



CREȘTERE PRIN CREATIVITATE – Recomandări de politică Raport

SUMAR

PREFAȚĂ	4
1. REZUMAT AL OBSERVAȚIILOR ȘI RECOMANDĂRILOR.....	5
2. DEZVOLTAREA INDUSTRIILOR CULTURALE ȘI CREATIVE ȘI UE 2020... 8	
2.1 Relevanța Industriilor Culturale și Creative pentru Europa	8
2.2 Către o Strategie Europeană a Creșterii prin Creativitate?	9
2.3 Viitoarele provocări pentru promovarea unei Europe mai Creative.....	10
2.3.1 Provocări la nivel strategic	11
2.3.2 Provocările în relație cu politica UE la nivel regional	11
2.3.3 Schimbări în legătură cu sprijinul direct pentru dezvoltarea ICC	12
3. PROIECTUL CREȘTERE PRIN CREATIVITATE.....	13
3.1 Rezultatele identificării regionale – creativitatea contează peste tot	13
3.2 Rezultatele grupurilor de lucru și a proiectelor pilot	14
3.2.1 Accesul la finanțare	14
3.3.2 Facilități de incubare	17
3.3.3 Educație, Cercetare și Relații Industriale	19
3.3.4 Rețele de afaceri în Industree Creativ	21
3.3.5 Proiectele pilot creștere prin creativitate	24
4. CONCLUZII ȘI RECOMANDĂRI PRIVIND POLITICILE	26
4.1 Observații referitoare la creșterea prin creativitate	26
4.2 Recomandări către factorii de decizie ai politicii UE	29
4.2 Sugestii pentru dezvoltarea ICC în regiunile și orașele UE	33
ANEXE	36

Prefață

Când privim la traiectoria economică și socială a Europei din ultima perioadă, schimbarea pare să fie singura constantă. Începând cu cea de a doua parte a anilor '90 au fost pierdute jumătate din locurile de muncă din domeniul manufacturier, ilustrând faptul că economia noastră parcurge un proces de transformare de la un sistem tradițional de producție în masă către o economie ce se bazează pe cunoștințe și pe crearea de produse sofisticate, care se adresează unor gusturi din ce în ce mai fragmentate ale consumatorilor. În același timp a crescut în mod continuu relevanța socială și economică a industriilor culturale și creative. Artele, precum și diversele subsectoare creative sunt sursa unor creșteri semnificative de dezvoltare și locuri de muncă (aproximativ 5 milioane de locuri de muncă în UE¹) și contribuie la o dezvoltare economică durabilă a tuturor statelor membre. Companiile din sectorul creativ sunt principalele motoare ale reînnoirii și inovării. Organizații din toate industriile apelează la capacități creative pentru a dezvolta produse și servicii centrate pe utilizator într-o economie care se bazează din ce în ce mai mult pe colaborare, este parte a unei rețele digitale și în același timp se concentrează puternic pe satisfacerea nevoilor consumatorilor finali în ceea ce privește înțelesul și împlinirea personală.

Drept urmare, dezvoltarea industriilor culturale și creative s-a deplasat de la zonele periferice ale elaborării de politici către zona superioară a agendei strategice a multor guverne la nivele naționale și regionale.

Având în vedere diversitatea Europei, nu este deloc surprinzător faptul că intensitatea, precum și metodele de promovare ale dezvoltării industriilor culturale și creative depind de la o țară la alta și de la o regiune la alta. Drept urmare, instituțiile publice și organismele de dezvoltare pot fi extrem de avantajate dacă acestea fac schimb de experiență în legătură cu modalitatea ideală de sprijinire a creativității. În ultimii 2 ani și jumătate aceasta a reprezentat preocuparea proiectului Creștere prin Creativitate care reunește 11 parteneri regionali din 9 state membre UE și care este finanțat prin intermediul Programului INTERREG IV G. Obiectivele proiectului au fost poziționarea industriilor culturale și creative în toate regiunile, compararea strategiilor comerciale de sprijin pentru acest domeniu, identificarea bunelor practici specifice, precum și schimbul de experiență și învățare colegială. În plus, au fost dezvoltate sugestii pentru noi politici de creștere ce urmează a fi implementate la toate nivelele².

Proiectul Creștere prin Creativitate a adus beneficii importante tuturor participanților la proiect și se speră că rezultatele vor stimula în mod suplimentar dezbaterile acestor politici la nivel UE. Guvernele și agențiile de dezvoltare s-au concentrat în principal asupra evaluării impactului pe care îl au industriile culturale și creative în UE și regiunile sale. Totuși, până în prezent s-a vorbit puțin pe marginea modului în care politicile de sprijin la nivel european, regional și local trebuie să fie adaptate (sau inventate) pentru a răspunde nevoilor economiei creative. Această situație acum se schimbă: Comisia Europeană, Directoratul General al Întreprinderilor și Industriei au lansat recent o cerere de oferte referitoare la crearea unei Alianțe Europene a Industriilor Creative care, în esență, se vor concentra asupra dezvoltării unor scheme de sprijin comercial mai bune în ceea ce privește creșterea creativă.

În acest context, următoarele recomandări de politici au scopul de a stimula discuția și colaborarea printre factorii de decizie politică și experții în inovație la nivel european și regional.

¹ Cartea verde CE - Eliberarea potențialului industriilor culturale și creative. Disponibil aici: <http://bit.ly/bo4Aqy> (August 2011)

² O listă a tuturor rezultatelor disponibile public poate fi găsită în anexe, precum și pe website-ul proiectului Creștere prin Creativitate: www.creative-growth.eu

1. Rezumat al observațiilor și recomandărilor

Proiectul **Creștere prin Creativitate** a formulat în raport câteva observații de bază rezumate în ceea ce urmează:

- Dacă Europa dorește să își păstreze competitivitatea mondială și poziția predominantă în domeniul inovației în raport cu America de Nord și Asia, aceasta trebuie să rămână principalul centru creativ mondial din prezent.
- IMM-urile creative reprezintă coloana vertebrală a Uniunii Inovării și ar trebui făcute mai multe eforturi în sprijinul acestora.
- Natura inovării este în schimbare. Capacităților creative li se cere din ce în ce mai mult să promoveze inovarea în diverse medii economice și societale.
- Pe măsură ce lumea devine din ce în ce mai interconectată și mobilă, se constată o nevoie pentru mai multe abordări și colaborări interdisciplinare în economie, precum și în sectorul guvernamental și public.
- Dinamicile creative au o puternică dimensiune locală. Așa cum inovația își are de multe ori originea în zone descentralizate, grupurile creative pot fi adesea cel mai bine sprijinite de inițiative locale și regionale.
- Creșterea creativă necesită o decizie politică mult mai creativă. Factorii de decizie la nivel regional, național și european ar trebui să experimenteze noi instrumente de sprijin și să promoveze mai multă experimentare în industrie.
- Creativitatea și creația, precum și investițiile în acestea trebuie să fie recompensate. Este nevoie de un cadru de reglementare temeinic pentru facilitarea acestui lucru.
- Deținem multe dovezi în ceea ce privește relevanța societală a creativității și a industriilor culturale și creative din Europa. Haideți să ne concentrăm asupra celui mai bun mod de a le promova.

Pe baza acestor observații, consorțiul a formulat sugestii concrete asupra modului în care politica UE poate promova în continuare o creștere creativă în cadrul UE:

1. *Promovarea unor investiții mai mari și a unei disponibilități de investiție în industriile creative.*

- Programe de sprijin pentru disponibilitatea la investiții (cu schemele CIP, ESF, LLL)
- Crearea unui nou Fond de Investiții pentru Industriile Creative (cu EIF și EIB)
- Stabilirea și promovarea unor fonduri și sisteme de garantare a industriilor creative la nivel UE și regional/local.
- Experimentarea prin intermediul micro-finanțării în industriile creative (cu schema Progress)
- Promovarea unui cadru de reglementare temeinic pentru stimularea investițiilor în creativitate.

2. *Srijinul și asigurarea de asistență incubatoarelor și serviciilor de incubare*

- Efectuarea unui studiu pe marginea importanței incubatoarelor și a spațiilor de lucru în comun
- Stabilirea unui proiect de Rețea a Excelenței (RE) în cadrul PC7 în legătură cu incubatoarele și lucrul în comun
- O analiză a finanțării ERDF/ ESF pentru a asigura dezvoltări holistice ale incubatoarelor în regiunile UE
- Stabilirea unei rețele internaționale de incubatoare și spații de lucru în comun.

3. *Facilitarea unei Educați, Cercetări și Relații Industriale mai bune (Abordarea Triple Helix)*

- Următorul program cadru de cercetare ar trebui să stabilească o secțiune specială de promovare a creativității
- Ar trebui luat în calcul un procent pentru a integra IMM-urile creative în structura ICT a programului de cercetare (și în special în Inițiativele Media Electronice în Rețea)
- Inițierea unei campanii de creștere a conștientizării în ceea ce privește colaborările trans-sectoriale la nivel UE.

4. *Srijinirea capacităților de creare a rețelelor de către companiile și profesioniștii din sectorul creativ*

- Proiectul pilot al Alianței Europene a Industriilor Creative în ceea ce privește grupul de sprijin, ar trebui să adauge la eforturile sale și o dimensiune de inter-relaționare centrată pe oameni
- Încurajarea unei extinderi suplimentare a benzii largi, așa cum a fost planificată în Agenda Digitală și sprijinul intermediarilor care facilitează crearea de rețele în industriile culturale și creative
- Continuarea sprijinirii proiectelor de cooperare inter-regională care se concentrează asupra industriilor creative pentru a permite tuturor regiunilor UE să beneficieze de schimburi similare de experiență în calitate de proiect Creștere prin Creativitate.

5. *Adaptarea schemelor curente de sprijin comerciale la realitățile economiei creative*

- Dezvoltarea unui program care să ajute organizațiile generale existente de sprijin a activităților comerciale pentru a adăuga o dimensiune creativă serviciilor de asistență ale acestora (seminar de instruire a instructorului, dezvoltare a materialelor de curs etc.)

6. *Rețea transfrontalieră de centre de asistență dedicată pentru industriile creative*
 - Stabilirea unei rețele formale formată din toate centrele dedicate industriilor creative, în cadrul inițiativei Zile Deschise în Bruxelles sau în cadrul următoarei conferințe a sectorului cultural, care este de obicei organizată de țara care deține președinția UE.
7. *Garanția că industriile creative rămân un sector prioritar după 2013*
 - Între Directoratul General pentru Cultură și Educație, Directoratul General pentru Inițiativă, Directoratul General pentru Societate Informațională, Directoratul General Regional și altele ar trebui să se creeze un grup de lucru formal astfel încât să existe garanția că politicile aferente industriilor creative vor continua să rămână o prioritate în diversele zone de reglementare. Momentan, accentul ar trebui să se pună pe politica UE regională și de cercetare.
8. *Încurajarea experimentării creative cu scheme de asistență noi și flexibile*
 - Viitorul program creativ al Directoratului General pentru Educație și Cultură, precum și viitoarele programe de cercetare și inovare (PC 8 CIP) ar trebui să aloce o parte din fondurile lor pentru „stimularea” colaborărilor creative și asistența proiectelor experimentale neprevăzute.
9. *Stabilirea unei scheme mobile pentru artiști și profesioniștii din industriile culturale și creative*
 - Comisia ar trebui să ia în calcul stabilirea unei scheme de mobilitate pentru artiști și profesioniștii din industriile culturale și creative pentru a permite acestora accesul la piețe noi.

Proiectul sugerează, de asemenea anumite linii directoare pentru dezvoltarea strategiilor locale și regionale ICC care sunt prezentate mai departe în partea principală a raportului.

- A. O strategie regională/ locală pentru ICC-uri ar trebuie să fie personalizată și să se bazeze pe realitate
- B. Încurajarea participării și „stimulării” părților interesate
- C. Promovarea creării de politici interdisciplinare
- D. Comunicarea și conducerea reprezintă cheia succesului
- E. Nu uitați artele și instituțiile culturale
- F. Investițiile hard și soft sunt necesare pentru demararea dezvoltării ICC
- G. Asigurarea unei legături cu inițiativele locale și internaționale
- H. Promovarea flexibilității și deschiderii în structura de sprijin.

2. Dezvoltarea Industriilor Culturale și Creative și UE 2020

2.1 Relevanța Industriilor Culturale și Creative pentru Europa

Există o mulțime de dovezi care demonstrează că industriile culturale și creative sunt vitale pentru refacerea economică a Europei, pentru crearea de locuri de muncă și pentru susținerea competitivității la o scară mondială. Mai jos sunt prezentate pe scurt principalele rezultate ale cercetării din acest domeniu, deși trebuie recunoscut faptul că există multe alte rapoarte care fac acest lucru într-o manieră mai detaliată³.

Conform documentului de lucru al personalului din partea Comisiei Europene, începând cu anul 2010 industriile creative au reprezentat 3,3% din PIB-ul total UE și 3% din locurile de muncă din Europa și acestea reprezintă cele mai dinamice sectoare din zona mai sus amintită. Deși creșterea locurilor de muncă nu a fost uniformă în subsectoare, numărul de locuri de muncă în ansamblu în industriile creative a crescut cu o medie de 3,5% pe an în perioada 2000-2007, comparativ cu 1,0% pe an în zona economică UE luată per total⁴.

Este de asemenea recunoscut faptul că dezvoltarea industriilor culturale și creative are efecte externe importante asupra altor industrii. De exemplu, contribuie la:

- dezvoltarea infrastructurii tehnologiilor de informație și comunicare (extindere benzii largi etc.) și proliferarea bunurilor electronice de consum (a se vedea succesul Apple etc.)
- atractivitatea anumitor destinații turistice (Bilbao, Budapesta, Berlin, etc.)
- regenerarea regiunilor și a orașelor (a se vedea, de exemplu revirimentul zonei metropolitane a Manchesterului în nord-vestul Angliei în ultimii 20 de ani)

În acest context raportul referitor la competitivitate mai sus menționat subliniază că „industriile creative nu sunt doar inovatoare în sine, ci ele reprezintă în același timp importante motoare de inovație, dezvoltate în industrii necreative”⁵. Pe lângă aceste exemple, organizații din diferite medii se bazează din ce în ce mai mult pe serviciile și aportul furnizat de companiile din sectorul creativ pentru a-și inova produsele și serviciile și pentru a utiliza noi metode pentru a ajunge la consumatori și parteneri. Rezultatele cercetării din raportul britanic „Dotarea Națională pentru Știință, Tehnologie și Arte” (DNSTA) arată că „ firmele care cheltuiesc dublu față de medie pe aporturile de creativitate, au cu 25% mai multe șanse de a introduce inovații”⁶.

Drept urmare, companiile din sectorul creativ pot fi considerate în multe privințe ca fiind modele pentru un nou tip de inovație, care depinde la fel de mult de înțelegerea culturală, discernământul utilizatorului, experimentare și colaborare, la fel cum depinde și de expertiza tehnologică. Importanța acestora în scopul stimulării refacerii economice și creșterii în întreaga Europă, trebuie deci să fie recunoscute și promovate.

³ O prezentare detaliată referitoare la definițiile diferite a industriilor creative poate fi găsită în cadrul Cărții verzi CE- Eliberarea potențialului industriilor culturale și creative, precum și în studiul din 2006, referitor la economia culturii. Ambele documente sunt disponibile aici: <http://bit.ly/IQhVN4>

⁴ Documentul de lucru al serviciilor comisiei ce acompaniază Raportul competitivității europene pe anul 2010. Publicat în 28.10.2010 (SEC (2010) 1276 final). Mulți își vor da seama că aceste date sunt mai mari decât cele furnizate de studiul din 2006, referitor la economia culturii, care menționa că industriile creative contribuie cu 2,6 % din PIB-ul UE și reprezintă aproximativ 5 milioane de locuri de muncă. Ibid.

⁵ Raportul competitivității europene pe anul 2010 este disponibil aici: <http://bit.ly/8Yv4wG>

⁶ A se vedea prezentarea succintă a politicii DNSTA referitoare la industriile creative: <http://bit.ly/mjoKwX>

2.2 Către o Strategie Europeană a Creșterii prin Creativitate?

Inspirându-se din regiunile UE dezvoltate și din statele membre care au explorat și au susținut mai devreme dezvoltarea industriilor culturale și creative, instituțiile europene au înregistrat în anii recentți progrese importante în dezvoltarea și implementarea parțială a unei strategii menite a elibera potențialul industriilor creative din Europa. Având în vedere că scopul acestui raport nu este de a prezenta în mod detaliat tot ceea ce s-a făcut la nivel european, aspectele de mai jos înfățișează o prezentare concentrată a unora din etapele cheie, precum și unele opinii privind provocările viitoare.

- **Agenda Europeană pentru cultură într-o lume globală** este prima strategie europeană care are o abordare comprehensivă în ceea ce privește importanța culturii în proiectul european. Din perspectiva potențialului economic al industriilor culturale și creative se sugerează faptul că UE ar trebui să utilizeze potențialul culturii ca un element catalizator al creativității și inovării⁷.
- Potențialul industriilor culturale și creative de a contribui la reînnoirea economică și socială în Europa a fost reconfirmat de câteva **Rezoluții și Concluzii ale Consiliului**⁸.
- În plus, **Parlamentul European** a jucat un rol important în elaborarea abordării UE către o dezvoltare mai bună a industriilor creative. Dintr-o perspectivă regională, Parlamentul European a subliniat în special importanța promovării „proiectelor personalizate și adaptate la nivel regional sau local deoarece acestea reprezintă cele mai eficiente și durabile proiecte pentru dezvoltarea regională și urbană nouă”⁹.
- Pentru a facilita „Metoda Deschisă de Coordonare” – interacțiunea dintre elaborarea politicii europene și elaborarea politicii în statele membre, au fost înființate mai multe **Grupuri ale Părților Interesate**¹⁰.
- În cele din urmă, strategia CE în desfășurare pentru industriile creative au beneficiat de informațiile furnizate de mai multe **studii comandate de CE**, care au abordat problema dezvoltării sectorului creativ din mai multe unghiuri.¹¹

Aceste evenimente au dus la publicarea unei **Cărți Verzi a Comisiei Europene privind eliberarea potențialului industriilor culturale și creative** în anul 2010¹². Cartea Verde este o prezentare detaliată a multora dintre problemele aflate în discuție. Ea a fost pusă în dezbatere și a atras peste 350 de răspunsuri individuale din industrie, cercetare, instituții guvernamentale, precum și din multe instituții intermediare. Mulți dintre respondenți operează la nivel local și regional¹³. În timp ce

⁷ Comunicarea Comisiei COM (2007) 242

⁸ Concluziile Comisiei referitoare la contribuția serviciilor culturale și creative la atingerea obiectivelor de la Lisabona, 2007: <http://bit.ly/lc7kls> și concluziile Consiliului pe marginea culturii, drept catalizator pentru creativitate și inovare, 2009: <http://bit.ly/mGUjpA>

⁹ Rezoluția Parlamentului European din 2 aprilie 2009 referitoare la rolul culturii în dezvoltarea regiunilor europene

¹⁰ Rezumatul documentului care a rezultat poate fi vizualizat aici: <http://bit.ly/kNIYxm>

¹¹ În special, studiile recente referitoare la impactul culturii asupra creativității și contribuțiile culturii la dezvoltarea locală și regională, precum și dimensiunea antreprenorială a industriilor culturale și creative. De asemenea, deși la un moment anterior, studiul referitor la economia Europei a jucat și el un rol important. Toate studiile pot fi vizualizate aici:

<http://bit.ly/IQhVN4>

¹² COM(2010) 183

¹³ Contribuțiile pot fi vizualizate aici: <http://bit.ly/bo4Aqy>

marea majoritate a răspunsurilor a salutat abordarea complexă și destul de largă a aspectelor cheie, unii dintre aceștia au solicitat o analiză mai concentrată asupra unor anumite puncte cruciale (diversitatea culturală, drepturile de autor, modelele de afaceri / investiții în creativitate, mecanisme de sprijin public – pentru a numi doar câteva dintre acestea). Rămâne de văzut dacă aceste aspecte urmează a fi abordate în documentul CE Comunicarea în industriile Culturale și Creative, a cărui apariție este așteptată spre finele anului 2011.

În timp ce majoritatea evoluțiilor de mai sus au avut loc la nivel strategic, unele dintre ele s-au tradus deja într-o oarecare măsură în oportunități concrete de finanțare pentru ICC-uri:

- **Alianța Industriilor Creative europene**, inițiată de Directoratul General pentru Întreprinderi și prognozată a fi lansată în 2011 va stabili o platformă politică, un grup de experți la nivel înalt, precum și mai multe proiecte pilot, toate orientate spre promovarea unor efecte colaterale între industriile culturale și creative și afacerile din celelalte industrii¹⁴.
- **Directoratul General pentru Cercetare** urmează să publice o cerere de propuneri în ceea ce privește cercetarea referitoare la legăturile dintre creativitate, cultură, industriile creative și inovația, în cadrul secțiunii Știință și Societate din vara anului 2011¹⁵.
- În prezent CE analizează crearea unui nou program de sprijin intitulat „**Europa Creativă**” care ar urma să integreze Programul Cultural, precum și programul MEDIA într-o singură inițiativă de mari dimensiuni¹⁶.
- La fel ca în cazul Proiectului Creșterii prin Creativitate, mai multe proiecte de cooperare transnațională care pun accentul pe dezvoltarea sectorului regional au fost susținute de către **INTERREG, URBACT, PC7** și de alte programe CE¹⁷.

2.3 Viitoarele provocări pentru promovarea unei Europe mai Creative

Recenta Carte Verde a Comisiei Europene este extrem de utilă prin conturarea sarcinilor viitoare:

„În ultimele decenii lumea s-a mișcat într-un ritm mai rapid. În cazul Europei și a altor părți ale lumii răspândirea rapidă a noilor tehnologii și globalizarea crescută a însemnat o deplasare evidentă de la industria tradițională manufacturieră către servicii și inovare. Etajele fabricilor sunt înlocuite treptat de către comunitățile creative a căror materie primă este abilitatea lor de a imagina, crea și inova... dacă Europa dorește să rămână competitivă în acest mediu global în schimbare, ea trebuie să implementeze condițiile necesare pentru creativitate și inovare care să ducă la o nouă cultură antreprenorială.”¹⁸

¹⁴ Apelul pentru propuneri referitoare la alianță poate fi vizualizat aici: <http://bit.ly/gJWNVW>

¹⁵ Apelurile nu au fost publicate la momentul scrierii acestor observații, dar este posibil să fie anunțate aici: <http://bit.ly/ikBCXB>

¹⁶ Citiți zvonurile despre această integrare în articolul Screen Daily: <http://bit.ly/iVHhWu>

¹⁷ Unele exemple: Metropole creative, Inovație ECCE, Clustere creative în zone rurale cu densitate scăzută, CREATE, CREA:RE, etc.

¹⁸ Comunicarea UE referitoare la Eliberarea potențialului industriilor culturale și creative, pagina 2. Ibid

În legătură cu evoluțiile politice mai sus menționate, proiectul Creștere prin Creativitate a identificat anumite provocări și oportunități, care sunt prezentate în continuare mai jos.

2.3.1 Provocări la nivel strategic

În ciuda tendinței actuale către o mai mare recunoaștere a ICC-urilor la nivel UE, rămâne de văzut dacă acestea vor primi o recunoaștere adecvată în cadrul inițiativelor emblematică CE aflate în desfășurare în cadrul **UE 2020**¹⁹, în special **Agenda Digitală pentru Europa**²⁰ și **Uniunea Inovării**²¹. În ceea ce privește ambele inițiative, va fi esențial să se adopte un concept de inovare mult mai larg și mai creativ decât cel din trecut. Acest lucru este esențial în scopul recompensării creației, a investițiilor culturale și creative, precum și de a deschide susținerea inovării pe termen lung pentru părțile interesate creative. Mai mult, este esențial ca UE și statele sale membre să mențină cadre de reglementare ce promovează crearea și investițiile în creație.

2.3.2 Provocările în relație cu politica UE la nivel regional

Rămâne de văzut dacă accentul care a fost pus pe capacitatea de inovare a industriilor creative în cea mai recentă comunicare CE privind dezvoltarea regională și creșterea inteligentă²² se va reflecta în **conceperea fondurilor structurale post-2013**. Având în vedere ponderea mare a resurselor UE care sunt alocate prin intermediul fondurilor structurale, aceasta pare să fie una dintre cele mai importante probleme pe viitor.

Pentru a înțelege mai bine relația dintre dezvoltarea industriilor culturale și creative și competitivitatea regională, Comisia Europeană a comandat recent un studiu independent. Studiul a constatat că există o corelație puternică între cei doi factori. Cu toate acestea, raportul subliniază că cota de proiecte creative și bazate pe cultură sprijinite prin intermediul finanțării prin UE „este probabil mult sub cota [sectorului] în activitatea economică și aproape sigur cu mult sub posibila sa contribuție la realizarea politicii de coeziune”. Cu alte cuvinte: factorii de decizie politică la nivel UE precum și la nivel regional ar trebui să pună un accent mai mare și să dedice resurse pentru dezvoltarea creativității²³.

Această linie de gândire este reflectată în mod adecvat în cea mai recentă comunicare a Comisiei, referitoare la politica regională ce contribuie la creșterea inteligentă, care dedică o întregă secțiune importanței industriilor culturale și creative în relație cu „specializarea inteligentă” (specializarea inteligentă este un nou concept dezvoltat de Comisia Europeană și care se află la baza noii strategii de dezvoltare regională)²⁴. Totuși, este extrem de important să se ia măsuri pentru nu se pierde accentul pus pe creativitate și pe industriile culturale și creative în lunile și anii următori, pe măsură ce noua perioadă bugetară (2013 – 2020) a UE este negociată în continuare. Unele evoluții merită a fi urmărite: Cel de-al cincilea raport de coeziune²⁵, publicat în ianuarie 2011, nu menționează termenul creativitate sau cultură, în ciuda faptului că a fost un document major și cu relevanță

¹⁹ ec.europa.eu/eu2020/

²⁰ Detalii despre Agenda Digitală Europeană: <http://bit.ly/aNbiQA>

²¹ Detalii despre Uniunea Inovării: <http://bit.ly/al26qT>

²² Politica regională ce contribuie la o creștere durabilă în Europa 2020 - COM(2011) 17 - 26/01/2011: <http://bit.ly/dRHsGI>

²³ A se vedea studiul referitor la contribuția culturii la dezvoltarea locală și regională – dovezi de la Fondurile Structurale. Rezumat executiv, pagina 9. Disponibil la : <http://bit.ly/b6j3hq>

²⁴ Politica regională ce contribuie la o creștere durabilă în Europa 2020 - COM(2011) 17 - 26/01/2011: <http://bit.ly/dRHsGI>

²⁵ Cel de-al cincilea raport referitor la coeziunea economică, socială și teritorială. Disponibil la <http://bit.ly/aXt4uY>

pentru viitorul design al fondurilor structurale. La fel, industriile interesate nu au fost până acum implicate în stabilirea S3 - Platforma de specializare inteligentă - despre care se consideră că va aduna laolaltă rețelele UE regionale, pentru a concepe noile priorități ce urmează a fi abordate în noua perioadă de finanțare structurală²⁶.

2.3.3 Schimbări în legătură cu sprijinul direct pentru dezvoltarea ICC

În timp ce valoarea societală a creativității și industriile creative au fost stabilite, administrațiile publice și intermediarii trebuie acum să se concentreze asupra modului în care politicile de sprijin trebuie să fie reconcepute sau inventate pentru a facilita creșterea prin creativitate.

Adesea, schemele generice de asistență nu sunt corespunzătoare pentru afacerile din industriile culturale și creative. Problemele au mai multe fațete: companiile din sectorul creativ este posibil să nu le cunoască sau nu aibă resursele necesare pentru parcurgerea proceselor de aplicare împovăraătoare concepute pentru companiile mari. În plus, agențiile de sprijin subestimează adesea potențialul de creștere al companiilor din sectorul creativ. Deci, schemele de sprijin generice ar trebui să fie deschise până la companii din ICCS, iar noile scheme trebuie să fie inventate, astfel încât să întrunească cerințele sectorului creativ. În acest sens, formulăm recomandări concrete în secțiunile 3 și 4.

La un alt nivel, experții în inovație se întreabă din ce în ce mai mult dacă schemele existente de asistență a afacerilor sunt suficient de echipate pentru a pregăti companiile și antreprenorii pentru provocarea de a face afaceri în medii de afaceri extrem de bine conectate în rețele și instabile. De exemplu, DNSTA susține că procesul de inovație a devenit atât de complex și de interdependent, încât traiectoriile viitoare ale inovației sunt greu de prezis. Potrivit acestui studiu, agențiile publice ar trebui să aibă o abordare mai experimentală în susținerea inovației, în special prin oferirea de asistență companiilor și institutelor de cercetare în proiecte care pun un mai mare accent pe colaborare și inovație deschisă, prin asistență discretă și prin diseminarea pe scară largă a rezultatelor. Acest ultim aspect este important, deoarece deficitul de informații reprezintă bariere în calea inovației pentru multe IMM-uri²⁷. Adesea, promovarea implicării unor companii din sectorul creativ poate genera inovație suplimentară. Acest lucru se întâmplă, deoarece furnizorii de servicii creative au tendința de a ajuta companiile pentru a-și dezvolta produse și servicii care sunt mai mult orientate către piață și consumatori²⁸.

În plus, există o nevoie puternică pentru o colaborare interdisciplinară mai puternică – în industrie, dar și printre factorii de decizie politică. Numai prin reunirea factorilor de decizie din diverse zone, cum ar fi cultura, dezvoltarea industriei creative, politica de inovație, politica educațională, politica de cercetare, de susținere a IMM-urilor și cea industrială – pentru a numi doar o parte dintre acestea – se poate canaliza potențialul creativ către alte domenii de politică. Această vedere este amplu reflectată în multe răspunsuri către Cartea Verde CE²⁹.

²⁶ Mai multe informații despre platforma de specializare inteligentă pot fi găsite aici: <http://bit.ly/lAw20Q>

²⁷ O excelentă analiză a acestui mod relativ și radical de gândire este articolul „Starea de nesiguranță: politica inovării prin experimentare”. Disponibil aici: <http://bit.ly/jFmeka>

²⁸ Raportul DNSTA mai-sus menționat (Dotarea Națională pentru Știință, Tehnologie și Arte) a dat naștere, de exemplu, la mult-citatul program Credite Creative, care este prima schemă de stimulente bazată pe documente justificative, special concepută pentru efectele colaterale ale domeniului creativ: www.creative-credits.org.uk

²⁹ Documentul de lucru al serviciilor comisiei SEC (2011) 399 final

3. Proiectul Creștere prin Creativitate

De-a lungul ultimilor 3 ani, consorțiul Creștere prin Creativitate a colaborat îndeaproape pentru a examina și optimiza abordarea fiecărui partener, pentru a susține mai bine industriile culturale și creative.

Obiectivele proiectului au fost identificarea industriile culturale și creative din toate regiunile, compararea strategiilor de asistență a afacerilor pentru sector, identificarea bunelor practici în acest sens, precum și schimbul de experiență și învățarea colegială. În plus, au fost dezvoltate sugestii pentru noi politici de creștere, ce urmează a fi implementate la toate nivelurile. Cele ce urmează sintetizează lecțiile învățate și care au relevanță pentru factorii de decizie.

3.1 Rezultatele identificării regionale – creativitatea contează peste tot

Pentru a dezvolta o înțelegere globală a naturii, a situației, precum și a relevanței economice și societale a industriilor culturale și creative, consorțiul a efectuat la începutul proiectului un exercițiu de identificare. În scopul analizei, au trebuit identificate diferite părți sau sectoare din cadrul ICC-urilor. Mai jos se găsesc cele care au fost utilizate pentru identificarea Creșterii prin Creativitate:

- Ziare și reviste
- Software de computer
- Televiziune și radio
- Publicitate
- Filme și video
- Fotografie
- Jucării
- Parcuri de distracție și locuri de vizitare
- Muzică
- Modă și design
- Arte și meșteșugărit
- Literatură
- Artiști, teatru și dans
- Arhitectură

În concluzie, rezultatele analizei statistice arată faptul că industriile culturale și creative reprezintă un motor vital al dezvoltării în diverse regiunile ale Uniunii Europene, precum și faptul că acest fenomen nu se limitează doar la principalele capitale ale statelor membre³⁰. Industriile culturale și creative contribuie la PIB-ul fiecărei economii regionale din zonă cu un procent cuprins între 5 și 10%. Creșterea industriilor culturale și creative este superioară creșterii economice generale în aproape toate regiunile. Sectoarele de modă și design, precum și arhitectura s-au numărat printre cele mai creative sectoare din regiune.

Caracterul divers al parteneriatului Creștere prin Creativitate ilustrează diversitatea industriilor culturale și creative din întreaga UE. Diferențele regionale își au originea în mărimea fiecărei regiuni

³⁰ Aceste date sunt confirmate și de rezultatele unui alt proiect finanțat de UE, intitulat „Clustere creative în zone urbane cu densitate redusă”. <http://bit.ly/blVzEO>

(parteneriatul a inclus o regiune cu 4,6 milioane de locuitori și una cu 0,2 milioane), în prosperitatea economică, precum și – nu mai puțin important – moștenirea culturală, limba și rolul sectorului public în susținerea eforturilor creative și culturale. Desigur, amplasamentul geografic are importanța lui și are legătură cu toți factorii menționați mai sus. În acest context, parteneriatul are încă o dată un caracter unic, întrucât este alcătuit din regiuni poziționate într-un areal geografic destul de întins, în proiect fiind prezente Spania, Italia, Bulgaria, România, Lituania, Suedia, Danemarca și Scoția.

Constatarea că ICC-urile au importanță pentru dinamica regională din UE este susținută și de cercetările independente: un raport al European Cluster Observatory a reliefat faptul că în prezent cele mai ridicate rate de creștere se înregistrează în rândul industriilor creative din regiunile central europene și în „noile” state membre, precum Lituania, Estonia, Slovacia, Letonia și Slovenia³¹.

3.2 Rezultatele grupurilor de lucru și a proiectelor pilot

Proiectul Creștere prin Creativitate a identificat și analizat 4 teme pilot în ceea ce privește o mai bună susținere a industriilor culturale și creative la nivel regional și local. Parteneriatul a mai efectuat 4 proiecte pilot, al căror scop a fost de a testa abordări noi în sprijinirea mai eficientă a creșterii companiilor din sectorul creativ. Mai jos sunt prezentate pe scurt observațiile și rezultatele acestor activități, subliniindu-se relevanța acestora în relație cu noile evoluții UE din prezent.

Urmează apoi un rezumat la recomandărilor politicii UE referitoare la proiect, prezentate în detaliu în a patra secțiune a acestui raport. Mai este prezent și un rezumat al recomandărilor fiecărui grup de lucru, care se găsesc integral în cadrul anexelor. La final, este prezentat un studiu de caz, menit a ilustra bunele practici în contextul respectiv.

3.2.1 Accesul la finanțare

Companiile și antreprenorii din sectorul creativ se confruntă cu dificultăți la accesarea finanțării - atât private, cât și publice – necesară pentru începerea activității sau dezvoltarea acesteia. Grupul de lucru tematic „Acces la Finanțare”³² a analizat și discutat motivele complexe care stau în spatele acestei situații. S-a ajuns la concluzia că piedicile în calea finanțării se găsesc atât în cazul industriilor creative, cât și a finanțatorilor.

Pe lângă faptul că trebuie să facă față unor provocări structurale, companiilor din sectorul creativ le lipsesc cunoștințele în ceea ce privește instrumentele și abilitățile financiare existente pentru atragerea investitorilor. Adesea, în relațiile cu investitorii, ele nu pot creiona potențialul de creștere al propriilor idei, produse și servicii. Pe de altă parte, comunității financiare, precum și anumitor entități publice le lipsesc abilitatea de a identifica și de a evalua activele necorporale din cadrul companiilor din sectorul creativ și a proiectelor acestora. Lor se este dificil și să evalueze riscurile aferente investițiilor în proiecte creative.

Raportul grupului de lucru tematic a identificat și anumite scheme de investiții în rândul regiunilor participante la proiectul Creștere prin Creativitate care pot și acestea să fie utilizate pentru a ajuta afacerile din domeniul creativ. Pe de altă parte, a fost identificată o gamă de zone acolo unde

³¹ European Cluster Observatory, Raport referitor la Sectoarele Prioritare: Industree Culturale și creative, martie 2010.

Disponibil la: www.europe-innova.eu

³² A se vedea Raportul Grupului de Lucru Tematic Creșterea prin Creativitate: „Acces la Finanțare”

organizațiile de sprijin a afacerilor pot ajuta pe antreprenorii creativi pentru a deveni „pregătiți pentru investiții”.

La nivel UE, accesul la finanțare pentru IMM-uri reprezintă o preocupare majoră pentru instituțiile europene. Programe precum Programul de Competitivitate și Inovație³³ precum și instituții cum ar fi Banca Europeană de investiții³⁴ și Fondul European de Investiții³⁵ derulează câteva scheme în sprijinul IMM-urilor. Totuși, acestea sunt extrem de rar utilizate de către companiile din sectorul creativ. Această situație a fost recunoscută în Cartea Verde a Industriilor Creative³⁶. Această situație a mai fost analizată și în câteva studii care analizează potențialul sectorului. Dacă până în prezent s-a făcut foarte puțin în ceea ce privește oferirea de investiții publice majore pentru acest sector la nivel UE (pe lângă programele deja existente, precum MEDIA³⁷), Alianța Europeană pentru Industrii Creative, care se lansează în prezent, va susține un proiect pilot legat de accesul la finanțare al industriilor creative³⁸. Recomandările proiectului Creștere prin Creativitate ar trebui luate în calcul în acest proiect pilot.

La nivel regional, unele instituții publice intermediare inovative au creat fonduri pentru industriile creative – adesea cu ajutorul băncilor regionale. În plus, intermediarii oferă uneori o gamă largă de servicii conexe, cum ar fi scheme de instruire, mentorat, participare în cadrul unor rețele și instruire în domeniul afacerilor menite să crească „disponibilitatea la investiții”³⁹ a companiilor din sectorul creativ. Totuși, acest gen de intervenții se numără pe degete și un schimb de experiență mai activ pe această chestiune între regiuni ar fi benefic.

Recomandări UE pentru acces la finanțare în cadrul proiectului Creștere prin Creativitate

În esență, consorțiul proiectului sugerează faptul că Uniunea Europeană promovează investiții mai mari și disponibilitatea la investiții în industriile creative pentru a aborda aspectele de mai sus:

- Programe de asistență pentru disponibilitatea la investiții (prin intermediul schemelor CIP, ESF, LLL)
- Crearea unui nou Fond de Investiții pentru Industriile Creative (cu EIF și EIB)
- Apelarea la micro-finanțare în cadrul industriilor creative (prin intermediul schemei Progress)
- Promovarea unor condiții-cadru bune pentru a stimula investițiile în creativitate
- Asigurarea de garanții pentru reducerea și acoperirea riscului investițiilor
- Promovarea capitalului de risc și a Rețelelor Venture Capital și Business Angels Networks

³³ Instrumentele financiare CIP sunt listate aici: <http://bit.ly/mUgle9>

³⁴ Oportunitățile de investiții BEI SME pot fi găsite aici: <http://bit.ly/iW0yBO>

³⁵ Schemele FEI pentru IMM-uri sunt listate aici: <http://www.eif.org/>

³⁶ Cartea Verde, pagina 11 secțiunea 3.3 Acces la finanțare. ibid

³⁷ Website-ul Programului MEDIA: <http://bit.ly/clmIWG>

³⁸ Documentele pentru diferitele paliere AEIC, precum și informații suplimentare referitoare la accesul la finanțarea proiectului ce urmează a fi înființat se pot găsi aici: <http://bit.ly/gJWNVW>

³⁹ Banca de investiții din Berlin, cu capital de stat, derulează un fond de risc ce se concentrează asupra industriilor creative: <http://bit.ly/pIF82w>. În plus, proiectele ImMediaTe, susținute de Directoratul General pentru Întreprinderi (CIP), are drept scop creșterea disponibilității la investiții a antreprenorilor din industria creativă: <http://bit.ly/g8Aieu>

Recomandări generale TWG (ale grupurilor de lucru) în ceea ce privește accesul la finanțare

- Crearea unor programe de disponibilitate la investiții pentru sector (instruire, construirea capacității, crearea de rețele etc.)
- Concentrarea asupra îmbunătățirii serviciilor și capacităților organizațiilor intermediare de la nivel local pentru o mai bună promovare a ICC-urilor
- Îmbunătățirea condițiilor cadru ale sectorului pentru a permite mai multe investiții
- Creșterea investițiilor publice prin intermediul unor noi linii de finanțare și adaptarea liniilor de finanțare generale existente. Atragerea investițiilor private prin intermediul instrumentelor de investiții public-private.

Studiu de caz: ImMediaTe

ImMediaTe este un proiect de inovare finanțat în cadrul Directoratului General pentru Întreprinderi, care caută să faciliteze legături mai apropiate între companiile din sectorul creativ și comunitatea financiară. Acest proiect nu este derulat de un membru al proiectului Creștere prin Creativitate, dar totuși este considerat un proiect demn de a fi luat în seamă prin perspectiva promovării unui acces mai bun la condiții de finanțare la nivel regional.

ImMediaTe se adresează Agendei Digitale și Industriilor Creative pentru:

- A face companiile mai „pregătite pentru investiții”
- A-i face pe investitori „conștienți de sector”

În timpul ciclului 2010-2011, ImMediaTe organizează o serie de evenimente tematice (câte unul în fiecare cluster participant) pentru a mobiliza IMM-urile și entitățile interesate locale și pentru a atrage o audiență internațională selectă. Fiecare eveniment va asigura IMM-urilor grupate servicii ad-hoc de instruire, comerciale și financiare împărțite în trei mari pachete de servicii:

1 - Academia ImMediaTe (Pachet de sprijin pentru extinderea abilităților)

Un pachet care furnizează cursuri de afaceri și tehnice asupra aspectelor critice ale competenței mediatică în ceea ce privește talentele creative și antreprenorii, inclusiv managementul, marketingul și drepturile de proprietate intelectuală.

2 – Forumul de Market ImMediaTe (Accesarea unui pachet de sprijin internațional)

Un pachet care oferă o perspectivă la un nivel înalt din partea experților în media împreună cu prezentarea principalelor tendințe, a oportunităților de piață și a oportunităților concrete pentru companii, pentru a-și putea prezenta proiectele unei audiențe internaționale de sponsori, distribuitori, brokeri, coproducători și alți parteneri potențiali prin intermediul acestor sesiuni de „potrivire”.

3 – Forumul de Investiții ImMediaTe (Pachet de sprijin pentru disponibilitatea la investiții)

Un pachet ce conține sesiuni specializate pentru companii selectate cu scopul de a întâlni pe investitorii financiari internaționali interesați de încheierea unor contracte cu companii aflate la diverse nivele (la nivel de idee, de început, de creștere etc). Se va acorda o atenție specială posibilității de a crea condiții pentru co-investiții sindicalizate, transfrontaliere, publice/private.

Proiectul este considerat un caz de bună practică întrucât asigură legătura dintre eforturile a mai mult de 5 organisme de dezvoltare care se ocupă de industriile creative din întreaga Europă pentru a face sectorul mai pregătit pentru investiții.

Informații suplimentare pot fi obținute de la Filas, liderul consorțiului: <http://www.filasinternacional.eu/immediate/project.asp>

3.3.2 Facilități de incubare

Posibilitatea de succes a începuturilor de afaceri crește dacă acestea sunt situate într-o unitate incubator pe parcursul stabilirii acestora. Același situație se găsește și în cazul companiilor din sectorul creativ. Pentru a examina factorii de succes a incubatoarelor ce se ocupă cu companiile din sectorul creativ, grupul tematic de lucru „Incubatoare pentru antreprenori creativi” a analizat 27 de studii de caz din întreaga Europă⁴⁰. Definiția de lucru pentru un incubator a combinat atât serviciile intangibile pe care un asemenea incubator le oferă adesea companiilor sale (consultanță de afaceri, crearea de rețele, instruire etc), cât și amplasamentul fizic aferent multor incubatoare (spații de birouri, locuri de întâlnire și de participare în cadrul unor rețele).

Grupul de lucru a stabilit că incubatoarele variază în mod semnificativ de la caz la caz, precum și în ceea ce privește structura serviciilor oferite, iar cultura și „senzația” dată de un incubator depinde în mare măsură de instituția care îl gestionează. Adesea incubatoarele sunt finanțate prin intermediul unui mozaic de investiții, fondurile structurale UE fiind unele dintre ele. Atunci când se stabilește un incubator dedicat, principala provocare pare să fie găsirea unui echilibru corespunzător între utilizarea infrastructurii existente și a resurselor, facilitarea legăturilor cu alte sectoare și în același timp oferirea unui mediu unic care să răspundă nevoilor și culturii antreprenoriale speciale aferente începuturilor activităților creative. Având în vedere continua apariție de incubatoare, spații de colaborare și laboratoare de fabricație în întreaga Europă, grupul de lucru tematic a stabilit că cele care inițiază și care utilizează aceste spații ar putea beneficia de cantitatea mai mare de dovezi și bune practici în ceea ce privește oferirea de servicii de calitate și indicatorii cheie de performanță aferenți (KPI). Grupul a făcut sugestii în acest context (a se vedea raportul TWG), care vor fi și ele prezentate mai în detaliu în secțiunea 4.

La nivel UE, Comisia a recunoscut valoarea incubatoarelor în ceea ce privește o mai bună promovare a creșterii prin creativitate. Cartea Verde dedică o secțiune întregă asupra modului în care „spațiile” pot promova cel mai bine întreprinderile creative⁴¹. Studiul referitor la contribuția culturii, la dezvoltarea locală și regională merge și mai departe. El include mărturii conform cărora industriile creative necesită și utilizează cu succes servicii și spații dedicate de incubare (studiile de caz care ilustrează acest aspect în raport se referă, de exemplu la Mannheim și Zeche Zollverein în Germania⁴²).

⁴⁰ Creșterea prin Creativitate, Raportul grupului de lucru tematic referitor la incubatoarele pentru antreprenorii din domeniul creativ, 2011

⁴¹ Pagina 8, secțiunea 3.1. ibid

⁴² Pagina 83. ibid

Recomandări UE aferente creșterii prin creativitate în ceea ce privește incubatoarele

- Efectuarea unui studiu privind relevanța incubatoarelor și a spațiilor de lucru în comun
- Stabilirea unui proiect de Rețea a Excelenței (RE) în cadrul PC7 privind incubatoarele și conlucrarea
- Analiza finanțării ERDF/ESF pentru a se asigura o dezvoltare holistică a incubatoarelor din regiunea UE
- Stabilirea unei rețele internaționale de incubatoare și spații de conlucrare

Recomandări generale TWG referitoare la incubatoare

- Creșterea investițiilor și eforturile de a dezvolta incubatoare specifice ICC
- Colectarea și analizarea de dovezi referitoare la performanța unor anumite incubatoare
- Promovarea legăturii incubatoarelor cu ecosistemul creativ general dintr-un anumit oraș sau regiune
- Promovarea spațiilor de incubare lângă cele de alimentare

Studiu de caz: Spinderihallerne, DANEMARCA

Spinderihallerne este un incubator pentru industrii creative recent creat în Vejle, Danemarca, care găzduiește peste 40 de afaceri creative, Centrul de Cultură și Afaceri, precum și un număr de instituții culturale. Pe lângă furnizarea de spații pentru companiile din sectorul creativ, se asigură și o gamă largă de servicii de demarare a unei afaceri și de incubare îndeplinind astfel criteriul menționat mai sus.

- Mai mult de 70 de acțiuni de demarare a unei afaceri au fost găzduite de programul de instruire al incubatorului
- Incubatorul se adresează la mai mult de 60 de întreprinderi creative, 3 universități și alte 20 de întreprinderi care se bazează pe input-uri de creație, fiind astfel responsabil cu gestionarea unui mic cluster creativ care ajunge dincolo de aria geografică a localității Spinderihallerne
- Incubatorul organizează un program amplu de evenimente și de activități de informare și cooperează cu alte incubatoare cu gestionare privată.

Informații suplimentare la: <http://www.spinderihallerne.dk/>

Incubatorul danez a fost considerat un caz de bună practică în ceea ce privește modul în care orașele și regiunile pot utiliza spațiile pentru a crea industrii creative cu un mediu corespunzător și cu asistență pentru a sprijini dezvoltarea ulterioară a acestora.

3.3.3 Educație, Cercetare și Relații Industriale

Inovația se găsește în centrul proiectului creativ și, drept urmare este esențială pentru succesul afacerilor în domeniul creativ. Cu toate acestea, până de curând domeniul de creație și domeniul de cercetare cu o orientare științifică mai accentuată precum și educația rămân două lumi fără legături între ele. Această situație se schimbă. Pe măsură ce tehnologia digitală transformă natura dezvoltării creative, afacerile creative în domeniul producției și distribuției, precum și multe instituții de educație și cercetare apelează din ce în ce mai mult una la cealaltă pentru colaborări, idei și dezvoltări comune de noi produse și servicii creative. Această tendință se manifestă în noi parteneriate și instituții⁴³.

Grupul de lucru tematic „Educație, Cercetare și Relații Industriale” a examinat acest fenomen și a discutat modul în care colaborarea dintre diferite entități interesate poate fi asistată cel mai bine în raport cu mai multe sub-teme identificate, ce variază de la educația de-a lungul vieții și până la instruirea pentru noi concepte de transfer tehnologic⁴⁴. De asemenea, au fost identificate și analizate o gamă de studii de caz în acest sens și s-au dezvoltat recomandări detaliate privind modul în care poate fi implementată o abordare Triple Helix în ceea ce privește dezvoltarea industriilor creative.

La nivel UE, această problemă nu a constituit mult timp o componentă majoră a dezbaterii politice referitoare la industriile creative. Cu toate acestea, recent CE a comandat studiul privind dimensiunea antreprenorială a industriilor culturale și creative necesar pentru consolidarea educației, cercetării și relațiilor industriale în sector⁴⁵. Studiul abordează în mod specific crearea de vouchere de inovare pentru a permite IMM-urilor din domeniul creativ accesul la expertiza în inovație și sugerează că intermediarii ar trebui să asigure o legătură între educație, cercetare și afacerile creative pentru a facilita un schimb mai bun de cunoștințe. Până în prezent aceste sugestii nu au dus la o schimbare notabilă a strategiei din cadrul programului de cercetare CE (PC7), care continuă în esență să finanțeze proiecte bazate pe tehnologie, beneficiind de o participare redusă a entităților interesate din domeniul creativ. Cu toate acestea, așa cum s-a menționat anterior, este de așteptat ca CE să lanseze anul acesta un apel pentru propuneri referitor la afaceri creative și cercetare în inovare⁴⁶. Mai mult decât atât, Alianța Industriilor Creative ce urmează a fi lansată va conține câteva proiecte pilot privind voucher-ele de creativitate, dintre care unele au drept țintă relațiile dintre cercetare și afacerile creative.

La nivel regional, agențiile de dezvoltare în întărirea acestor relații se confruntă cu provocări similare legate de creșterea colaborării interdepartamentale, tehnologică și sectorială. Proiectul CReATE, finanțat de programul CE (PC7), Regiuni ale Cunoașterii, a reunit 4 regiuni europene pentru a dezvolta strategii de inovare axate pe tehnologia informațiilor și a comunicării pentru dezvoltarea industriilor creative regionale⁴⁷. Eforturi similare și în alte sectoare tehnologice ar putea transforma cu adevărat modul în care industriile creative apelează pe viitor la noile tehnologii.

⁴³ De exemplu, în Finlanda, recent, universitatea tehnologică, cea de artă și design, precum și universitățile economice au fuzionat pentru a crea un nou tip de educație superioară interdisciplinară și institut de cercetare, Universitatea Aalto. Unul din motivele care au stat la baza acestui gest a fost acela de a facilita mai multe rezultate creative interdisciplinare:
<http://www.aalto.fi/en/about/>

⁴⁴ A se vedea raportul grupului tematic, pg. 4

⁴⁵ Pagina 12. ibid

⁴⁶ Exprimat în timpul unui apel telefonic cu reprezentant responsabil cu politicile din palierul Știință și Societate al PC 7

⁴⁷ „Agenda comună de cercetare” dezvoltată de CReATE, care identifică tendințele viitoare și tehnologiile decisive în relație cu dezvoltarea viitoare a industriilor creative, poate fi accesată aici: www.lets-create.eu

Recomandări UE aferente creșterii prin creativitate în ceea ce privește educația, cercetarea și industria

Noi sugerăm ca UE să promoveze o abordare a dezvoltării sectorului Triple-Helix în ceea ce privește asistența industriilor culturale și creative:

- Următorul program cadru pentru cercetare ar trebui să stabilească o secțiune specială pentru promovarea creativității.
- Ar trebui să fie luată în considerare o cotă pentru integrarea IMM-urilor creative în componenta tehnologiei informației și a comunicării aferentă programului de cercetare (și în mod specific Inițiativa pentru Medii Electronice și Rețelizate)
- Inițierea unei campanii de creștere a conștientizării privitoare la colaborările trans-sectoriale creative la nivel UE.

Recomandări generale TWG – educație, cercetare, relații industriale

- Favorizarea dezvoltării aptitudinilor de management în rândul studenților de ICC
- Favorizarea colaborării jucătorilor industriei creative cu învățământul superior
- Promovarea unor conexiuni și colaborări mai bune între cercetare și afaceri
- Promovarea transferurilor de capacitate creativă către întreprinderile tradiționale
- Încurajarea factorilor de decizie din domeniul inovării pentru a fi mai deschiși la creativitate și la mai multă interdisciplinaritate.

Studiu de caz: Edinburgh Skillset Screen & Media Academy Hub (ESSAMA)

ESSAMA a fost selectată ca studiu de caz deoarece academia ilustrează modul în care practicienii din domeniul industrial și colaborările din domeniul creativ dincolo de granițele organizaționale ale unei instituții de învățământ pot adăuga o valoare ridicată instruirii furnizată studenților care doresc să lucreze în industrii culturale și creative.

Domeniul de concentrare al academei este filmul, video, componenta vizuală, televiziunea, radio și fotografia. Se adresează studenților universității, dar și practicienilor din industrie, și astfel încearcă să asigure un amestec de instruire suplimentară și de învățământ superior. În consecință, serviciile pe care le furnizează academia sunt orientate și spre integrarea perspectivei practice a industriilor culturale și creative:

- Asigurarea de educație: programe de licență și de master + modalități de învățare cu timp redus și la distanță
- Asigurarea unei conexiuni cu industria: Studenților li se oferă programe de dezvoltare profesională practică (participare în cadrul unor rețele cu profesioniști din domeniul industrial, mentorat, plasare de muncă, cursuri de master etc.)
- Instrucțaj pentru profesioniștii din ICC-uri (inclusiv un curs finanțat CE/ MEDIA)

În plus, ESSAMA caută să creeze rețele și să depășească sfera academică prin organizarea unor "colaborări creative", evenimente de relaționare, care caută să conecteze școala, studenții acesteia, participanții și personalul la comunitatea creativă din Edinburgh și dincolo de aceasta.

Informații suplimentare la: <http://www.screenacademyscotland.ac.uk/>

3.3.4 Rețele de afaceri în Industrii Creative

Afacerile creative sunt conduse de către oameni și ele prosperă în comunicarea și schimbul, precum și dezvoltarea comună a ideilor. Cel de-al patrulea grup de lucru tematic a examinat rolul rețelilor în dezvoltarea industriilor creative. Rețelele, dacă sunt stabilite, au funcții similare cu cele ale clusterelor în sensul că acestea facilitează comunicarea și colaborarea între diverși actori ai unei industrii. Cu toate acestea, rețelele industriei creative sunt mai degrabă centrate pe oameni decât pe afaceri și pot acționa în spațiu datorită tehnologiei digitale. Deoarece producția și distribuția creativă se bazează din ce în ce mai mult pe tehnologiile informațiilor și comunicațiilor, iar profesioniștii din domeniul creativ din întreaga lume participă la proiecte comune, crearea de rețele devine o parte integrantă a lanțului de valori creative. Finalmente, aceasta poate fi susținută prin intermediul evenimentelor față în față precum și prin activități on-line.

Parteneriatul a identificat o serie de bune practici în ceea ce privește crearea de rețele, dar a stabilit, de asemenea că acest concept nu a fost încă pe deplin recunoscut de către factorii de decizie politică de la nivel regional sau european. Întrucât regiunile, precum și Comisia Europeană au elaborat strategii de dezvoltare a clusterului – care, după cum se știe se suprapun în oarecare măsură cu strategiile cerute pentru crearea de rețele – ele de prea multe ori ratează strategiile de dezvoltare centrate pe oameni pentru crearea de rețele care ar fi complementare.

Recomandări CE aferente creșterii prin creativitate în cea ce privește rețelele

Proiectul creștere prin creativitate recomandă ca UE să încerce să promoveze abordări care să fie mai mult centrate pe oameni pentru crearea de rețele și de clustere în ICC-uri:

- Proiectul pilot al Alianței Industriilor Creative Europene asupra sprijinului clusterelor ar trebui să adauge la eforturile sale o dimensiune de inter-relaționare centrată pe oameni.
- Încurajarea în continuare a extinderii benzii largi, așa cum a fost planificat în agenda digitală și sprijinirea intermediarilor care facilitează crearea de rețele în sectoarele creative.
- Continuarea acordării de sprijin proiectelor de cooperare interregională care pun accentul pe industriile creative pentru a permite tuturor regiunilor UE să beneficieze de un schimb de experiență similar, ca și în cadrul proiectului creștere prin creativitate.

Recomandări generale TWG în cea ce privește rețelele

- Sprijinirea rețelelor și a intermediarilor care le susțin
- Investiții în infrastructură, precum banda largă
- Recunoașterea și promovarea valorii rețelelor care se centrează pe oameni
- Promovarea capacităților de creare de rețele între orașe și regiuni

STUDIU DE CAZ: MOTIVA

MOTIVA este o rețea de profesioniști, cadre universitare și studenți din domeniul artelor grafice cu sediul în Asturia. Avându-și originea într-un departament aș Școlii de Arte din Oviedo, este acum susținută prin intermediul fondurilor publice și private, inclusiv de către Agenția Regională de Dezvoltare și Ministerul Educației și Culturii. Pe lângă furnizarea de instruire în artele grafice, rețeaua încearcă să motiveze afacerile și să încurajeze interesul public precum și apetitul pentru un design grafic bun. Are și un rol în influențarea politicii guvernamentale regionale. MOTIVA a avut un rol esențial în stabilirea unei reputații bune pentru regiune, ducând la recunoașterea sa în plan național ca centru profesional pentru design grafic.

Evenimentele anuale includ conferințe, expoziții, seminarii, ateliere de lucru, precum și o serie de premii. Pe lângă promovarea bunelor practici în design, MOTIVA are un rol important în dezvoltarea unor profesioniști competenți; face acest lucru prin furnizarea de cursuri și ateliere de lucru în marketing, publicitate, filozofie, ecologie, sociologie ș.a.m.d. Acest lucru asigură faptul că profesioniștii sunt în măsură să își localizeze practica lor creativă în contexte culturale și profesionale.

Membrii rețelei MOTIVA își împărtășesc responsabilitățile de management și organizaționale. Sponsorii financiari monitorizează activitățile pe care aceștia le sprijină, iar membrii rețelei evaluează cursurile și evenimentele atât din perspectivă cantitativă (număr de participanți), cât și calitativă (participanți implicați în activitate și rezultate).

MOTIVA conferă un excelent exemplu al puterii unei relaționări bine concentrate. De-a lungul celor 13 ani de existență a căutat să promoveze și să adauge valoare designului construind o cultură a

designului care nu existase până atunci în Asturia.

Informații suplimentare la: <http://www.motiva2011.org/>

3.3.5 Proiectele pilot creștere prin creativitate

Pe lângă grupurile de lucru tematice, proiectul creștere prin creativitate a inițiat patru proiecte pilot de mici dimensiuni, pentru a testa noi abordări în ceea ce privește dezvoltarea industriilor creative și pentru a împărtăși experiențe cu toți partenerii proiectului și cu alți factori de decizie din fiecare regiune participantă.

CREATER

Proiectul pilot CREATER a fost implementat de partenerul de proiect Aster din regiunea Emilia-Romagna. Obiectivul său a fost acela de a oferi servicii de incubare și de consultanță de afaceri pentru companii noi din sectorul creativ în regiune, recunoscând faptul că aceste companii nu sunt adesea conștiente de programele generale de sprijin pentru afaceri și/sau necesită un sprijin special adaptat. Acest lucru a fost realizat prin adaptarea unui program de incubare existent din câmpul de tehnologie și inovație ("We Tech Off") la cerințele afacerilor creative. Prin acordarea de asistență unui grup de 9 companii din sectorul creativ din regiune (care în general oferă servicii de producție media și media digitale) a fost dezvoltată o „cale de sprijin” care s-a adresat nevoilor companiilor la diferite stadii ale dezvoltării acestora. Calea de sprijin a inclus servicii de consultanță de afaceri, instruire de management în domeniul afacerilor, servicii de consultanță de afaceri la cerere și servicii de rețea.

Ateliere de instruire în industria muzicală pentru consilieri de afaceri

Acest proiect pilot a fost implementat de către Edinburgh Napier University cu scopul de a crește cunoștințele din domeniul industriei muzicale a consilierilor de afaceri din industria creativă pentru a oferi astfel o asistență de afaceri mai bună afacerilor din domeniul muzical și muzicienilor din Scoția. Napier a lucrat cu două organizații de sprijin specializate din domeniul creativ pentru a îmbunătăți expertiza lor în industria muzicală. După efectuarea unei analize a nevoilor, au fost elaborate patru module de instruire:

- Valorificarea muzicii live pe scenă pentru dezvoltarea carierei
- Do-It-Yourself Record Labels: Bani pentru nimic sau Chinurile dragostei
- Crearea de muzică, gestionarea drepturilor
- Distribuția digitală și noi modele de afaceri

Modulele au oferit consilierilor de afaceri o înțelegere mult mai profundă a provocărilor comerciale contemporane din industria muzicală și le-a permis acestora să îi consilieze pe muzicieni cu privire la chestiuni esențiale legate de carieră și dezvoltarea afacerilor. Acolo unde este necesar, consilierii de afaceri trebuie să fie capabili să ofere și alte puncte de contact clienților lor.

O evaluare internă a arătat că sistemul a fost foarte apreciat, precum și faptul că există cerere pentru module similare „instruire a instructorului/consultantului” în raport și cu alte subsectoare creative (fotografie, jurnalism, etc.) Materialele de învățare au fost concepute și pot fi solicitate de la Universitatea Napier.

Centre în mișcare creștere prin creativitate

Conducute de către Centrul de Cultură și Afaceri din Spinderihallerne, acest proiect pilot a căutat să gestioneze provocarea cu care se confruntă mulți antreprenori atunci când au dificultăți în a accesa

piețele străine (ca urmare a dimensiunii lor și a lipsei de rețele etc). Antreprenori din diferite regiuni participante la proiectul Creștere prin Creativitate au schimbat între ei birourile în incubatoare pentru o perioadă limitată de timp și în acest proces au fost ghidați de către organizațiile de sprijin participante. Aceasta le-a permis antreprenorilor să experimenteze la prima mână oportunități (și provocări) și să își extindă rețelele lor internaționale. Organizațiile de sprijin au avut și ele posibilitatea de a înțelege cum funcționează și alte centre de incubare și astfel s-a realizat o identificare a centrelor europene de incubare care se ocupă cu creșterea prin creativitate.

Centrul creativ asturian

Proiectul pilot a fost derulat de CEEI Asturias, Centrul European de Afaceri și Inovație din Asturia. CEEI a recunoscut necesitatea unei organizații de sprijin specializată pentru industriile creative din regiune dat fiind faptul că structurile de sprijin existente nu au înțeles și nu au putut acoperi nevoile companiilor din sectorul creativ în ciuda faptului că acest sector are o importanță crescândă în economia regională. Prin identificarea nevoilor de sprijin și organizarea de întâlniri și ateliere de lucru cu părțile interesate din domeniul cultural și creativ, CEEI a crescut gradul de conștientizare al problemei și a creat o „susținere” a părților interesate. A fost propus un model pentru un centru creativ dedicat și s-a efectuat un atelier de validare pentru a pregăti punerea în aplicare a acestuia.

Experiențele din fiecare aceste proiecte pilot au fost împărtășite într-un cerc mai larg de participanți ai proiectului creștere prin creativitate, iar materialele/informațiile care au rezultat de aici pot fi obținute de la fiecare conducător de proiecte pilot.

Alte recomandări UE generale

Consortiul proiectului a dezvoltat o serie de recomandări generale pentru factorii de decizie politică UE care au apărut parțial drept consecință a lecțiilor învățate din proiectele pilot mai sus menționate și care sunt prezentate în detaliu în secțiunea 4:

- Adaptarea schemelor existente de sprijin a afacerilor la realitățile economiei creative
- Rețea transfrontalieră de centre de asistență specializată în industriile creative
- Garanția că industriile creative rămân un sector prioritar după 2013
- Încurajarea experimentării creative cu scheme de sprijin noi și flexibile
- Stabilirea unei scheme de mobilitate pentru artiști și profesioniști din sectorul creativ

4. Concluzii și recomandări privind politicile

“Conceperea unei politici creative pentru creșterea industriilor creative europene și reapriinderea competitivității și a inovației”

Pe măsură ce proiectul de apropie de sfârșit, Europa trece printr-un alt ciclu de transformări economice și sociale. În timp ce preocuparea curentă a factorilor de decizie europeni se axează în mod justificat pe reforma politicii monetare, Uniunea Europeană se află în plină derulare a UE 2020 – strategia de dezvoltare a acesteia pentru următoarea decadă. Plasarea creativității la baza acestei strategii va fi vitală pentru reînnoirea pe termen lung a Europei.

Prin poziționarea Alianței Europene a Industriilor Creative drept o componentă centrală a Uniunii Inovării⁴⁸, Comisia Europeană își reconfirmă angajamentul față de viitorul industriilor creative din Europa. Integrarea potențială a programului MEDIA și a programului cultural într-un nou program „Europa Creativă”⁴⁹, poate duce la o abordare mai coerentă pentru sprijinirea industriilor creative din Directoratul General pentru Educație și Cultură. Astfel, Comisia recunoaște faptul că creativitatea se află la baza unei creșteri inteligente, durabile și cuprinzătoare și înțelege faptul că artiștii precum și profesioniștii din domeniul creativ pot contribui în mod semnificativ la dezvoltarea viitoare a unei Uniuni competitive și inovatoare. Preocupările curente ale CE în ceea ce privește cultura într-o lume în curs de globalizare⁵⁰ care promovează principiile internaționale menționate în declarația UNESCO privind diversitatea culturală⁵¹, subliniază în plus faptul că este nevoie de un echilibru între promovarea forțelor pieței și protecția diversității culturale, pentru a putea alimenta în mod optim potențialul creativ al Europei.

Recomandările politicii UE referitoare la creșterea prin creativitate s-au intersectat cu aceste principii de bază ce se găsesc de asemenea consacrate în articolele 26 (2) – instituirea pieței unice – și 167 (2) – promovarea diversității culturale – din Tratatul de la Lisabona⁵². Următoarele recomandări ale consorțiului prezente la punctul 4.2 se bazează pe principalele observații care au apărut în cursul proiectului și sunt incluse mai jos. În secțiunea 4.3 prezentăm un rezumat al recomandărilor către regiunile care vor să își dezvolte industriile culturale și creative.

4.1 Observații referitoare la creșterea prin creativitate

Dacă Europa dorește să își păstreze competitivitatea la nivel mondial și să câștige competiția inovării cu America de Nord și Asia, ea trebuie să rămână centrul creativ al lumii. Europa are o istorie culturală îndelungată și recunoscută și atrage talente din întreaga lume, care sunt inspirate de diversitatea noastră culturală, de sistemele noastre puternice de educație și de societățile noastre nu mai puțin coerente și mobile. Acesta este un atu major. În cazul în care UE dorește să continue să stabilească standarde mondiale în design, literatură, film, media, muzică, arhitectură, modă, jocuri și mass-media digitală – pentru a numi numai câteva dintre acestea – artiștii săi, instituțiile culturale și profesioniștii din domeniul creativ trebuie să fie promovați și protejați în mod adecvat.

⁴⁸ Ibid.

⁴⁹ Ibid.

⁵⁰ COM (2007) 242 final. Comunicarea Comisiei către Parlamentul European, Consiliu, Comitetul European Economic și Social al Regiunilor din 10 mai 2007, referitoare la preocupările europene pentru cultură într-o lume în curs de globalizare

⁵¹ Disponibil aici: unesdoc.unesco.org/images/0012/001271/127160m.pdf (August 2011)

⁵² Tratatul referitor la funcționarea Uniunii Europene, JO C115, 9.5.2008

Natura inovării se schimbă. O „Rotire Creativă” în economiile Occidentale – și în societate în general – crește importanța competențelor creative și a capacităților creatoare. Industria, precum și factorii de decizie trebuie să pună un accent mai mare în promovarea creativității în școli, în învățământul superior, cercetare și afaceri dacă se dorește a se beneficia de pe urma acestei schimbări. Industriile creative și artele joacă un rol crucial în această tranziție și face ca societatea să fie mai predispusă la o inovare reușită.

Pe măsură ce lumea devine mult mai conectată în rețele și mai mobilă, **apare o nevoie pentru abordări mult mai interdisciplinare** în toate domeniile societății pentru a se putea gestiona viitoarele provocări (recesiune economică, schimbările climatice, schimbările demografice, eficiența energetică etc). Guvernele, administrația publică, educația, cercetarea și afacerile trebuie să elimine „gândirea siloz”. Prin promovarea efectelor de revărsare din industriile culturale și creative către alte sectoare se poate naște inovarea. Aceasta se aplică în special în ceea ce privește legăturile între tehnologia digitală și creația culturală, domeniu în care Europa se află în urma SUA și a altor câtorva state asiatice și trebuie să unească aceste două lumi distincte pentru a crea utilizări și branduri de succes la nivel mondial.

Dinamicile creative au o puternică dimensiune locală. În timp ce unele bunuri culturale și creative circulă în jurul lumii, actele de creație și de consum cultural rămân adesea localizate la un anumit oraș, regiune sau țară. Așa cum inovația este cel mai bine promovată într-o manieră descentralizată, clusterelor creative pot și ele adesea să fie cel mai bine susținute de către organismele locale și regionale. Prin urmare, UE ar trebui să își continue parteneriatul puternic cu regiunile și orașele UE pentru a promova mai bine creșterea creativă.

Creșterea creativă necesită elaborarea unei politici creative. Factorii de decizie politică la nivel regional, național și european ar trebui să experimenteze mai mult și, de asemenea, să susțină experimentarea. Trajectoriile de inovare sunt dificil de prezis în societățile aflate în rețea și cu evoluție rapidă. Prin urmare, politica de inovare ar trebui să utilizeze mai mult abordările delicate pentru a „stimula” inovația și să depună mai multe eforturi în a măsura modul în care apare inovarea și apoi să disemineze rapid rezultatele pe o scară largă, astfel încât să beneficieze toți de pe urma acesteia.

Creativitatea și creația, precum și investițiile în ambele trebuie să fie răsplătite. Deoarece tehnologia digitală are un impact major asupra modului în care bunurile culturale sunt produse distribuite și consumate, trebuie să fie stabilite și respectate noi modele de afaceri care să permită o remunerare echitabilă. Drepturile de autor și drepturile conexe sunt esențiale pentru un sistem de creativitate și creație bazat pe piață.

IMM-urile creative sunt coloana vertebrală a Uniunii Inovației. Marea majoritate a întreprinderilor creative din Europa sunt IMM-urile. Ele adesea generează idei, servicii și produse care sunt ulterior exploatate de firmele mai mari. Cum majoritatea schemelor de sprijin pentru inovație și companii nu răspund nevoilor IMM-urilor, este nevoie de mai multe eforturi pentru a promova IMM-urile creative și micro-întreprinderile.

Avem dovezi ample privind relevanța creativității și a industriilor culturale și creative. Haideți să ne concentrăm asupra celui mai bun mod de a le promova. În timp ce cu siguranță este nevoie de o evaluare continuă a sectorului, guvernele și administrațiile publice trebuie acum să se concentreze asupra celei mai bune modalități de a sprijini afacerile creative pentru a le permite acestora să furnizeze cea mai bună valoare publică (locuri de muncă, dezvoltarea companiei, efecte colaterale asupra celorlalte afaceri etc). Până în prezent a existat o preocupare redusă asupra modului în care

politicile publice și schemele de asistență trebuie să fie ajustate sau inventate pentru a promova mai bine creșterea creativă.

4.2 Recomandări către factorii de decizie ai politicii UE

Elaborarea de politici creative este necesară pentru a crește industriile creative ale Europei și a reaprindi competitivitatea și inovația. Următorul paragraf definește aceste recomandări în funcție de principalele teme ale proiectului și adaugă și alte recomandări.

1. *Promovarea unor investiții mai mari și a unei disponibilități la investiție în industriile creative*

- UE ar trebuie să sprijine intermediarii care derulează programe de disponibilitate la investiții pentru companiile din sectorul creativ și investitori și încearcă să faciliteze crearea de contacte dintre cele două. Aceasta include asistența pentru demararea afacerii și planificarea acesteia, precum și schimb de experiență între organizații regionale și locale interesate în furnizarea de astfel de sprijin. Astfel de scheme ar putea fi sprijinite prin intermediul CIP, ESF, INTERREG precum și prin intermediul Programului de Învățare pe Tot Parcursul Vieții.
- Creșterea investițiilor UE în industriile creative. Comisia Europeană ar trebui să creeze un nou Fond de Investiții în industriile creative (care ar trebui, de asemenea să ofere și capital de risc). Aceasta ar trebui să colaboreze îndeaproape și cu Banca Europeană de Investiții și Fondul European de Investiții pentru a se asigura mai multe resurse în co-finanțarea investițiilor din industria creativă și a fondurilor de capital de risc la nivel național și regional (prin intermediul JEREMIE și JASMINE – două vehicule de investiții UE). În cele din urmă, instituțiile europene ar trebui să facă din industriile creative un test pentru dezvoltarea și punerea în aplicare a noilor scheme de micro-finanțare și micro-creditare. Schema Progres Micro-finanțare ar trebui să se deschidă mai multor întreprinderi creative (care implică împrumuturi sub 25.000 €). Accesul Alianței Europene a Industriilor Creative la proiectul de finanțare ar trebui să ia în considerare aceste propuneri.
- Promovarea creării de fonduri de garantare pentru industria creativă și sisteme de garantare. Similar cu modul în care acest lucru este făcut în domeniul filmului prin intermediul noului său fond de garantare MEDIA, Comisia Europeană ar trebui să ia în considerare înființarea unui fond de garantare pentru toate industriile culturale și creative, cu scopul de a reduce și acoperi riscurile de investiții în acest sector. Aceasta ar trebui să promoveze, de asemenea, instituirea unor astfel de fonduri în statele membre și regiunile UE și să studieze modul în care fondurile existente care nu vizează încă industriile culturale și creative ar trebui să își adapteze reglementările pentru a li se permite să facă acest lucru.
- Crearea unor condiții cadru prietenoase pentru investitori. Acestea ar include, pe de o parte crearea și menținerea unui cadru de reglementare corespunzător, care să recompenseze investițiile în industriile creative (reforma directivei de aplicare a drepturilor de autor, compensarea scutirilor de taxe pentru investițiile în industria creativă prin intermediul CE (directoratul general pentru concurență), stabilirea unui sistem TVA favorabil pentru industriile culturale etc). Pe de altă parte aceasta ar însemna ca UE să aprecieze și să promoveze industriile creative ca un sector cu creșteri ridicate și prin aceasta să comunice investitorilor faptul că industriile culturale și creative sunt considerate afaceri serioase în Europa.

2. *Sprrijin și oferire de asistență incubatoarelor și servicii conexe pentru industriile creative*

- Pe măsură ce din ce în ce mai multe incubatoare creative, spații de conlucrare și laboratoare de fabricație apar în Europa și se constată o creștere a profesiilor creative independente, există o nevoie puternică pentru a înțelege mai bine modul în care astfel de spații și servicii conexe funcționează și cum pot fi susținute mai bine. Comisia Europeană, Directoratul General pentru Întreprinderi și Industrie ar trebui să solicite un studiu în ceea ce privește relevanța incubatoarelor, a spațiilor de conlucrare, a laboratoarelor de fabricație și a instrumentelor politice de sprijin aferente.
- Ca parte a unui proiect PC7/PC8, indicatorii cheie de performanță pentru incubatoare, dezvoltați în cadrul proiectului Creștere prin Creativitate, ar trebui evaluați, dezvoltați și testați în mod suplimentar. Un astfel de proiect ar trebui, de asemenea să cerceteze cele mai bune practici și cunoștințe cu care aceste spații ar putea face schimb pe o bază pan europeană. Ar putea fi benefică stabilirea unui proiect de Rețea de Excelență (RE – un anume format de proiect în cadrul PC7).
- Proiectele regionale care primesc fonduri structurale (ERDF/ESF) pentru a stabili spații de incubare sau de lucru în comun ar trebui să fie mandatate și pentru dezvoltarea unui plan în legătură cu serviciile de asistență care vor fi oferite clienților/chiriașilor potențiali. Un proiect de cooperare interregională care se concentrează în mod specific pe aceste tipuri de spații și pe elaborarea unei politici locale aferente ar putea fi în măsură să stabilească liniile directoare relevante.
- În plus, Comisia – eventual Directoratul General pentru Educație și Cultură – ar putea lua în calcul sprijinirea creării unei rețele internaționale de incubatoare similare cu Rețeaua Europeană de Afaceri Creative⁵³.

3. *Facilitarea unei Educații, Cercetări și Relații Industriale mai bune (Abordarea Triple Helix) în industriile creative*

- Promovarea inovației în industriile creative precum și în alte domenii prin încurajarea unei colaborări mai bune între companiile din sectorul creativ, educație și comunitatea de cercetare. La fel ca în alte domenii, cercetarea devine din ce în ce mai colaborativă și „condusă de design”. Prin integrarea în activitățile de cercetare a IMM-urilor creative, se pot obține diverse activități de cercetare care pot deveni mai orientate către piață. În schimb, multe companii din sectorul creativ necesită expertiza comunității de cercetare pentru a dezvolta noi modele de creație și distribuție. La nivelul UE, următorul program cadru ar trebui să ia în considerare și să stabilească o secțiune specifică pentru promovarea creativității. În mod similar ar trebui să fie luat în considerare un quantum pentru integrarea IMM-urilor creative în componenta TIC a programului de cercetare – subcategoria „media electronică în rețea”. Subcategoria a fost mult timp un domeniu în care au participat puține companii cu conținut creativ, dar care are și un mare potențial pentru a experimenta noi modele de afaceri și tehnologii în ceea ce privește conținutul creativ.
- Studenții și profesioniștii din industriile culturale și creative ar trebui să fie sprijiniți în dezvoltarea suplimentară a abilităților lor de afaceri. În plus, programele de învățământ superior referitoare la profesiile creative ar trebui să fie mai mult orientate asupra activității. Acest lucru poate fi realizat prin integrarea în curriculum (prelegeri ținute de clienți etc.) a

⁵³ <http://ecbnetwork.eu/>

profesioniștilor din industria creativă și prin promovarea colaborărilor dintre cursurile de afaceri și disciplinele creative. La nivelul UE, astfel de experimente pot fi doar parțial susținute, având în vedere că învățământul superior rămâne în responsabilitatea statelor membre – cu resurse de la INTERREG (adică dezvoltarea unor cursuri de master pilot, crearea unor rețele aferente unor inițiative HEI diferite, dincolo de granițe etc), PC7 sau ESF.

- Nu în ultimul rând, UE ar trebui să promoveze schimbul de cunoștințe generale între comunitatea de cercetare și industriile culturale și creative. Prin intermediul unor campanii de sensibilizare la nivel UE și a unor evenimente specializate de creare de rețele în cadrul unor institute de cercetare de nivel local se poate găsi potențialul unei mai intense colaborări cu afacerile creative și invers.

4. *Sprijinirea capacităților de creare a rețelelor de către companiile și profesioniștii din sectorul creativ*

- Ca parte a Alianței industriilor creative, Directoratul General pentru Întreprinderi lansează o inițiativă pilot de cluster creativ care va examina modul în care trebuie să fie adaptate strategiile de dezvoltare de grup la nevoile întreprinderilor creative. În acest context este important faptul că Comisia promovează, de asemenea o abordare centrată pe oameni ca parte a acestui proiect. Ar trebui să se examineze dacă oamenii creativi necesită diferite tipuri de asistență pentru crearea de rețele. Într-o anumită măsură s-ar putea recurge și la constatările în acest sens ale proiectului creștere prin creativitate, care sunt mai departe prezentate în raportul grupului de lucru tematic 4.
- Inițierea unei cercetări în cerințele creării de rețele și caracteristicile industriei creative în comparație cu alte industrii pentru a se putea înțelege modul în care sectorul cu afaceri fragmentate poate acționa mai bine la nivel transfrontalier și/sau într-o abordare comună prin creșterea capacităților sale de creare de rețele. La nivel UE ar trebui creată o Rețea de Excelență PC7, referitoare la dezvoltarea industriilor creative, care ar putea și ea să se ocupe cu aceste aspecte.
- Investirea în infrastructura de rețea precum și factorii soft necesari pentru asigurarea legăturii între diversele entități interesate ale ecosistemului creativ. Aceasta, pe de o parte necesită ca UE să își continue eforturile în a facilita extinderea serviciilor de bandă largă și proliferarea diverselor servicii on-line așa cum se subliniază în Agenda Digitală pentru Europa⁵⁴. Este, de asemenea nevoie de investiții prin intermediul fondurilor structurale în spații corespunzătoare de întâlnire și de creare de rețele pentru clasa creativă. Pe de altă parte, intermediarii ar trebui să fie sprijiniți prin facilitarea contactului dintre entitățile interesate creative, iar costurile aferente ar trebui să fie acoperite parțial prin intermediul UE (Interreg, ESF etc.).
- În cele din urmă, ar trebui să fie sprijinită în continuare cooperarea interregională în afara frontierelor pentru a facilita schimbul de experiență asupra modului în care industriile creative ar putea crește și s-ar putea dezvolta mai bine. Există aproximativ 350 de regiuni în Europa și numai câteva dintre ele au beneficiat de proiecte similare precum Creșterea prin

⁵⁴ Acțiunea 42 a Agendei Digitale. A se vedea: http://ec.europa.eu/information_society/digital-agenda/index_en.htm (August 2011)

Creativitate. Drept urmare, noua perioadă de finanțare prin fonduri structurale ar trebui să continue să investească în crearea de rețele similare precum și proiecte care se ocupă cu schimbul de experiență.

5. *Adaptarea schemelor existente de sprijinire a afacerilor la realitățile economiei creative*

- Capacitățile și competențele creative au o importanță din ce în ce mai mare pentru diversele industrii. Totuși, sprijinul pentru afacerile tradiționale și schemele de consultanță derulate de multe organisme publice și alți intermediari din UE și regiunile sale sunt de prea multe ori axate pe tradiționalele practici de afaceri „ale cărămizilor și mortarului”. Înainte de a iniția programe dedicate de sprijin pentru industriile creative așa cum s-a subliniat în multe din secțiunile de mai sus – Uniunea Europeană ar trebui să pună în aplicare un program de inovație care să vizeze reformarea multor servicii generale de asistență a afacerilor din prezent. Prin furnizarea de ateliere de lucru pentru aceste organizații, precum și prin oferirea de instructaj și materiale de consultanță, UE ar putea ajuta la creșterea capacităților creative ale clienților lor. Numeroasele conținuturi și formate pilot care au fost dezvoltate ca parte a numeroaselor proiecte INTERREG axate pe creativitate, ar putea fi un bun pas de început în acest sens. De fapt, secretariatele INTERREG ar face foarte bine să canalizeze toate rezultatele proiectelor aferente industriilor creative într-un singur centru virtual și să le pună la dispoziția publicului.

6. *Rețea transfrontalieră dedicată de centre de sprijin a industriilor creative*

- Pe lângă Aster din regiunea Emilia Romagna, există multe regiuni și orașe care în ultimii ani au creat centre de asistență dedicate și specializate pentru a intensifica dezvoltarea locală a industriilor culturale și creative. Ca parte a inițiativei Zile Deschise în Bruxelles sau prin intermediul următoarei conferințe sectoriale culturale care este de obicei ținută de către statul ce deține președinția UE, s-ar putea face o încercare pentru a se crea o rețea formală a tuturor acestor centre dedicate pentru industriile creative. Rețeaua ar putea furniza consultanță specializată guvernelor în ceea ce privește dezvoltarea industriilor creative și culturale regionale și ar putea face schimb de bune practici cu privire la modul de înființare și de dezvoltare a serviciilor pentru o mai bună susținere a industriilor creative.

7. *Garanția că industriile creative rămân un sector prioritar după 2013*

- După succesul inițial al lansării Alianței Europene a Industriilor Creative prin intermediul Directoratului General pentru Întreprinderi, un Directorat General care anterior nu a avut pe ordinea sa de zi industrii culturale și creative, Comisia trebuie să facă tot posibilul pentru a se asigura că industriile creative rămân un sector prioritar după 2013. Un grup formal de lucru ar trebui stabilit un grup de lucru formal între Directoratul General pentru Cultură și Educație, Directoratul General pentru Inițiativă, Directoratul General pentru o Societate Informațională, Directoratul General Regional și altele pentru a atinge acest scop. Acest grup ar trebui să aibă drept obiectiv integrarea politicilor relevante ale industriei creative în toate serviciile relevante ale Comisiei. Reforma politicii de cercetare UE precum și reforma politicii regionale UE ar trebui să fie o prioritate. În afară de aceasta, grupul ar trebui să se asigure că interesele și nevoile industriilor culturale și creative sunt incluse în cadrul acțiunilor ce rezultă din UE 2020 și din inițiativele sale emblematice, în special Agenda Digitală și Uniunea Inovării.

8. *Încurajarea experimentării creative cu scheme de sprijin noi și flexibile*

- Viitorul program Europa Creativă al Directoratului General pentru Educație și Cultură, precum și viitoarele programe de cercetare și inovare ar trebui să pună o parte din fondurile lor pentru a „stimula” colaborările creative și pentru a susține proiectele experimentale neprevăzute. Accentul ar trebui să se plaseze pe susținerea proiectelor care urmăresc să dovedească anumite concepte ale afacerilor creative. Evaluarea proiectelor ar trebui să fie obligatorie, iar rezultatele ar trebui să fie puse la dispoziția publicului⁵⁵.

9. *Stabilirea unei scheme mobile pentru artiști și profesioniști din industriile culturale și creative*

- Datorită faptului că industriile creative europene rămân fragmentate și că multe afaceri creative ar avea de câștigat din oferirea produselor și serviciilor lor în alte regiuni și țări, Comisia ar trebui să ia în considerare stabilirea unei scheme de mobilitate pentru artiști și pentru profesioniști din sectorul creativ. O astfel de schemă ar permite celor din domeniu creativ să activeze pentru o anumită perioadă de timp într-un alt stat membru. S-ar putea acoperi cheltuielile de călătorie și ședere și s-ar putea coopera cu diverse instituții culturale și creative, care ar putea facilita un astfel de program. Ceea ce este mai important, nu doar instituțiile culturale create ar fi cele care ar putea juca un rol de parteneriat. Profesioniștii din domeniul creativ care doresc să lucreze într-un spațiu de lucru în comun sau de incubare străin - și prin urmare și aceste spații – ar trebui să figureze ca o opțiune.

4.2 Sugestii pentru dezvoltarea ICC în regiunile și orașele UE

Scopul acestui raport nu este acela de a prezenta sugestii detaliate referitoare la ce ar trebui făcut la nivel regional și local pentru a promova mai bine industriile culturale și regionale din Europa. Situația din fiecare oraș și regiune este diferită și nu există niciun model singular pentru descătușarea potențialului ICC-urilor în diverse regiuni⁵⁶.

Cu toate acestea, partenerii proiectului consideră că anumite observații formulate în cursul proiectului creștere prin creativitate ar putea reprezenta un interes pentru alte părți interesate locale și regionale. Acestea sunt descrise pe scurt mai jos.

A. *O strategie regională/locală pentru ICC-uri ar trebui să fie personalizată și bazată pe dovezi*

- Fiecare oraș sau regiune are propriile nevoi de dezvoltare și propriul profil special în ceea ce privește industriile culturale și creative. În timp ce o analiză statistică a contribuțiilor economice ale ICC-urilor nu este întotdeauna cerută pentru demararea unei inițiative, există cu siguranță o nevoie de a se înțelege nevoile și oportunitățile specifice ale ICC-urilor din

⁵⁵ Așa cum s-a menționat înainte, strategia experimentală a DNSTA ar putea sluji ca sursă de inspirație în acest context: www.nesta.org.uk

⁵⁶ În general, regiunile și orașele interesate în dezvoltarea unei strategii de dezvoltare CII sunt sfătuite să consulte:

1. Recomandările din cadrul studiului CE privitor la contribuția culturii la dezvoltarea regională:

<http://ow.ly/6hxDd>. 2. Numeroasele răspunsuri ale orașelor și regiunilor la Cartea Verde CE referitoare la industriile culturale și creative ar put sluji ca sursă de inspirație pentru proiectele practice de asistență:

<http://ow.ly/6hxKn>. 3. Alianța Europeană a Industriilor Creative, aflată în desfășurare, caută noi scheme inovative de asistență pentru ICC-uri: <http://ow.ly/6hxPP>

fiecare regiune/oraș. Efectuarea unui proiect de cercetare în acest context este un bun punct de plecare și va furniza dovezile necesare pentru a convinge factorii de decizie politică, mass-media și publicul larg.

Un plan de dezvoltare CCI care este sprijinit de administrațiile locale ar trebui să meargă pe următorul model: „cine ce face, când și cu ce resurse”.

B. Încurajarea participării și „sprijinirii” părților interesate

- Organismele de dezvoltare regionale/locale sau guvernamentale ar trebui să implice în procesul de planificare din stadiul incipient diversele părți interesate creative. Acest lucru se poate face prin stabilirea unui grup de direcție alcătuit din reprezentanți ai sectorului comercial creativ ai instituțiilor culturale, precum și experți din mediul academic. Consultarea de-a lungul activității a unui astfel de grup de coordonare va ajuta guvernele și alți intermediari să dezvolte soluții care se potrivesc cu cerințele sectorului.

C. Promovarea unei elaborări de politici interdisciplinare

- Organismul public responsabil cu dezvoltarea industriilor culturale și creative ar trebui să se asigure că colegii din domeniile politicii de cercetare, de educație, de asistență a IMM-urilor, de dezvoltare urbană sau rurală și de inovație – pentru a numi doar câteva – sunt informați și posibil implicați în dezvoltarea unei strategii a industriilor creative. Acest lucru va asigura ca sectorul să primească sprijinul de care are nevoie pentru a se dezvolta cu adevărat.

D. Comunicarea și Leadership-ul sunt cheia succesului

- Implementarea unei strategii a industriilor creative ar trebui să fie acompaniată de o campanie de comunicare clară care să încerce să ilustreze factorul de decizie politică comunității de afaceri și publicului larg de ce industriile creative contează. În plus, este nevoie de sprijin din partea factorilor de decizie cheie din sectorul public și din guvern pentru a putea pune în aplicare strategia într-o manieră eficientă.

E. Nu uitați artele și instituțiile culturale

- Activitățile și instituțiile culturale finanțate din bani publici sunt parte la fel de mult a ecosistemului creativ al unui oraș sau a unei regiuni ca și întreprinderile creative. În scopul dezvoltării unei strategii cuprinzătoare a industriilor culturale și creative, ar trebui abordați și luați în considerare și reprezentanți din aceste sfere.

F. Investițiile hard și soft sunt necesare pentru demararea dezvoltării ICC

- Investițiile în clădiri, infrastructură tehnică și echipamente sunt adesea necesare pentru a furniza baza pe care poate prospera sub-sectorul creativ. Cu toate acestea, furnizarea de investiții soft în educație, formare continuă, creșterea gradului de conștientizare și crearea de rețele (pentru a numi doar câteva) sunt la fel de importante. Investițiile strategice în industriile culturale și creative trebuie să țină cont de ambele.

G. Legătura cu inițiativele naționale și internaționale:

- Amploarea și piața de afaceri a afacerilor dumneavoastră locale poate fi mărită dacă cooperați cu alte instituții intermediare transfrontaliere și la nivele administrative. În plus, vă va fi mai ușor să convingeți părțile interesate din zona dumneavoastră dacă aveți inițiative la nivel național și european precum și în alte regiuni și orașe din întreaga lume. Tendința de concentrare asupra industriilor culturale și creative nu este un fenomen care se limitează doar la regiunea dumneavoastră. Aflați și fiți inspirați de ceea ce se întâmplă și în alte părți.

H. Promovarea flexibilității și a deschiderii în structura de sprijin:

- Odată ce v-ați convins colegii din domeniile politicii de inovare și de antreprenoriat de faptul că sectoarele culturale și creative ar trebui să fie un sector prioritar, de-abia acum vă confrunțați cu sarcina reală. Programele de finanțare existente de care până în prezent afacerile din domeniul cultural nu au beneficiat, ar trebui să se deschidă și să îmbrățișeze ICC-urile. În plus, ar trebui încurajată dezvoltarea unor mecanisme noi, experimentale, de sprijin, mai delicate, precum voucher-ele creative.

ANEXE

- Raportul de Planificare a Creșterii prin Creativitate – disponibil pentru a fi descărcat la www.creative-growth.eu
- Rapoartele Grupurilor de lucru tematice - disponibile pentru a fi descărcate la www.creative-growth.eu
- Rapoartele pilot ale proiectului Creștere prin Creativitate - disponibile pentru a fi descărcate la www.creative-growth.eu