

Parere del Comitato economico e sociale europeo sul tema «Imprese del settore creativo e culturale: una risorsa europea nell'ambito della concorrenza mondiale»

(parere di iniziativa)

(2016/C 013/13)

Relatrice: Emmanuelle BUTAUD-STUBBS

Correlatore: Nicola KONSTANTINO

Il Comitato economico e sociale europeo, in data 22 gennaio 2015, ha deciso, conformemente al disposto dell'articolo 29, paragrafo 2, del proprio Regolamento interno, di elaborare un parere di iniziativa sul tema:

Imprese del settore creativo e culturale: una risorsa europea nell'ambito della concorrenza mondiale.

(parere di iniziativa)

La commissione consultiva per le trasformazioni industriali (CCMI), incaricata di preparare i lavori del Comitato in materia, ha formulato il proprio parere in data 15 luglio 2015.

Alla sua 510^a sessione plenaria, dei giorni 16 e 17 settembre 2015 (seduta del 16 settembre), il Comitato economico e sociale europeo ha adottato il seguente parere con 215 voti favorevoli e 2 astensioni.

1. Conclusioni e raccomandazioni

- 1.1. Tenuto conto dell'incidenza delle imprese del settore creativo e culturale sul PIL dell'Unione europea, il CESE chiede alla Commissione europea di elaborare una strategia pluriennale di sviluppo di tali imprese.
- 1.2. In particolare, il CESE ritiene che questo settore, che contribuisce alla proiezione internazionale dell'Unione europea, debba anch'esso formare oggetto delle riflessioni avviate dalla Commissione europea in vista di una comunicazione — prevista per l'autunno 2015 — su una nuova strategia in materia di politica commerciale.
- 1.3. Alla luce dell'evoluzione del mercato del lavoro in alcuni Stati membri, è necessario tenere maggiormente conto delle esigenze dei lavoratori atipici in materia di condizioni di lavoro, salute e sicurezza. Il CESE è favorevole a un'intensificazione dei negoziati collettivi in particolare nel settore dei media e della cultura, nel quadro delle tradizioni nazionali.
- 1.4. Numerosi altri temi meritano un'attenzione particolare: l'adattamento degli strumenti e delle politiche di formazione e istruzione alle nuove esigenze del mercato, il rafforzamento della mobilità dei professionisti del settore, nonché lo sviluppo del finanziamento collettivo (piattaforme di crowdfunding).
- 1.5. La promozione dei valori dell'UE (rispetto della dignità umana, libertà, democrazia, uguaglianza di diritto, tutela delle minoranze ecc.) meriterebbe di essere affidata anche a dei «creativi», maggiormente in grado di attirare i giovani con l'ausilio di applicazioni, video, giochi, fumetti ecc.
- 1.6. Per le imprese di questo settore, che non sempre riescono a «catturare valore», la questione della valutazione finanziaria dei loro attivi immateriali (portafoglio clienti, notorietà e reputazione, marchi, know-how), che sono sostenibili e fonti di profitti futuri, riveste un'importanza essenziale.

2. Introduzione

2.1. Il Comitato economico e sociale europeo (CESE) sostiene da oltre 11 anni lo sviluppo delle imprese del settore creativo e culturale (ICC). Ben prima che la Commissione europea elaborasse, nel 2012, una comunicazione dal titolo «Valorizzare i settori culturali e creativi per favorire la crescita e l'occupazione nell'UE»⁽¹⁾, tra il 2004 e il 2014 il Comitato ha adottato tutta una serie di pareri pertinenti⁽²⁾.

2.2. Le imprese del settore creativo e culturale occupano una posizione strategica in seno alla società europea, in virtù della quale sono in grado di promuovere una crescita intelligente, sostenibile e inclusiva («Europa 2020»), in quanto è stato dimostrato⁽³⁾ che una delle caratteristiche delle ICC risiede nella loro maggiore capacità di innovazione rispetto alle imprese di altri settori economici.

2.3. Merita inoltre sottolineare il ruolo particolare che le ICC svolgono, in seno alla società europea, nella promozione del pluralismo e della diversità culturale nonché dell'identità europea⁽⁴⁾.

2.4. Nel gennaio 2015 l'ufficio di presidenza del CESE ha deciso di approvare l'elaborazione di un nuovo parere d'iniziativa sulle ICC, dato che esse rappresentano una risorsa preziosa dell'Europa nell'ambito della concorrenza globale. Infatti, paesi come gli Stati Uniti, il Canada e la Corea del Sud mettono a punto delle strategie di persuasione (soft power) efficaci al fine di diffondere la loro cultura e i loro stili di vita e sostenere lo sviluppo economico delle loro imprese che progettano, producono e distribuiscono beni e servizi con contenuti culturali.

2.5. Ma quali sono i fattori cruciali alla base del rinnovato interesse del CESE per lo sviluppo delle imprese di questo settore?

2.5.1. In primo luogo, il rilievo assunto da queste imprese nell'economia europea è sempre più significativo. Tenendo conto delle diverse definizioni esistenti e alla luce delle ultime statistiche disponibili, si può ben dire che le imprese del settore creativo e culturale costituiscano uno dei settori più dinamici dell'economia europea. Lo studio della società di consulenza TERA, che copre il periodo 2008-2011⁽⁵⁾, segnala che il contributo di questo tipo di industrie al PIL europeo è compreso tra il 4,4 % (solo per le industrie creative pure o core industries) e il 6,8 % (se ad esse si aggiungono quelle da loro fortemente dipendenti, ossia le non-core industries). Il loro contributo all'occupazione è rappresentato rispettivamente da 8,3 milioni di persone, pari al 3,8 % del totale della popolazione attiva dell'UE, per le industrie creative pure (core industries), e 14 milioni di posti di lavoro se vi si aggiungono tutte le industrie fortemente dipendenti (non-core industries), ossia il 6,5 % del totale della popolazione attiva dell'UE. Si tratta quindi del terzo datore di lavoro dell'UE, dopo i settori dell'edilizia e delle bevande.

2.5.2. Per via degli elevati debiti pubblici, gli Stati e gli enti territoriali substatuali hanno dovuto ridurre l'importo delle sovvenzioni concesse alle associazioni culturali e musicali, ai teatri, ai cinema d'essai ed alle orchestre. I grandi media radiotelevisivi pubblici sono in difficoltà in diversi Stati membri, proprio come la stampa scritta, il cui modello economico è in crisi a causa della rivoluzione digitale.

2.5.3. I negoziati per la conclusione di un partenariato transatlantico sono stati avviati nel giugno 2013 e hanno già visto svolgersi quasi 9 tornate negoziali. L'eccezione culturale è stata riconosciuta fin dall'inizio, e il CESE appoggia la posizione del Parlamento europeo che, nella risoluzione del 23 maggio 2013 sui negoziati UE-Stati Uniti in materia di commercio e investimenti⁽⁶⁾, chiede che «l'esclusione dei servizi culturali e audiovisivi, compresi quelli forniti online, sia dichiarata esplicitamente nel mandato negoziale».

2.5.4. Il programma Europa creativa, in merito al quale il Comitato ha già avuto modo di pronunciarsi⁽⁷⁾, è entrato in vigore da poco e ha una dotazione di bilancio di 1,46 miliardi di euro per il periodo 2014-2020.

3. Osservazioni di carattere generale

3.1. Interrogativi quanto allo sviluppo economico del settore

3.1.1. La crisi ha reso più fragile tutta una serie di settori rappresentativi della cultura e della creatività europee:

— i concerti e le orchestre di musica classica e folcloristica,

⁽¹⁾ COM(2012) 537 e i relativi documenti di lavoro sulle industrie della moda e dei prodotti di alta gamma SWD(2012) 286 e SWD(2012) 284; (GU C 198 del 10.7.2013, pag. 39).

⁽²⁾ Tra i pareri orizzontali e tematici del CESE, basti ricordare qui: GU C 110 del 9.5.2006, pag. 34; GU C 108 del 30.4.2004, pag. 68; GU C 51 del 17.2.2011, pag. 43; GU C 181 del 21. 6.2012, pag. 35; GU C 198 del 10.7.2013, pag. 14; GU C 110 del 9.5.2006, pag. 1; GU C 44 dell'11.2.2011, pag. 75; GU C 451 del 16.12.2014, pag. 64; GU C 191 del 29.6.2012, pag. 18; GU C 230 del 14.7.2015, pag. 47.

⁽³⁾ Cfr. lo studio del British Council Mapping the creative industries: a toolkit («Mappare le imprese del settore creativo: uno strumentario»), http://creativeconomy.britishcouncil.org/media/uploads/resources/mapping_the_creative_industries_a_toolkit_2-2.pdf

⁽⁴⁾ GU C 51 del 17.2.2011, pag. 43.

⁽⁵⁾ TERA Consultants, *The Economic Contribution of the creative industries to EU GDP and employment* [Il contributo economico delle industrie creative al PIL e all'occupazione dell'UE], 2014.

⁽⁶⁾ P7_TA (2013)0227, punto 11.

⁽⁷⁾ GU C 198 del 10.7.2013, pag. 39.

- i festival di arte lirica e di teatro,
- il settore europeo del fumetto è danneggiato dalla pirateria,
- le attività di produzione audiovisiva destinate alle reti televisive pubbliche hanno talvolta dovuto pagare lo scotto di sostanziali riduzioni di bilancio.

3.1.2. Le statistiche di Eurostat relative al periodo 2009-2013 confermano che, in un comparto come quello dell'editoria, in Francia il numero di posti di lavoro è diminuito, passando da 146 000 dipendenti nel 2009 a 112 000 nel 2013, o, per fare un altro esempio, che, nel segmento della programmazione e delle riprese, in Polonia il numero degli addetti è sceso da 25 000 nel 2009 a 19 600 nel 2013.

3.1.3. Per contro, secondo una relazione della Fondazione europea per il miglioramento delle condizioni di vita e di lavoro di Dublino (Arts, Entertainment and Recreation: working conditions and job quality [Arte, intrattenimento e svago: condizioni di lavoro e qualità dell'occupazione])⁽⁸⁾, nell'UE i settori artistico, ricreativo e dell'intrattenimento hanno fatto registrare un leggero aumento (+ 2 %) tra il 2010 e il 2012. In alcuni Stati membri, la percentuale di occupati in questi settori è molto superiore alla media europea (1,6 % della popolazione attiva): nel Regno Unito e in Estonia è pari al 2,6 %, in Svezia (con il 14 % delle imprese e l'8 % del PIL) al 2,5 % e in Lettonia al 2,3 %.

3.2. **Il programma Europa creativa 2014-2020: un sistema che suscita perplessità quanto al finanziamento e ai punti di contatto locali**

3.2.1. Nelle industrie creative, la necessità del ricorso al finanziamento si spiega con la difficoltà, per le imprese del settore, di elaborare modelli di reddito che consentano loro di «catturare valore». Orientare le PMI nella concezione di modelli imprenditoriali e di reddito in grado di creare e al tempo stesso catturare valore significherebbe renderle meno dipendenti dalle sovvenzioni pubbliche.

3.2.2. Il CESE aveva già manifestato perplessità circa il nuovo dispositivo finanziario ideato per agevolare l'accesso delle PMI e degli altri operatori ai finanziamenti. E aveva sottolineato la mancanza di competenze specifiche, nel settore culturale, del Fondo europeo per gli investimenti (FEI)⁽⁹⁾, al quale è stato affidato il compito di attivare la garanzia settoriale da 121 milioni di EUR.

3.2.3. Secondo le regole del programma Europa creativa, tale garanzia deve avere un effetto leva del 5,7 %, il che, tradotto in cifre, corrisponde a circa 700 milioni di EUR disponibili per una procedura di appalto che consenta di selezionare i prestatori di servizi incaricati di rafforzare le capacità amministrative per conto dello strumento di garanzia.

3.2.4. Inoltre, sarebbe opportuno anche diversificare le modalità di finanziamento. Il crowdfunding, anche nella sua dimensione transfrontaliera, consente un accesso più facile al finanziamento di progetti e riduce il rischio per gli investitori (*La Tribune*, 11 febbraio 2014).

3.2.5. Più in generale, si pone con forza la questione della valutazione finanziaria degli attivi immateriali. La Commissione europea riconosce sì l'importanza di questi attivi, ma non suggerisce alcun metodo comune per la loro valutazione finanziaria.

3.2.6. Un numero insufficiente di punti di contatto locali: in ogni Stato membro si contano da 1 a 4 sportelli Europa creativa, situati nella capitale o in altre grandi città. Tale rete non è probabilmente sufficiente a garantire una promozione dei programmi in tutte le regioni particolarmente incentrate sulle imprese del settore creativo e culturale.

3.3. **Adeguare le norme sulla proprietà intellettuale alla rivoluzione digitale**

3.3.1. Attualmente il dibattito sulla riforma della direttiva 2001/29/CE del Parlamento europeo e del Consiglio⁽¹⁰⁾ sul diritto d'autore è basato anche su una comunicazione del 19 maggio 2010 [«Un'agenda digitale europea», COM(2010) 245 final], affrontando una serie di questioni difficili da risolvere:

- occorre creare un titolo europeo unico del diritto d'autore?

⁽⁸⁾ http://www.eurofound.europa.eu/sites/default/files/ef_publication/field_ef_document/ef1384en14.pdf

⁽⁹⁾ GU C 181 del 21.6.2012, pag. 35.

⁽¹⁰⁾ GU L 167 del 22.6.2001, pag. 10.

- come adattare il diritto d'autore, che oggi si presenta in forme molto diverse e complesse nei singoli Stati membri, a nuove forme di espressione culturale?
- è auspicabile armonizzare in tutta l'UE la durata della tutela del diritto d'autore?
- il legislatore ha anticipato la rivoluzione della stampante 3D?

3.3.2. Un altro argomento delicato è quello della remunerazione degli autori e degli artisti/interpreti in relazione agli introiti derivanti dalla diffusione online delle loro opere ed esecuzioni.

3.3.3. Il CESE insiste sulla necessità di un regime equilibrato, che garantisca una remunerazione giusta ed equa a tutti gli aventi diritto e in particolare ai creatori di contenuti, agli artisti interpreti o esecutori e ai produttori.

3.3.4. Reputa altresì importante aiutare le PMI e le microimprese del settore creativo e culturale a tutelare i loro diritti di proprietà intellettuale⁽¹¹⁾, in particolare nei settori della moda e del design.

3.3.5. Il CESE esorta inoltre la Commissione europea a dar prova di coerenza sottoponendo a revisione anche la direttiva 2000/31/CE del Parlamento europeo e del Consiglio sul commercio elettronico⁽¹²⁾ al fine di responsabilizzare tutti i soggetti interessati (attori/aventi diritto, servizi di hosting, motori di ricerca, fornitori di soluzioni di pagamento ecc.) riguardo alla lotta contro la pirateria.

4. Osservazioni specifiche

4.1. *Introdurre quanto prima dei meccanismi territoriali di incentivazione*

4.1.1. Il CESE sottolinea che è proprio a livello locale che si possono creare — oppure no — delle forme di cooperazione. Occorre insistere sul ruolo cruciale che svolgono i cluster culturali, i distretti creativi, i luoghi di incontro accessibili e gratuiti messi a disposizione dalle città e dalle regioni, come dimostrato da numerose testimonianze (Vallonia, Rodano-Alpi) nel corso dell'audizione del 15 giugno 2015. Nella loro relazione sulla resilienza delle ICC⁽¹³⁾, gli esperti della rete europea hanno osservato che «le politiche pubbliche volte a promuovere la cultura e la creatività sembrano avere un impatto maggiore a livello infranazionale».

4.1.2. Il programma annuale per l'attuazione dell'iniziativa Europa creativa prevede di destinare 4,9 milioni di EUR agli sportelli Europa creativa, che attualmente sono troppo pochi e si trovano solo nelle capitali o in altre grandi città, il che non garantisce necessariamente la migliore ubicazione rispetto agli attori interessati.

4.2. *Dare le risposte necessarie alla situazione, talora precaria, dei lavoratori atipici nelle ICC non del settore lusso*

4.2.1. Secondo una relazione dell'Organizzazione internazionale del lavoro (OIL), del maggio 2014, sul tema delle relazioni industriali nel settore dei media e delle imprese culturali⁽¹⁴⁾, vi sono:

- 2,3 milioni di dipendenti nei segmenti dell'editoria, della produzione di video e della televisione,
- 1,2 milioni di occupati nei comparti della stampa e della pubblicazione di media,
- 1 milione di artisti, la metà dei quali avrebbe uno status di «autoimprenditore».

4.2.2. Nella maggior parte di queste professioni, e in particolare nel settore dei media e della cultura, negli ultimi decenni si assiste al diffondersi di impieghi cosiddetti atipici, con il moltiplicarsi dei contratti a tempo parziale e a tempo determinato, del lavoro interinale e del lavoro autonomo o parasubordinato.

⁽¹¹⁾ Cfr. il parere del CESE «Verso un rinnovato consenso sul rispetto dei diritti di proprietà intellettuale: piano d'azione dell'Unione europea», GU C 230 del 14.7.2015, pag. 72.

⁽¹²⁾ GU L 178 del 17.7.2000, pag. 1.

⁽¹³⁾ <http://www.eenc.info/fr/eencdocs-fr/rapports/la-resilience-de-emploi-dans-les-secteurs-culturels-et-creatifs-sccs-pendant-la-crise/>

⁽¹⁴⁾ Les relations d'emploi dans les industries des médias et de la culture («I rapporti di lavoro nelle imprese del settore dei media e della cultura») (maggio 2014) http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/—ed_dialogue/—sector/documents/publication/wcms_240701.pdf

4.2.3. Il CESE sostiene i punti di consenso adottati dall'OIL nel maggio 2014⁽¹⁵⁾, ribadendo che i principi e i diritti fondamentali nel lavoro devono applicarsi a tutti i lavoratori del settore dei media e della cultura, indipendentemente dalla natura del loro rapporto di lavoro. Constata che determinati lavoratori del settore dei media e della cultura non beneficiano di un'adeguata protezione sociale (disoccupazione, pensione, sicurezza sociale ecc.) e che talvolta un maggiore ricorso al subappalto e l'esistenza di regimi molto diversi tra i lavoratori atipici delle ICC possono far crescere i rischi in materia di sicurezza e salute.

4.2.4. Il CESE si pronuncia a favore di un'attività di contrattazione collettiva più intensa nei diversi comparti di questo settore, finalizzata a migliorare le condizioni di lavoro.

4.2.5. Il CESE chiede alla Commissione europea di presentare un ambizioso «pacchetto» legislativo sulla mobilità, che permetta di affrontare adeguatamente i problemi di mobilità all'interno dell'UE dei professionisti delle ICC e di facilitare il rilascio dei visti nel quadro degli scambi con i paesi terzi.

4.3. *Anticipare i cambiamenti negli strumenti di istruzione e formazione nel settore delle ICC*

4.3.1. Già in passato il CESE ha richiamato l'attenzione sulla necessità di promuovere una maggiore conoscenza delle imprese del settore creativo nei percorsi dell'istruzione di base e della formazione professionale, secondo quanto indicato nella Carta internazionale dell'artigianato artistico⁽¹⁶⁾.

4.3.2. Occorre sottolineare il ruolo fondamentale del servizio pubblico radiotelevisivo come primo vettore di educazione alla cultura e di diffusione di programmi di alto contenuto letterario, storico od artistico.

4.3.3. Il CESE ritiene poi che, in un periodo in cui i modelli economici si evolvono rapidamente soprattutto a causa dei cambiamenti di abitudini dei consumatori, i corsi di formazione ai mestieri del settore creativo e culturale dovrebbero prevedere anche l'insegnamento di nozioni di economia, gestione e strategia. I dirigenti e gli imprenditori delle ICC devono inoltre avere la possibilità di accedere a questi corsi nel quadro della formazione professionale permanente.

4.3.4. In tutta una serie di pareri il CESE ha insistito sull'importanza che riveste la formazione per trasmettere know-how sviluppati dal mondo dell'artigianato e ormai poco diffusi. Ma quello che emerge con sempre maggiore evidenza in diversi Stati membri è il crescente divario tra il contenuto dei programmi scolastici e le esigenze del mercato, il che ha indotto alcuni soggetti della società civile ad impegnarsi nel campo della formazione creando istituti di insegnamento privati o istituendo, nel quadro di un partenariato pubblico-privato, delle formazioni brevi (4 settimane) di carattere molto pratico, incentrate su un mestiere che permetta ai giovani, diplomati o meno, di essere operativi nel più breve tempo possibile.

4.3.5. Il Consiglio europeo delle competenze per i settori dell'audiovisivo e degli spettacoli dal vivo ha iniziato i lavori nel novembre 2014. Il CESE segue con interesse le attività di tale organo, che dovrebbero permettere di anticipare meglio i fabbisogni di formazione iniziale e continua.

4.3.6. Il CESE ritiene importante che, in questo contesto, le parti sociali e il Consiglio europeo delle competenze siano strettamente associati alle attività di ESCO⁽¹⁷⁾ (classificazione europea multilingue di abilità, competenze, qualifiche e occupazioni).

4.3.7. Il CESE auspica una maggiore sinergia tra il polo «alleanze della conoscenza» del programma Erasmus+ e il programma «Europa creativa».

4.4. *Non abbassare la guardia di fronte alle strategie dei nostri concorrenti globali*

4.4.1. Il CESE chiede che, data l'incidenza delle ICC sull'economia europea, siano presi in considerazione tutti gli aspetti che interessano questo settore: occupazione, competenze, formazione, proprietà intellettuale ecc. La dimensione esterna del settore deve essere parte integrante dei negoziati bilaterali e multilaterali in corso, dal momento che i beni e servizi ad elevato contenuto creativo e culturale rappresentano una quota crescente delle esportazioni dell'UE. Secondo l'ECCEA, i prodotti di lusso rappresentavano nel 2013 circa il 17 % delle esportazioni totali dell'UE.

4.4.2. Tener conto delle specificità di questo settore in termini di contenuti significa prestare una maggiore attenzione ai diritti di proprietà intellettuale e alla regolamentazione del commercio elettronico.

⁽¹⁵⁾ Organizzazione internazionale del lavoro (OIL), GDFMCS/2014/7, Forum di dialogo mondiale sui rapporti di lavoro nel settore dei media e della cultura, Ginevra, 14-15 maggio 2014, punti di consenso.

⁽¹⁶⁾ Cfr. la nota 4.

⁽¹⁷⁾ La classificazione ESCO è stata lanciata dalla Commissione europea nel 2010 nel quadro della strategia Europa 2020.

4.5. Elaborare una narrazione attraente intorno ai valori dell'Unione europea

4.5.1. I valori dell'UE meritano di essere promossi e diffusi sulle reti sociali utilizzando formati attraenti.

4.5.2. Un invito a presentare progetti rivolto a videomaker, grafici, disegnatori, musicisti ecc. permetterebbe di elaborare contenuti vivaci e immaginosi, in grado di diffondersi in maniera «virale» presso i giovani.

4.6. Incentivare la fertilizzazione incrociata

4.6.1. L'obiettivo di creare e sviluppare sinergie tra differenti imprese del settore creativo e culturale rientra nel quadro concettuale elaborato dalla Commissione europea per il programma Europa creativa⁽¹⁸⁾.

4.6.2. Vengono già realizzati occasionalmente esperimenti molto incoraggianti che coinvolgono, ad esempio, gastronomia, digitale e turismo, oppure arte e lusso, o ancora cultura e turismo.

4.6.3. In molti casi, queste esperienze di fertilizzazione incrociata tra ICC di comparti diversi e tra ICC e altri settori di attività non sono riproducibili su scala industriale, poiché si basano su una comprensione delle caratteristiche specifiche di ciascun settore.

4.6.4. Inoltre, le pratiche di fertilizzazione incrociata che si sviluppano nel settore delle ICC consentono, grazie ai progressi della tecnologia (stampa 3D, stampa digitale), di stimolare lo sviluppo di profili professionali incentrati sulla creazione e l'innovazione, vettori di posti di lavoro futuri.

4.7. La valorizzazione economica del patrimonio architettonico

4.7.1. L'UE vanta la più alta densità culturale al mondo: sul suo territorio si trovano infatti 363 dei 981 siti naturali e culturali considerati patrimonio dell'umanità dall'Unesco. È dimostrato che i flussi di turisti indiani, cinesi, giapponesi e statunitensi diretti in Europa sono attirati principalmente dalla ricchezza di questo nostro patrimonio⁽¹⁹⁾. Qualsiasi miglioramento della politica in materia di visti va quindi incoraggiato, fatte salve le superiori esigenze di sicurezza definite dagli Stati membri e dai paesi terzi interessati.

4.7.2. Tuttavia, il fatto che vari paesi dell'UE provvisti di un vasto patrimonio architettonico come la Grecia (17), la Francia (39), l'Italia (47) o la Spagna (44) abbiano anche un elevato debito pubblico comporta delle difficoltà per la conservazione e la manutenzione di questi monumenti storici. Nella misura in cui questa ricchezza culturale e architettonica dell'Europa costituisce una straordinaria risorsa per poter continuare a sviluppare il turismo culturale, chiediamo alla Commissione europea di fare un bilancio dello stato attuale di manutenzione dei siti catalogati dall'Unesco nell'Unione europea.

4.8. Istituire un forum europeo con una pluralità di soggetti

4.8.1. Il CESE ha già formulato questa richiesta⁽²⁰⁾, appoggiata anche dal Comitato delle regioni, il quale chiede l'istituzione di un Forum europeo della creatività⁽²¹⁾ dove «esponenti del settore pubblico, privato e non profit analizzino i modi in cui l'Europa potrebbe applicare soluzioni creative ai problemi che la affliggono a livello locale e generale».

Bruxelles, 16 settembre 2015

Il presidente
del Comitato economico e sociale europeo
Henri MALOSSE

⁽¹⁸⁾ Regolamento (UE) n. 1295/2013 del Parlamento europeo e del Consiglio, dell'11 dicembre 2013, che istituisce il programma Europa creativa (2014-2020) (GU L 347 del 20.12.2013, pag. 221).

⁽¹⁹⁾ GU C 44 dell'11.2.2011, pag. 75.

⁽²⁰⁾ GU C 198 del 10.7.2013, pag. 39.

⁽²¹⁾ GU C 218 del 30.7.2013, pag. 7.