattavat määreet ja arvioitavat tavoitteet, sovitaan yhteisesti käytettävät termit. Kehitetään muille toimialoille sopivia luovuuteen ja innovatiivisuuteen liittyviä mittareita.	OKM TEM, CBF-rahoitus	Innovaatio-politiikka

4 Seuranta ja jatkoaskeleet

Luovan talouden tiekartan toteutusta ja Creative Business Finland -rahoituksen käyttöä seuraamaan työ- ja elinkeinoministeri sekä tiede- ja kulttuuriministeri asettavat ohjausryhmän.

Ohjausryhmän tehtävänä on:

- seurata ja tuoda asiantuntijanäkemyksiä Creative Business Finland -rahoituksen käyttöön Business Finlandin valtuuksien mahdollistamissa puitteissa;
- ohjata ja seurata tiekartan toimenpiteiden ja niiden muodostamien kokonaisuuksien etenemistä ja toteutusta;
- tarvittaessa priorisoida toimenpiteiden toteutusta;
- arvioida tiekartan toimenpiteiden vaikuttavuutta sekä mahdollisten lisätoimenpiteiden tarvetta;
- varmistaa tiekartan toimenpiteiden ja muiden relevanttien hallitusohjelmahankkeiden välinen koordinaatio ja synergia;
- edistää tiekartan toimeenpanoon osallistuvien ministeriöiden ja virastojen sekä niiden ja sidosryhmien välistä koordinaatiota ja yhteistyötä toimenpiteiden tehokkuuden ja vaikuttavuuden varmistamiseksi.

Tiekartan toteutukselle ja Creative Business Finland -rahoitukselle laaditaan viestintäsuunnitelma. Viestinnän tavoitteena on luovan talouden toimijoiden keskeisen vuorovaikutuksen vahvistaminen ja luovan talouden yritystoiminnan näkyväksi tekeminen.

Tiekartan tavoitteita ja toimenpiteiden toteutusta päivitetään seurannassa esiin nousseiden tarpeiden mukaisesti. Tiekartta on lähtökohta ja sen toteutus jatkuvasti päivittyvä prosessi, jota tehdään yhdessä luovan talouden toimijoiden kanssa.

5 Tiekartan toteuttamiseen osallistuvat tahot

Tiekartan tavoitteiden määrittely, toimenpiteiden kirjaaminen ja työnjako

- Työpajojen osallistajat
- Työ- ja elinkeinoministeriö
- Opetus- ja kulttuuriministeriö

Toimenpiteiden seurannasta vastaavat tahot

- Creative Business Finland -ohjausryhmä
- Työ- ja elinkeinoministeriö
- Opetus- ja kulttuuriministeriö

Toimenpiteiden käynnistämiseen ja käytännön toteutukseen osallistuvat tahot

- Business Finlandin hallinnoimalla Creative Business Finland -rahoituksella hankittava toimeenpano
- Työ- ja elinkeinoministeriö
- Opetus- ja kulttuuriministeriö
- Opetushallitus, oppilaitokset ja muut kouluttajat
- Luovien alojen yrityksiä edustavat toimialajärjestöt
- Creative Finland, Luovaa osaamista (ESR) toimenpidekokonaisuutta koordinoiva hanke
- ELY-keskukset
- Keino-osaamiskeskus: Kestävien ja innovatiivisten julkisten hankintojen verkostomainen osaamiskeskus, jonka toimintaa ohjaa ja rahoittaa työ- ja elinkeinoministeriö
- Talent Boost: Poikkihallinnollinen toimenpideohjelma kansainvälisten osaajien houkuttelun, maahanmuuton ja Suomessa pysymisen edistämiseksi
- Alueelliset ja paikalliset yrityskehitysorganisaatiot

Työpajoihin osallistuneet:

Tuija Ahola, Etelä-Pohjanmaan liitto
 Kai Amberla, Finland Festivals
 Laura Andersson, Business Finland
 Asta Boman, Ornamo ry
 Inkeri Borgman, Gigle Oy
 Laura Boxberg, Frame Finland
 Kalle Euro, Arkkitehtitoimistojen liitto
 Jonna Fagerlund, Satakuntaliitto
 Lea Goyal, ELY-keskus
 Hannu Hallamaa, Journalistiliitto
 Tuija Hautala-Hirvioja, Lapin yliopisto
 Petra Havu, Opetus- ja kulttuuriministeriö
 Anna Heiskanen, Aalto yliopisto
 Koopee Hiltunen, Neogames
 Minna Hyytiäinen, Taito ry
 Leena Janhila, Humak/Creve
 Jannika Joutsenniemi, Happymoor
 Ritva Kaikkonen, ELY-keskus
 Lauri Kaira, Gramex ry
 Minna Karvonen, Opetus- ja kulttuuriministeriö
 Tiina Kasvi, Espoon kaupunki
 Maija Kasvinen, Taiteen edistämiskeskus
 Kirsi Kaunisharju, Opetus- ja kulttuuriministeriö
 Kristian Keinänen, Riihimäen kaupunki
 Helka Ketonen, Maaseudun Sivistysliitto
 Tero Koistinen, Suomen Filmikamari ry
 Petteri Kolinen, Design Forum Finland
 Anna Koskela, Liitos-lehti
 Tomi Kuusimäki, Satakunnan AMK
 Susanna Kyllönen, Suomen museoliitto
 Kaisa Kärkkäinen, Palta
 Petteri Laine, Helsingin yliopisto
 Hanna Lankinen, Business Finland
 Timo Lehti, Metropolia AMK
 Petteri Lillberg, Demos Helsinki
 Jussi Linkola, Metropolia AMK
 Risto Lustila, Business Finland
 Piia Lääveri, Ruisrock
 Nando Malmelin, VTT
 Susanna Markkola, Business Finland

Heini Merkkiniemi, New Beat Oy
 Milla Moilanen, AVEK-Kopiosto
 Jari Muikku, Suomen Musiikkikustantajat ry
 Lotta Mujo, Turku Science Park Oy
 Hannemari Niemi, Into Seinäjoki
 Sampsa Nissinen, Työ- ja elinkeinoministeriö
 Kenneth Nyholm, Business Finland
 Katja Ojala, Grafia ry
 Timo Parkkola, Humak
 Anu-Katriina Perttunen, Creative Finland
 Markus Pesonen, For the Sake of Beings
 Jaana Pihkala, Tekijänoikeuden tiedotus- ja valvontakeskus ry
 Sanna Piironen, Business Finland
 Lauri Pokkinen, Suomen kansallisooppera ja -baletti
 Ilkka Rahkonen, Business Tampere
 Hanna Rajalahti, Haaga-Helia AMK
 Teija Raninen, Experience Turku
 Päivi Rautiainen, Luovat Workshopit
 Anna Rikkinen, Ornamo ry
 Kirsi Rinne, Aalto yliopisto
 Johanna Rintamäki, Into Seinäjoki
 Kaisa Rönkkö, Music Finland
 Lasse Saarinen, Suomen elokuvasäätiö
 Anne Salomaa, Sanasto ry
 Merja Salonen, Business Finland
 Christian Sandström, Vantaan kaupunki
 Anna Savileppä, Diversa Consulting
 Taina Seitsara, Helsingin kaupunki
 Johanna Selkee, Kuntaliitto
 Maria Silvennoinen, Jazz Finland
 Ulla Simonen, AVEK-Kopiosto
 Olli Sinerma, Business Finland
 Sohvi Sirkesalo, Tampereen AMK
 Kristiina Soini-Salomaa, LAMK
 Petra Stenfors, Päijät-Hämeen liitto
 Tiia Stranden, FILI
 Mirja Syrjälä, Oulun kaupunki
 Vappu Tainio, Creative Finland
 Timo Tanskanen, Turun AMK
 Petra Tarjanne, Työ- ja elinkeinoministeriö
 Outi Tiainen, AGMA ry

Aku Toivonen, Suomen Musiikintekijät
Genevieve Tong, Business Finland
Paula Tuovinen, Taiteen edistämiskeskus
Ilkka Uronen, Haaga-Helia AMK
Ari Utriainen, XAMK
Kati Uusi-Rauva, AGMA ry
Tuukka Uusitalo, Oulun AMK
Anna Valtonen, Aalto yliopisto
Anu-Anette Varho, Etelä-Savon maakuntaliitto
Sirpa Vauhkala, Gradia Jyväskylä
Annukka Vähäsöyrinki, Suomen Taiteilijaseura
Sanna Ylä-Lyly, KULTA ry
Piija Äijänen, Business Jyväskylä

Luovan talouden tiekartta

Luovan talouden tiekartan tavoite on käynnistää yhdessä sidosryhmien kanssa prosessi, jolla tavoitellaan sekä luovien alojen yritysten, että muiden toimialojen yritysten kasvua.

Joulukuussa 2019 järjestettyjen luovan talouden toimijoita laajasti osallistaneiden työpajojen pohjalta koottiin luovaa taloutta edistävät toimenpide-ehdotukset, jotka jakautuvat viiden pääotsikon alle. Otsikoita ovat ekosysteemien ja verkostojen tunnistaminen ja arvoketju-muutokset, erilaiset osaamispuutteet, yrityksille suunnatut kehittämispalvelut, kasvun ja kansainvälistymisen edistämiseen liittyvät toimenpiteet sekä arviointimenetelmät ja mittarit. Toimenpide-ehdotuksista muokattiin yhdessä toimialojen edustajien kanssa yhteinen tiekartta kasvun esteiden ratkaisemiseksi.

Verkkojulkaisu
ISSN 1797-3562
ISBN 978-952-327-568-3

Sähköinen versio: julkaisut.valtioneuvosto.fi
Julkaisumyynti: vnjulkaisumyynti.fi