

Bruksela, 14 maja 2024 r.
(OR. en)

9302/24

CULT 48
AUDIO 57
DIGIT 127
IND 233
RECH 195
STATIS 60
EMPL 191

WYNIK PRAC

Od:	Sekretariat Generalny Rady
Do:	Delegacje
Dotyczy:	Konkluzje Rady w sprawie wzmocnienia pozycji sektora kultury i sektora kreatywnego poprzez budowanie publiczności oparte na danych

Delegacje otrzymują w załączeniu wyżej wymienione konkluzje Rady, które Rada (ds. Edukacji, Młodzieży, Kultury i Sportu) przyjęła na posiedzeniu w dniach 13–14 maja 2024 r.

**Konkluzje Rady w sprawie wzmocnienia pozycji sektora kultury i sektora kreatywnego
poprzez budowanie publiczności oparte na danych**

RADA UNII EUROPEJSKIEJ,

UZNAJĄC, ŻE:

1. Transformacja cyfrowa staje się coraz ważniejszym tematem polityki europejskiej, co znajduje odzwierciedlenie w takich inicjatywach jak program „Kreatywna Europa”, program polityki „Droga ku cyfrowej dekadzie”, europejska strategia przemysłowa, europejski program na rzecz umiejętności, europejski obszar edukacji i europejska strategia w zakresie danych; transformacja ta prowadzi do tworzenia wspólnych europejskich przestrzeni danych, w tym wspólnej europejskiej przestrzeni danych na potrzeby dziedzictwa kulturowego¹ i europejskiej chmury współpracy na rzecz dziedzictwa kulturowego w ramach programu „Horyzont Europa”².
2. W Planie prac UE w dziedzinie kultury na lata 2023–2026³ podkreślono, że kultura, w tym dziedzictwo kulturowe, ma wartość immanentną. W tym kontekście w planie prac zwrócono uwagę na potrzebę stymulowania transformacji cyfrowej w sektorze kultury i sektorze kreatywnym, podkreślono priorytetowe znaczenie uczestnictwa w kulturze i uwzględniono szczególnie środek mający umożliwić wyszukiwanie różnorodnych europejskich treści kulturalnych w otoczeniu cyfrowym.

¹ Zalecenie Komisji w sprawie wspólnej europejskiej przestrzeni danych na potrzeby dziedzictwa kulturowego (Dz.U. L 401 z 12.11.2021, s. 5).

² Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) nr 2021/695 (Dz.U. L 170 z 12.5.2021).

³ Rezolucja Rady w sprawie planu prac UE w dziedzinie kultury na lata 2023–2026 (2022/C 466/01).

3. Budowanie publiczności stanowi okazję do nawiązywania konstruktywnych i interaktywnych relacji z różnymi odbiorcami, zwiększania poziomu satysfakcji użytkowników oraz wspierania różnorodności kulturowej i rozwoju kulturowego, spójności społecznej oraz demokracji⁴. Dotarcie do szerokiego i zróżnicowanego grona odbiorców jest jednym z celów programu „Kreatywna Europa” na lata 2021–2027⁵. W celu opracowania lepszych i bardziej ukierunkowanych na użytkownika usług sektor kultury i sektor kreatywny analizują innowacyjne narzędzia i wytyczne w zakresie gromadzenia danych dotyczących odbiorców i zarządzania tymi danymi. Może się to również przyczynić do kształtowania polityki w oparciu o dowody⁶. Konieczne są jednak dalsze wspólne wysiłki.
4. Nowe technologie mają ogromny potencjał w zakresie zwiększenia włączenia i poprawy dostępu do obecnych i potencjalnych odbiorców, jednak organizacje kulturalne znajdują się na różnych etapach rozwoju cyfrowego i w różny sposób korzystają z usług oferowanych przez dostawców technologii.
5. Rola danych w zrozumieniu, angażowaniu i odbudowie publiczności po pandemii COVID-19, która przyspieszyła transformację cyfrową w społeczeństwie, nabrała bardziej priorytetowego znaczenia dla wielu podmiotów działających w dziedzinie kultury⁷.

⁴ Sprawozdanie Komisji Europejskiej pt. *Culture and Democracy, the evidence*. How citizens' participation in cultural activities enhances civic engagement, democracy and social cohesion: lessons from international research [„Kultura i demokracja – dowody. W jaki sposób uczestnictwo obywateli w działaniach kulturalnych wspiera zaangażowanie obywatelskie, demokrację i spójność społeczną: wnioski z badań międzynarodowych”] (2023) i Karta z Porto Santo (2021).

⁵ Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2021/818 z dnia 20 maja 2021 r. ustanawiające program Kreatywna Europa (2021–2027) i uchylające rozporządzenie (UE) nr 1295/2013 (Dz.U. L 189 z 28.5.2021, s. 34).

⁶ Konkluzje Rady w sprawie promowania dostępu do kultury za pomocą środków cyfrowych ze szczególnym uwzględnieniem rozwoju odbiorców (2017/C 425/03).

⁷ Sprawozdanie w ramach „Głosów kultury” pt. *(Re)-Engaging digital audiences in the cultural sectors: improving audience data* [„(Ponowne) zaangażowanie odbiorców treści cyfrowych w sektorach kultury: poprawa danych dotyczących odbiorców”].

BIORĄC POD UWAGĘ, ŻE:

6. Cyfryzacja w sektorze kultury i sektorze kreatywnym generuje coraz większą ilość danych, które można wykorzystywać do budowania publiczności. Wykorzystywanie danych dotyczących odbiorców umożliwia sektorowi kultury i sektorowi kreatywnemu lepsze zrozumienie ich potrzeb i zachowań, nawiązania z nimi konstruktywnych relacji, dostosowania innowacyjnych treści i usług kulturalnych oraz opracowania ukierunkowanych działań informacyjnych w celu dotarcia do szerszego grona odbiorców i zmaksymalizowania uczestnictwa w kulturze, w szczególności uczestnictwa fizycznego. Sprzyja to różnorodności kulturowej w Europie i może wzmocnić obiekty kultury jako tzw. „trzecie miejsca” – przestrzenie nieformalnych, swobodnych interakcji społecznych, niezbędnych dla demokracji.
7. Budowanie publiczności oparte na danych jest dla sektora kultury i sektora kreatywnego okazją do poszukiwania nowych modeli biznesowych i generowania dodatkowych dochodów przez innowacje i współpracę.
8. Sektor kultury i sektor kreatywny są bardzo zróżnicowane i obejmują organizacje, branże i gałęzie przemysłu działające na różnych szczeblach politycznych i organizacyjnych, zarówno publicznych, jak i prywatnych, oraz różne formy ekspresji kulturowej, dyscypliny artystyczne, różne etapy innowacji cyfrowych i różnice w infrastrukturze cyfrowej; w związku z tym przy rozpatrywaniu kwestii budowania publiczności opartego na danych należy stosować zróżnicowane podejście.

9. Do poczynienia postępów w zakresie transformacji cyfrowej oraz umiejętności technicznych, cyfrowych i kreatywnych konieczne jest przywództwo i przedsiębiorczość, tak by wykorzystywać oparte na danych rozwiązania i zaawansowane technologie, takie jak sztuczna inteligencja. Ponadto należy również brać pod uwagę umiejętności cyfrowe odbiorców. W związku z tym, aby uwzględnić możliwości i wyzwania związane z transformacją cyfrową, należy rozważyć kompleksowe podejście i odpowiednie wsparcie dla organizacji kulturalnych o ograniczonych zdolnościach, wiedzy fachowej i środkach⁸.
10. Niektóre organizacje działające w sektorze kultury i sektorze kreatywnym polegają w procesie budowania publiczności na przedsiębiorstwach technologicznych, mediach społecznościowych, platformach lub pośrednikach. Jest prawdopodobne, że uczestnicy rynku technologii nie zawsze dzielą się danymi dotyczącymi odbiorców odnoszącymi się konkretnie do działalności, treści lub utworów tych organizacji. Może to wpływać na zdolność sektora kultury i sektora kreatywnego do pełnego wykorzystania potencjału cyfryzacji, a także na ich konkurencyjność.
11. Niektóre państwa członkowskie uwzględniły środki finansowe przeznaczone na rozwój programów i strategii cyfryzacji na rzecz sektora kultury i sektora kreatywnego w swoich planach odbudowy i zwiększania odporności w związku z COVID-19 (niektóre położyły szczególny nacisk na uczestnictwo). Jednak postęp w tym zakresie mogą przyspieszyć również wspólne ambicje dotyczące zacieśnienia współpracy na większą skalę.
12. Wykorzystywanie danych na potrzeby budowania publiczności i uczestnictwa oferuje liczne możliwości, ale wymaga również od sektora kultury i sektora kreatywnego przewidywania zagrożeń i skutków związanych z takim wykorzystywaniem danych, a także odpowiedniego dostosowania metod pracy. Chodzi tu o uwzględnienie kwestii prawnych (w tym praw własności intelektualnej, praw autorskich, praw do prywatności i ochrony danych osobowych), kwestii etycznych, kwestii zrównoważonego rozwoju i ekologii, a także staranną ocenę oddziaływania sztucznej inteligencji i innych zaawansowanych technologii cyfrowych.

⁸ Sprawozdanie w ramach otwartej metody koordynacji pt. *Promoting access to culture through digital means* [„Promowanie dostępu do kultury za pomocą środków cyfrowych”].

ZWRACA SIĘ DO PAŃSTW CZŁONKOWSKICH, BY:

13. Rozważyły opracowanie ram polityki i stworzenie warunków sprzyjających podejściu opartemu na danych w sektorze kultury i sektorze kreatywnym i zachęcających do jego stosowania, w tym poprzez wsparcie na szczeblu krajowym i regionalnym w zakresie gromadzenia danych dotyczących odbiorców, ochrony tych danych, zarządzania nimi i ich wykorzystywania.
14. Zachęcały organizacje działające w sektorze kultury i sektorze kreatywnym do rozwinięcia strategii dotyczącej rozwiązań opartych na danych w ramach ich polityki budowania publiczności oraz wspierały te organizacje w tym zakresie. Zachęcały organizacje działające w sektorze kultury i sektorze kreatywnym do inteligentniejszego i etycznego udostępniania i wykorzystywania danych dotyczących odbiorców oraz wspierały te organizacje w tym zakresie. Celem jest zadbanie o to, by same sektory lepiej poznały swoich nowych odbiorców oraz lepiej ich identyfikowały i przyciągały, by ułatwić wyszukiwanie treści europejskich, a także by odbiorcy mogli znaleźć odpowiednie i zróżnicowane usługi kulturalne i kreatywne.
15. Zachęcały organizacje działające w sektorze kultury i sektorze kreatywnym do angażowania się w odpowiednie programy finansowane przez UE, których celem jest wspieranie współpracy i innowacyjnych rozwiązań opartych na danych w sektorze kultury i sektorze kreatywnym.
16. Promowały umiejętności cyfrowe organizacji i specjalistów w sektorze kultury i sektorze kreatywnym oraz ułatwiały rozwój interoperacyjnych narzędzi, działań w zakresie budowania zdolności i programów wsparcia w celu wzmocnienia procesów cyfrowych w organizacjach, umożliwiając w ten sposób organizacjom i specjalistom skuteczne funkcjonowanie w zmieniającym się krajobrazie cyfrowym.

ZWRACA SIĘ DO KOMISJI EUROPEJSKIEJ I PAŃSTW CZŁONKOWSKICH, BY
W RAMACH SWOICH KOMPETENCJI I Z NALEŻYTYM POSZANOWANIEM ZASADY
POMOCNICZOŚCI:

17. Propagowały badania naukowe i ułatwiały współpracę międzysektorową i transgraniczną (np. z innymi szczeblami administracji rządowej, środowiskiem akademickim i podmiotami komercyjnymi) w zakresie analizowania i stosowania norm dotyczących dostępnej, podstawowej i zrównoważonej infrastruktury cyfrowej, która zapewnia bezpieczne, niezawodne i interoperacyjne dane, zgodnie z unijnymi przepisami dotyczącymi własności intelektualnej, praw autorskich, danych i ochrony prywatności oraz w oparciu o istniejącą infrastrukturę.
18. Promowały opracowywanie i stosowanie norm i ram wspierających sektor kultury i sektor kreatywny w gromadzeniu danych dotyczących ich odbiorców i zarządzaniu tymi danymi, tak aby stały się one dostępne, porównywalne, użyteczne i interoperacyjne, a tym samym mogły być wykorzystywane na potrzeby nowych (w większym stopniu zorientowanych na użytkownika) usług.
19. Zachęcały sektor kultury i sektor kreatywny, aby w miarę możliwości korzystały z zasad otwartych danych⁹ i danych FAIR¹⁰ w celu wspierania wymiany i obiegu danych, jak określono w szczególności w dyrektywie w sprawie otwartych danych i informacji sektora publicznego, oraz z zasad „MyData”, aby zagwarantować osobom fizycznym prawo dostępu do danych zgromadzonych na ich temat¹¹, przy jednoczesnej skutecznej ochronie tych danych jako atutu zwiększającego konkurencyjność.

⁹ „Otwarte dane” odnoszą się do danych, które są powszechnie dostępne, możliwe do wykorzystania, edycji i udostępniania. Otwarte dane są licencjonowane na podstawie licencji otwartej, która pozwala innym osobom na ponowne wykorzystanie prac innego twórcy według własnego uznania. Bez specjalnej licencji takie wykorzystywanie jest zwykle zabronione na mocy prawa autorskiego, patentu lub licencji komercyjnej.

¹⁰ „Zasady danych FAIR” odnoszą się do międzynarodowych wytycznych dotyczących zarządzania danymi, których celem jest optymalizacja ponownego wykorzystywania danych. Cel ten osiąga się poprzez zapewnienie, by dane były możliwe do znalezienia, dostępne, interoperacyjne i nadawały się do ponownego wykorzystania (ang. Findable, Accessible, Interoperable and Reusable). Kluczowymi elementami danych FAIR są bogate metadane i dokumentacja, korzystanie z otwartych lub standardowych formatów plików i korzystanie z licencji na ponowne wykorzystanie.

¹¹ „MyData” odnosi się do ukierunkowanego na człowieka podejścia do zarządzania danymi osobowymi, które łączy zapotrzebowanie przemysłu na dane z cyfrowymi prawami człowieka. Celem jest zapewnienie obywatelom lepszej kontroli nad ich danymi osobowymi poprzez umożliwienie im określenia okoliczności, w których dane te są wykorzystywane.

20. Stymulowały rozwój programów w zakresie umiejętności korzystania z danych i budowania zdolności w sektorze kultury i sektorze kreatywnym na potrzeby gromadzenia, analizy i ochrony danych oraz zarządzania i administrowania nimi; opracowywania strategii wykorzystywania danych w budowaniu publiczności i zarządzaniu nią; oraz zwiększania świadomości i wiedzy na temat Europejskiej deklaracji praw i zasad cyfrowych oraz sposobu jej stosowania w kontekście budowania publiczności opartego na danych, przy zapewnieniu przejrzystości w stosunku do odbiorców, których dane wrażliwe są przetwarzane.
21. Wspierały i stymulowały badania naukowe w celu wykorzystania potencjału narzędzi cyfrowych do budowania publiczności, identyfikując pojawiające się tendencje i dostosowane do przyszłych wyzwań umiejętności, które są potrzebne w sektorze kultury i sektorze kreatywnym, a także sposoby rozwijania tych umiejętności w ramach programów kształcenia i szkolenia zawodowego, co umożliwi tworzenie miejsc pracy w sektorze kultury i sektorze kreatywnym. Na szczeblu europejskim mogą się do tego przyczynić europejski obszar edukacji, europejski program na rzecz umiejętności¹², pakt na rzecz umiejętności, europejskie sojusze „Blueprint Alliances” oraz platforma na rzecz umiejętności cyfrowych i zatrudnienia¹³.
22. Zachęcały do konsultacji, wymiany wiedzy i dobrych praktyk oraz do współpracy między państwami członkowskimi i odpowiednimi partnerami na szczeblu europejskim w zakresie opracowywania lub wdrażania cyfrowych ekosystemów, strategii i wspólnych narzędzi cyfrowych służących gromadzeniu danych na temat uczestnictwa i budowania publiczności, z uwzględnieniem mniejszych organizacji kulturalnych o ograniczonych zasobach oraz różnic w dostępności infrastruktury technologicznej między państwami członkowskimi.
23. Przeprowadziły przegląd dobrych praktyk w zakresie gromadzenia danych na potrzeby sektora kultury i sektora kreatywnego, ochrony tych danych, zarządzania nimi i analizy uczestnictwa i budowania publiczności.

¹² Partnerstwo na rzecz umiejętności na dużą skalę (LSP) dla ekosystemu sektora kultury i sektora kreatywnego. Zob. manifest kreatywnego paktu na rzecz umiejętności pod adresem https://pact-for-skills.ec.europa.eu/about/industrial-ecosystems-and-partnerships/creative-and-cultural-industries_en

¹³ Zob. na przykład sprawozdanie w ramach „Głosów kultury” z 2022 r. pt. *(Re)-Engaging digital audiences in the culture sector* [„(Ponowne) zaangażowanie odbiorców treści cyfrowych w sektorze kultury”] oraz kreatywny pakt na rzecz umiejętności.

WZYWA KOMISJĘ EUROPEJSKĄ, BY W RAMACH SWOICH OBSZARÓW KOMPETENCJI:

24. W stosownych przypadkach promowała dostęp sektora kultury i sektora kreatywnego do programów europejskich innych niż program „Kreatywna Europa”, istotnych dla transformacji cyfrowej i innowacji i udostępniających wsparcie finansowe, takich jak programy „Cyfrowa Europa”, „Horyzont Europa” i Program na rzecz jednolitego rynku, w tym poprzez zapewnienie jasnych wytycznych i informacji.
 25. Zbadała sposoby dalszego zachęcania do inicjatyw na rzecz przejrzystości danych na potrzeby sektora kultury i sektora kreatywnego, aby umożliwić tym sektorom lepsze zrozumienie wpływu ich pracy i działalności oraz wykorzystanie odpowiednich spostrzeżeń w ich procesach twórczych.
 26. Zbadała sposoby dalszego wspierania potrzeb w zakresie transformacji cyfrowej i zmieniających się wymogów sektora kultury i sektora kreatywnego poprzez wykorzystanie rozwiązań opartych na danych i promowanie innowacyjnych projektów cyfrowych w inicjatywach europejskich.
-

Dokumenty źródłowe

- Zalecenie Komisji w sprawie wspólnej unijnej przestrzeni danych na potrzeby dziedzictwa kulturowego, Dz.U. L 401 z 12.11.2021, s. 5
- Wnioski z konferencji pt. European Audiences: 2020 and beyond [„Europejscy odbiorcy: 2020 i dalsze perspektywy”] (2012)
- Konkluzje Rady w sprawie promowania dostępu do kultury za pomocą środków cyfrowych ze szczególnym uwzględnieniem rozwoju odbiorców, Dz.U. C 425 z 12.12.2017, s. 4
- Rezolucja Rady w sprawie planu prac UE w dziedzinie kultury na lata 2023–2026, Dz.U. C 466 z 7.12.2022, s. 1
- Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2019/1024 z dnia 20 czerwca 2019 r. w sprawie otwartych danych i ponownego wykorzystywania informacji sektora publicznego, Dz.U. L 172 z 26.6.2019, s. 56
- Sprawozdanie Komisji Europejskiej pt. Culture and Democracy, the evidence. How citizens’ participation in cultural activities enhances civic engagement, democracy and social cohesion: lessons from international research [„Kultura i demokracja – dowody. W jaki sposób uczestnictwo obywateli w działaniach kulturalnych wspiera zaangażowanie obywatelskie, demokrację i spójność społeczną: wnioski z badań międzynarodowych”] (2023)
- Europejska strategia przemysłowa: https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/priorities-2019-2024/europe-fit-digital-age/european-industrial-strategy_pl
- Dokument roboczy służb Komisji pt. Annual Single Market Report 2021 [„Roczne sprawozdanie dotyczące jednolitego rynku za 2021 r.”] identyfikujący ekosystem sektora kultury i sektora kreatywnego, s. 98–104 (<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/en/TXT/?uri=CELEX%3A52021SC0351>)
- Europejski pakt na rzecz umiejętności: https://pact-for-skills.ec.europa.eu/index_en
- Platforma polityki innowacji dla sektora kultury i sektora kreatywnego: <https://ekipengine.eu/policy-areas/>

- Sprawozdanie w ramach otwartej metody koordynacji pt. *Promoting access to culture through digital means* [„Promowanie dostępu do kultury za pomocą środków cyfrowych”] (2017)
- Pakiet wyników CORDIS dotyczący cyfrowego dziedzictwa kulturowego, Urząd Publikacji Unii Europejskiej (2020), <https://data.europa.eu/doi/10.2830/941375>
- Karta z Porto Santo (2021) <https://portosantocharter.eu/the-charter>
- Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/679 z dnia 27 kwietnia 2016 r. w sprawie ochrony osób fizycznych w związku z przetwarzaniem danych osobowych i w sprawie swobodnego przepływu takich danych oraz uchylenia dyrektywy 95/46/WE (ogólne rozporządzenie o ochronie danych) (Dz.U. L 119 z 4.5.2016, s. 1).
- Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2021/695 ustanawiające program ramowy w zakresie badań naukowych i innowacji „Horyzont Europa” (Dz.U. L 170 z 12.5.2021).
- Chmura na rzecz dziedzictwa kulturowego: https://research-and-innovation.ec.europa.eu/research-area/social-sciences-and-humanities/cultural-heritage-and-cultural-and-creative-industries-ccis/cultural-heritage-cloud_en
- Priorytet Komisji Europejskiej „Europa na miarę ery cyfrowej” https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/priorities-2019-2024/europe-fit-digital-age_pl
- Sprawozdanie w ramach „Głosów kultury” pt. *(Re)-Engaging digital audiences in the cultural sectors: improving audience data* [„(Ponowne) zaangażowanie odbiorców treści cyfrowych w sektorach kultury: poprawa danych dotyczących odbiorców”] (2022)
- Vuylsteke, Devoldere, i in. (2023) Digital transformation of the cultural and creative sectors [„Transformacja cyfrowa sektora kultury i sektora kreatywnego”], opracowanie w ramach przygotowań do belgijskiej prezydencji UE w 2024 r.

Definicje

- Do celów niniejszych konkluzji Rady stosuje się następujące definicje:
- „Dane dotyczące publiczności” odnoszą się do informacji gromadzonych i przetwarzanych przez organizacje kulturalne na temat osób fizycznych lub grup osób, które są (zamierzonymi) użytkownikami produktów, działań, stron internetowych, usług lub treści kulturalnych. Dane dotyczące publiczności mogą obejmować informacje demograficzne, dane dotyczące obecności i zachowania odwiedzających, interakcji i uczestnictwa odbiorców, dane dotyczące członkostwa, ankiety i odpowiedzi zwrotne lub informacje na temat preferencji kulturowych.
- „Budowanie publiczności” odnosi się do wysiłków i działań podejmowanych przez organizacje kulturalne w celu pielęgnowania, różnicowania i poszerzania grona odbiorców w celu zwiększenia zaangażowania, uczestnictwa i kontaktów. Budowanie publiczności można rozumieć na różne sposoby, w zależności od celów i grup docelowych: zwiększenie liczby odbiorców (przyciąganie odbiorców o takim samym profilu społeczno-demograficznym jak obecna grupa odbiorców), pogłębianie relacji z odbiorcami (poprawa doświadczenia obecnych odbiorców) i zróżnicowanie odbiorców (przyciąganie osób o innym profilu społeczno-demograficznym niż obecni odbiorcy). Proces ten obejmuje zrozumienie potrzeb, preferencji i zainteresowań obecnych i potencjalnych odbiorców oraz realizację inicjatyw informacyjnych w celu dotarcia do szerszej i bardziej zróżnicowanej publiczności.

- „Infrastruktura cyfrowa” odnosi się do usług i platform komunikacyjnych, usług przechowywania danych oraz bazowych funkcji, protokołów i norm oprogramowania. Infrastruktura cyfrowa niekoniecznie odnosi się do infrastruktury materialnej i technicznej (takiej jak kable, sieci bezprzewodowe, centra danych, punkty wymiany ruchu internetowego), lecz raczej do usług i platform umożliwiających kontakty i wymianę między organizacjami kulturalnymi.
 - „Interoperacyjność” odnosi się do zdolności systemów informacyjnych i oprogramowania do wymiany danych i korzystania ze wspólnych informacji, co jest warunkiem wstępnym wymiany i sprawnego wykorzystywania danych dotyczących odbiorców przez organizacje kulturalne. Wiąże się to ze zdolnością różnych systemów oprogramowania do współpracy, umożliwiającą im zrozumienie, interpretację i wykorzystanie udostępnianych przez nie danych. W interoperacyjnym środowisku danych różne systemy mogą skutecznie współdziałać i komunikować się ze sobą, zapewniając przekazywanie danych, dostęp do nich i ich wykorzystywanie za pośrednictwem różnych platform i technologii bez napotykania istotnych problemów pod względem kompatybilności.
 - „Trzecie miejsca” to przestrzenie nieformalnych, swobodnych interakcji społecznych, niezbędnych dla demokracji. Jeśli chodzi o sektor kultury i sektor kreatywny, „trzecie miejsca” mogłyby obejmować muzea, ośrodki życia społecznego, biblioteki publiczne, księgarnie, teatry i teatry operowe.
-