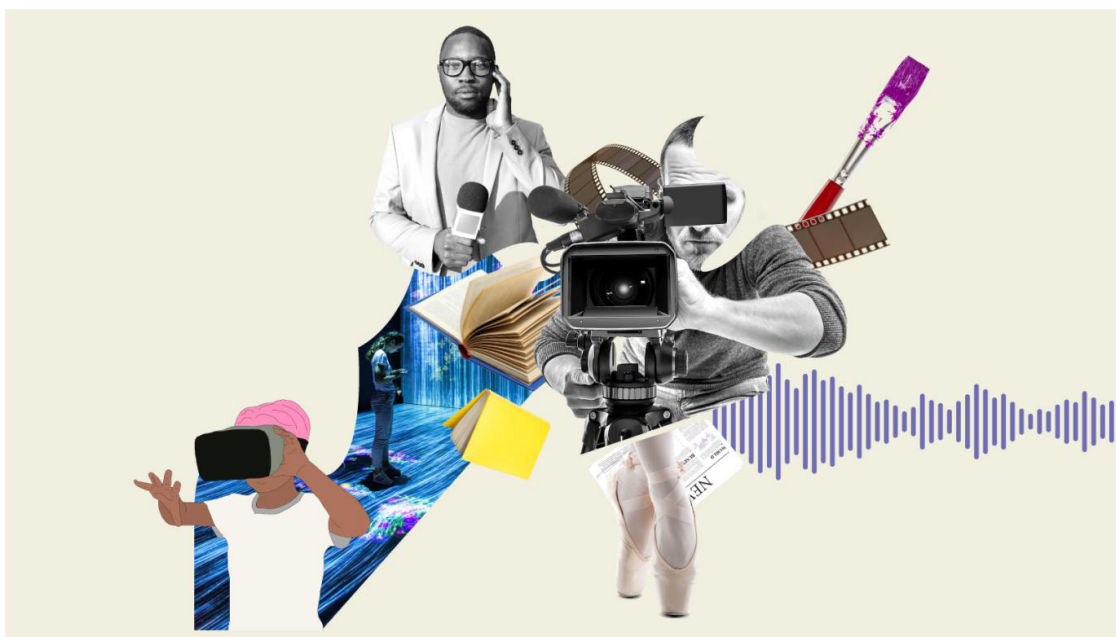


Kreativa Europa i fokus

2024/
2025





Kreativa Europa Desk Sverige har 2024 haft ett intensivt år och många sökande i Sverige till flertalet av stöden inom Kreativa Europa. Inte bara inom Sverige har söktrycket ökat markant, utan även på Europainivå. Det visar på ett stort behov av finansiella medel för kultur- och audiovisuella projekt i Europa, och även intresset för att samarbeta internationellt.

Varje år fattar Europaparlamentet, Europeiska kommissionen och medlemsstaterna beslut om ett nytt arbetsprogram och en årlig budget för Kreativa Europa. Vi berättar mer om nyheter, innehåll och prioriteringar i 2025 års arbetsprogram.

I detta nummer av Kreativa Europa i fokus intervjuar vi även Mathias Holtz från Folkets Hus & Parker i sin nya roll som ordförande för biografnätverket Europa Cinemas, Daniel Wilén från Arctic Game om Kreativa Europa-stöttade dataspelsprojektet *Professionalising European Games Developers*, Birgit Berndt och Minna Lindahl från Norrlandsoperan om samarbetsprojektet *Attitudes – Hip Hop Dance Across Europe* samt Saga Björklund Jönsson om sitt deltagande i mobilitetsprogrammet Culture Moves Europe.

Vi ser fram emot ett innehållsrikt Kreativa Europa-år 2025. Kontakta gärna oss om ni önskar rådgivning gällande era projekt.

Trevlig läsning!

Kreativa Europa Desk Sverige

Elin Rosenström, Ann Traber, Matilda Ekström

Ulrika Nisell, Dominic Chennaya Cecilgård

Kreativa Europa 2025 – det årliga arbetsprogrammet

Varje år beslutas ett arbetsprogram för Kreativa Europa. Programmet beskriver politiska ramar, prioriteringar, specifika insatser och budget för året. Det säkerställer att målen för programmet uppnås på ett effektivt sätt och i linje med de förordningar som fastställts av Europaparlamentet och Europeiska unionens råd.

Arbetsprogrammet för 2025 kommer att fortsätta att främja de bredare målen för Kreativa Europa 2021–2027. Samtidigt införs vissa förändringar och prioriteringar. Det har skapats tydligare krav på att stärka konstnärernas och kultursektorns villkor genom samarbeten samt för vissa stödformer, ett tak för hur många projekt en organisation kan delta i.

Politiska ramar och mål

Kreativa Europa 2025 främjar EU:s långsiktiga politiska mål att stärka det europeiska kultursamarbetet och främja konkurrenskraftiga och hållbara kreativa branscher. I programmet uttrycks konstens och kulturens olika värden genom den så kallade dualprincipen. Den erkänner både konstens egenvärde och konstens samt kulturens potential som en social och ekonomisk katalysator.

Genom en ökad finansiering och nya, riktade åtgärder bidrar Kreativa Europa till att stödja europeisk kulturell mångfald, konstnärlig frihet och innovation samtidigt som konkurrenskraften stärks i hela Europa.

Budget

Kreativa Europa för 2025 har en budget på nära 340 miljoner euro. Detta innebär en viss ökning jämfört med föregående år.

Delprogrammet Kultur

Utöver de europeiska samarbetsprojekten kommer 35 europeiska nätverk, 15 plattformar för nya konstnärer samt fyra paneuropeiska kulturella enheter (orkestrar) som beviljats fyraårigt stöd få fortsatt finansiering. Särskild finansiering kommer som tidigare år finnas för bok- och förlagssektorn, med initiativ för att öka spridningen av europeisk litteratur och inrättandet av European Authors Day samt för musiksektorn inom Music Moves Europe. Dessutom kommer EU:s kulturpriser för litteratur, kulturarv, musik och arkitektur samt och ett nytt pris för judiskt kulturarv att lyfta fram Europas rika samtida kultur och kulturarv. Mobilitetsprogrammet Culture Moves Europe kommer att fortsätta 2025–2027.

Europeiska samarbetsprojekt

De europeiska samarbetsprojekten är en viktig insats för att främja transnationellt samarbete och möjliggöra spridning och synlighet för europeiska verk samt rörlighet för yrkesverksamma inom de kulturella och kreativa branscherna.

För ansökan om samarbetsprojekt 2025 behöver fokus vara något av de två målen: "Transnationellt skapande och cirkulation" eller "Innovation". Större tonvikt kommer att läggas på miljömässig hållbarhet och rättvisa arbetsvillkor för konstnärer och kulturarbetare.

I stället för att behöva välja mellan de två målen ("Transnationellt skapande och transnationell cirkulation" och "Innovation") och sedan även mellan fem prioriterade områden, kommer de



Ukrainska flaggan projicerad över Europabyggnaden, Bryssel. Foto: Europeiska unionen.

sökande 2025 bara att behöva välja ett av dessa två mål, samtidigt som de måste ta hänsyn till de övergripande prioriteringarna miljömässig hållbarhet, inkludering, jämställdhet, digital omvandling och respekt för konstnärernas arbetsvillkor och ersättningar.

Övergripande prioriteringar

Miljömässig hållbarhet

I linje med den europeiska strategin European Green Deal (Den gröna given) förblir miljömässig hållbarhet ett centralt tema inom Kreativa Europa. I ansökan behöver organisationer formulera hur projektet blir så miljömässigt hållbart som möjligt. Projekt ska gärna minska sin miljöpåverkan genom exempelvis implementera principer för cirkulär ekonomi, lösningar med låga koldioxidutsläpp och användning av förnybar energi inom kulturlokaler och produktioner. Strategin understryker EU:s vilja att främja miljöansvariga metoder och arbetssätt inom alla sektorer, inklusive inom de kulturella och kreativa sektorerna.

Digital omvandling

Programmet är också inriktat på digital innovation och syftar till att utrusta kulturaktörer med viktiga färdigheter och tekniker för en digitaliserad sektor. Kreativa Europa kommer att finansiera projekt inom områden som digital innehållsproduktion och digital marknadsföring, i syfte att öka räckvidden och tillgängligheten för europeisk kultur genom digitala verktyg. Dessa initiativ syftar till att öka publikens engagemang och stödja den digitala beredskapen inom hela sektorn.

Inkludering och jämställdhet

Jämställdhet och social inkludering är fortsatt viktiga delar i Kreativa Europa och ansökan behöver inkludera en strategi för inkludering och jämställdhet inom projektet.

Stöd till Ukraina och internationellt samarbete

Programmet fortsätter att stödja Ukraina, särskilt mot bakgrund av de pågående geopolitiska utmaningarna. Full tillgång till delprogrammet MEDIA är klart och nu återstår bara det sista för att kunna signera avtalet. Arbetsprogrammet innehåller också nya initiativ för att stödja

ukrainska kulturorganisationer och stärka banden mellan ukrainska och europeiska kreativa sektorerna.

Det strategiska samarbetet med internationella organisationer som Europarådet och International Center for the Study of the Preservation and the Restauration of Culture Property (ICCROM) kommer att fortsätta, med fokus på områden som bekämpning av olaglig handel med kulturföremål och förstärkning av skyddet för immateriella rättigheter inom de kulturella och kreativa sektorerna.

Översättningar av litterära verk

Utlysningen stöder projekt som fokuserar på översättning, publicering, distribution och marknadsföring av skönlitterära verk, i syfte att öka cirkulation och mångfald av europeiska litterära verk och främja samarbeten mellan olika intressenter inom det litterära området. Stödet betonar främjande av verk på mindre använda språk för att öka deras räckvidd inom och utanför Europa, och därmed nå nya målgrupper. Betydelsen av goda villkor för översättare är viktiga. Stöd kan även ges till projekt som tillhandahåller europeiska eller ukrainska litterära verk till ukrainska flyktingar, inklusive tryckning av ukrainska skönlitterära titlar på andra europeiska språk. Det är dock inte ett krav för ansökan. Ett grundläggande krav är att ett projekt behöver innehålla översättning och marknadsföring av minst fem skönlitterära verk.

Culture Moves Europe

De första resultaten av Culture Moves Europe, Kreativa Europas mobilitetsprogram, visade tydligt dess relevans och behov av ytterligare finansiering, både för individuell mobilitet och residens. Fram till mars 2024 har 2 721 enskilda konstnärer och kulturarbetare från alla länder i Kreativa Europa beviljats stöd. I de två första ansökningsomgångarna för residensvärdar valde programmet ut 201 organisationer som tillsammans planerar att vara värd för 751 konstnärer och kulturarbetare. Mobilitetsprogrammet kommer därför att fortsätta under perioden 2025–2027.

Delprogrammet MEDIA

Under 2023 publicerades den första Media Industry Outlook – en studie om trender inom audiovisuella medier, dataspel, XR och nyhetsmedier. Studien som genomfördes på uppdrag av Europeiska kommissionen fann att den europeiska medieindustrin genomgår en djupgående omvandling och står inför stora tekniska förändringar, ökad konkurrens och nya konsumtionsmönster. Nya aktörer och marknader växer, medan intäkterna för traditionella segment är under press. Det konstaterades också att den europeiska industrin präglas av små och medelstora bolag, medan de två största bolagen kommer från USA. I rapporten betonas de gemensamma utmaningarna inom mediesektorn, publikens flytt till nätet, överflöd av innehåll och hur en kombination av kreativa och tekniska färdigheter driver fram innovationer som spel, VR och virtuella världar.

Resultaten av Outlook utgjorde grund för Kommissionen att inleda en audiovisuell dialog med industrin om de viktigaste prioriteringarna för utnyttjande av immateriella rättigheter, ökade investeringar och stärkt innovation. Dialogen syftar till att utveckla en politisk vision på medellång sikt, men under tiden bidrar MEDIA-delprogrammet redan till att ta itu med dessa prioriteringar i arbetsprogrammet för 2025.

Delprogrammet MEDIA kommer också att stärka den kulturella och kreativa dimensionen av den europeiska dataspelsindustrin, med en påminnelse om sektorns stora potential för tillväxt och sektorsövergripande innovation och en europeisk strategi för dataspelsutveckling är planerad.

I sin resolution från december 2023 om genomförandet av 2018 års geoblockeringsförordning varnade Europaparlamentet för att inkludera audiovisuellt innehåll i geoblockeringsförordningens tillämpningsområde och uppmanade Kommissionen att överväga att gradvis minska

omotiverade hinder för konsumenternas gränsöverskridande tillgång till audiovisuellt innehåll, med beaktande av effekterna på den övergripande dynamiken i sektorn. Som svar på detta kommer Kommissionen att samla in ytterligare bevis på konsumenternas efterfrågan och på effekterna av en gradvis strategi som möjliggör gränsöverskridande tillgång till audiovisuellt-innehåll. Outlook-studiens analys av konsumtion online visade att icke-nationella europeiska audiovisuella verk utgjorde 14 procent av katalogutbudet, men bara 8 procent av visningstiden (konsumtionen). Detta tyder på att det finns ett behov av att ytterligare förbättra innehållets upptäckbarhet, marknadsföring och synlighet.

MEDIA-delprogrammet stöder redan spridningen av prisbelönta filmer genom stödet "Films in the Move" och undertextning/dubbing stöds också. Kommissionen kommer dock att diskutera marknadsdrivna lösningar med branschens intressenter för att öka tillgången till undertexter genom ytterligare stöd. Kommissionen följer också noga resultaten av de ansökningsomgångar som hittills har inletts, för att vid behov anpassa stödet med hänsyn till utvecklingen av marknaden och affärsmetoderna. Detta gäller i synnerhet följande:

- *Förbättra det europeiska mervärdet av delprogrammet MEDIA genom att främja samarbete och vårda talanger* oavsett var de befinner sig. Under de senaste åren har de åtgärder för likabehandling ("Level playing field") haft en positiv inverkan när det gäller att bredda ländernas deltagande i MEDIA och därmed säkerställa en större geografisk mångfald.
- *Främja samarbete över gränserna genom att stärka det transnationella samarbetet*, där stödet från nationella stödprogram är begränsat. Exempelvis finansierade distributionsstödet paneuropeiska distributionsstrategier för över 30 utvalda filmer till mer än 15 territorier vardera.
- *Tillgång till kapital och skapande av hävstångseffekter*. Instiftandet av MedialInvest där MEDIA och InvestEU kombineras i syfte att mobilisera resurser från privata investerare. MedialInvest är en plattform för investeringar som åtgärdar viktiga luckor i finansieringen genom att kanalisera eget kapital till sektorn. Detta stärker i sin tur bolagens finansiella grund och möjliggör ett bättre utnyttjande av immateriella rättigheter. Första avtalet med MedialInvest signerades i september och fler är på gång.

Sektorsövergripande delområdet: Mediefrihet, pluralism och digitala initiativ

Stöd finns 2025 för internationella samarbeten inom medie- och informationskunnighet, övervakning av pluralism inom medier i Europa samt Rapid Response Mechanism för att motverka hot mot mediefriheten. Dessa initiativ ska skydda ett mångsidigt och oberoende medielandskap i ett föränderligt globalt sammanhang. Stöd finns även till partnerskap inom journalistik (fokus på nyhetsmedier), som främjar systematiska samarbeten mellan medieorganisationer. Projekten fokuserar på att förbättra nyhetsproduktion, genomslag och intäktsgenerering, särskilt inom områden som är avgörande för demokratin, som lokal och undersökande journalistik. Det nya EU-initiativet European Board for Media Services kommer att finansieras för att övervaka och stödja mediepluralism och mediefrihet i hela EU, samtidigt som medie- och informationskunnighet för att hjälpa medieanvändare att effektivt engagera sig i olika mediekällor och format.

Utlysningen Innovation Lab möjliggör initiativ med fokus på den digitala övergången inom de kulturella och kreativa sektorerna. Den uppmuntrar till samarbete mellan audiovisuella, kulturella och kreativa branscher samt teknik för att skapa innovativa, digitala lösningar. Utlysningen för 2025 kommer att fokusera på att utnyttja virtuella världar, förbättra rättighetshantering och monetarisering samt integrera principer för grönare och cirkulär ekonomi i linje med New European Bauhaus. ■

KÄLLA: <https://culture.ec.europa.eu/document/2025-creative-europe-annual-work-programme>



Mathias Holtz. Foto: Folkets Hus och Parker.

Europa Cinemas

– Ett europeiskt och globalt nätverk med svensk ordförande

Europa Cinemas är sedan det inrättades av Europeiska kommissionen (Kreativa Europa MEDIA) och av franska motsvarigheten till Filminstitutet, CNC (The French National Centre of Cinema, Frankrike) det första nätverket av biografer som fokuserar på europeisk film. Det skapades 1992 på initiativ av en grupp bestående av trettio biografer och har på 30 år blivit ett nätverk med 1 263 biografer och 3 121 biodukar i 39 länder.

Organisationens främsta mål är att ge operativt och ekonomiskt stöd till biografer som åtar sig att visa en betydande del icke-nationella europeiska filmer och att inrätta verksamhet för en ung publik.

Mathias Holtz som till vardags jobbar som biografkonsulent på riksorganisationen Folkets Hus och Parker, valdes i maj 2024 till ordförande av nätverket Europa Cinemas. Han engagerade sig i nätverket för mer än 20 år sedan och var vicepresident innan han nu klev upp på högsta posten i organisationen. Vi på Kreativa Europa Desk Sverige är stolta över att ha en svensk ordförande för en så viktig och anrik organisation och passade på att ställa honom några frågor.

Kan du berätta om dig själv och din yrkesbakgrund?

Jag har studerat kulturvetenskap och drama teater film i Lund och även film på folkhögskola. Jag började i distributions- och biografbranschen 2002 med en praktikplats och senare anställning på Triangelfilm i Malmö. Sedan 2005 har jag jobbat på Folkets Hus och Parker.

Till vardags jobbar du som biografkonsulent på riksorganisationen Folkets Hus och Parker, kan du berätta mer om organisationen och din roll?

Jag har snart varit 20 år på Folkets Hus och Parker och gjort många olika saker relaterat till bio, men alltid med filmsättning och programläggning för biograf som grund. Folkets Hus och Parker är en medlemsorganisation med 160 biografer knutna till filmsättningen. Jag och mina kollegor hjälper biograferna med allt från filmbokning och program, till utbildning, verksamhetsutveckling och kontakt med bransch och myndigheter. Vi är helt enkelt medlemsbiografernas professionella stöd i filmsverige.

Kan du berätta om din relation till Europa Cinemas? När och varför valde du att engagera dig i organisationen? Vad betyder den för dig? Hur har din väg framåt i organisationen sett ut?

När Folkets Hus och Parker tog över Biografen Spegeln i Malmö och senare Rio i Stockholm, Roy i Göteborg och Röda Kvarn i Helsingborg, fick jag uppdraget att programsätta och utveckla biograferna. Jag var ganska oerfaren och märkte snart att det inte fanns någon vidare branschgemenskap. Det var få som jobbade med den typen av biografer och de som fanns såg oss som konkurrenter och höll tyst om vad de visste. Jag vände mig därför mot utlandet och Europa Cinemas och började delta i deras konferenser och utbildningar.

Genom Europa Cinemas har jag byggt upp ett stort internationellt nätverk av skickliga och generösa personer som ligger i framkant inom biografdrift, program- och publikarbete och innovation. Först reste jag som deltagare, men jag blev snart anlitad som kursledare, arrangör och rådgivare i olika sammanhang. Detta ledde sedan till att jag blev invald i styrelsen och blev i maj 2024 vald till president efter att ha varit med och förändrat och moderniserat organisationen under flera år tillsammans med ledningen och den före presidenten.

Vad är enligt dig det bästa och viktigaste med Europa Cinemas?

Med 1263 biografer i 39 länder är Europa Cinemas en unik organisation och ett enormt rikt nätverk av professionella biografmänniskor från hela Europa. Med det ekonomiska stöd som varje år betalas till biograferna lägger organisationen grunden för att arthousebiografer lever vidare och visar europeisk film. Men utöver det ekonomiska stödet är det samarbete och innovation som får Europa Cinemas att fortsätta vara relevant för så många. Man kommer för pengarna, men stannar för nätverket!

Det har varit och fortsätter vara en tuff tid för biografer, vilka är de största hoten och möjligheterna framåt, enligt dig?

Biografen befinner sig i en tid där publiken ställer mycket stora krav på både innehåll, salong och upplevelse. Det duger inte med att "bara" visa film utan biograferna måste arbeta hårt för att skapa en dialog med publiken och paketera sina visningar och sitt program. Det ställer mycket höga krav på programsättning, publikarbete, marknadsföring och teknisk upprustning. Men för den som klarar att göra detta är det en väldigt bra tid för att bygga starka och långvariga relationer med publikgrupper i alla åldrar. Vi ser också att arthouse, landsorts- och kvartersbiograferna återhämtar sig bättre än multiplexbiograferna. Det stärker mig i övertygelsen att det lokala och personliga är premium för människor idag. Det gör mig hoppfull inför biografens framtid.

Vad kommer du fokusera på under ditt ordförandeskap, vilken blir din viktigaste uppgift framåt?

Europa Cinemas grundidé är att genom att ge stöd till biografer som visar europeisk film, så stöttas hela branschen. Från produktion till distribution till visning. Eftersom finansieringen till största delen kommer från offentliga EU-medel är det viktigt att organisationen finns representerad i hela EU, inte bara i västeuropeiska storstäder. Därför är jag glad att Europa Cinemas i år arrangerar sin stora konferens i Vilnius i Litauen. En mycket lämplig plats för fria kulturutövare från hela Europa att samlas på och diskutera biografens framtid.

Att finnas i hela Europa är inte bara fördelningspolitiskt viktigt, utan även en demokratifråga. I EU-kommissionen talas det idag om "cinema deserts" – områden där det saknas biografer. I dessa områden röstar människor i större utsträckning på främlingsfientliga, antidemokratiska partier. Det finns alltså en tydlig koppling mellan kultur och demokrati. Jag vill därför verka för att organisationen ska vara närvarande även i dessa områden.

Ge oss ett bra biominne från 2024!

Åh det finns många! Blev helt knockad av Magnus Von Horns Flickan med nålen i Cannes, men har också suttit i fullsatta salonger och sett tre så olika filmer som Passage, Den sista resan och Det omätbara och kan konstatera att svensk film trots att många vill hävda motsatsen verkligen kan trollbinda publiken och skapa fantastiska kollektiva upplevelser. ■

Stort språng framåt genom internationell samverkan

Vi på Kreativa Europa Desk Sverige – Kultur träffade danschefen Birgit Berndt och dansproducenten Minna Lindahl från Norrlandsoperan. Norrlandsoperan har under de senaste åren varit med som partners i flera Kreativa Europa-projekt. Sedan hösten 2023 är de projektledande organisation för samarbetsprojektet *Attitudes – Hip hop dance across Europe*.

Vad betyder det för Norrlandsoperan att samarbeta internationellt?

För oss innebär samarbetsprojekten möjligheten att jobba långsiktigt och fördjupat med specifika frågor. Vi jobbar internationellt även utanför Kreativa Europa men då är det oftast i kortare projekt. EU-projekten innebär att vi kan jobba mer hållbart och lägga tid på att förstärka våra kontakter och ha utbyten mellan konstnärer och arrangörer och experter inom fältet. Det blir en kompetensutveckling där vi kan analysera vår värdegrund och fördjupa oss i frågor som turnéläggning, produktion och hur kan vi förbättra förutsättningarna för de fria utövarna.

Att delta i projekt innebär att vi utvidgar vårt befintliga nätverk. Vi märker att det blir lättare att nå varandra och utbyta kunskap, även för projekt som ligger utanför EU-samarbetet. Det är en vinst att kunna sträcka ut handen och ställa frågor i det dagliga arbetet.

Hur har ni kommit i kontakt med era europeiska partners?

I alla projekt som vi ingår i så är det olika partners med olika inriktning och nätverk. I vårt fall har det varje gång börjat utifrån en befintlig kontakt som velat samarbeta. I vissa fall har vi samarbetat tidigare och i andra fall har det funnits ett gemensamt intresse att vidga kompetensen inom ett visst område. Även nätverk som Perform Europe och Aerowaves har inneburit att vi har fått kontakt med partners.

Som mellanstor organisation är tid och resurser begränsat, det gäller att hitta och samarbeta med välfungerade organisationer – det i sin tur kvalitetssäkrar samarbetet.

För projektet *People Power Partnership*, som är inne på sitt fjärde och sista år, blev vi kontaktade på rekommendation av en tidigare samarbetspartner som upplevt att vi var bra på internationellt samarbete.

Hur utvecklades idén till projektet *Attitudes*?

Vi har haft informella utbyten och kontakt med våra fem samarbetspartners i nästan fem år. Vi har gemensamt haft viljan att göra något för fältet och formalisera samarbetet. Pandemin innebar ett uppehåll i planeringen, men därefter tog vi upp samtalet vilket utmynnades i projektet *Attitudes*.

Med projektet vill vi synliggöra streetdans inom den samtida dansen, stärka fältet, och ge chansen till nyetablerade dansare och koreografer att testa vingarna. Vi vill vara en språngbräda.

En väldigt spännande del i samarbetet är att organisationerna som deltar är väldigt olika. Vi har olika strukturer och resurser. Redan från ansökningsfasen har det varit en viktig del för projektet och en viktig kompetensutveckling för oss organisationer som deltar. Några är djupt rotade och renodlade mot streetdans, medan andra – som vi – jobbar med scenkonst på ett bredare plan. Vi lär oss av varandra och vi på Norrlandsoperan får otroligt mycket input som innebär enorma språng framåt.





Face t(w)o – People Power Partnership, bild från föreställning under Up North 2023. Foto: Jennifer Rohrbacher.

Som större organisation är det också viktigt att vi kan stötta de mindre. Att Norrlandsoperan blev projektledande organisation var ett pragmatiskt beslut där vi gemensamt såg att Norrlandsoperan har resurserna för att axla den rollen. För vår del innebär det två hattar där vi tittar på helheten men också på perspektivet som partner.

Hur är samarbetet strukturerat?

Projektet är indelat i arbetsgrupper som har egna möten, vi har också referenspersoner kopplade till oss som kommer lokalt från stredansfältet – de hjälper oss att ha örat mot marken och förstå danskonstnärernas behov. Referenspersonerna är själva utövare och i högsta grad involverade i projektet. Det är oerhört värdefullt att få ekonomiska resurser för att fördjupa kunnskapen om danskonstnärer och ge dem lön för att bidra och lägga arbetstid på projektet. I *Attitudes* är processen och den lärande delen minst lika viktig som samproduktionerna som skapas inom projektet.

Det är sammanlagt sex produktioner, ett från varje partnerland, som delas upp och sätts samman i två turnéer, något vi kallar för *Triple Bill #1* och *Triple Bill #2*.

Norrlandsoperan har inte ett danskompani utan vi arbetar med fria aktörer. Majeko heter den svenska gruppen som deltar från Sverige. De har känt varandra länge och är ett kollektiv som ser det som en bra chans att utveckla sitt artisteri och knyta nya kontakter. Tillsammans med spanska Iron Skulls och franska duon Kaê Brown Carvalho & Jerson Disonama utgör de *Triple Bill #2*.

Först ut var *Triple Bill #1* som hade turnépremiär i höst. *Triple Bill #1* består av Camilla Siddu (Danmark), Black Pearl de Almeida Lima (Tyskland) och Ibrah Silas Jackson (Nederländerna).

Produktionerna kommer att besöka varje partnerland, utöver hemorten kommer verken visas på fler platser i landet. I samarbete med Dansnät Sverige blir det en Sverigeturné och produktionerna kommer även att visas under Malmö Dance Week som presenterar båda *Triple Bill:s*.

Alla vi partners försöker få så många speltillfällen som möjligt, det innebär också att vi vidgar nätverket för de produktioner som reser runt till platser de tidigare inte har samarbetet med. Vi ser också att dansutövarna blir inbjudna till produktioner utanför Kreativa Europa-projektet. Vi hoppas att projektet ska möjliggöra fler nätverk så att det blir enklare för produktionerna att resa vidare på turné.

Alla medverkande danskonstnärer har träffats i samband med *Up North*, vår battle helg i Umeå. Vi la då till en vecka med residens där parterna, huvudkommunikatören och även arrangörerna kunder vara med. Vanligtvis känner inte aktörerna som turnerar arrangörerna, det kan uppstå praktiska problem och det kan vara svårt att förstå varandra – genom residenset fick alla möjlighet att lära känna varandra och då blir vägarna kortare och förståelsen större. Samtidigt blir det ett mer hållbart nätverkande där de kunde delta i olika aktiviteter och där vi kunde ta vara på allas kunskap och expertis.

Hur förhåller sig projektet till den gröna omställningen?

Att paketera flera produktioner så att de gemensamt går på turné är ett sätt. Vi försöker också lägga till fler aktiviteter som workshops så att det inte endast är föreställningar. Vi har även strategin att undvika att flyga när det är möjligt. Inom samarbetet ses vi främst digitalt, vi har sammanlagt fem fysiska partnersmöten under projektiden som också sker i anslutning till festivaler och andra evenemang.

Vad är ert bästa tips till andra organisationer som vill samarbeta internationellt i ett Kreativa Europa-projekt?

Var väldigt noggrann i partnersvalet, det kan vara givande att inte känna alla men det är viktigt att det finns en trygghet i projektet. Var realistiskt – vilken kapacitet har den egna organisationen och vilka internationella kontakter finns? Alla har olika erfarenheter men en behöver inte vara en stor organisation, det kan också vara bra att komma in som partner och samla in kunskap från andra.

Var pragmatisk och förutsätt inte att projektet kommer beviljas. Det kan vara bättre att utgå från själva samarbetet och försöka se om det finns delar som kan gå att genomföras även om projektet inte får finansiellt stöd. Ha en plan B.

Ibland kan det vara frustrerande att behöva spendera mycket arbetstid på möten innan projektet blir av. Men det är inte bortkastad tid utan det är mycket kompetensutveckling på vägen. ■

Attitudes – Hip hop dance across Europe

PROJEKTPERIOD: 16/10 2023–15/4 2026

BUDGET FÖR HELA PROJEKTET: 1 miljon euro

PROJEKTLEDARE: Norrlandsoperan

SAMARBETSPARTNERS: Centre Choréographique National de Rennes et de Bretagne (Frankrike), Dansekapellet (Danmark), HOP Festival (Spanien), Kampnagel (Tyskland), Summer Dance Forever (Nederländerna)

Triple Bill #1:

Camilla Siddu (Danmark) / Black Pearl de Almeida Lima (Tyskland) / Ibrah Silas Jackson (Nederländerna), **TURNÉPREMIÄR:** 18 oktober 2024, Kampnagel, Hamburg

Triple Bill #2:

Kaê Brown Carvalho & Jerson Disonama (Frankrike) / Majeko (Sverige) / Iron Skulls (Spanien). **TURNÉPREMIÄR:** 10 maj 2025, Norrlandsoperan, Umeå

Arctic Game – från norra Sverige ut i Europa

MEDIA-delprogrammet ska stötta utbildnings- och mentorskapsprogram som ökar kapaciteten hos yrkesverksamma i den audiovisuella branschen och hjälper dem anpassa sig till nya kreativa processer, marknadsutvecklingar och den digitala omvandlingen. Syftet med stödet är att stötta och utveckla talang och färdighet hos yrkesverksamma och hjälpa dem att maximera och ta vara på möjligheter.

År 2022 stöttades ett sådant projekt under arbetsnamnet *Professionalising European Game Developers* där svenska *Skellefteå Science City* ingår som en av tre europeiska organisationer. Vi på Kreativa Europa Desk Sverige intervjuade *Daniel Wilén*, Managing Director på *Arctic Game* som har uppdraget att bygga upp Norr- och Västerbottens spelindustri.



Porträtt Daniel. Foto: Ola Westerberg.

Berätta lite om dig själv och din yrkesbakgrund

Jag har jobbat med Arctic Game sedan 2019 och är ansvarig för att bygga Norr- och Västerbottens spelindustri kan man säga. Vi ska skapa och vidareutveckla det ekosystem som finns för dataspel i regionen. Då menar jag spel som underhållning och inte något annat som casinospel eller liknande. Vi arbetar även med vissa analoga spel, dock är det en liten andel jämfört med de digitala.

Min egen bakgrund är att jag först och främst konsumerat massvis av spel sen barnsben men var även med inom den svenska demoscenen på tidigt 90-tal då jag gjorde musik till demos. Jag visste inte det då, men jag var ju med i embryot till någon slags spelindustriutveckling här i Sverige.

Efter det hamnade jag i andra områden och hade bland annat en egen reklam- och designbyrå. Så jag har alltid jobbat med kreativa team och kreativitet på olika sätt men aldrig med dataspel och inte förstått vidden av industrin förrän det började gro saker här i norra Sverige.

2017 startade jag en egen YouTube-kanal där jag ville utforska spelmediet och fick kontakt med stora influencers som jag bjöd upp till norra Sverige för att visa vad som händer i spelbranschen här. Det ena ledde till det andra och då var det någon som tyckte "ska inte du börja jobba med att driva den här frågan i norra Sverige?". Jag drev egen byrå med partners och delägare och tänkte inte på det då, men senare kom jag fram till att det verkligen var det jag ville göra. Jag avvecklade min byrå och klev in i spelbranschen med uppdraget att bygga norra Västerbottens spelindustri.

Vad är Skellefteå Science City och Arctic Game?

Det är Skellefteå kommuns innovations- och utvecklingsbolag. Bolaget har uppdraget av Umeå, Skellefteå, Luleå och Bodens kommun som gett uppdraget till Arctic Game. Så mitt uppdrag är regionalt, vilket är viktigt för mig att alltid ha med mig. Sen engagerar vi ju oss också i projekt som syftar till att höja kompetensen hos oss själva och vår industri på olika vis och det var så vi först fick upp ögonen för projektet med Spielfabrique.

Kan du berätta lite hur det kom sig att ni blev involverade i projektet med Spielfabrique?

Det landade i vårt knä på ett sätt, efter att vi hade bjudit upp Spielfabrique i ett annat syfte, för att prata policyfrågor på ett av våra event. Då började vi prata gemensamma utmaningar med inkubation och acceleration och det ena ledde till det andra, sen kom det en inbjudan om att kliva in som partner i ett projekt tillsammans med Spielfabrique och Polo Digital i Málaga.

Syftet med projektet var att vidareutveckla deras sedan tidigare existerande acceleratorprogram för indieutvecklare. Det var där det inleddes men Spielfabrique har alltså drivit liknande acceleratorprojekt tidigare på egen hand.

Tanken är också att kommersialisera metoden för att underlätta för studios att hitta oss och den här typen av program. Förhoppningen är också att även om den här typen av initiativ eller projekt inte skulle leva vidare så kan metoderna och lärdomarna som kommit ur det få leva vidare och användas.



Gamescom i Köln.

Vad innebär det att arbeta med en "accelerator"?

Rent konkret försöker vi få in så många ansökningar som möjligt från lovande indieutvecklare i Europa. Det vill säga bolag som jobbar med utveckling men som av olika anledningar inte lyckats skapa tillräcklig lönsamhet och hållbarhet i sin affärsmodell. Tanken är då att vi samlar ihop 100–200 sökanden och tittar på; vilka har potential att faktiskt bygga något hållbart som har ett marknadsvärde men inte haft kapital eller kompetens att ta sig dit på egen hand.

Därefter väljer vi ut de cirka 25 mest lovande bolagen tillsammans med branschexperter, där publishers och investerare ingår i jurygruppen. Vi försöker se på både kulturella och affärsmässiga aspekter när vi tittar på urvalet. De ska kunna göra business, inte bara skapa något kreativt.

Ett typexempel på bolag vi ser är ett som fått olika bidrag eller kulturstöd tidigare och som har tagit dem till en viss nivå, men inte lyckats skapa lönsamhet kring det. Det är där vi och acceleratorn hoppas kunna hjälpa till.

När vi valt ut bolagen så inleder vi acceleratorn med en fysisk kick-off som dels handlar om att bolagen ska träffa varandra, dels att de direkt ska börja övas i att pitcha sin idé och få feedback både från andra studios och branschexperter. De ska så tidigt som möjligt få en "reality check" på vad de arbetar med, vilket ibland kan vara tufft – men det är också är meningen.

De kan till exempel tro att de ska klara av att färdigställa ett projekt på 12 månader, men får höra att det kommer ta 48 månader på det sätt de jobbar och är strukturerade, de behöver scopa och tänka om. Med hjälp av mentorn som de tilldelas och de experter som finns med i systemet får de hjälp att styra rätt. Efter kick-offen fortsätter vi med ett antal webinarier med olika fokus, till exempel community-byggnad som är väldigt viktigt, eller finansiering som också är centralt så klart.



Kickoff 2023 i Malaga.



OUR FANTASTIC JURORS

JEAN

AMANDA

JUSTYNA



CREW

Kickoff med svenska jurymedlemmar.

Acceleratorn avslutas med en fysisk träff under Gamescom i Köln. Alla deltagande studios får möjligheten att förfina sitt pitchande och bygga en bra Gamescom-vecka, där de kan prata med potentiella partners och investerare. Vid det här laget i processen har de förhoppningsvis inte bara en väldigt stark pitch utan också ett mer anpassat projekt som gör att de lättare kommer i mål och skapar långsiktig lönsamhet. Det är grundtanken med hela vårt arbete.

För bolagen tror jag att nätverket de bygger är bland det mest värdefulla, det är vänner för livet de hittar genom det här programmet. Även om de under programperioden inte hittar sin finansiär som de hade hoppats på så tar de fortfarande det nya nätverket med sig och det är den största styrkan.

Nu är vi precis på väg att avsluta årets grupp och ska påbörja planering inför det sista verksamhetsåret för projektet 2025. Alla involverade partners hjälper till i ansökningsprocessen för att få in intressanta och starka ansökningar, men det är Spielfabrique som håller i systemet och administrationen.

Får bolag som ingår något ekonomiskt stöd och ställer ni krav på tidigare erfarenhet eller storlek på bolag?

Nej, de får inget ekonomiskt stöd för att delta och att det krävs en insats från bolagen som ingår är bra. Om man inte kan ta sig tid eller lägga pengar på att utveckla sitt bolag, då är man inget bolag utan något slags hobbyprojekt.

Det finns heller inga reella begränsningar på storlek utan vi pratar om indiebolag. Och det innebär ju att de inte har en tung publisher i ryggen eller koppling till något stort och finanstungt namn i branschen. Det är bolag som står på egna ben och kan bestämma själva vad de utvecklar.

Men det blir ändå en naturlig sällning på något sätt eftersom det vi erbjuder är branschexperter och mentorer. Redan etablerade bolag har inte samma nytta av det, utan de som har nytta av det är bolag som inte tagit sig dit ännu. Alltså bolag som inte släppt tillräckligt många spel, hunnit lära sig branschen eller haft möjligheten att bygga tillräckligt bra och starka nätverk ännu.

Gällande tidigare erfarenhet ska de ha släppt minst ett men helst två spel innan. Det innebär inte att vi diskar de som inte gjort det. Det kan ju vara en ny studio, men att det finns personer inom bolaget som har lång erfarenhet av att släppa spel. Då kan vi släppa bolaget genom nålsögat ändå. Men det vi kommunicerar är att studion ska ha erfarenhet av att släppa spel.

Vad tycker du om projektet så här långt, hur har samarbetet fungerat?

Samarbetet fungerar jättebra och projektet känns definitivt lyckat eftersom vi har nöjda deltagare. Sen har vi ett fantastiskt fint arbete med kvalitetsuppföljning av det vi gör, in i minsta detalj. Där är Spielfabrique väldigt duktiga och väldigt transparenta med hur de jobbar. Det har lett till att vi succesivt kunnat förbättra processen ganska mycket. Både tack vare inspel vi fått av studios och av seniora experter. På så sätt har vi försökt förbättra och effektivisera processen så långt det är möjligt.

Utifrån det är jag jättenöjd, sen hade jag hoppats på att vi skulle få in fler svenska studios in i acceleratoren. Så har det inte blivit, men det är heller inte målet. Men det har ändå gett en del andra positiva effekter som att vi genom det här projektet träffat experter som sen har investerat i regionala bolag häruppe. Och det talar ju för hur viktigt det är med nationell och europeisk samverkan och vad det har för betydelse.

Men några svenska bolag har faktiskt varit med, jag tror det är tre i acceleratoren totalt och runt ett femtontal som ansökt. Det är väldigt hård konkurrens om platserna och den har bara blivit hårdare, vilket också är roligt för det betyder ju att programmet fått fäste och ryktet spridits.

Kan du ge några lyckade exempel eller något som känns spännande som kommit ut från projektet?

När vi har jobbat med det här projektet har vi lärt oss att en specifik typ av mentorsstöd fungerar bra som bygger på en process med ett antal "gates" – där en gate är en typ av milstolpe som bolaget måste nå. Då kan vi coacha bolagen mellan milstolparna och plocka in experter bara när de behövs. Så det blir ett kostnadseffektivt sätt att jobba med kvalificerad kompetens. Den modellen ska vi nu testa regionalt för att för-trycka ett slags inkubatorprov här uppe. Som det är nu har vi ingen spelinkubator här i norra Sverige vilket är ett stort problem. De lärdomar vi dragit från EU-projektet ska vi nu implementera i ett regionalfondsprojekt, vilket känns spännande och som ett konkret framgångsexempel från samarbetet.

Vad har finansieringen från Kreativa Europa MEDIA inneburit för projektet?

Det här projektet hade aldrig blivit av med vår inblandning om det inte hade varit för Kreativa Europa. Det hade varit helt omöjligt. Eller omöjligt – men det hade aldrig gjorts eller tänkts tanken – och vi hade definitivt inte hittat finansiering för det. Så det har varit helt avgörande. Det här är också något vi vill forska vidare i. För det är otroligt dyrt att driva regionalfondsprojekt. Det är 40 procent av finansieringen du kan få och 60 procent som du själv står för. Det här är lite otydligt om en inte tidigare har kunskapen kring hur olika projekt fungerar. Det är heller inte så att de projekten är fria från snårig administration. Det är lätt att administrera bort en massa

pengar där. Där tycker jag att Kreativa Europa känns smidigare, administrationen har varit enklare för oss stödmottagare.

Skulle du rekommendera andra organisationer att ingå i den här typen av projekt och samarbeten?

Absolut, och jag skulle vilja hitta möjligheter att skapa ytterligare synergier mellan exempelvis inkubationsidéer hos oss, med regional och privat finansiering och projektfinansiering från Kreativa Europa. På så sätt skulle vi kunna växla upp de investeringar som sker här. Det skulle också göra det enklare att konkurrera på samma villkor som stora delar av övriga Europa. Många länder i Europa har statliga stöd och bidrag för spelindustrin, det skapar osund konkurrens och är frustrerande för oss svenskar som inte har det.

Om vi till exempel tittar på vår accelerator, där har vi folk med längre erfarenhet som med egna resurser och tack vare att de ätit nudlar i tre år lyckats komma upp till en viss nivå. Det kan jämföras med en studio i Danmark eller Tyskland, som kanske kan mycket mindre om spel och branschen, men fått miljoner i kulturstöd för att utforska spel kring något narrativ. Om man skulle titta på det affärsmässigt så är det ingen som skulle satsa på det danska eller tyska projektet, om de bara tittade på spelidén. Eftersom de har den typen av stödsystem så finns det så mycket mer pengar i de projekten. Det tycker jag blir lite besvärande, vi måste vässa oss här i Sverige och få fram mer kulturstöd så att våra studios också får chansen att utvecklas.

Vad har du för tips för ett lyckat EU-projekt?

Det viktigaste och som inte är specifikt för det här projektet utan är samma för alla projekt, det är att ha en kontinuerlig och transparent dialog med sina projektpartners, det är avgörande. Så länge man är överens om den visionen och de mål man har då går det alltid bra. Ganska mycket kan gå fel, men finns det en samsyn på vad man vill göra, då går allt att lösa. Vi har haft många bekymmer och trösklar som vi har varit tvungna att ta oss över, men vi har aldrig varit ovänner och alltid överens om riktningen med projektet. Det har jag sett i andra projekt där det varit raka motsatsen och man sitter och tjuvar och motarbetar varandra, och försöker muta in så mycket som möjligt av budgeten till exempel.

Vad ser du mest fram emot i slutet av året från spelbranschen?

Vi har ganska nyligen haft pressläpp med studion *Windup Games* i Umeå som presenterade sitt nya spel *Hela*. Det är individer från en annan studio som heter *Coldwood* som nu startat Windup. Coldwood låg bakom den stora succén *Unravel*. De lanserade sitt kommande spel under Gamescom i Köln och det ser *helt* fantastiskt ut. Jag tror att det här teamet återigen kommer göra ett succéspel som tar världen med storm. Det blir också väldigt roligt att se vad det får för efterverkningar på vår region, så det känns jättespännande. ■

Från Göteborg till Dresden och tillbaka

Vi på Kreativa Europa Desk Sverige – Kultur ställde några frågor till Saga Björklund Jönsson. Saga är en av de aktörer som beviljats stöd för resor och utbyte genom Kreativa Europa och Culture Moves Europe. Ett stöd som enligt Saga är nödvändigt för att hon, tillsammans med sin tyska kollega Nicola Bremer, ska kunna driva kompaniet The Mainstream Official.

Berätta om dig, vem är du?

Jag arbetar som showartist, regissör, kompositör och koreograf. Jag är en del av de fria grupperna Bataljonen och The Mainstream Official. Det är också inom dessa grupper jag framför allt verkar och driver olika typer av konstnärliga projekt. Jag arbetar också ibland hos andra frigrupper och på institutionsteatrar såsom GöteborgsOperan, Riksteatern i Sverige och Stadsteatern i Dresden för att nämna några.

Inom Bataljonen driver jag ett återkommande projekt, tillsammans med Hanna Morau, som går ut på att vem som helst får delta på och bakom scenen – *BATALJONEN DROP-IN*. Vi jobbar utifrån devisen att 'hög konstnärlig kvalitet' inte existerar i syfte att vrida samtalet kring kvalitativ scenkonst och på så sätt bryta mark för nya verk att skapas på gamla arenor. Eller tvärtom, öppna upp för nya perspektiv, fler människor, berättelser och andra viktiga komponenter som i dag saknas eller får stå tillbaka till förmån för idén om hög konstnärlig kvalitet.

The Mainstream Official är ett kompani som arbetar med musikal, performance, text och musik. Det var för att arbeta med en ny föreställning med The Mainstream Official som jag fick mobilitetstödet Culture Moves Europe.

Vilken typ av resa sökte du för?

Jag bor i Göteborg medan dramatikern, regissören, scenografen och videokonstnären Nicola Bremer, som tillsammans med mig skulle skapa föreställningen, bor i Tyskland. Jag fick stöd för att resa till Dresden i Tyskland och arbeta fram föreställningen *Deep Fried State* som senare hade premiär på Atalante i Göteborg.

Deep Fried State är en surrealistisk utforskning av kraften i sociala mediers inflytande, gränsen mellan autenticitet och bedrägeri i vår hyper-uppkopplade värld, och politisk transformation. Föreställningen, som jag framför, är en blandning av klubbkonsert, stand-up comedy, teater, video-installation och filosofisk debatt. Jag har också skrivit musiken som spelas.

Hur fick du reda på möjligheten att söka stöd inom Kreativa Europa och Culture Moves Europe?

Jag klickade mig runt på olika hemsidor för att se vilka stöd vi skulle kunna söka och råkade av en slump hitta denna utlysning som verkade passa oss. Vi sökte massor av stöd och fick många avslag och några bifall. Under resan till Dresden hittade vi på och byggde scenografin under ledning av Steffi Rehberg. Vi arbetade med text, musik, koncept och video och fick alla spridda zoom-idéer på plats när vi kunde vara i samma fysiska rum. Som vanligt hände mycket i pauserna mellan våra arbetspass.

Har du något tips till andra som vill söka?

Mina bästa tips till sökare är att söka många olika bidrag och inte lägga hela sin själ i någon. Räkna med flera avslag innan bifall. Jag brukar också se ansökningsprocessen som ett sätt att lära känna och utveckla projektets struktur, för det brukar ansökningarna tvinga mig till. Då känns det som att oavsett om jag får stödet eller inte så har jag arbetat med min idé och gjort den tydligare och bättre. ■



Om Kreativa Europa

Kreativa Europa är Europeiska kommissionens program för stöd till de kulturella och kreativa sektorerna. Programmet pågår 2021–2027 och ger europeiska aktörer inom tv, film, dataspel, konst och kultur möjligheter att samarbeta internationellt och nå ut till en internationell publik. Kreativa Europa är uppdelat i de två delprogrammen Kultur och MEDIA samt ett sektorsövergripande programområde. Kreativa Europa Desk Sverige informerar om programmet och ger stöd och rådgivning vid ansökan. Kulturrådet och Svenska Filminstitutet delar på uppdraget – Kulturrådet ansvarar för delprogrammet Kultur och Filminstitutet för delprogrammet MEDIA. Båda ger rådgivning om det sektorsövergripande området.

Behöver du råd? Vill du veta vilka möjligheter du har till stöd, få veta vad Kreativa Europa kan erbjuda dig, eller få hjälp i ansökningsarbetet? Boka gärna ett möte med oss!

Kreativa Europa Desk Kultur

Matilda Ekström, 08 519 264 93, matilda.ekstrom@kulturradet.se
Elin Rosenström, 08 519 265 15, elin.rosenstrom@kulturradet.se
Ann Traber, 08 519 264 04, ann.traber@kulturradet.se

Postadress: Kulturrådet, Box 27215, 102 53 Stockholm

Kreativa Europa Desk MEDIA

Dominic Chennaya Cecilgård, 08 665 12 07, dominic.chennaya@filminstitutet.se
Ulrika Nisell, 08 665 12 05, ulrika.nisell@filminstitutet.se

Postadress: Svenska Filminstitutet, Box 27126, 102 52 Stockholm

Följ våra löpande nyheter

Prenumerera på nyhetsbrev via våra webbplatser www.kreativaeuropa.eu
Följ oss på Facebook www.facebook.com/deskultur | www.facebook.com/kreativaeuropa
Följ oss på LinkedIn linkedin.com/company/creative-europe-desk-sweden/

KULTURRÅDET



Medfinansieras av
Europeiska unionen