



Bruxelas, 26.9.2012
COM(2012) 537 final

**COMUNICAÇÃO DA COMISSÃO AO PARLAMENTO EUROPEU, AO
CONSELHO, AO COMITÉ ECONÓMICO E SOCIAL EUROPEU E AO COMITÉ
DAS REGIÕES**

Promover os setores culturais e criativos ao serviço do crescimento e do emprego na UE

COMUNICAÇÃO DA COMISSÃO AO PARLAMENTO EUROPEU, AO CONSELHO, AO COMITÉ ECONÓMICO E SOCIAL EUROPEU E AO COMITÉ DAS REGIÕES

Promover os setores culturais e criativos ao serviço do crescimento e do emprego na UE

1. UM RECURSO ASSAZ INEXPLORADO PARA A ESTRATÉGIA UE 2020

No coração do nosso tecido social, a cultura define os contornos das nossas identidades, aspirações e relações com os outros e com o mundo. Dá também forma aos lugares e às paisagens onde vivemos, aos estilos de vida que desenvolvemos. O património cultural, as artes visuais e performativas, o cinema, a música, a edição, a moda ou o *design* manifestam-se fortemente no quotidiano, mas o possível contributo dos setores culturais e criativos¹ para o desenvolvimento social e económico da UE não é ainda plenamente reconhecido. Além disso, a globalização e a transição para a era digital colocam desafios importantes, mas há ainda que promover as adaptações necessárias para permitir a estes setores a realização de todo o seu potencial, bem como valorizar melhor a reconhecida excelência da Europa enquanto vantagem comparativa na cena mundial. A presente comunicação propõe uma estratégia para explorar o potencial contributo desses setores na UE para o crescimento e o emprego.

Setores de acentuado crescimento

O desempenho económico dos setores culturais e criativos é reconhecido, sendo que na UE representam 3,3% do PIB e empregam 6,7 milhões de pessoas (3% do emprego total)².

Os números são também importantes se considerarmos as indústrias da moda³ e do luxo⁴, que contam com fortes componentes culturais e criativas. Correspondem cada a 3% do PIB da UE e empregam 5 milhões e 1 milhão de pessoas, respetivamente, esperando-se que o emprego nas indústrias do luxo venha a atingir 2 milhões até 2020⁵.

Entre 2008 e 2011, o emprego nos setores culturais e criativos mostrou-se mais resistente do que no conjunto da economia da UE⁶, com as taxas de crescimento a variar, no entanto, em função dos subsectores. Esta tendência é bastante interessante na medida em que alguns setores apresentam uma percentagem mais elevada de emprego juvenil do que o resto da economia.

Em alguns casos, a nível local e regional, os investimentos estratégicos nestes setores obtiveram resultados espetaculares. Em especial, eventos como festivais e as Capitais

¹ Os setores culturais e criativos englobam, em particular, a arquitetura, os arquivos e as bibliotecas, o artesanato, o audiovisual (incluindo o cinema, a televisão, os jogos de vídeo e multimédia), o património cultural, o *design* (incluindo o *design* de moda), os festivais, a música, as artes performativas e as artes plásticas, a edição e a rádio.

² Relatório de 2010 sobre a Competitividade da Europa. Outras fontes apontam para números mais significativos: 4,5% do PIB e 8,5 milhões de pessoas empregadas (TERA Consultants, 2010).

³ Incluindo o *design*, o fabrico de materiais e artigos de moda e a respetiva distribuição.

⁴ Em particular, moda de luxo, joias e relógios, acessórios, marroquinaria, perfumes e cosméticos, mobiliário e eletrodomésticos, automóveis, barcos, bem como os setores da gastronomia, hotelaria e lazer.

⁵ *Competitiveness of the EU fashion industries*, Idea Consult, 2012; *The value of the cultural and creative industries to the European economy*, Frontier Economics, 2012

⁶ Fonte: Eurostat (EU-LFS, Inquérito Europeu às Forças de Trabalho)

Europeias da Cultura produzem importantes benefícios económicos que, por vezes, induzem ganhos superiores a dez vezes cada euro investido.

Catalisadores de inovação

Situando-se na encruzilhada entre o mundo das artes, das empresas e da tecnologia, os setores culturais e criativos estão em posição estratégica para desencadear benefícios colaterais em outras indústrias. Contribuem com conteúdos para aplicações das TIC, gerando procura de aparelhos eletrónicos e de telecomunicação sofisticados. A cultura e a criatividade têm também efeitos diretos em áreas como o turismo e integram todas as fases da cadeia de valor de outros setores, como a indústria da moda e do luxo, onde a sua importância enquanto recursos essenciais não cessa de aumentar⁷.

De um modo mais geral, estes setores têm um impacto em termos de inovação noutras indústrias. Tal como foi sublinhado na iniciativa emblemática «União da Inovação»⁸, a inovação é cada vez impulsionada por fatores de índole não tecnológica, como a criatividade, o *design* e novos processos organizacionais ou modelos empresariais. Assenta fortemente em ecossistemas criativos nos quais são decisivas a qualidade e a diversidade de parceiras entre diferentes setores e tipos de agentes. O exemplo mais óbvio é o uso mais alargado do *design* nas indústrias transformadoras, acrescentando valor a produtos, serviços, processos e estruturas de mercado. As empresas que despendem o dobro dos gastos médios em contributos criativos têm 25% mais probabilidades de gerar produtos inovadores⁹.

Este potencial catalítico pode também constituir um recurso fundamental para a inovação social para responder a importantes desafios sociais, como por exemplo as alterações climáticas, o desenvolvimento sustentável, a evolução demográfica ou a diversidade cultural¹⁰. A título de exemplo, os setores culturais e criativos podem contribuir, em parceria com o setor da educação e formação profissionais, para desenvolver o misto de competências em torno da criatividade e do empreendedorismo, o pensamento crítico e a assunção de riscos e compromissos, que são indispensáveis à competitividade da UE na sociedade do conhecimento.

Um elemento fundamental no quadro da concorrência global e do *soft power*

Os parceiros internacionais da Europa investem já consideravelmente nos setores culturais e criativos. Os EUA há décadas que neles investem, quer como setores económicos estratégicos, quer como instrumentos de afirmação da sua presença a nível mundial. Outros países, como a China, a Coreia do Sul ou a Índia, estão também a fazer investimentos importantíssimos para aumentar o respetivo potencial económico e poder de influência (*soft power*). Par tal, competem a nível mundial na procura de talentos criativos. Na China, por exemplo, o investimento público na cultura cresceu 23% ao ano desde 2007 e a intenção é passar o peso do setor no PIB de 2,5% para 5-6% até 2015¹¹.

⁷ Tal como o demonstra a realidade da «fast fashion», que traz ao mercado várias novas coleções por ano.
⁸ COM(2010) 546.

⁹ *Creating Innovation: Do the creative industries support innovation in the wider economy?*, NESTA 2008.

¹⁰ *Sostenuto – Culture as a factor of economic and social innovation*, 2012 KEA European Affairs – *Study on the impact of culture on creativity*, 2009

¹¹ 12.º Plano Quinquenal da China (2011–2015).

Pese embora as indústrias da moda e do luxo europeias contribuírem cada vez mais para as exportações da UE¹² e para a promoção da excelência da Europa no mundo, o potencial de outros setores, como o cinema ou a música, não é ainda explorado estrategicamente no estrangeiro. O desafio reside em aumentar as exportações para impulsionar a economia da UE e, simultaneamente, forjar uma imagem dinâmica de uma Europa atraente e criativa, aberta a culturas e talentos de todo o mundo.

2. TRANSFORMAR DESAFIOS EM NOVAS OPORTUNIDADES DE CRESCIMENTO E EMPREGO

Os setores culturais e criativos encontram-se perante uma *envolvente em rápida mutação catalisada pela transição digital e pela globalização*, o que conduz à emergência de novos agentes, à coexistência de estruturas de muito grande dimensão com micro entidades, a uma transformação progressiva das cadeias de valor e à evolução dos comportamentos e das expectativas dos consumidores. Pese embora o facto de estas mudanças proporcionarem oportunidades em termos de custos produtivos mais baixos ou novos canais de distribuição, também requerem que se atue a diferentes níveis.

Neste contexto de mudança, o *acesso ao financiamento* continua a ser uma dificuldade importante: o setor bancário não dispõe dos conhecimentos necessários para analisar modelos empresariais nestes setores e não valoriza devidamente os seus ativos incorpóreos. A crise económica e financeira só agrava esta situação num momento em que são necessários investimentos para proceder a adaptações.

Estes setores caracterizam-se também por uma elevada *fragmentação em termos nacionais e linguísticos*. Ainda que a diversidade cultural resultante constitua uma vantagem europeia clara, também conduz a uma circulação transnacional limitada e insuficiente de obras e operadores culturais e criativos dentro e fora da UE, a desequilíbrios geográficos e, conseqüentemente, à limitação das escolhas dos consumidores.

As fronteiras entre os vários setores são geradoras de forte dinâmica (através, por exemplo, de ligações mais fortes entre as áreas do jogo, do cinema e da música), que se estende também a outras indústrias (tais como a moda, o luxo ou o turismo). Não obstante, os setores e as políticas estão ainda muitas vezes compartimentados, o que restringe a margem de manobra para a criação de sinergias e a emergência de novas soluções e empresas.

Estes desafios afetam os vários setores de formas diferentes, mas sublinham a necessidade de uma resposta estratégica global que envolva todos os agentes, do nível local ao nível da UE.

3. A NECESSIDADE DE UMA ESTRATÉGIA MULTIFACETADA – O PAPEL DOS ESTADOS-MEMBROS

Uma abordagem global com vista a estratégias integradas

Apesar da grande diversidade dos contextos nacionais e regionais, o desenvolvimento de estratégias de sucesso capazes de transformar os desafios anteriormente mencionados em

¹² Por exemplo, 62% de todos os artigos fabricados por marcas de luxo europeias são vendidos fora da Europa e o valor das suas exportações é avaliado em 260 mil milhões de euros (isto é, aproximadamente 10% de todas as exportações europeias).

novas oportunidades de crescimento e emprego na UE segue, normalmente, a mesma evolução lógica¹³.

De um modo geral, o êxito de estratégias para os setores culturais e criativos assenta na identificação e na mobilização dos recursos culturais e criativos de um determinado território. Estas estratégias são globais, requerem a criação de parcerias entre vários ministérios (cultura, indústria, economia, educação, turismo, planeamento territorial, etc.) e envolvem todas as partes interessadas relevantes, públicas e privadas, de modo a reforçarem nelas o sentimento de apropriação. Devem também ser apoiadas por estudos de investigação para garantir a sua eficácia, eficiência e sustentabilidade. Para cada aspeto relevante - do desenvolvimento de competências ao acesso ao financiamento ou aos mercados mundiais, etc. - estas estratégias identificam as questões que podem ser tratadas por políticas e instrumentos gerais e as que necessitam de uma abordagem mais específica. Tal vale para todos os níveis de governação: local, regional, nacional e europeu.

Nos últimos anos, alguns Estados-Membros, regiões e cidades (como, por exemplo, o Reino Unido, a Estónia, a Valónia, Puglia, Barcelona e Amesterdão) têm sido capazes de aproveitar as potencialidades extraordinárias dos setores culturais e criativos como forma de promover o desenvolvimento socioeconómico e desenvolveram progressivamente estratégias *ad hoc*. Outros estão apenas a começar. Nos casos em que existem estratégias deste tipo, elas tendem a privilegiar o reforço destes setores e ainda não o fomento de parcerias e a geração de benefícios colaterais noutras áreas.

Importantes catalisadores políticos

Para dar resposta aos principais desafios identificados, é necessário agir concertadamente, em especial nos seguintes domínios essenciais.

Responder à evolução das necessidades de competências

São necessárias parcerias mais fortes entre os setores culturais e criativos, os parceiros sociais e as entidades de educação e formação, quer através de formações de base como de desenvolvimento profissional contínuo. Tal deverá proporcionar aos setores a combinação de competências necessária para um empreendedorismo criativo numa envolvente em rápida mutação. Além disso, alguns setores deparam-se com uma escassez de trabalhadores com competências e aptidões técnicas e tradicionais porque os jovens, em particular, se sentem menos inclinados a aprendê-las.

É preciso que as competências criativas sejam aprendidas desde cedo para lançar as bases de uma renovação constante de talentos criativos e fomentar a procura de conteúdos e produtos criativos mais diversos e sofisticados. Numa perspetiva de aprendizagem ao longo da vida, o desenvolvimento de competências e aptidões criativas pode contribuir para dar resposta à evolução das exigências do mercado de trabalho.

A criação de parcerias com o setor da educação pode também contribuir para um ambiente de aprendizagem estimulante e ajudar quem aprende (sobretudo os alunos que têm dificuldades) a adquirir as competências básicas e desenvolver as aptidões exigidas na sua vida profissional futura, melhorando assim a sua empregabilidade. Iniciativas criativas e culturais a nível local podem ajudar à integração de comunidades marginalizadas e proporcionar oportunidades às pessoas que vivem em zonas carenciadas.

¹³ Ver <http://ec.europa.eu/culture/our-policy-development/documents/120505-cci-policy-handbook.pdf>

Facilitar o acesso ao financiamento

A pequena dimensão das empresas culturais e criativas, a incerteza quanto à procura dos seus produtos, a complexidade dos seus planos empresariais e a falta de ativos corpóreos são obstáculos à obtenção de financiamento externo. Ainda que o financiamento do capital próprio, o investimento dos *business angels*, o capital de risco e as garantias sejam formas alternativas de financiamento, o seu uso não está ainda disseminado. Existem também indícios claros de lacunas no mercado no que respeita ao financiamento de operações de exportação.

Por conseguinte, as instituições financeiras têm de ser mais sensíveis ao potencial económico destes setores e desenvolver a sua capacidade de avaliarem empresas cujas atividades assentam em ativos incorpóreos. Ao mesmo tempo, os empresários destes setores devem ser ajudados a melhor compreender a necessidade de planificar as suas operações e afetar fundos para financiar as suas atividades e o seu crescimento.

Alargar o mercado de trabalho: novos modelos empresariais e parcerias

As entidades e os serviços ligados à cultura e às artes devem reforçar a sua capacidade de atrair novos públicos, aproveitar novas oportunidades (em especial a nível transfronteiriço) e dar resposta à evolução dos comportamentos e das expectativas do público. Assiste-se à emergência de novos serviços que exploram as possibilidades oferecidas pelas TIC e pela prestação de serviços em linha, proporcionando formas de mais eficazmente responder à procura, por parte dos consumidores, de acesso a uma ampla gama de conteúdos e produtos e de participação acrescida no processo criativo. Estes novos serviços e abordagens devem também traduzir-se em novas fontes de receitas.

Para fomentar a criação, a produção e a distribuição de conteúdos digitais em todas as plataformas, os setores culturais e criativos devem criar parcerias estratégicas e equitativas com outros setores, capazes de gerar modelos empresariais inovadores e através das quais o acesso aos conteúdos seja feito de formas diferentes. Essas parcerias devem atingir o equilíbrio justo entre as receitas dos titulares dos direitos e o acesso do grande público aos conteúdos e conhecimentos, promovendo assim a literacia em termos da cultura e dos média. Neste contexto, há que explorar cada vez mais as potencialidades da plataforma de acesso único Europeia¹⁴, que reúne as coleções digitais de bibliotecas, museus e arquivos europeus, para criar um novo ecossistema de aplicações e produtos digitais destinados aos setores do turismo, da educação, da criação e da cultura.

Estender o alcance internacional

São necessárias políticas inteligentes de internacionalização e de promoção das exportações para permitir a uma grande maioria de pequenas organizações e empresas operar numa envolvente global e chegar a novos públicos e mercados à escala mundial. É necessário identificar os serviços de apoio mais eficazes, facilitar o acesso a mercados estrangeiros, reforçar os diálogos sobre regulamentação e avaliar as possibilidades em matéria de partilha de riscos. É possível explorar formas de congregar recursos e reforçar a cooperação entre vários agentes na UE para promover uma presença cultural e criativa mais forte da Europa na cena mundial, bem como uma imagem europeia atraente que reflita a nossa excelência no domínio do património e uma criatividade vibrante e vanguardista.

¹⁴ www.europeana.eu.

Reforçar a fertilização intersetorial

Os setores culturais e criativos precisam de ambientes pluridisciplinares onde possam encontrar—se com empresas de outras indústrias. Qualquer intervenção pública que vise desenvolver esses ambientes implica uma fertilização intersetorial. Tal requer o desenvolvimento e o ensaio de instrumentos e políticas mais eficazes de apoio às empresas para facilitar as ligações intersetoriais e a geração de benefícios colaterais entre os setores. Implica fomentar a mudança nos próprios setores, ao mesmo tempo que se acrescentam novas competências e aptidões noutras indústrias e vice-versa.

Exigem ainda uma cooperação mais intensa entre as diferentes políticas, designadamente em matéria de assuntos económicos, indústria, educação, turismo, inovação, desenvolvimento urbano e regional e planeamento territorial.

À luz do que foi exposto, os Estados-Membros, a todos os níveis territoriais e com o envolvimento - se for pertinente - de todos os agentes públicos e privados relevantes, são convidados a:

- Avaliar exaustivamente o potencial dos SCC¹⁵ para um crescimento inteligente, inclusivo e sustentável e integrá-los no desenvolvimento de estratégias a todos os níveis, em particular no contexto de estratégias de especialização inteligente¹⁶.
- Reforçar a cooperação entre os SCC e entre estes e outras indústrias como as TIC, o turismo, etc., designadamente através de iniciativas conjuntas que visem fomentar a compreensão entre os setores e contribuir para desenvolver uma atitude mais aberta, inovadora e empreendedora na economia.
- Incentivar e facilitar a criação de plataformas, redes e *clusters* entre todas as partes interessadas, públicas e privadas, relevantes para os SCC.
- Fomentar a criação de parcerias estruturadas entre os SCC, os parceiros sociais e todos os tipos de entidades de educação e formação, nomeadamente através de estágios.
- Promover o reconhecimento de qualificações obtidas no quadro da educação e da formação informais ou não formais em domínios pertinentes para os SCC.
- Melhorar a disponibilidade das instituições financeiras e dos SCC para o investimento e conceber instrumentos de engenharia financeira específicos, em especial mecanismos de garantias, designadamente através do devido uso do futuro programa Europa Criativa e dos fundos da política de coesão.
- Ajudar os SCC a explorar e a testar estratégias de captação de novos públicos e modelos empresariais que sejam relevantes na transição para a era digital.
- Apoiar a digitalização de conteúdos culturais e o desenvolvimento de plataformas em linha, em conformidade com as regras da UE sobre auxílios estatais.

¹⁵ Setores culturais e criativos.

¹⁶ Ver página 10.

- Incentivar os SCC a explorar e a reforçar a sua presença em mercados internacionais, nomeadamente através do desenvolvimento de parcerias internacionais e da cooperação com países terceiros.

4. VALOR ACRESCENTADO DA ACÇÃO A NÍVEL DA UE

A UE tem claramente um papel a desempenhar para ajudar a criar o ambiente adequado e apoiar este programa de adaptação.

Promover o quadro normativo adequado

O *Small Business Act for Europe* cria, para a UE e os Estados-Membros, um quadro político para as PME que visa melhorar a abordagem global do empreendedorismo¹⁷. Este quadro é particularmente relevante para os setores culturais e criativos, onde as microempresas são predominantes.

Colocando a tónica na necessidade de avançar na realização de um mercado digital único plenamente integrado, a comunicação intitulada *Um Mercado Único para os Direitos de Propriedade Intelectual*¹⁸ estabelece um programa de iniciativas cujo objetivo é criar um quadro da UE para os DPI que recompense os esforços criativos e facilite as atividades transfronteiriças no mercado interno. Em resultado, a Comissão adotou propostas legislativas relativas às obras órfãs¹⁹ e à gestão coletiva dos direitos²⁰. Na sequência do Livro Verde sobre a distribuição em linha de obras audiovisuais na UE²¹, está a ser realizada uma avaliação do setor audiovisual. A Comissão está a promover um processo de mediação com as partes interessadas sobre as taxas relativas a cópias para uso privado. Estão também previstas ações para melhorar a valorização dos ativos incorpóreos, questão crucial para o acesso a financiamentos privados.

Para os setores culturais e criativos cuja atividade assenta nas marcas e na fidelização dos clientes, é fundamental modernizar e adaptar o sistema de marcas. No quadro do Observatório Europeu das Infrações aos Direitos de Propriedade Intelectual, é necessário analisar melhor os dados fiáveis sobre o valor e as violações dos DPI, partilhar práticas com resultados comprovados e realizar ações de sensibilização para combater a contrafação e a pirataria de forma eficaz. Neste contexto, a Comissão facilita a cooperação entre os titulares dos direitos de propriedade intelectual e as plataformas Internet no quadro do *memorando de entendimento sobre a venda de produtos de contrafação na Internet*, que procura reduzir, a nível pan-europeu, a oferta de produtos culturais falsos na Internet²².

No âmbito da Agenda Digital para a Europa²³, que inclui ações destinadas a eliminar os obstáculos ao desenvolvimento de mercados em linha europeus, certos aspetos das iniciativas sobre a *reutilização das informações do setor público* podem contribuir para uma exploração mais eficaz dos bens culturais e para um melhor acesso a estes últimos.

¹⁷ <http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/small-business-act/>

¹⁸ COM(2011) 287.

¹⁹ COM(2011) 289.

²⁰ COM(2012) 372.

²¹ COM(2011) 427.

²² http://ec.europa.eu/internal_market/iprenforcement/stakeholders/index_en.htm#maincontentSec2

²³ COM(2010) 245.

Uma das ações prioritárias definidas na *comunicação sobre o futuro do IVA*²⁴ é a revisão da atual estrutura das taxas do IVA. Em conformidade com um dos princípios orientadores dessa revisão, bens e serviços idênticos devem ser sujeitos à mesma taxa de IVA e devem ser tidos em conta os progressos tecnológicos, de modo a solucionar o problema da convergência entre ambiente digital e ambiente físico.

Para que um mercado digital eficaz proporcione também novas oportunidades para os setores culturais e criativos, a Comissão continuará a implementar as iniciativas definidas no plano de ação para o mercado único digital do comércio eletrónico e dos serviços em linha²⁵, incluindo uma iniciativa relativa aos procedimentos de aviso e ação e outra relativa à neutralidade da rede.

No contexto da *modernização da política relativa aos auxílios estatais*²⁶, será considerada a dispensa de obrigação de notificação para os auxílios ao setor cultural. Além disso, a questão do apoio à inovação, designadamente a inovação não tecnológica, será analisada no contexto da próxima revisão do *quadro comunitário dos auxílios estatais* à investigação, ao desenvolvimento e à inovação.

Facilitar o intercâmbio de boas práticas e a aprendizagem interpares

As iniciativas levadas a cabo a nível da UE podem acelerar o ritmo das adaptações, fomentar a divulgação de boas práticas e melhorar o estabelecimento de redes nos setores culturais e criativos. Desde a adoção da Agenda Europeia da Cultura²⁷ em 2007, as autoridades nacionais têm vindo a cooperar neste domínio. Foi criado um grupo de peritos para debater e validar melhores práticas a nível nacional ou regional e apresentar propostas de iniciativas de cooperação. O grupo publicou um manual sobre a utilização estratégica dos fundos da política de coesão da UE para fomentar o potencial da cultura para o desenvolvimento local, regional e nacional, contribuindo em especial para estratégias de especialização inteligente²⁸. Os seus trabalhos centrar-se-ão agora em estratégias de internacionalização e exportação. Outro exemplo é a plataforma de aprendizagem prática criada no âmbito da Aliança Europeia das Indústrias Criativas²⁹ para favorecer o intercâmbio e a cooperação em matéria de serviços de apoio às empresas, facilitar o acesso a financiamentos e valorizar a excelência dos *clusters* e a cooperação nas indústrias criativas.

A Comissão pretende também apoiar a aprendizagem interpares entre as administrações municipais, de modo a permitir aos decisores políticos a nível local a partilha e a comparação de experiências sobre o impacto da cultura na revitalização social e económica das cidades.

Horizonte 2020: Mobilizar um amplo leque de apoios financeiros gerais e específicos

As **propostas da Comissão relativas a programas e instrumentos ao abrigo do novo Quadro Financeiro Plurianual 2014-2020**, designadamente Europa Criativa³⁰, Erasmus para Todos³¹, Fundos da política de coesão³², Horizonte 2020³³, COSME³⁴ e Mecanismo Interligar

²⁴ COM(2011) 851.

²⁵ COM(2011) 942.

²⁶ COM(2012) 209.

²⁷ COM(2007) 242.

²⁸ http://ec.europa.eu/culture/news/cci_en.htm

²⁹ <https://www.howtogrow.eu/ecia/>

³⁰ COM(2011) 785.

³¹ COM(2011) 788.

³² http://ec.europa.eu/regional_policy/what/future/proposals_2014_2020_en.cfm

a Europa³⁵, podem apoiar decisivamente o desenvolvimento dos setores culturais e criativos e reforçar o seu contributo para a estratégia Europa 2020 para o crescimento e o emprego.

O programa **Europa Criativa** visa promover a diversidade cultural e linguística na Europa e reforçar a competitividade dos setores culturais e criativos. Os seus objetivos são:

- Apoiar o estabelecimento de redes transfronteiriças, parcerias e atividades de aprendizagem interpares para reforçar a capacidade de os setores operarem para além das fronteiras nacionais e contribuir para dar resposta a desafios como a transição para a era digital, a globalização e a fragmentação dos mercados europeus.

- Criar um **mecanismo financeiro** específico, que preveja garantias para facilitar o acesso das pequenas empresas e organizações a empréstimos bancários; este mecanismo, incluído no futuro Instrumento de Dívida Financeira para as PME a par dos instrumentos Horizonte 2020 e COSME, procurará também produzir um impacto sistémico no setor financeiro, melhorando a capacidade de as instituições financeiras avaliarem projetos culturais e criativos, reunindo os limitados conhecimentos específicos disponíveis a nível transfronteiriço e apoiando iniciativas destinadas a reforçar a propensão para o investimento dos setores.

- Apoiar ações de desenvolvimento de capacidades que visem a captação de públicos e o ensaio de modelos empresariais.

- Apoiar medidas para ajudar os setores a operarem a nível internacional.

O programa **Erasmus para todos** apoiará o investimento em educação e formação, sob a forma de mobilidade para fins de aprendizagem, parcerias para a inovação e apoio político. Enquanto parte do seu objetivo de promover a cooperação a favor da inovação, o programa apoiará a criação de parcerias em larga escala (Alianças do Conhecimento) entre instituições de ensino superior e empresas e outras entre estabelecimentos de ensino e formação profissionais e empresas (Alianças Setoriais de Competências). Esta ação proporciona importantes oportunidades de parcerias entre os setores culturais e criativos e o setor da educação e formação.

Partindo das inúmeras oportunidades já existentes³⁶, os **fundos da política de coesão** continuarão a apoiar investimentos nos setores culturais e criativos, de modo a maximizar o contributo da cultura para o desenvolvimento local e regional, a regeneração urbana, o desenvolvimento rural, a empregabilidade e a inclusão social. Entre os exemplos de investimentos contam-se ações de investigação, inovação, competitividade das PME e empreendedorismo nos setores culturais e criativos ou a defesa e valorização do património cultural e das paisagens³⁷. Além disso, o **Fundo Europeu Agrícola de Desenvolvimento Rural** continuará a apoiar o enriquecimento do património cultural rural e a melhoria do acesso a serviços culturais nas áreas rurais, proporcionando investimento e formação a empresas culturais e criativas, incentivando a criação de redes e o desenvolvimento de *clusters*, designadamente através do programa LEADER³⁸.

³³ COM(2011) 809.

³⁴ COM(2011) 834.

³⁵ COM(2011) 665.

³⁶ Estudo sobre a contribuição da cultura para o desenvolvimento local e regional, 2010.

³⁷ Documento de Trabalho dos Serviços da Comissão (2012) 61, parte II.

³⁸ http://enrd.ec.europa.eu/leader/en/leader_en.cfm

Neste contexto, será fomentado o recurso a instrumentos de engenharia financeira específicos, nomeadamente em relação com os setores culturais e criativos. Na sua visão para o futuro da política de coesão, a Comissão referiu estes setores no contexto da elaboração de estratégias de especialização inteligente para o desenvolvimento local e regional³⁹. Tal exige uma interação reforçada entre as estratégias concebidas a nível local/regional e as implementadas à escala nacional. A tónica deve agora ser colocada na avaliação do potencial dos setores em estratégias de desenvolvimento regional, no quadro da próxima definição de Acordos de Parceria e dos Programas Operacionais de Desenvolvimento Regional, tendo em conta os laços dinâmicos entre ativos culturais tradicionais, o desenvolvimento de empresas criativas e a resposta a desafios sociais e ambientais, e favorecendo uma melhor combinação de investimentos em infraestruturas e capital humano⁴⁰.

O programa **COSME** visa reforçar a competitividade e a viabilidade das empresas e PME da UE e incentivar uma cultura empreendedora. A Comissão está a propor ações para fomentar o desenvolvimento de *clusters* e redes de empresas de classe mundial e acelerar a emergência de indústrias competitivas com base em atividades intersetoriais, fator que assume relevância particular para os setores culturais e criativos. São propostas ações concretas para encorajar a adoção de novos modelos empresariais e a utilização comercial de ideias criativas, suscetíveis de resultar em bens e serviços personalizados que deem resposta às necessidades dos consumidores. A Comissão propõe ainda desenvolver ações que associem e acrescentem competências e aptidões nas áreas do *design*, da criatividade e da fabricação.

O programa **Horizonte 2020** irá gerir os apoios da UE a atividades de investigação e inovação e promover uma exploração mais eficaz do potencial industrial das políticas de inovação, investigação e desenvolvimento tecnológico. Visa reforçar a competitividade de vários setores e indústrias emergentes, o que assume particular relevância para os setores culturais e criativos. Apoiará os progressos tecnológicos pertinentes para estes setores, designadamente tecnologias inovadoras para a criação e a utilização de conteúdos criativos e materiais inovadores para as indústrias criativas. O programa Horizonte 2020 explorará ainda novas formas de inovação, tais como a inovação e a criatividade sociais, de modo a potenciar uma dinâmica intercultural positiva na Europa e com parceiros internacionais.

O **Mecanismo Interligar a Europa** tem por objetivo impulsionar as redes europeias digitais, de transportes e de energia. Assegurará financiamentos sustentáveis à rede Europeia e apoiará atividades relacionadas, tais como a criação de mecanismos para a partilha de informações sobre direitos e infraestruturas de licenciamento ou centros de competência nas áreas da digitalização e da conservação do património cultural digital.

Na cena internacional, quer a nível bilateral quer regional, pode ser usado o diálogo político entre a UE e os países terceiros para construir relações de confiança e abrir oportunidades de parcerias mutuamente vantajosas, designadamente nos setores culturais e criativos⁴¹. Através da cooperação, a cultura continuará a ser um vetor essencial de desenvolvimento

³⁹ http://s3platform.jrc.ec.europa.eu/c/document_library/get_file?uuid=a39fd20b-9fbc-402b-be8c-b51d03450946&groupId=10157

⁴⁰ Ibid.

⁴¹ Nomeadamente, os diálogos podem ser apoiados no âmbito do Instrumento de Parceria.

socioeconómico e reforço dos direitos humanos, da democracia, da sociedade civil e de outros elementos fundamentais da boa governação⁴².

A Comissão irá:

- Continuar a melhorar o quadro normativo da UE para os SCC.
- Negociar com o Parlamento Europeu e o Conselho as suas propostas de instrumentos de financiamento da UE para o período 2014-2020 e preparar a sua execução.
- Apoiar o intercâmbio de boas práticas na UE.

Medidas previstas a curto prazo a nível da UE para apoiar os principais catalisadores políticos

A curto prazo, os esforços envidados nos Estados-Membros, a todos os níveis territoriais, serão completados por um conjunto de iniciativas da UE destinadas a favorecer a emergência de ecossistemas criativos em todos os setores em várias fases da cadeia de valor:

- Responder à evolução das necessidades de competências

Estão a ser testadas Alianças do Conhecimento entre as instituições de ensino superior e as empresas com o objetivo de promover a inovação. Uma Aliança do Conhecimento e Aprendizagem entre o cinema e a indústria (*Cinema and Industry Alliance for Knowledge and Learning*)⁴³ dará conta dos seus trabalhos em 2013.

A UE está a financiar a primeira fase de um conselho setorial europeu de competências nos setores do audiovisual e das artes performativas⁴⁴, bem como outro nos setores dos têxteis, vestuário e curtumes⁴⁵, com vista à análise das necessidades de competências nestas indústrias.

Até final de 2013, um grupo de peritos nacionais criado no quadro da Agenda Europeia da Cultura elaborará um relatório sobre a promoção de parcerias criativas entre escolas e empresas e organizações culturais e criativas.

- Melhorar o acesso ao financiamento

No quadro da Aliança Europeia das Indústrias Criativas, a UE financia até 2014 duas parcerias destinadas a melhorar o acesso ao financiamento (FAME e C-I Factor).

O Fundo de Garantia à Produção MEDIA⁴⁶ facilita o acesso de produtores cinematográficos a fontes privadas de financiamento.

A Comissão irá avaliar a possibilidade de criar um fundo de garantia idêntico para a indústria da moda.

⁴² Estes objetivos serão apoiados no quadro da cooperação geográfica e temática, através do Instrumento de Cooperação para o Desenvolvimento (ICD), do Instrumento Europeu de Vizinhança (IEV), do Instrumento de Assistência de Pré-Adesão (IPA) e do 11.º Fundo Europeu de Desenvolvimento (FED).

⁴³ http://ec.europa.eu/education/higher-education/ka1_en.htm

⁴⁴ <http://www.pearle.ws/en/projects/detail/16>

⁴⁵ <http://europeanskillscouncil.t-c-l.eu/eng/>

⁴⁶ http://ec.europa.eu/culture/media/programme/overview/funding/index_en.htm

No âmbito da estratégia para os DPI, a Comissão irá formular propostas políticas que visem melhorar a exploração económica dos DPI⁴⁷.

- Alargar o mercado

Em 2012, a Comissão irá:

- Financiar uma ação preparatória sobre a circulação de filmes europeus na era digital⁴⁸.
- Financiar um projeto-piloto sobre utilizações inovadoras das TIC nos SCC⁴⁹.
- Financiar uma rede temática sobre novos modelos empresariais para o setor da edição na era digital⁵⁰.
- Organizar uma conferência europeia de intercâmbio de práticas⁵¹ em matéria de captação de novos públicos.
- Adotar uma recomendação sobre a indústria cinematográfica europeia na era digital.

Até final de 2012, um grupo de peritos nacionais criado no quadro da Agenda Europeia da Cultura elaborará um relatório sobre políticas e boas práticas das instituições públicas para facilitar o acesso à cultura e promover a participação em ações culturais.

Em 2013, a Comissão irá:

- Apoiar a produção de ferramentas interativas mais fortes para as indústrias criativas e antecipar as tendências futuras em termos de investigação e inovação, mediante a interação em e entre diferentes segmentos destas indústrias⁵².
- Lançar um projeto-piloto intitulado WORTH para estimular uma assistência e aconselhamento específicos às PME no setor da moda ou dos bens pessoais de *design*, a fim de desenvolver novos produtos e serviços criativos em cooperação com os *designers*.

As iniciativas Marca do Património Europeu⁵³ e Capitais Europeias da Cultura⁵⁴ serão também usadas como laboratórios para a captação de públicos e participação dos cidadãos.

- Estender o alcance internacional

Em 2012-2013, a Comissão organizará, em países terceiros, eventos específicos de aproximação para apoiar a internacionalização das PME através da criação de *clusters*, também nos SCC.

Será prosseguida a cooperação instituída a título experimental nos SCC no quadro do projeto comercial UE-China, cujo objetivo é reforçar a cooperação neste domínio.

⁴⁷ http://ec.europa.eu/enterprise/policies/innovation/policy/intellectual-property/index_en.htm

⁴⁸

⁴⁹ http://ec.europa.eu/culture/news/12062012-pilotproject-eac10_en.htm

⁵⁰ WP ICT PSP 2012, p.19

⁵¹ http://ec.europa.eu/culture/news/20120316-conference-audience_en.htm

⁵² WP ICT PSP 2013, pp. 10, 81-85

⁵³ http://ec.europa.eu/culture/our-programmes-and-actions/label/european-heritage-label_en.htm

⁵⁴ http://ec.europa.eu/culture/our-programmes-and-actions/capitals/european-capitals-of-culture_en.htm

Os diálogos políticos sobre cultura estabelecidos com parceiros emergentes centrar-se-ão na envolvente para a cooperação e intercâmbios nos SCC.

Além disso, a Comissão irá:

- Testar a viabilidade de uma partilha dos riscos dos sistemas existentes de seguro de crédito à exportação para as PME.
- Explorar, em estreita consulta com o SEAE, formas e meios de reforçar a cultura nas relações externas.

Em 2013, um grupo de peritos nacionais criados no quadro da Agenda Europeia da Cultura elaborará um manual sobre estratégias de apoio à internacionalização para os SCC.

- Reforçar a fertilização intersetorial

Desde 2012, a Comissão tem vindo a:

- Fomentar ligações intersectoriais no âmbito da Aliança Europeia das Indústrias Criativas.
- Apoiar, no quadro da Aliança Europeia dos Serviços Móveis e da Mobilidade, três grandes projetos de demonstração em favor do turismo cultural.

Em 2012-2013, irá também:

- Estabelecer um centro europeu de inovação em matéria de serviços destinado a prestar aconselhamento a organizações regionais sobre serviços inovadores e criativos para promover a mudança industrial.
- Publicar um guia útil sobre formas de utilizar mais eficazmente os fundos da política de coesão para tirar partido da inovação em matéria de serviços, aspeto particularmente relevante para os SCC.
- Começar a financiar um projeto-piloto para apoiar duas regiões industriais tradicionais na sua transição para «regiões criativas europeias»⁵⁵.
- Analisar as dificuldades existentes e as opções disponíveis para reforçar a competitividade das indústrias da moda e do luxo na UE e ter em devida conta os correspondentes documentos de trabalho dos serviços da Comissão.
- Avaliar as recomendações a apresentar pelo Conselho Europeu de Liderança em *Design* em 2012 e formular um plano de ação destinado a acelerar a integração do *design* nas políticas de inovação.
- Desenvolver e testar, no quadro da iniciativa *Clusters Europeus de Excelência*, módulos de formação para promover o papel da criatividade, das competências criativas e dos setores criativos na mudança das atividades industriais tradicionais.
- Lançar uma consulta das partes interessadas sobre a relevância de instituir uma aliança europeia de experiência económica, destinada a fomentar a interação intersectorial entre os

⁵⁵ http://ec.europa.eu/enterprise/newsroom/cf/itemdetail.cfm?item_id=5782&lang=en

SCC e as áreas do lazer, do desporto e do turismo, apoiando o desenvolvimento de novas cadeias de valor industrial.

5. ACOMPANHAMENTO DOS PROGRESSOS

O aproveitamento das plenas potencialidades dos setores culturais e criativos pode contribuir significativamente para o crescimento e o emprego e para acelerar a transição para uma sociedade da inovação baseada no conhecimento. Para concretizar essas potencialidades, é necessário agir aos níveis nacional, regional e local, bem como à escala da UE, para apoiar a aplicação da estratégia multifacetada anteriormente exposta. Esta ação deve centrar-se, a curto e a mais longo prazo, nos cinco principais catalisadores políticos que são: o desenvolvimento de competências; a melhoria do acesso ao financiamento; a promoção de novos modelos empresariais e o alargamento dos públicos; a facilitação da cooperação com outros setores e políticas; e a expansão do alcance internacional. Esta estratégia irá também promover a cooperação com os parceiros da UE e contará com o apoio de outras instituições europeias e demais partes interessadas.

Para acompanhar os progressos na aplicação da estratégia, a Comissão propõe utilizar o quadro existente de cooperação, isto é o método aberto de coordenação aplicado à cultura.