

Se afianza la apuesta por una Europa creativa: nuevos instrumentos financieros, más proyectos innovadores, mayor perspectiva internacional

Las industrias culturales y creativas están en continua expansión. En 2006, KEA por primera vez cuantifica la aportación del sector a la economía europea: en torno al 3% del producto interior bruto Europeo, más de 5,8 millones de puestos de trabajo, 654 mil millones de euros de volumen de negocios¹. Una contribución mayor que la de otros sectores de la industria tradicional como por ejemplo el automovilístico o el de las tecnologías de la información. Y será sin duda aún mayor teniendo en cuenta el rol crucial que estas industrias representan en lo que se ha venido denominando economía de la experiencia. Es más, estudios recientes han demostrado que las industrias creativas muestran una mayor resistencia a la crisis². Islandia, con excelentes resultados, ha focalizado su estrategia de recuperación en el sector. Estas cifras justifican el impulso que en los últimos tiempos se ha venido dado a las industrias de la creatividad, primero a nivel local y regional y, más recientemente, a nivel europeo. Se constata así un cambio de paradigma que parte del impacto transversal de la cultura y la creatividad en toda la esfera económica y social y muy especialmente en la innovación.

Nuevos instrumentos financieros

La financiación es uno de los mayores retos que afronta el sector. Las especiales características de las industrias creativas, el hecho de que en su mayoría sean pequeñas y medianas empresas cuyo principal activo consiste en bienes intangibles de difícil valoración, la escasa formación empresarial de su capital humano, su tradicional dependencia de los fondos públicos, la incertidumbre respecto al comportamiento de la demanda de bienes y servicios culturales, etc, dificultan realmente el acceso a la financiación. No obstante, en los últimos años, se han lanzado diversas iniciativas que en gran medida contribuyen a superar estos obstáculos.

Así, se han creados fondos de capital riesgo específicos para las industrias creativas, como el VC Fonds Kreativwirtschaft Berlin GmbH en Alemania. Financiado por el FEDER, el fondo dispone hasta 2015 de un presupuesto de 29 millones de euros. Hasta ahora ya ha invertido 13 millones de euros en 25 empresas en diversos sectores

(moda, música, audiovisual, videojuegos etc). Igualmente se han abierto líneas de crédito específicas por parte de los bancos (eg. Triodos Culture Fund – en Holanda) o de otras entidades. Cultuurinvest prevé invertir un total de 100 millones de euros entre 2006 y 2016 para la consolidación del sector en la región de Flanders. En España se creó en 2005 la sociedad de garantía recíproca Audiovisual SGR que entre 2006 y 2012 garantizó unos 152 millones de euros en 700 proyectos. Entre las iniciativas más prometedoras destaca el denominado *crowd-funding* que parte de la aportación de individuos realizada en redes sociales y que han posibilitado el lanzamiento de películas y proyectos musicales. En sólo 2 años, la iniciativa holandesa Voordekunst ha movilizado más de 1.8 millones de euros. Más allá de los puros instrumentos financieros, es importante destacar la relevancia de los denominados innovation vouchers como Creative Credits –el primer programa que ofertó servicios creativos, de unos 5000 euros, a empresas ajenas al sector– o ya más recientemente Innova+creativity. O de los business accelerators que, como Seedcamp en Reino Unido, combinan servicios de consejo e incubación de empresas con pequeñas inversiones³.

El reto del acceso a la financiación figura también entre las prioridades europeas. El nuevo programa Europa Creativa prevé una facilidad financiera con más de 200 millones de euros para garantizar préstamos a PYMES del sector e incorpora una línea capacitación para intermediarios financieros. También los próximos programas de I+D, COSME y HORIZON, prevén la puesta en marcha de instrumentos que faciliten el acceso a la financiación para la PYME europea. Las acciones piloto de ECIA CI-Factor y FAME tienen por objetivo movilizar nuevos recursos financieros y desarrollar un fondo paneuropeo para empresas creativas

Proyectos de futuro

Esta insistencia de Bruselas por mejorar las vías de financiación obedece a su preocupación por liberar todo el potencial de la industria creativa europea⁴ y es coherente con las políticas más recientes que colocan al sector creativo en el foco de dinamización económica y social. Ciudades y regiones de toda Europa han apostado por el



1. KEA, The Economy of Culture, 2006; European Competitiveness report 2010.

2. Tal y como se desprende de los datos de la economía alemana –el sector de las CCIIs tuvo un crecimiento positivo en 2009 frente al crecimiento negativo de la industria manufacturera, BMWi (2009), ICC in Germania Monitoring report 2009 – o italiana – donde entre 2007 y 2010 los datos de empleo registraron un crecimiento del 0.9% frente al 2.1% del resto de la economía, Unioncamere 2011.

3. Información más detallada en KEA, Promoting Investment in the Cultural and Creative Sector: Financing Needs, Trends and Opportunities, 2010. Affaire C-519/04P David Meca-Medina et Igor Majcen contre Commission des Communautés européennes (2006) ECR I-6991.

4. Vid el Libro Verde de la Comisión Europea: Liberar el potencial de las industrias culturales y creativas (2010), y más recientemente la Comunicación Promover los sectores de la cultura y la creación para el crecimiento y el empleo en la UE [Septiembre 2012].

sector de la cultura para relanzar su economía, fomentar el empleo, mejorar su imagen o contribuir a la cohesión territorial y la integración social. Y aquí los Fondos Estructurales Europeos han jugado un papel esencial⁵. Han contribuido a financiar un número considerable de proyectos de regeneración urbana -como el Quartier de la Création que ha conseguido posicionar a Nantes como la sexta ciudad más atractiva de Francia; de fomento del empleo - como el programa de intervenciones artísticas de Kunstgreb - o de intercambio de experiencias -como, entre otros muchos, los proyectos CREARE, Creative Growth, Organza, Creative Clusters, que han reforzado y consolidado redes de ciudades y regiones creativas con efectos netamente positivos en la planificación local.

Asimismo, con la capitalidad europea, Lille, movilizó más de 13 millones de euros, el 17,6 por ciento del presupuesto global, en inversión privada para lanzar un proyecto que ha tenido una gran repercusión más allá del evento. Según la Comisión Europea, por cada euro invertido en algunas capitales europeas de la cultura se han generado diez⁶. Centrándonos en el País Vasco, Bilbao y el efecto Guggenheim constituyen ya un hito para la planificación económica y local. Más recientemente, Distrito de las Artes de Bilbao, financiada también por el Fondo Social Europeo, San Sebastián 2016, o Transcreativa constituyen ejemplos de proyectos de dinamización económica y social a partir de la riqueza cultural y territorial. Aunque la nueva programación de los fondos estructurales no incluye el sector cultural y creativo entre sus prioridades temáticas, proyectos como los citados podrán seguir financiándose bajo los epígrafes de investigación e innovación, nuevas tecnologías, competitividad, medio ambiente, empleo, inclusión social o educación. No bajemos la guardia.

Algunas de estas iniciativas entroncan con una de las dimensiones más prometedoras del sector: su contribución

a la innovación. Los denominados *creative spillovers* enuncian la capacidad de las industrias culturales para favorecer la innovación en otras industrias. Recientemente se ha lanzado el proyecto Creative SplN, financiado bajo el programa URBACT, cuyo objetivo primordial es explorar métodos y herramientas para conectar las industrias culturales y creativas con otros sectores y generar innovación. 10 ciudades europeas son miembros de este proyecto de tres años de duración.⁷ La innovación no tecnológica es precisamente una de las prioridades de los programas europeos anteriormente citados, operativos a partir de 2014: los Fondos Estructurales, COSME, Horizon y, por supuesto, Europa Creativa. Es por ello clave que las autoridades regionales lo tengan presente a la hora de determinar sus prioridades de desarrollo.

Refuerzo de la internacionalización

Finalmente, otra de las grandes oportunidades para la industria, para las regiones y las ciudades de esta Europa creativa la representa el mercado exterior. La Comisión Europea anunciaba a finales de 2012 una batería de medidas para reforzar los vínculos comerciales con terceros países: acciones de *networking* para apoyar la internacionalización, el reforzamiento de la cooperación sobre industrias creativas en el marco del acuerdo comercial con China, la apertura de un diálogo con socios emergentes, la creación de un grupo de trabajo sobre la internacionalización del sector. Países como China o Rusia están ávidos de nuestro saber hacer⁸. Las PYMES europeas hoy más que nunca deben aprovechar la oportunidad y posicionarse en terceros países. Con la sombra de la crisis sobre Europa, el mercado exterior es una proyección natural de la Europa creativa.

María Iglesias
Head of Research and Studies

5. KEA, The use of the Structural Funds for Cultural related projects, 2012.

6. Comisión Europea 2012, Comunicación Promover los sectores de la cultura y la creación para el crecimiento y el empleo en la UE (Septiembre 2012).

7. Birmingham, Boloña, Essen, Kortrijk, Košice, Mons, Óbidos Rotterdam, Tallin y Wrocław. Philippe Kern, Director de KEA, es el experto adjunto a este proyecto. KEA es también miembro del proyecto KIICS, un proyecto FP7 sobre la interacción entre el arte, la ciencia y las nuevas tecnologías.

Síguenos en las redes sociales:
LinkedIn y Facebook – grupo **KEA CREATIVE EUROPE**

Twitter – @KEAtweets

Visita nuestro blog: www.keablog.com



EUROPEAN AFFAIRS

Rue du Trône, 51 • B-1050 Brussels • T +32 (0)2 289 26 00
F +32 (0)2 289 26 06 • www.keanet.eu • www.keablog.com