Brussels Studies

La revue scientifique électronique pour les recherches
sur Bruxelles / Het elektronisch wetenschappelijk
tijdschrift voor onderzoek over Brussel / The e-journal
for academic research on Brussels

Collection générale | 2018

De Culturele en creatieve economie in het Brussels Hoofdstedelijk Gewest

L'économie culturelle et créative dans la Région de Bruxelles-Capitale

The cultural and creative economy in Brussels-Capital Region

Caterina Mauri, Jef Vlegels et Walter Ysebaert

Traducteur : Thijs Vissia

Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/brussels/1743>

DOI : 10.4000/brussels.1743

ISSN : 2031-0293

Éditeur

Université Saint-Louis Bruxelles

Référence électronique

Caterina Mauri, Jef Vlegels en Walter Ysebaert, « De Culturele en creatieve economie in het Brussels Hoofdstedelijk Gewest », *Brussels Studies* [Online], Algemene collectie, nr 126, Online op 10 septembre 2018, geraadpleegd op 19 février 2020. URL : <http://journals.openedition.org/brussels/1743> ; DOI : 10.4000/brussels.1743

Ce document a été généré automatiquement le 19 février 2020.

Licence CC BY

De Culturele en creatieve economie in het Brussels Hoofdstedelijk Gewest

L'économie culturelle et créative dans la Région de Bruxelles-Capitale

The cultural and creative economy in Brussels-Capital Region

Caterina Mauri, Jef Vlegels et Walter Ysebaert

Traduction : Thijs Vissia

NOTE DE L'AUTEUR

Dit artikel maakt deel uit van een groter onderzoeksproject dat geleid heeft tot de publicatie van een verslag, dat online beschikbaar is¹.

Inleiding

- ¹ De culturele en creatieve (CC) economie trekt in toenemende mate de aandacht van beleidsmakers op Europees, nationaal, regionaal en lokaal niveau. De Mededeling van de Europese Commissie uit 2012 over de steun aan culturele en creatieve sectoren ten behoeve van groei en banen in de EU [Europese Commissie, 2012] vestigde de aandacht van beleidsmakers op het belang van de CC-economie op alle bestuursniveaus. Op het bestuursniveau van het Brussels Hoofdstedelijk Gewest werd het “*Gewestelijk Plan voor Duurzame Ontwikkeling*” (GPDO) opgesteld, waarin maatregelen worden voorgesteld om de uitdagingen in het cultuuraanbod het hoofd te bieden, en waarin de bevoorrechte toegang tot culturele infrastructuur van lokaal, regionaal en internationaal belang wordt gedefinieerd als een belangrijke factor in de aantrekkelijkheid van wonen en leven in het gewest [Kabinet van de Minister-President van het Brussels Hoofdstedelijk Gewest, 2016].

- 2 Hoewel in een aanzienlijke hoeveelheid literatuur wordt aangenomen dat een bloeiende CC-economie een positief effect heeft op de levenskwaliteit, sociale inclusie en sociale cohesie [zie bv. Richards, 2011], zijn deze effecten moeilijk te kwantificeren. In plaats daarvan hebben veel studies zich daarom gericht op het meten van de omvang en structuur van de culturele en creatieve industrie, en op het documenteren van de evolutie ervan in de loop der tijd. Dit soort “in kaart brengend onderzoek” [Nesta, 2016] wil een overzicht geven van de nationale of regionale creatieve capaciteit en daarmee een basis bieden voor beleidsdiscussies. Dergelijke studies zijn lovend over het innoverende vermogen van de CC-economie [Lee en Rodríguez-Pose, 2013] en noemen die een van de meest dynamische sectoren van Europa [EY, 2014]. Aan de andere kant zijn er enkele studies die een neerwaartse economische ontwikkeling van de CC-economie optekenen [TERA Consultants, 2014, Eurostat, 2016]. Volgens Eurostat [2016] is zowel de toegevoegde waarde als de omzet gegenereerd door culturele ondernemingen op EU-niveau gedaald: in de meeste EU-lidstaten waren de prestaties van de culturele sector in 2013 nog altijd niet teruggekeerd naar het niveau van 2008.
- 3 In eerdere studies over de creatieve economie van Vlaanderen [Schrauwen *et al.*, 2014, Guiette *et al.*, 2015] en die van Wallonië [Idea Consult, 2014 en met name Lazzaro en Lowies, 2014] is in meer of mindere mate ook Brussel besproken, maar die studies waren niet specifiek gericht op het beschrijven van de situatie in het hoofdstedelijk gewest. Zo berekenen Guiette *et al.* [2015] en Schrauwen *et al.* [2014] bijvoorbeeld hun statistieken voor het aantal werknemers in de creatieve industrieën in het Vlaamse Gewest door 50% van de werknemers in het Brussels Hoofdstedelijk Gewest op te tellen bij die in Vlaanderen. Op zijn zachtst gezegd is dat een zeer ruwe schatting.
- 4 Het hier gepresenteerde onderzoek wil niet alleen licht werpen op de CC-economie in Brussel en de ontwikkeling ervan door de jaren heen, maar ook op de sectoren waaruit ze is samengesteld en de kenmerken van de beroepsbevolking. Voor zover we weten is dit het eerste onderzoek waarin geaggregeerde cijfers worden gegeven voor de hele culturele en creatieve economie, en waarin bovendien een gedetailleerd beeld wordt geschetst van de subsectorale dynamiek in Brussel. Om tot betrouwbare resultaten te komen, hebben we een aanpak ontwikkeld met een combinatie van verschillende officiële gegevensbronnen, waarbij correcties en verrekeningstechnieken toegepast werden als er gegevens ontbraken of te sterk geaggregeerd waren.
- 5 Dit onderzoek is bedoeld als strategisch hulpmiddel voor lokale en regionale bestuurlijke instellingen om de evolutie van de sector te volgen en beleid te formuleren, en vormt tevens een benchmark voor de culturele en creatieve gemeenschap van Brussel.

1. Definitie van de culturele en creatieve economie

- 6 In de literatuur komen verschillende definities van de CC-economie voor, en tot op heden is er geen enkele definitie die breed geaccepteerd is. Hoewel er aanzienlijke overlap is tussen studies, zijn sommige activiteiten moeilijk in een categorie onder te brengen, en de gemaakte keuzes verschillen dan ook per auteur, en zelfs van land tot land. Zo draait de aanpak van Groot-Brittannië traditioneel vooral rond het concept creativiteit, terwijl de Franse aanpak gericht is op de culturele sector en culturele industrieën [zie bv. KEA European Affairs, 2006]. Een poging om deze verschillen te overstijgen en te komen tot een gestandaardiseerde pan-Europese definitie van de

culturele industrieën werd ondernomen door LEG Culture, een pilootproject dat hiertoe werd opgezet door Eurostat. Dit werk werd later voortgezet door ESSnet-Culture, een Europees cultureel netwerk dat ernaar streeft om gegevensgeneratie te ontwikkelen op basis van een gecoördineerd statistisch systeem.

- 7 De classificatie die in dit onderzoek gehanteerd wordt, is gebaseerd op de 7-cijferige NACE-BEL-nomenclatuur², die begrippen ontleent uit hoog aangeschreven Europese studies [ESSnet-Culture, 012, Mikić, H. en Unesco Institute for Statistics, 2012], om te zorgen voor een zekere mate van vergelijkbaarheid, en daarnaast op een vergelijking van NACE-codes die in de Belgische literatuur gebruikt worden [Guiette *et al.*, 2011; Idea Consult, 2014; Partners in Marketing (PIM), 2009; Loose en Lamberts, 2006; Lazzaro en Lowies, 2014]. Binnen de beschouwde steekproefperiode (2005-2014) werd de NACE-classificatie gewijzigd, namelijk in 2008. Gegevens van voor 2008 werden door Statbel naar de nieuwe classificatie vertaald. Hoewel deze vertaalslag niet volmaakt is, wordt die hier toegepast³. Cijfers van voor 2008 dienen daarom met enig voorbehoud geïnterpreteerd te worden, maar vergelijkingen tussen de andere jaren en regio's zijn zonder meer geldig.
- 8 Om vast te stellen of een onderneming cultureel genoemd kon worden, werd de lijst van 7-cijferige NACE-codes met betrekking tot CC aangevuld met de 4- en 5-cijferige codes die volledig cultureel en creatief zijn, d.w.z. waarvan alle onderliggende 7-cijferige codes uitsluitend creatief en cultureel zijn. Een onderneming werd dan meegeteld als deel uitmakend van de CC-economie als een van de eerste vier door de onderneming zelf aangeleverde primaire codes voorkwam op de uitgebreide lijst van NACE-codes met betrekking tot CC⁴. In onze conservatieve benadering werden 4- of 5-cijferige codes met zowel creatieve als niet-creatieve onderliggende 7-cijferige codes niet meegeteld⁵.
- 9 De hieruit resulterende classificatie omvat 88 codes op het 5-cijferige niveau, die samengevoegd zijn tot 10 culturele en creatieve sectoren – een onderverdeling van de CC-economie die in de literatuur gebruikelijk is –, hoewel de details van studie tot studie kunnen verschillen. Deze sectoren zijn: Podiumkunsten; Bibliotheken, Archieven & Musea (een sector die ook de code voor Erfgoed bevat); Fotografie; Kunst- en Antiekhandel; Audiovisueel; Gedrukte Media; Mode; Reclame; Architectuur en Ontwerp. We tonen de resultaten niet alleen op sectorniveau, want we hebben de culturele en creatieve economie daarnaast ook opgesplitst in vier “cirkels”, zoals hieronder grafisch weergegeven. Figuur 1 biedt een visualisering van het hier gebruikte model van concentrische cirkels, geïnspireerd door Throsby [2008] en aangepast aan de NACE-BEL-classificatie: de CC-economie is opgedeeld in vier “cirkels”, waarbij de middencirkel, *Art Core*, bedoeld is als die met de meeste creatieve en culture inhoud. Deze cirkel bevat bijvoorbeeld de podiumkunsten. Deze creatieve inhoud neemt vervolgens af naarmate men zich begeeft naar de buitenste cirkels, die de meer perifere creatieve activiteiten voorstellen en die hier het etiket *Support* hebben gekregen. Een voorbeeld van *Art Support* is het beheren van kunstfaciliteiten⁶.

Figuur 1. De vier “cirkels” van de CC-economie

BRON: VRIJ NAAR THROSBY [2008]

- 10 Zoals ook in Lazzaro en Lowies [2014] is de waardeketen voor culturele en creatieve goederen beperkt tot het bovenste segment, waarbij de productie van inputs wordt uitgesloten, terwijl we er wel groothandel en detailhandel in hebben opgenomen. We hebben deze keuze gemaakt om de reikwijdte van de analyse te beperken en de consistentie te behouden. Creatie, assemblage en eventuele post-productie, distributie en verkoop zijn voor alle creatieve goederen inbegrepen. Hierbij dient opgemerkt dat de typische waardeketen kort is, aangezien veel culturele of creatieve ondernemingen diensten leveren, en behalve kantoorruimte en arbeid weinig inputs vergen. In gevallen waar de waardeketens wel uitgebreider zijn en door de NACE-classificatie gedekt worden, zoals in de mode, liggen de creatievere aspecten van deze activiteiten dichter bij het centrum in ons concentrische cirkelmodel. Dit maakt enig onderscheid mogelijk tussen de verschillende gehalten aan creatieve inhoud in de verschillende delen van zulke waardeketens.
- 11 Voor het gebruik van classificaties van economische activiteiten gelden enkele beperkingen: de gestandaardiseerde categorieën geven geen volledig genuanceerd beeld van de verschillen tussen activiteiten, waardoor het soms moeilijk is om te weten welke activiteit precies door welke onderneming verricht wordt, vooral waar het gaat om dienstverleners en ondernemingen met meerdere activiteiten. De NACE-classificatie verhuult ook culturele activiteiten die door de publieke sector verricht worden, aangezien er geen specifieke NACE-BEL-code voor deze activiteit bestaat [Martens *et al.*, 2017]. Ook voor de non-profitsector gelden soortgelijke problemen. Desondanks hebben we ervoor gekozen om onze analyse uit te voeren op basis van NACE-codes om onze resultaten te kunnen vergelijken met eerdere studies en om gebruik te kunnen maken van bestaande officiële statistieken.

- 12 We werden met meerdere problemen geconfronteerd door de mate van uitsplitsing van de beschikbare gegevens. De *Kruispuntbank van Ondernemingen* (KBO) levert een dataset die NACE-BEL-codes bevat voor actieve ondernemingen met Belgisch bestuur en lokale vestigingen. Deze dataset is echter gebaseerd op de verklaringen van ondernemingen, en de uiteindelijke dataset bevat per onderneming 4-, 5- en 7-cijferige codes en diverse primaire, secundaire en bijkomende codes. Andere datasets, zoals de set afkomstig van het DGSEI (Directoraat-Generaal voor Statistiek en Economische Informatie) van de FOD Economie over het aantal declaranten voor btw-doeleinden en hun omzet, of nog de dataset afkomstig van de Rijksdienst voor de Sociale Zekerheid over werkgelegenheid, bieden geaggregeerde gegevens op basis van de hoofdactiviteit van de betreffende entiteiten, doorgaans op 4- of 5-cijferig niveau⁷. Anderzijds zijn de gegevens afkomstig van de *Kruispuntbank van de Sociale Zekerheid* (KSZ) om vertrouwelijkheidsredenen slechts verkregen als geaggregeerde groepen bestaand uit codes van 5-cijferig niveau.

2. De totale omvang van de CC-economie

- 13 Om de omvang van de CC-economie in Brussel te meten, steunen we op vier kernaspecten: het aantal ondernemingen, de omzet van deze ondernemingen, hun toegevoegde waarde en de werkgelegenheid. Deze maatstaven vullen elkaar aan en scheppen samen een beeld van de structuur van de CC-economie. Vooral de laatste twee maatstaven zullen van waarde zijn voor beleidsmakers die zich richten op belastinginkomsten en schepping van werkgelegenheid.

2.1. De populatie van btw-declaranten

- 14 Wat het aantal btw-declaranten in 2014 betreft, bestaat de CC-economie in Brussel uit 14 000 culturele of creatieve entiteiten, die bij elkaar 14 % van alle btw-declaranten uitmaken.

Figuur 2. Percentage btw-declaranten per rechtsvorm

BRON: STATBEL

- 15 Figuur 2 toont het percentage btw-declaranten per rechtsvorm. Het percentage natuurlijke personen is hoger in de CC-economie dan bij de niet-CC-entiteiten. Bovendien is het percentage non-profit-entiteiten aanzienlijk hoger in de CC-economie dan in de rest van de economie⁸. Een ander verschil in structuur is te zien in de afzonderlijk geanalyseerde gegevens van de *Kruispuntbank van Ondernemingen*, waaruit blijkt dat ondernemingen in de CC-economie gemiddeld ouder zijn dan de ondernemingen daarbuiten.
- 16 Als we de evolutie van de populatie in de tijd bekijken, is te zien dat het aantal entiteiten geclassificeerd als cultureel en creatief het afgelopen decennium licht gestegen is. Dit is te zien in tabel 1, die ook toont dat deze toename in Brussel erg beperkt is. Maar omdat het aantal entiteiten in de rest van de economie ook, en sneller, gestegen is, is het percentage CC-entiteiten in het Brussels Hoofdstedelijk Gewest relatief afgenomen (figuur 3).

Figuur 3. Btw-declaranten in de CC-categorie als percentage van de btw-declaranten per gewest

BRON: STATBEL

Tabel 1. Btw-declaranten in de CC-categorie in duizenden en (tussen haakjes) percentage btw-declaranten per gewest

	2005		2008		2011		2014		Δ 08-14	
Brussel	11,5	(17,0)	13,5	(16,8)	13,3	(15,7)	13,7	(14,5)	1,4	%
Vlaanderen	38,0	(9,6)	48,8	(10,7)	51,0	(10,5)	53,2	(10,4)	9,2	%
Wallonië	17,3	(9,4)	21,4	(10,2)	21,8	(10,0)	22,1	(9,6)	3,4	%

BRON: STATBEL

- 17 Hierbij dient opgemerkt dat het heel waarschijnlijk is dat entiteiten sterk in omvang verschillen, waarbij de meeste zeer klein zijn en enkele zeer groot, zowel op het vlak van werkgelegenheid als qua toegevoegde waarde. Zoals verderop zal blijken uit de presentatie van het CC-aandeel in de omzet en de toegevoegde waarde, vertegenwoordigt de CC-economie een veel kleiner deel van de economische activiteit dan haar aandeel in de bevolking van btw-declaranten doet vermoeden. Zo maken fysieke personen bijvoorbeeld meer dan twee derde uit van alle btw-declaranten in de activiteit Architectuur, dus gaat het daar om zeer kleine bedrijven.

2.2. Omzet

- 18 Figuur 4 en tabel 2 laten de omzetontwikkeling van de CC-economie zien⁹. In de grafiek worden lijnen getoond voor het aandeel van de culturele en creatieve economie in de totale omzet voor elk van de drie gewesten. In tegenstelling tot haar aandeel in het aantal entiteiten, vertegenwoordigt de CC-sector hier nog geen 4 % van de totale economie in alle gewesten, wat erop wijst dat CC-entiteiten gemiddeld kleiner zijn dan niet-CC-entiteiten.
- 19 Voor Brussel valt er een afname op te tekenen over de getoonde periode. Het aandeel van CC-entiteiten in de totale omzet begint in 2005 net onder de 5 %, en daalt vervolgens tot onder de 4 % in het decennium 2010-2020. De piek in 2009, die dit patroon doorbreekt, is het gevolg van een slabakkende totale omzet dat jaar. In 2014 weken de aandelen voor de drie gewesten niet veel van elkaar af, maar het aandeel van de CC-omzet in het BHG is met de jaren afgenomen (-14,4 % sinds 2008), terwijl het aandeel in Vlaanderen en Wallonië gestegen is.

Tabel 2. CC-omzet in miljarden EUR en (tussen haakjes) percentage van de totale omzet per gewest

	2005		2008		2011		2014		Δ 08-14	
Brussel	10,1	(4,86)	11,7	(4,41)	10,9	(3,78)	10,0	(3,78)	-14,4	%
Vlaanderen	18,0	(4,25)	19,7	(3,90)	20,2	(3,65)	22,3	(3,93)	13,1	%
Wallonië	4,46	(4,33)	4,84	(3,93)	5,37	(4,12)	5,20	(3,83)	7,5	%

BRON: STATBEL

Figuur 4. CC-omzet in percentage van de totale omzet per gewest **BRON: STATBEL**

- 20 Al is de omzet eenvoudig te meten en bruikbaar als de barometer van een sector, toch is het belangrijk daarbij op te merken dat de omzet niet alleen de omvang van een onderneming of sector aangeeft, maar ook de positie daarvan in de waardeketen. Dat komt doordat de waarde van inputs er niet in mindering op gebracht wordt.

2.3. Toegevoegde waarde

- 21 Wellicht de nuttigste maatstaf op het vlak van valuta is de toegevoegde waarde. De optelsom van alle toegevoegde waarde samen vormt het totale BBP van het Brussels Hoofdstedelijk Gewest. Toegevoegde waarde kan ruwweg beschreven worden als de omzet min de niet uit arbeid bestaande inputs, óf als de som van de uitgekeerde lonen en de winst¹⁰. De resultaten zijn te zien in tabel 3, evenals in figuur 5.

Tabel 3. Toegevoegde waarde in de CC-economie in miljarden EUR en (tussen haakjes) percentage van de totale toegevoegde waarde per gewest

	2005		2008		2011		2014		Δ 08-14
Brussel	2,54	(4,79)	2,83	(4,9)	2,65	(4,18)	2,79	(4,26)	-1,5 %
Vlaanderen	4,82	(3,02)	5,70	(3,11)	5,68	(2,9)	6,14	(2,93)	7,6 %
Wallonië	1,67	(2,54)	1,90	(2,51)	1,98	(2,46)	2,05	(2,46)	7,9 %

BRON: REGIONALE REKENINGEN, CC-PERCENTAGES BEREKEND OP BASIS VAN STATBEL – BTW-OMZET

Figuur 5. Toegevoegde waarde in de CC-economie uitgedrukt als percentage van de totale toegevoegde waarde per gewest

Bron: Regionale Rekeningen, CC-percentages berekend op basis van Statbel – btw-omzet

- 22 Er is een interessant verschil waar te nemen tussen het aandeel van de CC-economie in alle toegevoegde waarde en het aandeel ervan in alle omzet, zoals te zien is in figuur 4, dat hetzelfde model volgt. In Brussel is het CC-aandeel in de toegevoegde waarde sterk verwant aan het CC-aandeel in de omzet, terwijl de andere gewesten een veel lager CC-aandeel hebben in de toegevoegde waarde dan het CC-aandeel in de omzet zou suggereren. Met andere woorden, de CC-economie in Brussel brengt veel meer toegevoegde waarde voort per eenheid omzet dan het geval is in Vlaanderen en Wallonië. Dit leert ons dat de culturele en creatieve economie in Brussel hoger op in de waardeketen gesitueerd is dan in de rest van België. Zoals we meer in detail zullen zien in het volgende deel, houdt dit waarschijnlijk verband met creatieve sectoren als Reclame en Audiovisuele Media, die naast arbeid slechts weinig inputs gebruiken. De ondernemingen actief in deze sectoren zijn geconcentreerd in Brussel, omdat grote reclamebureaus en mediaorganisaties (zoals de RTBF) in de stad hun hoofdkantoor hebben.

2.4. Werkgelegenheid

- 23 Ten slotte hebben we de werkgelegenheid onder de loep genomen. Werkgelegenheid wordt hier gedefinieerd als het aantal feitelijke werknemers (en niet als voltijdequivalenten), waaronder zowel directe werknemers als zelfstandigen¹¹ in hun primaire beroepsactiviteit vallen.
- 24 De resulterende percentages van de totale werkgelegenheid zijn opgenomen in tabel 4 en figuur 6. Hoewel er een neerwaartse trend op te tekenen valt voor Brussel, is dit niet het geval voor Vlaanderen en Wallonië. Daar is het CC-aandeel in de werkgelegenheid tijdens de hele periode relatief stabiel gebleven. In Brussel was de CC-economie goed voor ongeveer 4,7 % van de werkgelegenheid in 2014, oftewel zo'n 32 200 personen. Het aandeel van de CC-economie in de werkgelegenheid in Brussel is groter dan in de andere gewesten, maar neemt in sneller tempo af: sinds 2005 is de werkgelegenheid in de CC-sector in Brussel met 12,1 % teruggelopen, in vergelijking met een daling van 3,8 % in Vlaanderen en 2,8 % in Wallonië.

Tabel 4. CC-werkgelegenheid in duizenden en (tussen haakjes) aandeel in de totale werkgelegenheid per gewest

	2008		2011		2014		Δ 08-14
Brussel	36,6	(5,45)	33,3	(4,83)	32,2	(4,66)	-12,1 %
Vlaanderen	104,9	(4,06)	103,5	(3,94)	100,9	(3,81)	-3,8 %
Wallonië	37,0	(3,11)	35,7	(2,93)	36,0	(2,96)	-2,8 %

Bron: Regionale Rekeningen, CC-aandelen berekend op basis van gegevens van de RSZ

Figuur 6. CC-werkgelegenheid als percentage van de totale werkgelegenheid per gewest

BRON: REGIONALE REKENINGEN, CC-AANDELEN BEREKEND OP BASIS VAN GEGEVENS VAN DE RSZ

- 25 Een andere statistische maatstaf voor de werkgelegenheid is het VTE of voltijdequivalent. Deze cijfers zijn bij de Regionale Rekeningen echter niet beschikbaar, en bijgevolg zijn in tabel 5 werknemers opgenomen, die het merendeel van de werkgelegenheid in het BHG uitmaken. Deze gegevens, afkomstig van de RSZ, maken een precieze uitsplitsing mogelijk in verschillende culturele en creatieve sectoren.
- 26 Zoals blijkt uit tabel 5, maakt de CC-economie uitgedrukt in VTE 4,9 % van de economie van het BHG uit, een hoger percentage dan voor het effectieve aantal werknemers (4,7 %). In de andere regio's bestaat dit verschil niet.

Tabel 5. CC-percentage van voltijdequivalenten (VTE) en effectief aantal werknemers (EFF), 2008, 2011, 2014

	2008		2011		2014	
	VTE	EFF	VTE	EFF	VTE	EFF
Brussel	5,7	5,3	5,2	5,1	4,9	4,7
Vlaanderen	3,8	3,9	3,8	3,8	3,6	3,6
Wallonië	2,3	2,3	2,3	2,3	2,3	2,3

BRON: BEREKEND OP BASIS VAN RIJKSDIENST VOOR DE SOCIALE ZEKERHEID – RSZ

3. Subsectoren en activiteiten

- 27 Er zijn twee mogelijkheden om de sectorale onderverdeling van de CC-economie te verkennen, uitgaande van de definities in Deel 1. Ten eerste kunnen we onze CC-entiteiten verdelen over de vier cirkels (*Art Core*, *Creative Core*, *Art Support* en *Creative Support*). Ten tweede kunnen we kijken naar de onderverdeling van de CC-economie in subsectoren.

3.1. De bevolking van btw-declaranten in subsectoren onderverdeeld

Figuur 7. CC-cirkels als percentage van btw-declaranten

BRON: STATBEL

- 28 De ontwikkeling van het aandeel van de entiteiten in iedere cirkel wordt in figuur 7 getoond voor alle drie de Belgische gewesten. Zoals eerder opgemerkt, is het aandeel culturele en creatieve btw-declaranten in Brussel veel groter dan in de andere twee gewesten. In een omgeving waarin het aantal economische entiteiten groeiende was, is de CC-economie in Brussel daarentegen juist achtergebleven. Net als in de andere gewesten is er binnen de CC-economie één trend waarneembaar: *Art Core*-activiteiten zijn een prominenter deel geworden van de CC-economie in Brussel. Tegelijkertijd worden activiteiten die onder *Art Support* en *Creative Support* vallen, nu door een dalend aandeel bedrijven en natuurlijke personen bedreven.

Figuur 8. Uitsplitsing per subsector van de CC-economie in de drie gewesten, percentage van CC-btw-declaranten per subsector

BRON: STATBEL

- 29 Figuur 8 toont de onderverdeling van de CC-economie in de drie gewesten per subsector. Dit geeft een eerste indruk van de relatieve omvang van deze subsectoren, hoewel vermeld moet worden dat er tussen de subsectoren verschillen zijn in de gemiddelde grootte van de entiteiten. Zo zijn de vele architectenbureaus doorgaans klein, en deze groep vormt daarom een kleiner aandeel van de economische activiteit dan door het aantal entiteiten gesuggereerd wordt.
- 30 Ook in deze grafiek zijn verschillen tussen de gewesten te zien. Brussel heeft een groter aandeel entiteiten in Audiovisuele Media en Reclame. Deze verschillen mogen dan marginaal lijken, maar dat komt omdat de belangrijkste verschillen tussen Brussel en de andere gewesten verband houden met twee zaken die hier niet waarneembaar zijn: de samenstelling van activiteiten binnen de groepen, en de omvang van de ondernemingen.

3.2. Omzet in subsectoren

- 31 In figuur 9 wordt de evolutie van de CC-omzet per subsector voor het Brussels Hoofdstedelijk Gewest weergegeven. Omdat deze waarden in nominale valuta worden weergegeven, impliceert het gebrek aan groei sinds 2009 een daling van de omzet in reële termen als gevolg van inflatie. Voordat de financiële crisis uitbrak in 2007 maakte de CC-economie een expansie door, vrijwel volledig gedreven door de modesector – een sector die in de nasleep van de crisis ineenkromp en nog altijd niet hersteld is. Toch is de omzet in de modesector per capita in 2014 in het BHG tweemaal zo hoog als in

Vlaanderen. De rest van de sectorale samenstelling van de omzet is voor de onderzochte periode verder opmerkelijk stabiel.

Figuur 9. Procentuele verdeling van omzet over CC-subsectoren

BRON: REGIONALE REKENINGEN, CC-PERCENTAGES BEREKEND OP BASIS VAN STATBEL – BTW-OMZET

Figuur 10. Procentuele verdeling van omzet per CC-subsector

BRON: REGIONALE REKENINGEN, CC-PERCENTAGES BEREKEND OP BASIS VAN STATBEL – BTW-OMZET

- 32 De samenstelling van de sector in het BHG, zoals afgebeeld in figuur 9 en 10, leert ons dat de modesector in Brussel qua omzet de grootste CC-sector is (34 % van de CC-omzet). Het grootste deel van deze sector behoort tot de buitenste ring in ons model

van concentrische cirkels, *Creative Support*. Dit is omdat er sprake is van een grote hoeveelheid *prêt à porter* modedetailhandel. Na Mode zijn Reclame (23 %) en Audiovisueel (18 %) de grootste.

Figuur 11. Percentage van elke CC-cirkel in de totale omzet

BRON: REGIONALE REKENINGEN, CC-PERCENTAGES BEREKEND OP BASIS VAN STATBEL – BTW-OMZET

- 33 Als we de CC-economie uitsplitsen in cirkels, zien we in figuur 11 dat circa de helft van alle omzet in de Brusselse culturele en creatieve economie toegeschreven kan worden aan artistieke en creatieve kernactiviteiten, een percentage dat hoger ligt dan in de andere gewesten. Een ander opmerkelijk punt komt aan het licht als we deze grafiek vergelijken met figuur 7. Als we naar de omzet kijken, lijkt het verschil tussen Brussel en de andere gewesten te verdampen. Dit betekent dat de gemiddelde CC-onderneming in het BHG een veel kleiner aandeel in de totale omzet heeft dan de gemiddelde CC-onderneming in Vlaanderen of Wallonië.

3.3. Toegevoegde waarde in subsectoren

- 34 In figuur 12 wordt de toegevoegde waarde voor 2014 afgebeeld per culturele en creatieve sector en voor de drie gewesten. In toegevoegde waarde waren de grootste CC-sectoren in 2014 in het BHG Audiovisueel (33 % van alle toegevoegde waarde in de CC-sector), Reclame (17 %) en Podiumkunsten (17 %). Dit staat in schril contrast met de andere gewesten, waar Mode en Gedrukte Media de grootste CC-sectoren waren en samen meer dan 50 % van alle toegevoegde waarde in de CC-sector voor hun rekening namen.

Figuur 12. Percentage van elke subsector in de totale toegevoegde waarde in de CC-sector in 2014, in Brussel, Vlaanderen en Wallonië

BRON: REGIONALE REKENINGEN, CC-PERCENTAGES BEREKEND OP BASIS VAN STATBEL - BTW-OMZET

- 35 Figuur 13 biedt nog een andere manier om dit verschil in sectorale samenstelling van de toegevoegde waarde te bekijken. In deze grafiek wordt de verdeling in concentrische cirkels gebruikt. Een duidelijk patroon wordt zichtbaar: hoewel *Support*-activiteiten, in zowel *Art* als *Creative*, in Vlaanderen en Wallonië de helft van alle toegevoegde waarde bijdroegen (2014, Vlaanderen: 50 %, 2014, Wallonië: 51 %), bestond de culturele en creatieve economie van het BHG grotendeels uit *Art Core*- en *Creative Core*-activiteiten. Die droegen in 2005 ruwweg 60 % van alle toegevoegde waarde bij, en dat aandeel is door de jaren heen licht gestegen (2014: 62 %).

Figuur 13. Percentage van elke CC-cirkel in de totale toegevoegde waarde in 2014, in Brussel, Vlaanderen en Wallonië

BRON: REGIONALE REKENINGEN, CC-PERCENTAGES BEREKEND OP BASIS VAN STATBEL - BTW-OMZET

- 36 De verhouding tussen toegevoegde waarde en omzet is een maatstaf voor de positie van een onderneming binnen de waardeketen. Op sectorniveau betekent een lage verhouding tussen toegevoegde waarde en omzet dat er een waardeketen van aanzienlijke lengte bestaat in de sector, maar dat veel van die omzet gemaakt wordt op

een laag niveau in de waardeketen, dicht bij de consument, maar ver verwijderd van de inputs. Als een sector voornamelijk dienstverlenend is, besteden de ondernemingen daarbinnen doorgaans weinig aan inputs, wat zich vertaalt in een hoog niveau van toegevoegde waarde per eenheid omzet. Deze verhoudingen worden in tabel 6 voor 2014 weergegeven in percentages voor alle CC-sectoren en gewesten.

Tabel 6. Toegevoegde waarde per omzet per CC-sector in 2014, in Brussel, Vlaanderen en Wallonië

	Brussel	Vlaanderen	Wallonië
CC algemeen	27,9	27,5	39,4
Mode	9,4	15,6	23,4
Reclame	20,9	32,8	48,9
Gedrukte Media	26,0	29,0	30,5
Ontwerp	33,0	31,7	46,6
Fotografie	33,1	31,7	46,2
Architectuur	34,4	47,5	43,9
Audiovisueel	53,3	58,7	106,1
Podiumkunsten	102,3	61,3	196,9

BRON: GEGEVENSBRON: REGIONALE REKENINGEN, CC-PERCENTAGES BEREKEND OP BASIS VAN STATBEL - BTW-OMZET

- 37 Een goed voorbeeld van zo'n dienstensector is Architectuur, waar naast kantoorruimte weinig andere inputs vereist zijn. De verhouding voor Architectuur is inderdaad zeer hoog (34,4). De sector met de laagste verhouding is Mode, in het bijzonder in Brussel. Dit is weinig verrassend, aangezien zowel in de detailhandel als in de groothandel intermediaire goederen aangeschaft moeten worden om omzet te kunnen genereren.
- 38 Interessant genoeg bedraagt de verhouding voor Audiovisueel en voor Podiumkunsten in Wallonië meer dan 1/1 (Audiovisueel: 106,1; Podiumkunsten: 196,9) en ook voor Podiumkunsten in Brussel (102,3). Hoewel dit onmogelijk is in een private sector met niet-negatieve winsten, zou dit het gevolg kunnen zijn van een hoog percentage publiek gefinancierde activiteiten in die sectoren.
- 39 Over de verschillen tussen gewesten in tabel 6 kunnen een aantal algemene vaststellingen gedaan worden. Voor de meeste CC-sectoren zijn de verhoudingen in Brussel lager dan in de andere gewesten, wat aangeeft dat die ondernemingen dichter bij de detailhandel aanleunen en dat de waardeketens langer zijn (en dus dat sectoren minder verticaal geïntegreerd zijn). Dit geldt echter niet voor de CC-economie in haar geheel, vanwege de eerder genoemde verschillen in de samenstelling van de CC-economie in de drie gewesten.

3.4. Werkgelegenheid in subsectoren

- 40 De grafiek in figuur 14 is opgebouwd uit gegevens van de Regionale Rekeningen en aandelen van de RSZ en de Arbeidskrachtenenquête. In termen van werkgelegenheid waren in 2014 de grootste CC-sectoren Mode (27 %), Audiovisueel (20 %) en Podiumkunsten (12 %). In de andere gewesten waren de grootste twee CC-sectoren qua werkgelegenheid Mode (Vlaanderen: 41 %; Wallonië: 33 %) en Gedrukte Media (Vlaanderen: 22 %; Wallonië: 20 %). De Brusselse CC-economie onderscheidt zich door zeer hoge werkgelegenheid in de Audiovisuele en Reclame-sectoren, die in de andere twee gewesten allebei veel kleiner zijn.

Figuur 14. Werkgelegenheid per subsector als percentage van de totale werkgelegenheid in de CC-sector per gewest

BRON: REGIONALE REKENINGEN, CC-PERCENTAGES BEREKEND OP BASIS VAN GEGEVENS VAN DE RSZ

- 41 In Brussel werden de grootste verliezen in zowel absolute als relatieve termen opgetekend in de sector Reclame. Die verliezen moeten echter met een korrel zout genomen worden, gelet op de beperkingen van de NACE-classificatie. Mogelijk weerspiegelen ze bewegingen in de richting van nieuwe media die niet in de gegevens terugkomen, zoals webdesign. Reclame is ook in de andere twee gewesten de sector die het hardst gekrompen is.
- 42 Een andere zwaar getroffen sector was Gedrukte Media, eveneens met bijna een derde gekrompen. In de Mode, Kunst en Antiekhandel werden slechts kleine afnames opgetekend. Voor Ontwerp, Fotografie, Podiumkunsten, Bibliotheken, Archieven & musea en Architectuur geldt dat het aantal werknemers met de jaren is toegenomen. Hierbij dient opgemerkt dat de podiumkunsten en bibliotheken subsidies ontvangen, waardoor ze tot op zekere hoogte van marktkrachten afgeschermd zijn.
- 43 Figuur 15 geeft nog een andere blik op dezelfde gegevens, waarbij de opsplitsing van de werkgelegenheid in de vier concentrische cirkels getoond wordt. Hier worden gegevens van alle gewesten afgebeeld. Zoals we al gezien hebben bij de omzet en de toegevoegde waarde, zijn de aandelen van Art Core- en Creative Core-activiteiten aanzienlijk hoger in Brussel dan in de andere gewesten. Tegelijkertijd is het aantal werknemers door de band afgenomen.

Figuur 15. Werkgelegenheid per CC-cirkel als percentage van de totale werkgelegenheid per gewest

BRON: REGIONALE REKENINGEN, CC-PERCENTAGES BEREKEND OP BASIS VAN GEGEVENS VAN DE RSZ

- 44 Een belangrijke maatstaf op sectorniveau is de toegevoegde waarde per werknemer, die een indicator vormt voor de arbeidsproductiviteit. Zoals getoond in tabel 7, bevinden de meest “doeltreffende” werknemers zich in de Architectuur, een sector waar bijna uitsluitend hooggeschoolde professionals in dienst zijn. Dezelfde situatie zien we bij Ontwerp en Reclame. In de Mode, daarentegen, en dan vooral in de detailhandel, zijn vooral ongeschoolde werknemers in dienst. De resultaten voor de gesubsidieerde podiumkunsten moeten hier met een korrel zout genomen worden. Interessant is dat de arbeidsproductiviteit vergelijkbare waardes heeft voor Brussel en Vlaanderen, maar in Wallonië vaak lager ligt.

Tabel 7. Toegevoegde waarde in de CC-economie in duizenden per werknemer in 2014, in Brussel, Vlaanderen en Wallonië

	Brussel	Vlaanderen	Wallonië
CC algemeen	118,4	116,1	98,9
Architectuur	423,9	372,2	381,3
Ontwerp	167,2	289,7	129,0
Reclame	161,5	136,8	169,8
Audiovisueel	152,7	213,9	138,4
Gedrukte Media	141,5	131,2	108,1
Fotografie	135,9	173,1	152,5

Podiumkunsten	116,9	190,5	144,5
Mode	54,9	62,5	59,9

BRON: GEGEVENSBRON: RSZ, REGIONALE REKENINGEN, CC-PERCENTAGES BEREKEND OP BASIS VAN STATBEL - BTW-OMZET

- 45 Ook hier kunnen we op een andere manier naar werkgelegenheid kijken, op basis van voltijdequivalenten (VTE). Ook hier is door beperkingen van de beschikbare gegevens in figuur 16 alleen rekening gehouden met werknemers. Deze figuur toont de ontwikkeling van de aantallen werknemers en voltijdequivalenten per sector in het BHG. Er is een langzame, maar gestage vermindering in beide meeteenheden te zien in alle sectoren.

Figuur 16a. Werkgelegenheid per subsector: VTE

BRON: RSZ

Figuur 16b. Werkgelegenheid per subsector: aantal werknemers **BRON: RSZ**

- 46 Vergeleken bij de verliezen in aantallen effectieve werknemers, schetst de evolutie van de VTE-werkgelegenheid een iets ander beeld. Ook hier waren verliezen aan VTE-werkgelegenheid niet gelijkmatig gespreid over de verschillende CC-subsectoren, maar in Brussel was wel bij elke subsector een daling te zien. Gedrukte Media werd hard getroffen, met een werkgelegenheidsverlies van 34 %, terwijl andere sectoren zich weerbaarder toonden: Bibliotheken en Musea raakten slechts 1 % kwijt en Podiumkunsten 5 %. De waargenomen trend in Gedrukte Media was ook in de andere gewesten te zien.

Conclusie

- 47 In deze studie hebben we getracht de verschillende dimensies van de culturele en creatieve economie in het Brussels Hoofdstedelijk Gewest te meten en in kaart te brengen. Door middel van een geijkte afbakening van sectoren hebben we aangetoond dat de CC-economie in Brussel groter is als aandeel van de hele economie dan het geval is in de andere Belgische gewesten. Dit kan waarschijnlijk verklaard worden door het veel stedelijk karakter van Brussel, in vergelijking met Vlaanderen en Wallonië. In de literatuur zijn CC-economieën altijd sterk verbonden geweest met de stedelijke omgeving. Culturele en creatieve activiteiten zijn vaak sterk geografisch geconcentreerd omdat de productie van culturele goederen sterk afhankelijk is van menselijke input, intensieve informatiestromen, de benutting van vaardigheden en knowhow, en daarnaast ook van vagere begrippen als de “atmosfeer”, de “buzz” of de aanwezigheid van een “creatieve scene” [voor een overzicht, zie: Hall, 1998; Scott, 2000]. Een stedelijke cluster als het Brussels Hoofdstedelijk Gewest biedt deze

voorzieningen; stedelijke netwerken hebben een hogere dichtheid en zijn rijker aan kennis dan hun niet-stedelijke tegenhangers. Dit verklaart wellicht waarom Brussel meer CC-ondernemingen weet aan te trekken dan de andere gewesten. Dit wordt ook weerspiegeld in de manieren waarop de CC-economie in Brussel afwijkt van de samenstelling in Vlaanderen en Wallonië. Neem nu het relatieve gewicht van de reclamesector en de audiovisuele sector in Brussel: dat wijst er mogelijk op dat die sectoren sterker afhankelijk zijn van stedelijke mechanismen dan de andere.

- 48 Door de jaren heen, met name in het laatste decennium, is het aandeel van de CC-activiteiten in de totale economie teruggelopen. De oorzaken hiervan zijn niet volledig helder, en alle subsectoren van de CC-economie worden er tot op zekere hoogte door getroffen, maar er zijn ook significante verschillen. Sommige subsectoren, zoals Gedrukte Media, zijn bijzonder sterk gekrompen en hebben veel personeel zien vertrekken. Het lot van deze subsector is vrijwel zeker gerelateerd aan de voortschrijdende digitalisering. Andere subsectoren, zoals degene die vallen onder wat we *Art Core* genoemd hebben, zijn weerbaar gebleken in de nasleep van de crisis. Dit is ook weinig verrassend, gezien het feit dat de *Art Core*-sector in de regel meer afhankelijk is van subsidies dan andere sectoren. Publiek geld is in tijden van economische instabiliteit een stabielere factor, vandaar hun weerbaarheid in de economische crisis.
- 49 De toegevoegde waarde per werknemer, een indicator van arbeidsproductiviteit, laat ook grote verschillen zien tussen subsectoren, waarbij de uitersten gevormd worden door Architectuur en Mode. Werknemers in de *Creative Core*-sector doen het op deze indicator heel goed, omdat ze bijna alleen hoogopgeleide professionals in dienst hebben.
- 50 Onze conclusies hebben op verschillende manieren implicaties voor beleidsmakers. Ten eerste is het van belang dat beleidsmakers in Brussel zicht hebben op de verhouding tussen de sterke en zwakke kanten van de CC-economie in het gewest: het BHG kent een grote concentratie aan Reclame en Audiovisuele media-activiteiten, waardoor de stad een interessante plek is voor nieuwe media en aanverwante creatieve ondernemingen. Bovendien vormt dit voordeel een uitgelezen kans, want de digitale economie blijft groeien. Ten tweede is de CC-economie erg heterogeen, en dus is verdere opvolging zeker aangewezen. Van alle kanten komen er dreigingen, zoals door veranderende voorkeuren en nieuwe technologieën, waardoor de omvang en de samenstelling van de CC-economie steeds veranderen, maar dit betekent ook dat er zich steeds nieuwe uitdagingen en kansen kunnen voordoen. Interessant genoeg is de CC-economie zowel een magneet voor goed betaalde creatieve professionals als een bron van flexibele werkgelegenheid voor relatief laaggeschoolde werknemers. Daar komt bij dat de meeste subsectoren ervan het beter doen in stedelijke clusters. De combinatie van deze kenmerken maakt van de CC-economie een interessant beleidswerktuig: nauwkeurig monitoren hoe sectoren omgaan met economische veranderingen, hoe ze ingebed zijn in een gewest, stad of zelfs buurt, en hoe de werkende bevolking is samengesteld, kan beleidsmakers helpen om prioriteiten te stellen en kansen en kwetsbaarheden van het betreffende gewest te zien.
- 51 Onze resultaten suggereren ook dat gewesten buiten de stedelijke cluster van het BHG het potentieel hebben om sectoren aan te trekken die minder afhankelijk zijn van de aanwezigheid van een creatieve scene. In plaats daarvan is de toegankelijkheid en aanwezigheid van het stedelijke achterland een reëel punt van aantrekking, en biedt

dit een hoop potentieel voor plaatselijke beleidsmakers om nieuwe bedrijvigheid aan te trekken.

- 52 Wel moet men bij het overwegen van deze beleidsimplicaties voor de verschillende gewestelijke niveaus beseffen dat beleidsmaatregelen gericht op de CC-economie notoir moeilijk te implementeren zijn. Culturele en creatieve sectoren bevinden zich op de snijvlakken van verschillende politieke bevoegdheden. De hierboven beschreven implicaties zijn bijvoorbeeld relevant voor bevoegdheden op het vlak van ondernemerschap, werkgelegenheid, en van cultuur. Deze drie beleidsterreinen moeten dus samenkomen in een gezamenlijke strategie om vruchten af te werpen. De zaken worden verder bemoeilijkt doordat deze bevoegdheden in België vaak toegewezen zijn aan verschillende bestuursniveaus (Gewest, Gemeenschap, federaal).
- 53 Toekomstig onderzoek is nodig om meer inzicht te verkrijgen in de trends op sectorniveau die in dit onderzoek vastgesteld zijn, bijvoorbeeld door de analyse uit te breiden naar het niveau van de onderneming. Hiervoor zouden echter microgegevens nodig zijn, die moeilijk te verkrijgen zijn. Deze studie dient ook verder aangevuld te worden met een onderzoek naar het financieringsaspect, want een dergelijke analyse kan licht werpen op de grote verschillen tussen sectoren en meer inzicht bieden in het algehele reilen en zeilen van de CC-economie.
- 54 Verder was het door de gewestelijke focus van onze studie en de aard van de gebruikte officiële gegevens niet mogelijk om verschillen tussen culturele en creatieve activiteiten over de gewestgrenzen heen onder de loep te nemen, terwijl die juist belangrijke externe effecten kunnen hebben voor verschillende Belgische regio's. Een dergelijke voortzetting zou beslist een stap vooruit betekenen naar meer inzicht in de sector.
- 55 Het is echter van belang te benadrukken dat deze studie, en mogelijke toekomstige studies naar de financiering van de CC-economie, alleen economische indicatoren in overweging nemen. Maar de CC-sectoren zijn uiteraard veel meer dan louter een optelsom van economische variabelen. Beleidsmakers zullen de bredere maatschappelijke impact allicht al even belangrijk vinden als de zuiver economische waarde. Daarom zullen we de sector in toekomstige studies verder in kaart brengen door ons ook op meer sociologisch geïnspireerde indicatoren te richten, en we willen andere onderzoekers hierbij aanmoedigen om ook deze aanpak te overwegen.

BIBLIOGRAPHIE

ESSNET-CULTURE. 2012. ESSnet-CULTURE European Statistical System Network on Culture: Final Report. Luxemburg: Europese Commissie.

EUROPESE COMMISSIE. 2012. Mededeling van de Commissie aan het Europees Parlement, de Raad, Het Europees Economisch en Sociaal Comité en het Comité van de Regio's - Steun aan culturele en creatieve sectoren ten behoeve van groei en banen in de EU. Brussel: Europese Commissie.

- EUROSTAT. 2016. Culture statistics. Luxemburg: Bureau voor publicaties van de Europese Unie.
- EY. 2014. Creating growth – Measuring cultural and creative markets in the EU. Studio EY Frankrijk.
- GUIETTE, A., JACOBS, S., SCHRAMME, A., VANDENBEMPT, K., FLANDERS DC en ANTWERP MANAGEMENT SCHOOL. 2015. Creatieve industrieën in Vlaanderen: mapping en bedrijfseconomische analyse. Antwerpen: Flanders DC.
- HALL, P.G. en RAUPLANER, S. 1998. Cities in civilization. New York: Pantheon Books New York.
- HIGGS, P., CUNNINGHAM, S., en BAKHSI, H. 2008. Beyond the creative industries: Mapping the creative economy in the United Kingdom. Nesta.
- IDEA CONSULT. 2014. Analyse des liens entre l'industrie wallonne, les services à haute intensité de connaissances et les industries créatives et culturelles, dans une perspective de chaînes de valeur.
- KABINET VAN DE MINISTER-PRESIDENT VAN HET BRUSSELS HOOFDSTEDELIJK GEWEST. 2016. Gewestelijk plan voor Duurzame Ontwikkeling. Brussel: Brussels Hoofdstedelijk Gewest.
- KEA EUROPEAN AFFAIRS. 2006. The Economy of Culture in Europe.
- LAZZARO, E. 2017. Cultural and creative entrepreneurs. In: MICKOV, B. en DOYLE, J.E., Culture, Innovation and the Economy. Hoofdstuk 7. Londen: Routledge.
- LAZZARO, E. en LOWIES, J.-G. 2014. Le poids économique des industries culturelles et créatives en Wallonie et à Bruxelles. Institut wallon de l'évaluation, de la prospective et de la statistique (IWEPS).
- LEE, N. en RODRÍGUEZ-POSE, A. 2013. Creativity, cities and innovation: Evidence from UK SMEs. Nesta.
- LOOSE, M. en LAMBERTS, M. 2006. Kunst en kunde. Aanzet tot een monitoringinstrument voor de artistieke sector.
- MARTENS, B., DOBBELS, J., AMEZ, L. en YSEBAERT, W. 2014. Cultuur en creativiteit in beeld: opzet van een meetinstrument voor metropool Brussel. In: Brussels Studies, nr 79. Beschikbaar op het adres: <https://journals.openedition.org/brussels/1228>
- MIKIĆ, H. en UNESCO INSTITUTE FOR STATISTICS. 2012. Measuring the Economic Contribution of Cultural Industries: A Review and Assessment of Current Methodological Approaches. UNESCO Institute for Statistics.
- PARTNERS IN MARKETING (PIM). 2009. Economische bijdrage van de industrie van het auteursrecht en de naburige rechten in België, studie in opdracht van Arthena.
- RICHARDS, G. 2011. Creativity and tourism: The state of the art. In: Annals of tourism research. Vol. 38, nr 4, pp. 1225-1253.
- SCHRAUWEN, J., DEMOL, M., VAN ANDEL, W., SCHRAMME, A., FLANDERS DC, en ANTWERP MANAGEMENT SCHOOL. 2014. Creatieve industrieën in Vlaanderen - update. Antwerpen: Flanders DC.
- SCOTT, A.J. 2000. The cultural economy of cities: essays on the geography of image-producing industries. London: Sage.
- TERA CONSULTANTS. 2014. The Economic Contribution of the Creative Industries to the EU in terms of GDP and Jobs, Evolution 2008-2011.

THROSBY, D. 2008. The concentric circles model of the cultural industries. In: Cultural trends. Vol. 17, nr 3, pp. 147-164.

NOTES

1. MAURI, C. A., VLEGELS, J., AMEZ, L., LAZZARO, E., YSEBAERT, W., 2017. *The Cultural and Creative Economy in the Brussels-Capital Region*, te downloaden op <http://www.vub.ac.be/en/research/policy/strategy>
2. De statistische classificatie van economische activiteiten in de Europese Gemeenschap is tussen landen geharmoniseerd tot op het niveau van het vierde cijfer. De vergeleken bronnen zijn allemaal studies waarin NACE-BEL-codes gehanteerd worden.
3. De gegevens van alle gebruikte bronnen waren al omgezet toen ze werden verkregen. Verdere details over de gebruikte gegevensbronnen zijn te vinden in het volledige verslag.
4. In de dataset van de *Kruispuntbank van Ondernemingen* leverden sommige ondernemingen zeer lange lijsten met NACE-codes aan, en de overgrote meerderheid (99,91% van de observaties) had vier of minder primaire codes. In zulke gevallen werd een bedrijf meegeteld als deel uitmakend van de CC-economie als minstens één van de eerste vier primaire codes vermeld door de onderneming voorkwam op de uitgebreide lijst van NACE-codes met betrekking tot CC.
5. We hadden er ook voor kunnen kiezen om de 5-cijferige codes met zowel creatieve als niet-creatieve onderliggende 7-cijferige codes wel deels op te nemen. Dit werd zo gedaan door Lazarro en Lowies (2014), op basis van het aantal creatieve 7-cijferige codes onder elke 5-cijferige code.
6. De volledige classificatie is op aanvraag verkrijgbaar bij de auteurs.
7. Btw-declaranten noemen we “entiteiten”, aangezien het hierbij zowel kan gaan om ondernemingen als om fysieke personen.
8. Het percentage publiekrechtelijke entiteiten is zo klein dat het in deze grafiek niet zichtbaar is.
9. Er is een aanzienlijk deel van de economie waarvoor Statbel geen omzetcijfers verzamelt. Dit betreft onder meer het openbaar bestuur, waarop het begrip omzet niet toepasbaar is; diensten die geleverd worden door privéhuishoudens, waarvoor de omzet moeilijk te kwantificeren is; maar ook financiële en verzekeringsactiviteiten, vastgoedactiviteiten en landbouw, die niet opgenomen zijn omdat de gegevens onbetrouwbaar geacht werden door late indiening van btw-declaraties of forfaitaire regelingen.
10. Helaas zijn gegevens over toegevoegde waarde alleen in een weinig uitgesplitste vorm beschikbaar, ofwel voor tweecijferige NACE-codes, ofwel voor groepen van tweecijferige NACE-codes. Aangezien deze classificatie te weinig genuanceerd is om de culturele en creatieve sector op zich scherp te kunnen weergeven, maken we op basis van de omzetgegevens een schatting van welk deel van iedere tweecijferige code CC-activiteiten behelst. Deze geschatte waarden passen we vervolgens toe om daaruit af te leiden hoeveel waarde er door de culturele en creatieve economie wordt toegevoegd.
11. Om werkgelegenheidscijfers voor de CC-economie te berekenen, hebben we schattingen gecombineerd van het aantal werknemers en van het aantal zelfstandigen. De twee schattingen zijn apart gemaakt, omdat het CC-aandeel voor de twee groepen redelijk sterk verschilt, in die zin dat het aandeel groter is voor zelfstandigen. Voor werknemers hebben we geschat welk deel van elke tweecijferige code CC-activiteiten betreft, op basis van gegevens van de Rijksdienst voor de Sociale Zekerheid (RSZ). Deze percentages hebben we vervolgens toegepast op gegevens over de werknemersaantallen uit de Regionale Rekeningen. Voor de zelfstandigen kunnen we de gegevens van de RSZ niet gebruiken om percentages te berekenen, want die zouden misleidend zijn. In plaats daarvan halen we de percentages uit de Arbeidskrachtenenquête en passen we die

toe op gegevens uit de Regionale Rekeningen over zelfstandigen. De werkgelegenheidscijfers uit de Regionale Rekeningen zijn zodanig samengesteld dat dubbele tellingen voorkomen worden.

RÉSUMÉS

Dit artikel is gericht op het beschrijven van de Culturele en Creatieve (CC) economie in het Brussels Hoofdstedelijk Gewest (BHG). Het biedt een solide basis voor discussies over dit deel van de economie en de beleidskeuzen die er invloed op hebben. Kijkend naar het aantal ondernemingen, omzet, toegevoegde waarde en werkgelegenheid voor de periode 2008-2014, is te zien dat het aandeel van de CC-economie in Brussel groter gebleven is dan in Vlaanderen en Wallonië, maar sneller is gekrompen dan in de andere gewesten. De delen van de CC-economie in Brussel die weerbaarder zijn gebleken onderscheiden zich door een hoge toegevoegde waarde per werknemer. Dit is met name het geval voor activiteiten met een hoog aandeel aan culturele en creatieve inhoud zoals podiumkunsten, de audiovisuele sector en de sectoren reclame en architectuur. Deze activiteiten zijn het ook die zorgen dat Brussel zich ten opzichte van de andere gewesten onderscheidt. Gewestelijke verschillen, met name voor sectoren als de audiovisuele, zijn mogelijk te verklaren door het sterker verstedelijkte karakter van Brussel in verhouding tot de andere gewesten en door haar rol als hoofdstad.

Le but de cet article est de décrire l'économie culturelle et créative (CC) dans la Région de Bruxelles-Capitale (RBC). Il fournit une base de discussions de cette partie de l'économie et des choix politiques qui influencent celle-ci. L'examen du nombre de firmes, du chiffre d'affaires, de la valeur ajoutée ou de l'emploi pour la période 2008-2014 montre que la part de l'économie CC est restée plus importante à Bruxelles qu'en Flandre et en Wallonie, mais qu'elle y a aussi diminué plus rapidement que dans les deux autres régions. Les secteurs de l'économie CC de Bruxelles qui ont été les plus réactifs se distinguent par une haute valeur ajoutée par travailleur. C'est le cas, en particulier, pour les secteurs au contenu culturel et créatif important, tels que les arts de la scène, l'audiovisuel, la publicité et l'architecture. C'est aussi dans ces activités que Bruxelles résiste mieux que les autres régions. Les différences régionales, en particulier dans les secteurs tels que l'audiovisuel, pourraient s'expliquer par le caractère plus urbain de Bruxelles, et aussi par son rôle de capitale.

This article is aimed at describing the cultural and creative (CC) economy in the Brussels-Capital Region (BCR). It provides a basis for discussions regarding this part of the economy, and the policy choices which affect it. Analysing the number of firms, turnover, value added or employment for the period 2008-2014 we observe that the share of the CC economy in Brussels remained larger than in Flanders and Wallonia, but this share has also decreased more quickly than in both other regions. The parts of the CC economy in Brussels which have been more resilient distinguish themselves through high value added per worker. This is the case in particular for sectors with a strong cultural and creative content, such as performing arts, the audiovisual sector and advertising and architecture. These activities are also the ones which make Brussels stand out with respect to the other regions. Regional differences, in particular for sectors such as the audiovisual sector, might be explained by the more urban character of Brussels compared to the other regions and by its role as capital.

INDEX

Thèmes : 6. économie – emploi

Keywords : culture, economy, employment, job market

Mots-clés : culture, économie, emploi, marché de l'emploi

Trefwoorden arbeidsmarkt, cultuur, economie, werkgelegenheid

AUTEURS

CATERINA MAURI

Caterina Mauri is een PhD-fellow aan de Zuid-Deense Universiteit onder begeleiding van professor K.J. Borowiecki. Haar onderzoek ligt op het raakvlak van de economie van kunst en cultuur en economische geschiedenis.

JEF VLEGELS

Dr. Jef Vlegels is postdoctoraal onderzoeker aan de Universiteit Gent (CHEGG-onderzoeksgroep) en docent bij het Vlaamse trainingsnetwerk voor methodologie en statistiek (FLAMES). Als socioloog en statisticus richt hij zich in zijn werk op de sociologie van culturele consumptie, productie en carrières. Recent heeft hij werk gepubliceerd over meerlagige wetenschappelijke netwerken en school- en universiteitsnetwerken.

WALTER YSEBAERT

Dr. Walter Ysebaert is docent aan de Vrije Universiteit Brussel (Afdeling Onderwijswetenschappen) en is als hoofdonderzoeker en adviseur verbonden aan de afdeling Onderzoek & Ontwikkeling van de VUB, de afdeling Strategie & Beleid van de VUB, en ECOOM (het Vlaamse Expertisecentrum Onderzoek en Ontwikkelingsmonitoring).