

Den svenska nätmarknaden

Företagarnas syn på jobb, tillväxtfaktorer och
marknadsutvecklingen för internetbaserade innehållstjänster

Maj 2010

Innehållsförteckning	Sida
1. Bakgrund - en samlad bild av marknaden för internetbaserade innehållstjänster	6
2. Medverkande företag	7
3. Marknadens storlek	8
3.1 Företag som levererar internetbaserade innehållstjänster sysselsätter uppskattningsvis 11 000 personer	8
3.2 Omsättningen på marknaden för internetbaserade innehållstjänster uppskattas till cirka 3 miljarder kronor	9
4. Framtidspotential för jobb och tillväxt	10
4.1 Fyra av tio företag på marknaden för internetbaserade innehållstjänster planerar att nyanställa under 2010	10
4.2 Intresset för branschen bland arbetstagare under trettio år bedöms vara mycket stort	10
4.3 Potential för en tredubbling av marknaden fram till utgången av 2012	11
4.4 Potential för en fördubbling av antalet jobb fram till utgången av 2012	11
5. Tillväxtfaktorer och marknadsaktörernas inflytande	13
5.1 Kunder, konkurrenter och nätinfrastrukturaktörer har störst makt över utvecklingen	13
5.2 Hälften av företagen anser att den illegala konkurrensen håller tillbaka tillväxtmöjligheterna	14
5.3 Låg förståelse för branschens utmaningar bland politiker	14
5.4 Frågor som företagen i undersökningen skulle vilja ställa till svenska politiker	15
6. Avslutande kommentarer	16

Förord

Netopia - forum för digitala samhällsfrågor syftar till att bredda och nyansera diskussionen om internet. Ett instrument för att uppfylla det är att bidra till kunskap och upplysning på området genom rapporter. Detta är Netopias första rapport och den undersöker förutsättningar och framtidsutsikter för svenska företag som på olika sätt levererar internetbaserade innehållstjänster. Något samlat grepp kring den här branschen har inte tagits tidigare, så föreliggande rapport är delvis ett pionjärarbete. Netopias förhoppning är att den kan fungera som utgångspunkt för en mer upplyst diskussion om internetutvecklingen.

Kunskapssamhällets fundament är innehåll och i takt med att traditionell produktion ersätts av tjänsteekonomin är omvärldens förväntningar höga på att innehållsföretagen ska driva utvecklingen mot nya arbetstillfällen (inte minst för unga), företagande och tillväxt. I debatten om framtidens sysselsättning och industrins utflyttning till lågkostnadsländer har blicken ofta riktats mot dessa innehållsbranscher som jobbskapare. Intresset för internet som marknad har också ökat på senare tid, inte minst mot bakgrund av de intensiva diskussionerna om upphovsrätt och olaglig fildelning. Det finns alltså goda skäl att se närmare på denna marknad.

Lever innehållsföretagen upp till förväntningarna? Det är en öppen fråga. För företagen som tillfrågats i rapporten är potentialen stor och tydlig, så det är rimligt att tala om en framtidsbransch. Men för att den ska realiseras krävs det att yttre faktorer utvecklas i gynnsam riktning, inte minst avseende åtgärder mot illegal konkurrens. En intressant notering är att infrastrukturaktörer, kunder och konkurrenter uppfattas ha större påverkan på sektorns utveckling än myndigheter och folkvalda.

Netopias förhoppning är att denna rapport ska kunna tjäna som underlag för fortsatt diskussion. Den ger också indikationer på viktiga områden som behöver diskuteras vidare, vilket Netopia får anledning att återkomma till i kommande rapporter och i andra sammanhang.

Stockholm 5 maj 2010

Per Strömbäck

Redaktör
Netopia

Sammanfattning

- Denna rapport har tagits fram i syfte att beskriva den svenska marknaden för internetbaserade innehållstjänster - storlek, potential för sysselsättning och tillväxt samt vilka utmaningar den står inför.
- Den definition av nätmarknaden som används i rapporten utgår ifrån tjänster som levererar **digitalt innehåll över internet** och som har det som en del av sin **kärnaffär**. Företagen måste ha verksamhet i Sverige och rikta sig till svenska konsumenter.
- Rapporten baseras på svaren från en enkät där totalt tjugosex företag verksamma på innehållsmarknaden medverkade. Företagen är verksamma inom sju olika marknadssegment; dataspel, programvaror, film, nättidningar, böcker (e-böcker och ljudböcker), musik och tv.
- Företagen ombads uppskatta den totala omsättningen och det totala antalet anställda inom respektive marknadssegment. Uppskattningarna varierade kraftigt i storlek mellan företagen, vilket sannolikt är ett resultat av att marknaden ännu är förhållandevis ung och att tillgången på övergripande marknadsuppskattningar är begränsad.
- En sammanvägning av uppskattningarna visar att marknaden för internetbaserade innehållstjänster i dagsläget omsätter cirka 3 miljarder kronor och sysselsätter cirka 11 000 personer (2009).
- Företagen i undersökningen har stark framtidstro. Fyra av tio företag planerar att nyanställa under 2010 och hela 95 procent bedömer att marknadspotentialen är god eller mycket god de närmaste tre åren.
- Sektorn förefaller vara mycket attraktiv för arbetstagare under trettio år. 45 procent av företagen uppger att intresset för att arbeta i branschen är mycket stort inom denna åldersgrupp.
- Givet att förutsättningarna på marknaden är de rätta bedömer företagen att marknaden för internetbaserade innehållstjänster skulle kunna öka med 200 procent fram till utgången av 2012. Sysselsättningen bedöms kunna växa med drygt 10 000 nya jobb under samma period, vilket motsvarar en ökning på 91 procent.
- Nästan hälften av företagen anser att den illegala konkurrensen i form av exempelvis sajter som tillhandahåller piratkopierat material hindrar tillväxtpotentialerna. Utvecklingen och tillväxten för de lagliga tjänsterna är alltså beroende av åtgärder mot illegal konkurrens.

- Företagen i undersökningen bedömer att infrastrukturaktörer såsom hård- och mjukvaru- samt dominerande tjänsteföretag som t ex Google, Facebook, Cisco, Oracle, IBM m fl har mycket stort inflytande över spelreglerna på marknaden. Politikers och myndigheters inflytande bedöms dock vara lågt.
- 36 procent av de tillfrågade företagen anser att politiker i Sverige generellt har en dålig förståelse för vad som krävs för att deras marknad ska nå sin fulla potential

1. Bakgrund - en samlad bild av marknaden för internetbaserade innehållstjänster

Intresset för internetbaserade innehållstjänster har vuxit från både politiskt och medialt håll de senaste åren. Lagliga innehållstjänster beskrivs ofta som en viktig del av svaret på hur problemen med piratkopiering bör bemötas men intresset grundar sig också i synen på nätmarknaden som en sektor med betydande potential för jobbskapande och tillväxt.

I syfte att försöka beskriva hur marknaden för internetbaserade innehållstjänster ser ut i dagsläget - storleken sett till omsättning, potentialen för jobbskapande och tillväxt samt vilka utmaningar den står inför - har Netopia tagit fram denna rapport. Rapporten baseras på en undersökning som genomfördes i form av en webbenkät under februari 2010. Enkäten skickades till vd:ar och digitalt ansvariga på svenska företag som tillhandahåller internetbaserade innehållstjänster. Enkäten innehöll frågor kring såväl företagets egen verksamhet som nätmarknaden i stort.

Undersökningen genomfördes i samarbete med undersökningsföretaget Mistat AB. Mistat är ett helt fristående och oberoende företag vars inriktning är marknadsundersökningar. Mistat är sedan många år medlem i ESOMAR (European Society for Opinion and Marketing Research).

Det finns i dagsläget ingen etablerad definition för innehållsmarknaden på nätet. Detta beror sannolikt på att marknaden ännu är förhållandevis ung men också att det ständigt växer fram nya tjänster och affärsmodeller. Post- och Telestyrelsen använder sig i sina rapporter av en definition där alla tjänster som erbjuds genom fasta och mobila nät omfattas. Detta innebär att såväl betal-samtalstjänster som IP-TV och banktjänster över nätet inkluderas. Vi har dock valt en snävare definition där fokus läggs på de tjänster som levererar faktiskt innehåll i form av digitala produkter över nätet, och som har det som en del av sin kärnaffär. Företagen som deltagit i undersökningen har därför valts ut i enlighet med följande kriterier:

- Företaget måste ha försäljning av digitalt innehåll över nätet som en del av sin kärnaffär
- Tjänsten måste vara helt digital. Företag som säljer fysiska produkter över internet har inte tagits med
- Företaget måste rikta sig till svenska konsumenter, men kan även vara aktivt på andra marknader
- Företaget måste vara registrerat i Sverige. Större utländska företag som bedriver verksamhet i Sverige genom ett svenskt dotterbolag har också tagits med

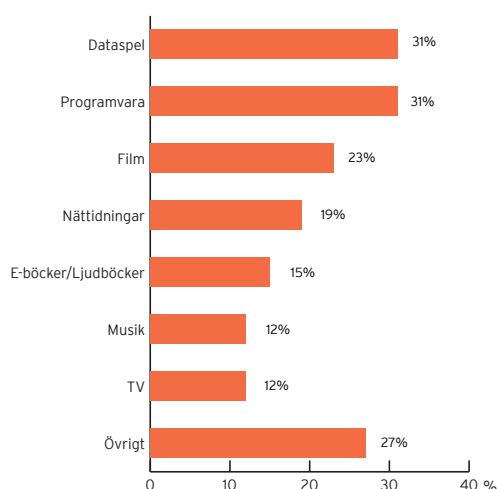
2. Medverkande företag

Totalt 45 olika företag tillfrågades om att delta i undersökningen - allt från stora internationella företag med ett brett utbud av tjänster, till mindre och lokala företag specialiserade inom en typ av tjänst. Av dessa valde tjugosex stycken att delta i undersökningen.

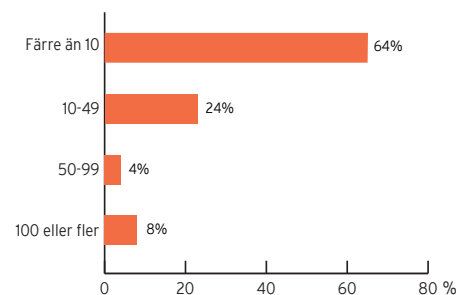
Företagen är verksamma inom sju olika marknadssegment: dataspel, programvaror, film, nättidningar, böcker (e-böcker och ljudböcker), musik och . Utöver dessa så finns det även en övrigt-kategori där företag som tillhandahåller andra typer av digitalt innehåll, exempelvis digitala sjökort, dokumentmallar eller språkkurser över nätet, ingår. Urvalet av företag togs fram med utgångspunkt i att skapa en så bred bild av marknaden som möjligt. I diagrammet här intill framgår fördelningen av de medverkande företagen över de olika kategorierna. Flera av aktörerna i undersökningen tillhandahåller mer än en typ av innehåll, vilket förklarar varför summan är större än 100 procent.

Majoriteten av företagen som valde att delta i undersökningen har en förhållandevis liten verksamhet inom internetbaserade innehållstjänster. 64 procent har färre än tio anställda medan endast 8 procent av företagen har fler än 100 anställda.

Fördelning av företag i undersökningen



Antal anställda i de medverkande företagen



3. Marknadens storlek

Givet att marknaden för internetbaserade innehållstjänster är förhållandevis ung och föränderlig så är tillgången på aktuella och övergripande marknadsuppskattningar begränsad. I syfte att skapa en bild av hur marknaden ser ut i dagsläget - hur stor den är och hur många människor den sysselsätter - har därför denna rapport utgångspunkt i uppskattningar gjorda av företag som själva är verksamma på marknaden. Dessa företag bör vara särskilt väl skickade att göra denna typ av uppskattningar med hänsyn till deras inblick i hur marknaden fungerar och hur konkurrensläget ser ut.

Företagen i undersökningen ombads att själva uppskatta total omsättning och antalet sysselsatta inom sitt/sina specifika marknadssegment. Utifrån dessa uppskattningar beräknades ett genomsnitt för respektive segment (rensat för alltför avvikande uppskattningar). Genomsnitten för de olika segmenten summerades sedan för att på så sätt skapa en uppskattning av storleken och sysselsättningen på nätmarknaden som helhet. Övrigt-kategorin togs dock inte med i denna beräkning då uppskattningarna inom denna kategori gäller olika marknadssegment.

Uppskattningarna inom respektive marknadssegment var spretiga och varierade kraftigt i storlek. Detta är sannolikt ett resultat av att marknaden är relativt ung och den begränsade tillgången på aktuella marknadsuppskattningar som påtalades ovan. Den valda metoden har också svagheter vad gäller precision i uppskattningarna samt osäkerhetsfaktorer som till exempel hur de medverkande företagen definierar marknaden. Det bör också tilläggas att uppskattningarna sannolikt är i underkant då de endast innefattar de sju definierade marknadssegmenten (och inte övrigt-kategorin).

Nedan redovisas resultaten av företagens uppskattningar för marknadsstorlek och total sysselsättning i branschen.

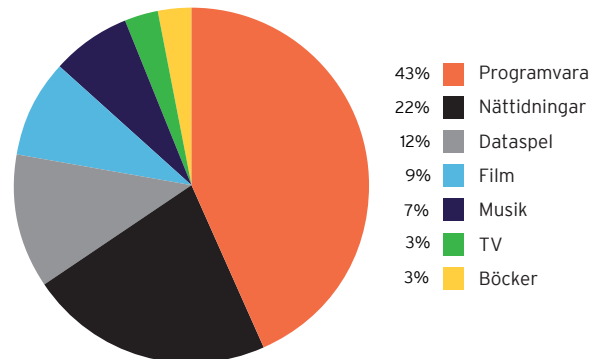
3.1 Företag som levererar internetbaserade innehållstjänster sysselsätter uppskattningsvis 11 000 personer

Utifrån uppskattningarna av företagen i undersökningen jobbar omkring 11 000 personer inom innehållsbranschen på nätet i dagsläget, vilket gör det till en förhållandevis liten sektor i termer av arbetstillfällen. 11 000 sysselsatta kan exempelvis jämföras med den svenska banksektorn som sysselsätter cirka 40 000 personer enligt Bankföreningens statistik för 2008. Det är således förväntad tillväxt och innovationsgrad snarare än dagens storlek som gör denna bransch intressant.

3.2 Omsättningen på marknaden för internetbaserade innehållstjänster uppskattas till cirka 3 miljarder kronor

Utifrån uppskattningarna i undersökningen beräknas den totala omsättningen på den svenska marknaden för internetbaserade innehållstjänster uppgå till cirka 3 miljarder kronor för 2009. Programvarutjänster står för den största delen av denna marknad, 43 procent, följt av nättidningar som står för 22 procent. Boktjänster står för den minsta andelen av marknaden, 3 procent.

Den totala marknaden för digitala innehållstjänster på nätet



2 867 MSEK, 2009

Att programvarutjänster är betydligt större än de andra marknadssegmenten sett till omsättningen kan sannolikt förklaras av dess nära koppling till IT-sektorn. Intressantare är dock nättidningarnas förhållandevis stora andel på 22 procent. Merparten av omsättningen i detta segment kommer från annonsintäkter. Att den utgör en så stor andel av den totala omsättningen indikerar nätmarknadens stora beroende av intäkter från annonsörer. Detta kan i sin tur ses som ett resultat av att tillgången på alternativa och fungerande betalningsmodeller fortfarande är bristfällig. Det faktum att nyheter på nätet är en färskvara gör också dessa tjänster mindre känsliga för illegal konkurrens i form av piratkopiering, vilket annars kan förklara den svaga ställningen för musik-, film- och boktjänster på nätet.

Även om nätmarknaden i dagsläget är förhållandevis liten ger företagen i undersökningen en mycket positiv tillväxtprognos för de kommande åren. Detta behandlas närmre i nästa avsnitt.

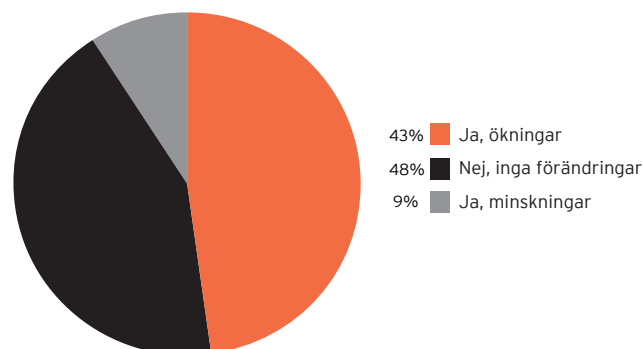
4. Framtidspotential för jobb och tillväxt

För att skapa en bild av hur branschens sysselsättningspotential ser ut på kort sikt ombads företagen uppge om de avser göra några förändringar av personalstyrkan under 2010.

4.1 Fyra av tio företag på marknaden för internetbaserade innehållstjänster planerar att nyanställa under 2010

Den största andelen, 48 procent, uppgav att de inte planerade några förändringar av personalstyrkan under 2010 men en nästan lika stor andel, 43 procent uppgav att de planerar att öka personalstyrkan. Den planerade ökningen uppgår till i genomsnitt fyra nya arbetstillfällen per företag, vilket innebär en betydande tillväxt då en majoritet av företagen i dagsläget har under 10 anställda. Endast 9 procent planerar att minska personalstyrkan under 2010.

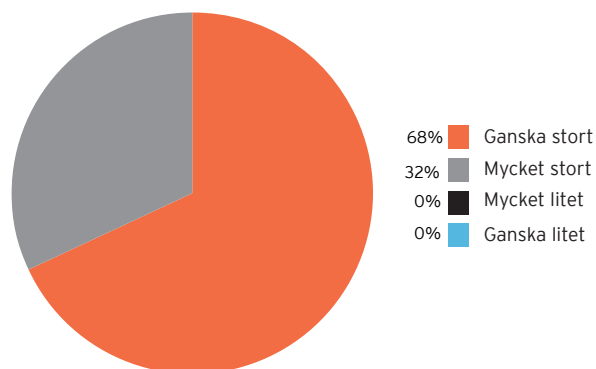
Planerade förändringar av personalstyrkan under 2010



4.2 Intresset för branschen bland arbetstagare under trettio år bedöms vara mycket stort

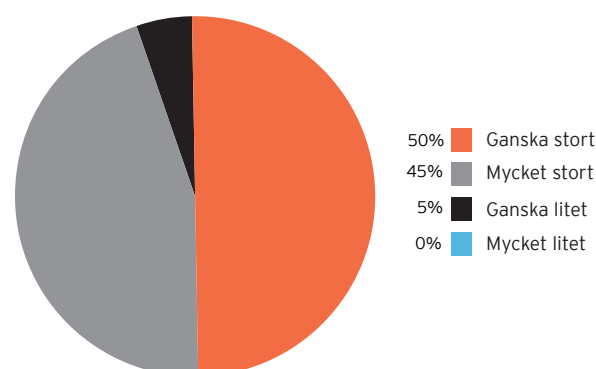
Sektorn förefaller vidare vara särskilt attraktiv för unga arbetstagare (under trettio år). 45 procent av företagen uppger att intresset för att arbeta i branschen är mycket stort inom denna åldersgrupp. Detta kan jämföras med intresset bland arbetstagare generellt där motsvarande andel är 32 procent. (se diagram här intill).

Intresset bland arbetstagare generellt att arbeta inom branschen



Det faktum att många företag med verksamhet inom internetbaserade innehållstjänster väntas expandera personalstyrkan under det närmaste året indikerar att detta är en sektor med tydliga tillväxtmöjligheter. Att den samtidigt i stor utsträckning attraherar unga arbetstagare bör göra den särskilt lämplig för att öka sysselsättningen bland ungdomar, en grupp med förhållandevis hög arbetslöshet.

Intresset bland arbetstagare under 30 år att arbeta inom branschen

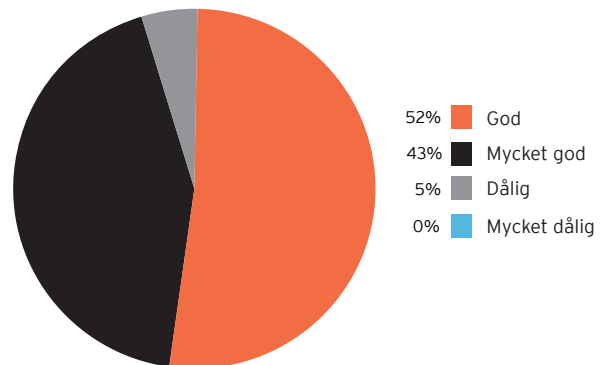


4.3 Potential för en tredubbling av marknaden fram till utgången av 2012

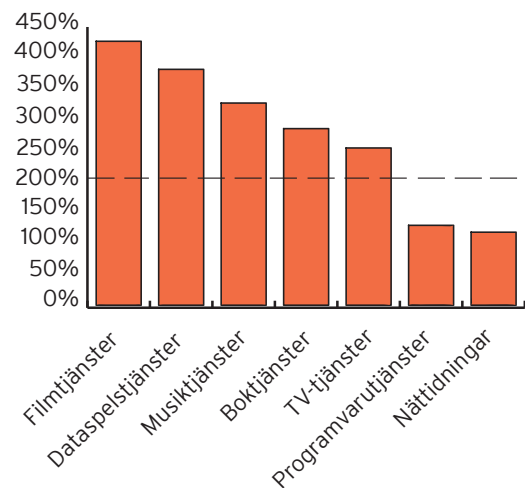
Ur ett långsiktigt perspektiv förefaller potentialen för tillväxt och sysselsättning på den svenska nätmarknaden vara än mer betydande. Företagen i undersökningen har generellt en mycket positiv syn på framtiden och hela 95 procent bedömer att det egna företagets marknadspotential är god eller mycket god de närmsta tre åren. Endast 5 procent bedömer sin utvecklingspotential som dålig.

Givet att förutsättningarna på nätmarknaden utvecklas på bästa sätt så bedömer företagen i undersökningen att marknaden för internetbaserade innehållstjänster skulle kunna öka omsättningen med 200 procent under de kommande tre åren¹. Utifrån den uppskattningen skulle marknaden totalt omsätta omkring 8,8 miljarder kronor år 2012. Precis som för marknadsuppskattningarna under punkt tre ovan så varierar dock uppskattningar för tillväxtpotentialen kraftigt mellan företagen, vilket ger en osäkerhet.

Uppskattad utvecklingspotential under de kommande tre åren



Uppskattad tillväxt i omsättning, 2009-2012



4.4 Potential för en fördubbling av antalet jobb fram till utgången av 2012

Sett till sysselsättningen bedömer företagen i undersökningen att antalet anställda skulle kunna växa med 92 procent på tre år². Det innebär totalt cirka 10 000 nya jobb år 2012 och en sammanlagd sysselsättning på cirka 21 000 personer. Även dessa uppskattningar varierar kraftigt mellan företagen.

Digitala filmtjänster och dataspelstjänster är mest optimistiska över tillväxtpotentialen de kommande tre åren. Filmtjänsterna i undersökningen ser potential för en tillväxt av omsättningen på 423 procent fram till utgången av 2012. Antalet anställda väntas kunna öka med 166 procent. Dataspelstjänsterna i undersökningen ser potential för en omsättningstillväxt på 378 procent och en ökning i antalet anställda med hela 328 procent fram till utgången av 2012. Detta kan jämföras med regeringens prognos i **2010 års ekonomiska vårproposition** där den svenska ekonomin väntas växa med sammanlagt cirka 10 procent under motsvarande period.

¹ Baserat på företagens genomsnittliga uppskattningar inom respektive marknadssegment
² Baserat på företagens genomsnittliga uppskattningar inom respektive marknadssegment

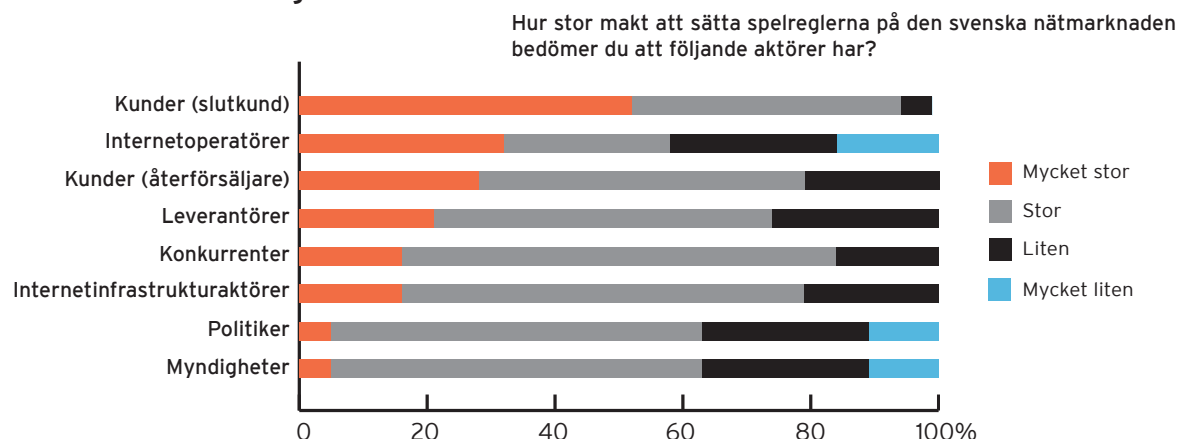
Framtidspotentialen på nätmarknaden är således betydande. Även nät-tidningarna, som är minst optimistiska om tillväxtmöjligheterna och sannolikt upplever sin marknad som betydligt mer mogen än de andra företagen, ser potential för en tillväxt på 117 procent de kommande tre åren.

Trots de goda framtidsutsikterna står dock sektorn inför ett flertal utmaningar som riskerar att hämma potentialen för tillväxt och jobbskapande. Konkurrensen från illegala aktörer är en tydlig sådan utmaning som behandlas närmre i nästa avsnitt.

5. Tillväxtfaktorer och marknadsaktörernas inflytande

Som konstaterats tidigare så ser aktörerna på den svenska nätmarknaden mycket positivt på potentialen för att skapa tillväxt och arbetstillfällen. I syfte att identifiera vilka aktörer som har särskilt stor makt över utvecklingen ombads företagen att bedöma inflytandet för ett antal olika aktörer på den svenska nätmarknaden. Resultatet framgår i diagrammet nedan.

5.1 Kunder, konkurrenter och internetinfrastrukturaktörer har störst makt över utvecklingen



Slutkunder och konkurrenter anses vara de aktörer som har störst makt över utvecklingen på den svenska marknaden för internetbaserade innehållstjänster. Något oväntat bedöms politikernas och myndigheternas inflytande vara lågt, medan de så kallade internetinfrastrukturaktörerna (dvs de aktörer som styr de tekniska förutsättningarna på internet, såsom hårdvarutillverkare som Cisco och Ericsson, mjukvaruföretag som Oracle och IBM, samt dominerande tjänsteföretag som Google och Facebook m fl) gavs en förhållandevis stor betydelse. Dessa rankas på tredje plats om man ser till de som har mycket stort eller stort inflytande (79 procent). Bedömningen att politiker har lågt inflytande kan vara ett resultat av att de upplevs ha bristande förståelse för branschens utmaningar, en fråga som behandlas i nästa avsnitt.

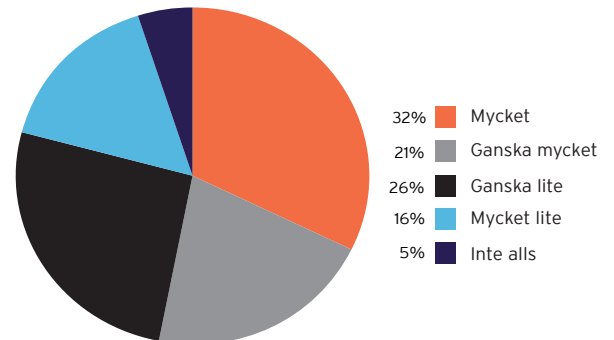
58 procent av företagen i undersökningen anser att internetoperatörerna har stor eller mycket stor makt över förutsättningarna på den svenska nätmarknaden. Rangordnar man aktörerna enbart efter andelen som bedömer att de har mycket stor makt placerar sig internetoperatörerna i topp, efter slutkunder. Detta, i kombination med infrastrukturaktörernas starka position, skulle kunna antyda att det råder en obalans i inflytandet över utvecklingen på marknaden där nätentreprenörer i stor utsträckning är beroende av ett fåtal internetinfrastrukturaktörer. Detta väcker också frågor i relation till den pågående samhällsdebatten om styrkeförhållanden på internet. Hur långt sträcker sig lagstiftarens inflytande vad gäller att sätta spelreglerna på nätet? Vad innebär det för integritet, rättigheter och demokrati att infrastrukturaktörer har så stort inflytande? Resultatet visar också på vikten av dessa aktörers stöd för att förverkliga den potential för tillväxt som finns på nätmarknaden.

5.2 Hälften av företagen anser att den illegala konkurrensen håller tillbaka tillväxtmöjligheterna

Bland företagen i undersökningen anser 53 procent att deras tillväxtmöjligheter påverkas mycket eller ganska mycket av den illegala konkurrensen, i form av exempelvis sajter som tillhandahåller piratkopierat material. 5 procent uppger att de inte påverkas alls.

Den stora andelen företag som betraktar den olagliga fildelningen som ett hinder för tillväxtmöjligheterna kan tolkas som att arbetet med att stävja den illegala konkurrensen är centralt för att främja utvecklingen av en fungerande nätmarknad för lagliga innehållstjänster.

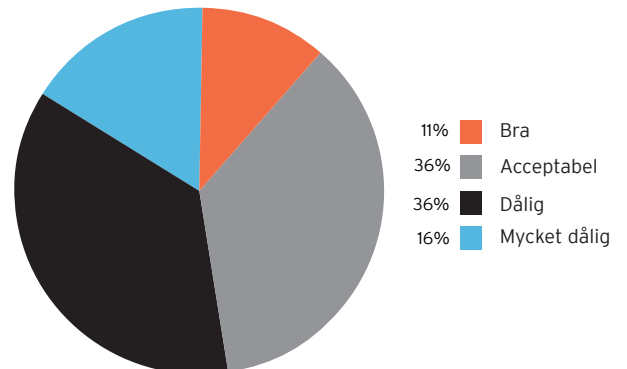
Hur mycket påverkas dina tillväxtmöjligheter av den illegala konkurrensen



5.3 Låg förståelse för branschens utmaningar bland politiker

36 procent av de tillfrågade företagen anser att politiker i Sverige generellt har en dålig förståelse för vad som krävs för att deras marknad ska nå sin fulla potential. Lika många tycker att politikerna har en acceptabel bild. Detta skulle kunna ses som ett tecken på en bristande dialog mellan branschens företrädare och de politiker som hanterar denna typ av frågor. Detta skulle också kunna vara ett resultat av att det råder viss tvekan kring var dessa typer av frågor hör hemma politiskt.

Förståelse/kunskap bland politiker i Sverige om förutsättningarna för utvecklingen av nätmarknaden



Ett flertal av företagen i undersökningen formulerade frågor de skulle vilja ha svar på från politiker. De allra flesta handlar om olika typer av regler gällande upphovsrätt. Nedan följer ett urval:

5.4 Frågor som företagen i undersökningen skulle vilja ställa till svenska politiker

- Hur skall man från politikerhåll arbeta långsiktigt med att förändra människors inställning rörande immaterialrätt utan att endast behöva fokusera på lagstiftning?
- Hur tänker du stoppa piratkopiering och olaglig streaming?
- Varför respekterar ni inte upphovsrätten?
- Varför finns det en övertro på riskkapital och en undertro på att stimulera riktiga entreprenörer?
- Varför hänger man sig kvar i ett industrisamhälle och varför diskuterar man Saabs 3000 anställda när betydligt fler jobbar med media och it som är de två framtidsbranscherna?
- Varför omfattas inte film och spel av samma momssats som böcker?
- Varför tillsätts inte mer resurser för att bekämpa illegal kopiering?
- Hur vill ni hjälpa till att öka sysselsättningen inom internetbaserade tjänster de närmaste 3 åren?
- Vilka initiativ tas för att samlat och aktivt promota svensk programvara i utlandet och på så sätt hjälpa svenska bolag ut i världen och öka exporten inom området?

6. Avslutande kommentarer

Marknaden för internetbaserade innehållstjänster beskrivs ofta som en framtidssektor där tillväxt och nya jobb kan skapas. Denna rapport stärker bilden av den goda utvecklingspotentialen för företagen i sektorn men lyfter även fram ett antal utmaningar som måste mötas för att branschen skall kunna förverkliga sin potential. En tydlig sådan utmaning är den illegala konkurrensen som i stor utsträckning håller tillbaka utvecklingen i många företag.

Rapporten visar också att ett fåtal operatörer och internetinfrastrukturaktörer på nätmarknaden bedöms ha mycket stort inflytande på marknadsförutsättningar, medan politikernas och myndigheters inflytande bedöms vara mycket litet. Sektorn för internetbaserade innehållstjänster förefaller således vara starkt beroende av ett fåtal privata aktörers goda vilja för sin fortsatta utveckling. Denna av företagen upplevda obalans i inflytande, i kombination med de svenska politikernas upplevda brist på förståelse för marknaden, gör det särskilt angeläget att en bredare diskussion kommer till stånd kring detta.

Om Netopia

Netopia är ett webb- och idéforum som startade i början av 2010. Netopia tror på ett fritt och öppet internet där människor och företag kan vistas tryggt, där samhället skyddar individernas frihet, integritet och rättigheter och skapar förutsättningar för tillväxt och mångfald. Netopias uppgift är att utveckla visioner om internets framtid som bygger på dessa värden.

Netopia vill driva en debatt om ett bättre samhälle på nätet. Det gör vi på netopia.se, genom att ge ut rapporter samt genom att anordna evenemang som stimulerar till diskussion kring frågor om nätets framtid.

NETOPIA

Forum för digitala samhällsfrågor