



Bruxelles, 26.9.2012
COM(2012) 537 final

**COMUNICAZIONE DELLA COMMISSIONE AL PARLAMENTO EUROPEO,
AL CONSIGLIO, AL COMITATO ECONOMICO E SOCIALE EUROPEO E
AL COMITATO DELLE REGIONI**

Valorizzare i settori culturali e creativi per favorire la crescita e l'occupazione nell'UE

COMUNICAZIONE DELLA COMMISSIONE AL PARLAMENTO EUROPEO, AL CONSIGLIO, AL COMITATO ECONOMICO E SOCIALE EUROPEO E AL COMITATO DELLE REGIONI

Valorizzare i settori culturali e creativi per favorire la crescita e l'occupazione nell'UE

1. UNA RISORSA ANCORA DA SFRUTTARE PER LA STRATEGIA EUROPA 2020

Fulcro del tessuto sociale, la cultura plasma le nostre identità, le nostre aspirazioni e le relazioni con gli altri e con il mondo. Essa modella i luoghi e i paesaggi in cui viviamo e gli stili di vita che adottiamo. Il patrimonio culturale, le arti visive e dello spettacolo, il cinema, la musica, l'editoria, la moda e il design hanno un ruolo di primo piano nella nostra vita quotidiana. Il contributo che i settori creativi e culturali¹ possono apportare allo sviluppo sociale ed economico dell'UE, tuttavia, non è ancora pienamente riconosciuto. La globalizzazione e il passaggio al digitale comportano grandi sfide per questi settori, che vanno incoraggiati ad adattarsi alle nuove opportunità per realizzare appieno il loro potenziale e per valorizzare la tradizionale eccellenza europea e renderla un vantaggio comparativo sulla scena mondiale. La presente comunicazione propone una strategia per trarre il massimo contributo dai settori creativi e culturali per la crescita e l'occupazione nell'UE.

Settori ad alta crescita

L'importanza economica dei settori culturali e creativi è evidente: nell'UE essi rappresentano il 3,3% del PIL e danno lavoro a 6,7 milioni di persone (3% dell'occupazione totale)².

I numeri sono significativi anche se si considerano l'industria della moda³ e quella dei prodotti di alta gamma⁴, per le quali l'aspetto creativo e culturale è fondamentale. Ciascuno di questi due settori rappresenta il 3% del PIL ed essi impiegano rispettivamente 5 milioni e 1 milione di persone, che nell'industria dei prodotti di alta gamma diventeranno 2 milioni nel 2020⁵.

Tra il 2008 e il 2011 l'occupazione nei settori creativi e culturali ha mostrato una capacità di recupero migliore dell'economia dell'UE nel suo complesso⁶, anche se i tassi di crescita sono stati diversi tra i vari sotto-settori. Questa tendenza è ancor più interessante perché in alcuni settori si riscontra un tasso di occupazione giovanile più alto che nel resto dell'economia.

In alcuni casi, a livello locale o regionale, gli investimenti strategici in questi settori hanno conseguito risultati spettacolari. In particolare i festival e le capitali europee della cultura

¹ In particolare l'architettura, gli archivi e le biblioteche, l'artigianato artistico, gli audiovisivi (compresi i film, la televisione, i videogiochi e i prodotti multimediali), il patrimonio culturale, il design (compresa la moda), i festival, la musica, le arti dello spettacolo, l'editoria, la radio e le arti visive.

² 2010 European Competitiveness Report. Secondo altre fonti le stime sarebbero maggiori: il 4,5% del PIL e 8,5 milioni di lavoratori (TERA Consultants, 2010).

³ Compreso il design, la fabbricazione di prodotti e materiali per la moda e la loro distribuzione.

⁴ In particolare moda, gioielleria e orologi, accessori, articoli in pelle, profumi e cosmetici, mobilio e apparecchiature per la casa, auto, barche nonché gastronomia, hotel e attività per il tempo libero di alta gamma.

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, indagine sulla forza lavoro europea).

hanno un ritorno economico importante, a volte anche dieci volte superiore all'investimento di partenza.

Catalizzatori di innovazione

Al crocevia tra arte, impresa e tecnologia i settori creativi e culturali occupano una posizione strategica per avere ricadute positive sulle altre industrie. Questi settori forniscono i contenuti alle applicazioni delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione (TIC), alimentando la domanda di elettronica di consumo e di strumenti di comunicazione sofisticati. La cultura e la creatività hanno inoltre un impatto diretto su settori come il turismo e sono integrate a tutti i livelli della catena di valore di altri settori quali le industrie della moda e dei prodotti di alta gamma, dove il loro ruolo di risorse fondamentali in grado di fare la differenza è sempre più evidente⁷.

Più in generale, questi settori influenzano l'innovazione in altre industrie. Come sottolineato nella comunicazione sull'Unione dell'innovazione⁸, l'innovazione è trainata sempre più da fattori non tecnologici come creatività, design e nuovi processi organizzativi e modelli di business. Essa dipende in gran parte da ecosistemi creativi nei quali la qualità e la diversità delle interazioni tra settori e attori diversi è decisiva. L'esempio più ovvio è l'uso diffuso del design nell'industria manifatturiera, fonte di valore aggiunto per i prodotti, i servizi, i processi e le strutture del mercato. Le aziende i cui investimenti in progetti creativi raggiungono il doppio del valore medio hanno il 25% di probabilità in più di introdurre innovazioni nei prodotti⁹.

Queste potenzialità catalizzatrici possono costituire una risorsa chiave per l'innovazione sociale e per risolvere i grandi problemi della società quali il cambiamento climatico, lo sviluppo sostenibile, i cambiamenti demografici o la diversità culturale¹⁰. Ad esempio i settori culturali e creativi possono contribuire, insieme a quelli dell'istruzione e della formazione professionale, allo sviluppo del mix di competenze che ruotano intorno alla creatività e all'imprenditorialità, al pensiero critico, alla capacità di assumere rischi e all'impegno di cui l'UE ha bisogno per essere competitiva nella società della conoscenza.

Un elemento fondamentale per la concorrenza globale e il "soft power"

I partner internazionali dell'Europa investono già molto nei settori culturali e creativi. Gli USA lo fanno da decenni, sia per il loro valore strategico dal punto di vista economico sia per affermare la propria presenza sulla scena mondiale. Altri, come Cina, Corea del Sud e India, stanno investendo massicciamente per aumentare il loro potenziale economico e il loro "soft power", e partecipano di conseguenza alla competizione globale per i talenti creativi. L'investimento pubblico nella cultura in Cina, ad esempio, è aumentato del 23% annuo dal 2007, e si prevede che la quota del PIL del settore aumenterà dal 2,5% al 5-6% entro il 2015¹¹.

⁷ Come si riscontra, ad esempio, nel settore del "pronto moda" che propone al mercato diverse nuove collezioni l'anno.

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 Dodicesimo piano quinquennale (2011-2015) della Cina.

Mentre il contributo della moda e dei prodotti di alta gamma alle esportazioni europee¹² e alla promozione dell'eccellenza europea nel mondo aumenta sempre più, il potenziale di altri settori, quali cinema o musica, non è ancora sfruttato strategicamente all'estero. La sfida è di aumentare le esportazioni favorendo così l'economia dell'UE e presentando al tempo stesso l'immagine dinamica di un'Europa attraente e creativa, aperta alle culture e ai talenti del resto del mondo.

2. TRASFORMARE LE SFIDE IN NUOVE OPPORTUNITÀ DI CRESCITA E IN NUOVI POSTI DI LAVORO

I settori culturali e creativi operano in un *ambiente che cambia rapidamente sotto la spinta del passaggio al digitale e della globalizzazione*, in cui emergono nuovi attori, grandi strutture convivono con microentità, la catena del valore si trasforma progressivamente e i comportamenti e le aspettative dei consumatori sono in costante evoluzione. Questi cambiamenti, che offrono grandi opportunità grazie alla riduzione dei costi di produzione e ai nuovi canali di distribuzione, impongono al tempo stesso un'azione coordinata a più livelli.

In questo contesto in evoluzione, *l'accesso ai finanziamenti* resta una delle principali difficoltà; il settore bancario non ha infatti le competenze necessarie per l'analisi dei modelli di business di questi settori e non è in grado di valutarne correttamente le risorse immateriali. La crisi economica e finanziaria rende la situazione ancora più difficile proprio nel momento in cui sarebbe necessario un adeguamento degli investimenti.

Questi settori sono inoltre caratterizzati da una marcata *frammentazione dovuta ai confini nazionali e linguistici*. Sebbene la diversità culturale che ne risulta sia un'indiscutibile risorsa per l'Europa, essa implica al tempo stesso una circolazione non ottimale delle opere creative e culturali e degli operatori del settore sia all'interno dell'UE che al di fuori, disequilibri geografici e, di conseguenza, una scelta limitata per i consumatori.

Dinamiche potenti si sviluppano ai confini tra settori diversi (ad esempio, i legami sempre più stretti tra videogiochi, film e musica) e tra attività imprenditoriali diverse (come la moda, i prodotti di alta gamma o il turismo). I settori e le politiche sono tuttavia spesso organizzati per compartimenti stagni, che limitano la portata delle sinergie e ostacolano l'emergere di nuove soluzioni e di nuove attività imprenditoriali.

Queste sfide interessano i vari settori in modi diversi, ma necessitano ugualmente di una risposta strategica unica che coinvolga tutti gli attori, dal livello locale a quello dell'UE.

3. LA NECESSITÀ DI UNA STRATEGIA MULTILIVELLO – IL RUOLO DEGLI STATI MEMBRI

Un approccio olistico per strategie integrate

¹² Ad esempio il 62% dei beni fabbricati dai marchi europei di alta gamma è venduto al di fuori dell'Europa e il valore di queste esportazioni è stimato in 260 miliardi (circa il 10% del valore delle esportazioni europee).

Nonostante la grande diversità di contesti nazionali e regionali, lo sviluppo di strategie di successo, capaci di trasformare le sfide in nuove opportunità di crescita e di occupazione nell'Ue, segue in linea di massima sempre lo stesso schema logico¹³.

Di norma le strategie di successo per i settori culturali e creativi si basano su una mappatura completa e sulla mobilitazione delle risorse culturali e creative di un determinato territorio. Si tratta di strategie olistiche, che richiedono la partecipazione di diversi ambiti (cultura, industria, economia, istruzione, turismo, pianificazione territoriale ecc.) e che coinvolgono tutte le parti interessate, sia pubbliche che private, per aumentare il senso di appartenenza. Alla base di queste strategie vi è la ricerca, per assicurare efficacia, efficienza e sostenibilità. Per ciascuno degli aspetti rilevanti - dallo sviluppo di competenze all'accesso ai finanziamenti o ai mercati mondiali ecc. - queste strategie individuano cosa può essere affrontato con politiche e strumenti generici e cosa richiede un approccio su misura. Ciò vale per tutti i livelli di governo: da quello locale, al regionale, al nazionale fino a quello europeo.

Negli ultimi anni alcuni Stati membri, regioni e città, come ad esempio il Regno Unito, l'Estonia, la Slovacchia, la Vallonia, la Puglia, Barcellona, Amsterdam, sono stati abili nello sfruttare al massimo il potenziale straordinario dei settori creativi e culturali per la promozione dello sviluppo economico e hanno elaborato progressivamente strategie ad hoc. Altri stanno invece appena iniziando. Tuttora, anche dove queste strategie sono state elaborate, esse tendono a focalizzarsi sul rafforzamento di questi settori e non ancora a incoraggiare l'interazione e le ricadute positive sugli altri settori.

Fattori chiave di impulso delle politiche

Per far fronte alle sfide identificate è necessaria un'azione coordinata, in particolare nelle seguenti aree chiave.

Soddisfare la domanda di nuove competenze

È necessaria una collaborazione più stretta tra i settori creativi e culturali, le parti sociali e i settori dell'istruzione e della formazione professionale, sia nella formazione iniziale che nello sviluppo professionale continuo. Questa collaborazione permetterà di mettere a disposizione dei diversi settori il mix di competenze necessarie all'imprenditorialità creativa in un ambiente in continuo mutamento. In alcuni settori si avverte inoltre la carenza di personale con abilità manuali e competenze tecniche e tradizionali, soprattutto perché i giovani sono meno attratti da questo tipo di formazione.

Le competenze legate alla creatività vanno apprese sin dall'infanzia per creare i presupposti per un flusso costante di nuovi talenti creativi e per stimolare la domanda di contenuti e prodotti creativi diversi e sofisticati. In una prospettiva di apprendimento permanente le abilità e le competenze creative possono aiutare a rispondere alle mutate esigenze del mercato del lavoro.

La collaborazione con il settore dell'istruzione può inoltre contribuire a creare un ambiente di apprendimento stimolante, incoraggiando i discenti, in particolare quelli in difficoltà, ad acquisire le abilità di base e a sviluppare le competenze necessarie alla loro futura vita professionale, aumentando così la loro occupabilità. Le iniziative creative e culturali a livello

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

locale possono contribuire all'integrazione delle comunità marginalizzate e offrire opportunità alle persone che vivono in quartieri disagiati.

Migliorare l'accesso ai finanziamenti

Le dimensioni ridotte delle imprese creative e culturali, l'incertezza sulla domanda dei loro prodotti, la complessità dei loro piani aziendali e la mancanza di risorse materiali sono altrettanti ostacoli all'ottenimento di finanziamenti. Il finanziamento azionario, gli investimenti informali, il capitale di rischio e le garanzie sono altrettante alternative, che rimangono però poco usate. Si constata inoltre un vuoto di mercato per il finanziamento delle operazioni di export.

È dunque necessario che le istituzioni finanziarie comprendano il potenziale economico di questi settori e sviluppino la loro capacità di valutare attività economiche basate su risorse immateriali. Anche gli imprenditori di questi settori devono essere aiutati a capire meglio i meccanismi della pianificazione aziendale e dell'erogazione dei finanziamenti per finanziare le attività e la crescita delle loro aziende.

Espandere il mercato: nuove partnership e modelli di business

Le istituzioni e i servizi culturali e artistici devono migliorare la propria capacità di ampliare e diversificare il pubblico di riferimento, di cogliere nuove opportunità (in particolare quelle di respiro internazionale) e di far fronte ai cambiamenti del comportamento e delle aspettative del pubblico. Stanno nascendo nuovi servizi che sfruttano le possibilità offerte dalle TIC e dai servizi on line, proponendo modelli per soddisfare meglio la domanda di accesso a un'ampia varietà di contenuti e prodotti e di maggiore partecipazione al processo creativo dei consumatori. Questi nuovi approcci e servizi vanno trasformati in nuove fonti di reddito.

Per progredire nella creazione, nella produzione e nella distribuzione dei contenuti digitali su tutte le piattaforme, i settori culturali e creativi devono creare partnership strategiche ed eque con altri settori, dando vita a modelli di business innovativi. L'accesso ai contenuti potrà così avvenire con modalità differenti e si potrà stabilire un equilibrio tra l'esigenza del pubblico di accedere ai contenuti e alla conoscenza e i diritti, anche economici, di chi detiene la proprietà intellettuale. In questo contesto Europeana¹⁴, la piattaforma digitale che fornisce un accesso unico alle collezioni digitali delle biblioteche, dei musei e degli archivi d'Europa, dovrebbe essere sfruttata sempre più quale base di un nuovo ecosistema di applicazioni e prodotti digitali rivolti al turismo, all'istruzione e alla cultura.

Ampliare la dimensione internazionale

Politiche intelligenti di internazionalizzazione e promozione delle esportazioni sono necessarie per consentire al maggior numero possibile di piccole organizzazioni e aziende di operare in un contesto globale e raggiungere nuovi pubblici e nuovi mercati nel resto del mondo. È necessario identificare i servizi di supporto più efficaci, facilitare l'accesso ai mercati esteri, intensificare il dialogo tra le autorità di regolamentazione e valutare i possibili meccanismi di condivisione dei rischi. Per valorizzare e incrementare la presenza culturale e creativa dell'Europa sulla scena mondiale e promuovere l'immagine accattivante di un'Europa dove convivono eccellenza nel campo del patrimonio storico-artistico e un ambiente creativo vivace e all'avanguardia è necessario creare sinergie tra le risorse e aumentare la collaborazione tra i vari attori all'interno dell'UE.

¹⁴ www.europeana.eu.

Migliorare le sinergie tra i settori

I settori culturali e creativi prosperano negli ambienti multidisciplinari dove è possibile l'incontro con imprese di altri settori. Ogni intervento pubblico finalizzato al loro sviluppo deve incentivare le sinergie tra settori diversi. Per questo è necessario sviluppare e testare strumenti migliori di sostegno alle imprese e politiche finalizzate a facilitare le connessioni intersettoriali e le ricadute positive da un settore all'altro. Ciò significa sostenere il cambiamento all'interno dei settori fornendo al tempo stesso nuove abilità e competenze alle altre imprese, e viceversa.

È anche necessaria una cooperazione più stretta tra politiche diverse, in particolare nei settori dell'economia, dell'industria, dell'istruzione, del turismo, dell'innovazione, dello sviluppo urbano e regionale e della pianificazione territoriale.

Alla luce di quanto precede gli Stati membri, a tutti i livelli territoriali e coinvolgendo, ove appropriato, tutte le parti interessate pubbliche e private, sono invitati a:

- realizzare una valutazione accurata del potenziale degli SCC¹⁵ per una crescita intelligente, sostenibile e inclusiva e integrare ancor più profondamente questi settori nelle loro strategie di sviluppo a tutti i livelli, in particolare nel contesto delle strategie di specializzazione intelligente¹⁶;
- rafforzare la cooperazione tra gli SCC e con gli altri settori quali TIC, turismo ecc., anche mediante iniziative congiunte mirate ad accrescere la comprensione tra i settori e a sviluppare un atteggiamento più aperto, innovativo e imprenditoriale nell'economia;
- incoraggiare e facilitare la costituzione di piattaforme, reti e cluster tra le parti interessate pubbliche e private nell'ambito degli SCC;
- incoraggiare collaborazioni strutturate tra gli SCC, le parti sociali e tutti i diversi operatori dell'istruzione e della formazione, inclusi gli apprendistati;
- promuovere il riconoscimento delle qualifiche nell'istruzione e nella formazione informali e non formali negli ambiti di interesse per gli SCC;
- migliorare la propensione all'investimento delle istituzioni finanziarie e degli SCC e ideare strumenti di ingegneria finanziaria dedicati, in particolare sistemi di garanzia, anche mediante l'uso opportuno del futuro programma Europa creativa e dei fondi della politica di coesione;
- sostenere gli SCC nell'esplorazione e nella sperimentazione di nuove strategie di ampliamento e diversificazione del pubblico e di modelli di business per il passaggio al digitale;
- sostenere la digitalizzazione dei contenuti culturali e lo sviluppo di piattaforme on line in conformità con la normativa UE sugli aiuti di stato;
- incoraggiare gli SCC a esplorare e consolidare la propria presenza sui mercati internazionali, anche mediante lo sviluppo di collaborazioni internazionali e in cooperazione con i paesi terzi.

¹⁵ SCC sta per settori culturali e creativi.

¹⁶ Cfr. pagina 10.

4. VALORE AGGIUNTO PER UN'AZIONE A LIVELLO DI UE

L'Unione europea ha senza dubbio un ruolo da svolgere per creare un contesto favorevole e sostenere questo piano di adeguamento.

Promuovere il giusto contesto normativo

Nell'ambito dello *Small Business Act* per l'Europa l'UE sta sviluppando un quadro politico per le PMI che coinvolge l'Unione e gli Stati membri nel miglioramento dell'approccio complessivo all'imprenditorialità¹⁷. Si tratta di un'iniziativa di grande interesse per i settori culturali e creativi, nei quali predominano aziende di piccole e piccolissime dimensioni.

La comunicazione "*Un mercato unico dei diritti di proprietà intellettuale*"¹⁸, dedicata alla necessità di progredire nel raggiungimento di un mercato unico digitale completamente integrato, prevede un programma di iniziative per garantire un quadro relativo ai DPI nell'UE che ricompensi gli sforzi creativi e semplifichi le attività transfrontaliere nel mercato interno. La Commissione ha dunque adottato proposte legislative sulle opere orfane¹⁹ e sulla gestione collettiva dei diritti d'autore²⁰. La valutazione del settore degli audiovisivi continua secondo quanto previsto nel libro verde sulla distribuzione online di opere audiovisive nell'Unione europea²¹. La Commissione promuove un processo di mediazione con le parti interessate sul compenso per le copie private. La Commissione prevede anche di occuparsi del miglioramento della valutazione delle risorse immateriali, un aspetto cruciale per l'accesso ai finanziamenti privati.

Per i settori creativi e culturali che si basano sulla lealtà dei consumatori e sull'attaccamento al marchio, la modernizzazione e l'adeguamento del sistema dei marchi è fondamentale. Nell'ambito dell'osservatorio UE sulle violazioni dei DPI è necessario migliorare l'analisi di dati affidabili sul valore e sulla violazione dei DPI, la condivisione delle migliori pratiche e la sensibilizzazione per combattere la contraffazione e la pirateria in modo efficace ed efficiente. In questo contesto la Commissione facilita la cooperazione tra i detentori dei DPI e le piattaforme Internet nel contesto del *protocollo d'intesa sulla vendita su Internet di prodotti contraffatti* che mira a ridurre, a livello paneuropeo, l'offerta di beni culturali falsificati su Internet²².

Alcuni aspetti delle iniziative di *riutilizzo delle informazioni del settore pubblico*, nell'ambito dell'agenda digitale per l'Europa²³, che prevede interventi per eliminare gli ostacoli allo sviluppo dei mercati europei on line, possono contribuire a migliorare l'accesso alle risorse culturali e il loro uso.

Una delle azioni prioritarie previste nella *Comunicazione sul futuro dell'IVA*²⁴ è la revisione della struttura attuale delle aliquote IVA. Secondo uno dei principi guida di tale revisione, beni e servizi simili dovrebbero essere soggetti alla stessa aliquota IVA e bisognerebbe tener conto del progresso tecnologico per affrontare la sfida della convergenza tra ambiente fisico e ambiente virtuale.

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.

²⁴ COM(2011) 851.

Per un mercato digitale efficiente che offra nuove opportunità ai settori culturali e creativi la Commissione continuerà ad attuare le iniziative previste dal piano di azione sul mercato unico digitale del commercio elettronico e dei servizi online²⁵, tra cui l'iniziativa sulle procedure di notifica e intervento e quella sulla neutralità della rete.

Nel contesto della *modernizzazione degli aiuti di stato*²⁶, l'esenzione dalla notifica sarà considerata per gli aiuti nel settore culturale. Si terrà inoltre conto del sostegno all'innovazione, anche non tecnologica, nella prossima revisione della *disciplina comunitaria per gli aiuti di stato* a ricerca, sviluppo e innovazione.

Facilitare lo scambio di buone pratiche e l'apprendimento tra pari

Le iniziative a livello di UE possono rendere più rapido l'adeguamento, favorire la diffusione delle buone pratiche e la costituzione di reti nei settori creativi e culturali. Ad esempio da quando nel 2007 è stata adottata l'agenda europea per la cultura²⁷ le autorità nazionali hanno cooperato in questo campo. È stato costituito un gruppo di esperti per discutere e convalidare le migliori pratiche regionali o nazionali e presentare proposte per iniziative di cooperazione. Il gruppo ha pubblicato un manuale sull'uso strategico dei fondi della politica di coesione per sfruttare il potenziale della cultura per lo sviluppo locale, regionale e nazionale, in particolare contribuendo alle strategie di specializzazione intelligente²⁸, e si concentrerà ora sull'internazionalizzazione e sulle strategie di esportazione. Un altro esempio è la piattaforma di apprendimento politico costituita nell'ambito dell'alleanza europea delle industrie creative²⁹ per promuovere gli scambi e la cooperazione finalizzati a migliorare il supporto offerto alle imprese, l'accesso ai finanziamenti e la cooperazione e l'eccellenza dei cluster.

La Commissione intende inoltre sostenere i processi di apprendimento tra pari tra amministrazioni locali per dare la possibilità ai politici di condividere e comparare le esperienze sull'impatto della cultura sul rilancio sociale ed economico delle città.

Verso il 2020: rendere disponibile un'ampia gamma di supporti finanziari generici e specifici

I programmi e gli strumenti proposti dalla Commissione nell'ambito del nuovo quadro finanziario pluriennale 2014-2020, in particolare Europa creativa³⁰, Erasmus per tutti³¹, i fondi della politica di coesione³², Orizzonte 2020³³, COSME³⁴ e il meccanismo per collegare l'Europa³⁵ possono dare un contributo decisivo allo sviluppo dei settori culturali e creativi e accrescere il loro contributo alla strategia Europa 2020 per l'occupazione e la crescita.

Europa creativa mira a promuovere la diversità culturale e linguistica e a rafforzare la competitività dei settori creativi e culturali e in particolare intende fornire supporto:

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_it.cfm.

³³ COM(2011) 809.

³⁴ COM(2011) 834.

³⁵ COM(2011) 665.

- alle reti transfrontaliere, alle collaborazioni e alle attività di apprendimento tra pari per migliorare la capacità di questi settori di operare al di là delle frontiere nazionali e di fronteggiare sfide quali il passaggio al digitale, la globalizzazione e la frammentazione dei mercati europei;

- alla costituzione di uno *strumento finanziario* dedicato che fornisca le garanzie per agevolare l'accesso al credito delle piccole imprese e delle organizzazioni; tale strumento, uno degli strumenti di debito per le PMI insieme agli strumenti di Orizzonte 2020 e COSME, avrà inoltre un impatto sistemico sul settore finanziario, migliorando la capacità delle istituzioni finanziarie di valutare i progetti culturali e creativi, condividendo la limitata esperienza attuale al di là dei confini nazionali e supportando le iniziative per aumentare la disponibilità a investire in questi settori.

- alle azioni di creazione di capacità mirate all'ampliamento e alla diversificazione dei pubblici e alla sperimentazione dei modelli di business;

- alle misure per l'internazionalizzazione del settore.

Erasmus per tutti sosterrà gli investimenti nell'istruzione e nella formazione favorendo la mobilità per l'apprendimento, i partenariati per l'innovazione e garantendo supporto alle politiche. Per promuovere la cooperazione finalizzata all'innovazione il programma sosterrà le "alleanze per la conoscenza", che sono partenariati ad ampio raggio tra le istituzioni di istruzione superiore e le imprese, e le "alleanze per le competenze settoriali", partenariati tra le istituzioni di formazione professionale e le imprese. Saranno così favorite le opportunità di collaborazione tra i settori culturali e creativi e i settori dell'istruzione e della formazione professionale.

Partendo dalle numerose opportunità già disponibili³⁶, i *fondi della politica di coesione* continueranno a sostenere gli investimenti nei settori culturali e creativi, per massimizzare il contributo della cultura allo sviluppo locale e regionale, al rilancio delle città, allo sviluppo rurale, all'occupazione e all'inclusione sociale. Gli investimenti possono riguardare, ad esempio, la ricerca, l'innovazione, la competitività delle imprese e l'imprenditorialità nelle aziende dei settori culturali e creativi o la protezione e la valorizzazione del patrimonio culturale e del paesaggio³⁷. Il *Fondo europeo agricolo per lo sviluppo rurale* continuerà inoltre a operare a sostegno del patrimonio culturale rurale e per il miglioramento dell'accesso ai servizi culturali nelle aree rurali investendo e offrendo formazione alle aziende culturali e creative, stimolando la costituzione di reti e lo sviluppo di cluster, in particolare mediate LEADER³⁸.

L'uso di strumenti di ingegneria finanziaria specifici verrà ulteriormente incoraggiato, anche in relazione ai settori creativi e culturali. La Commissione ha sottolineato, nella sua visione della futura politica di coesione, il ruolo di questi settori nell'elaborazione di strategie di specializzazione intelligente per lo sviluppo regionale e locale³⁹. Ciò comporta un'integrazione più profonda tra le strategie a livello locale e regionale e quelle nazionali. Nella definizione dei futuri accordi di partenariato e nei programmi operativi e di sviluppo rurale andrà posto l'accento sulla valutazione del potenziale di questi settori per le strategie di

³⁶ Study on the contribution of culture to local and regional development, 2010.

³⁷ Documento di lavoro dei servizi della Commissione (2012) 61, parte II.

³⁸ http://enrd.ec.europa.eu/leader/it/leader_it.cfm.

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

sviluppo regionale, tenendo in considerazione le connessioni dinamiche tra le risorse culturali tradizionali, lo sviluppo di aziende creative e la risposta alle sfide sociali e ambientali, e favorendo una combinazione migliore di investimenti in infrastrutture e in capitale umano⁴⁰.

COSME mira ad aumentare la competitività e la sostenibilità delle imprese e delle PMI dell'UE e a incoraggiare la cultura imprenditoriale. La Commissione prevede interventi per favorire lo sviluppo di cluster e reti di aziende di livello internazionale e di accelerare lo sviluppo di industrie competitive basate su attività transettoriali, particolarmente rilevanti per i settori culturali e creativi. Vengono proposte azioni concrete per incoraggiare l'adozione di nuovi modelli di business e gli usi commerciali di idee creative, allo scopo di produrre beni e servizi personalizzati che soddisfino le esigenze dei consumatori e per collegare e arricchire le abilità e le competenze nel campo del design, della creatività e della produzione industriale.

Orizzonte 2020 coordinerà il sostegno europeo alle attività di ricerca e innovazione e favorirà un migliore sfruttamento del potenziale industriale delle politiche d'innovazione, di ricerca e di sviluppo tecnologico. L'obiettivo di aumentare la competitività di tutta una serie di industrie e settori emergenti è di particolare rilevanza per i settori culturali e creativi. Verranno sostenuti gli sviluppi tecnologici di interesse per questi settori, come le tecnologie innovative per la creazione e l'uso di contenuti creativi e i materiali innovativi per le industrie creative. Orizzonte 2020 esplorerà inoltre nuove forme di innovazione, quali l'innovazione sociale e la creatività, per favorire lo sviluppo di dinamiche interculturali positive in Europa e con i partner internazionali.

Il **meccanismo per collegare l'Europa**, dedicato allo sviluppo delle reti energetiche, dei trasporti e digitali in Europa, erogherà finanziamenti sostenibili a Europeaana e darà supporto alle attività collegate quali i meccanismi per lo scambio di informazioni sui diritti e per la concessione delle licenze e i centri di competenza sulla digitalizzazione e sulla conservazione del patrimonio culturale digitale.

A livello internazionale il dialogo politico tra l'UE e i paesi terzi, sia bilaterale che regionale, può essere usato per costruire fiducia e creare opportunità di collaborazione fruttuose per tutti i partecipanti, anche nei settori creativi e culturali⁴¹. Grazie alla cooperazione la cultura continuerà a essere un veicolo fondamentale di sviluppo socioeconomico e di consolidamento dei diritti umani, della democrazia, delle società civile e di altri elementi cruciali per una buona governance⁴².

La Commissione intende:

- continuare a migliorare il quadro normativo dell'UE per gli SCC;
- negoziare con il Parlamento europeo e il Consiglio le sue proposte relative agli strumenti di finanziamento dell'UE per il periodo 2014-2020, e prepararne l'attuazione;
- favorire lo scambio di buone pratiche nell'UE.

⁴⁰ Ibidem.

⁴¹ In particolare il dialogo politico può essere sostenuto dallo strumento di partenariato.

⁴² Tali obiettivi saranno portati avanti sia dalla cooperazione geografica che da quella tematica mediante lo strumento per la cooperazione allo sviluppo (DCI), lo strumento europeo di vicinato (ENI), lo strumento di assistenza preadesione (IPA) e l'undicesimo Fondo europeo di sviluppo (FES).

Azioni a breve termine a livello di UE per sostenere i fattori chiave di impulso delle politiche

Nel breve periodo gli sforzi realizzati dagli Stati membri, a tutti i livelli territoriali, saranno integrati da una serie di iniziative dell'UE a supporto degli ecosistemi creativi emergenti tra vari settori e nei diversi livelli della catena di valore:

- Soddisfare la domanda di nuove competenze

Le istituzioni di istruzione superiore e le aziende stanno testando le alleanze per la conoscenza per la promozione dell'innovazione. La Cinema and Industry Alliance for Knowledge and Learning⁴³ presenterà una relazione sul proprio lavoro nel 2013.

L'UE finanzia la prima fase di un Consiglio europeo delle competenze settoriali nel settore degli audiovisivi e degli spettacoli dal vivo⁴⁴ un Consiglio europeo delle competenze settoriali nel settore del tessile, dell'abbigliamento e dei pellami per analizzare la domanda di competenze⁴⁵.

Entro la fine del 2013 un gruppo di esperti degli Stati membri, costituito nel quadro dell'agenda europea della cultura, presenterà una relazione sulla promozione dei partenariati creativi tra le scuole e le aziende e le organizzazioni dei settori culturali e creativi.

- Migliorare l'accesso ai finanziamenti

Nell'ambito dell'Alleanza europea delle industrie creative l'UE finanzia fino al 2014 due partenariati sul miglioramento dell'accesso ai finanziamenti (FAME e C-I Factor).

Il fondo di garanzia per la produzione del programma MEDIA⁴⁶ agevola l'accesso dei produttori cinematografici alle fonti private di finanziamento.

La Commissione valuterà la possibilità di costituire un analogo fondo di garanzia per le aziende del settore della moda.

Nell'ambito della strategia per i DPI la Commissione formulerà proposte strategiche per un migliore sfruttamento economico dei DPI⁴⁷.

- Espandere il mercato

Nel 2012 la Commissione:

- finanzia un'azione preparatoria sulla circolazione dei film europei nell'era digitale⁴⁸;

- finanzia un progetto pilota sugli usi innovativi delle TIC nei SCC⁴⁹;

- finanzia una rete tematica sui nuovi modelli di business per l'editoria nell'era digitale⁵⁰;

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.

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

⁴⁸ http://ec.europa.eu/culture/media/programme/overview/digitaldistrib/prepaction/index_en.htm.

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

- organizzerà una conferenza⁵¹ per lo scambio di esperienze sull'ampliamento e la diversificazione del pubblico;

-adotterà una raccomandazione sui film europei nell'era digitale.

Entro la fine del 2012 un gruppo di esperti degli Stati membri, costituito nel quadro dell'agenda europea della cultura, presenterà una relazione sulle politiche e le buone pratiche delle istituzioni pubbliche per la promozione dell'accesso e della partecipazione alla cultura.

Nel 2013 la Commissione:

- sosterrà la produzione di strumenti più potenti e interattivi per le industrie creative e anticiperà le tendenze future nel campo della ricerca e dell'innovazione mediante l'interazione all'interno e tra i diversi segmenti di queste industrie⁵²;

- avvierà il progetto pilota WORTH per favorire sostegno e consulenza orientati al mercato per le PMI della moda o dei prodotti personali di design e lo sviluppo di prodotti e servizi creativi in collaborazione con i designer.

Le iniziative dedicate al marchio del patrimonio europeo⁵³ e alle capitali europee della cultura⁵⁴ saranno ulteriormente sfruttate come laboratori per l'ampliamento e la diversificazione del pubblico e la partecipazione dei cittadini.

- Ampliare la dimensione internazionale

Nel 2012-2013 la Commissione creerà occasioni di incontro e collaborazione per sostenere l'internazionalizzazione delle PMI, comprese quelle dei SCC, mediante i cluster.

Continuerà la cooperazione nei SCC prevista nel quadro del progetto commerciale UE-Cina come fase pilota per la cooperazione rafforzata in questo ambito.

Il dialogo politico sulla cultura con i partner emergenti si focalizzerà sull'ambiente favorevole alla cooperazione e agli scambi nei SCC.

Inoltre la Commissione:

- verificherà la fattibilità di una condivisione dei rischi negli attuali regimi di assicurazione dei crediti all'esportazione per le PMI;

- analizzerà, in collaborazione con il SEAE, come valorizzare l'aspetto della cultura nelle relazioni esterne;

Nel 2013 un gruppo di esperti degli Stati membri, costituito nell'ambito dell'Agenda europea per la cultura, redigerà un manuale sulle strategie a supporto dell'internazionalizzazione per i SCC.

- Migliorare le sinergie tra i settori

⁵⁰ WP ICT PSP 2012, p.19.

⁵¹ http://ec.europa.eu/culture/news/20120316-pilotproject-eac10_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.

Nel 2012 la Commissione:

- ha promosso i legami intersettoriali grazie all'Alleanza europea delle industrie creative;
- ha finanziato tre progetti dimostrativi su larga scala a sostegno del turismo culturale nell'ambito dell'alleanza europea delle industrie mobili e per la mobilità.

Nel 2012-2013 inoltre la Commissione:

- costituirà un centro europeo di servizi all'innovazione, che fornirà consulenza alle organizzazioni regionali sull'innovazione nei servizi e sulla creatività a sostegno del cambiamento industriale;
- pubblicherà una guida su come utilizzare al meglio i fondi della politica di coesione per creare valore mediante l'innovazione dei servizi, particolarmente utile per i SCC;
- finanzia un progetto pilota di accompagnamento di due regioni tradizionalmente industriali nella transizione per diventare "distretti creativi europei"⁵⁵;
- esaminerà le sfide e le possibili misure da adottare per aumentare la competitività delle industrie della moda e dei prodotti di alta gamma nell'UE, tenendo in considerazione i rispettivi documenti di lavoro dei servizi della Commissione;
- valuterà le raccomandazioni che saranno presentate dallo European Design Leadership Board nel 2012 e produrrà un piano d'azione per accrescere il ruolo del design nelle politiche di innovazione;
- svilupperà e testerà, nell'ambito dell'iniziativa European Cluster Excellence, modelli di formazione per promuovere il ruolo della creatività, le abilità creative e i settori creativi per favorire il cambiamento delle attività industriali tradizionali;
- avvierà una consultazione delle parti interessate sull'opportunità di costituire una Alleanza europea dell'economia dell'esperienza per favorire l'interazione intersettoriale tra gli SCC, il tempo libero, lo sport e il turismo e incoraggiare lo sviluppo di nuove catene del valore industriali.

5. CONTROLLO DEI PROGRESSI COMPIUTI

Se si riuscirà a sfruttarne appieno il potenziale gli SCC potranno dare un grande contributo alla crescita e all'occupazione e accelerare l'evoluzione verso una società basata sull'innovazione e sulla conoscenza. A questo fine è necessaria un'azione a livello locale, regionale, nazionale e di UE che attui la strategia multilivello delineata sopra, concentrandosi soprattutto, sia nel breve che nel lungo periodo, sui cinque fattori chiave di impulso delle politiche: sviluppare le competenze; migliorare l'accesso ai finanziamenti; promuovere nuovi modelli di business e ampliare e diversificare i pubblici; favorire la cooperazione con altri settori e politiche; ampliare la dimensione internazionale. Questa strategia promuoverà inoltre la cooperazione con i partner dell'UE con il supporto delle istituzioni europee e delle parti interessate.

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

Per verificare i progressi compiuti nell'attuazione della strategia la Commissione propone di usare il quadro di cooperazione esistente, cioè il metodo aperto di coordinamento.