

O Livro Verde das Indústrias Criativas: desafios

Fernando FREIRE DE SOUSA
(freire.sousa@rulesinv.com)

Seminário

Livro Verde das Indústrias Culturais e Criativas
Faro, 2 Julho 2010





SUMÁRIO:



- 1. União Europeia (UE): “what’s up”, “what’s new” – alguns sinais relevantes**
- 2. Cultura e Economia Criativa: as Indústrias Culturais e Criativas (ICCs) na UE**
- 3. O Livro Verde da Comissão Europeia sobre as ICCs**
- 4. Portugal: o desafio de um Plano Integrado para as ICCs**

1.



1

European Commission



2004-09

Günter Verheugen
German
Vice-President

Enterprise and Industry

2010-14

Europe 2020

Antonio Tajani
Italian
Vice-President

Industry and Entrepreneurship

Viviane Reding
Luxembourgish

Information Society and Media

Neelie Kroes
Dutch
Vice-President

Digital Agenda

Janez Potočnik
Slovenian

Science and Research

Máire Geoghegan-Quinn
Irish

Research, Innovation and Science

Ján Figel'
Slovakian

Education, Training, Culture and Youth

Leonard Orban
Romanian
Multilingual

Androulla Vassiliou
Cypriot

Education, Culture, Multilingualism and Youth

Danuta Hübner
Polish

Regional Policy

Johannes Hahn
Austrian

Regional Policy

+

- Competition
- Internal Market and Services
- Employment, Social Affairs and Inclusion
- Trade



1.



**European Commission
Enterprise and Industry**

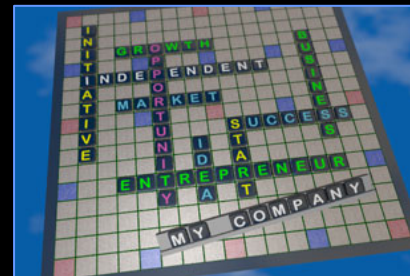
1. recognising the central role of SMEs in the EU economy



**2. improving the business environment:
starting, running and growing a business**



3. promoting entrepreneurship



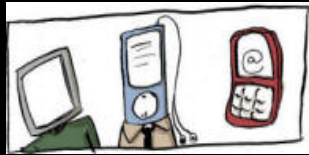
**4. accessing international
markets**



1.



**European Commission
Enterprise and Industry**



**1. regulating, stimulating
and exploiting the benefits
of the Information Society
- digital single market**



i2010

Information Space
Innovation & Investment in R&D
Inclusion

**Audiovisual Media Services
Directive (AVMSD)**



**2. supporting enforcement
of intellectual property rights
and making them work for SMEs
- protection and sustainability
of creation**



The Commission adopted a Green Paper on
copyright in the knowledge economy



**3. harmonising the copyright
legislation to reduce
barriers to trade and to adjust
the framework to new
forms of exploitation
- development of
new services and
business models**



1.



European Commission Enterprise and Industry



1. supporting innovation effectively



2. broadening the basis: skills and competences, design and creativity, ICT, user innovation, innovation in services, eco-innovation, ...



3. networking, clustering and regional innovation



European Cluster Observatory

Towards World-Class Clusters
in the European Union



4. reflecting on future innovation policy as part of Europe 2020 strategy - European Plan for Innovation



1.

"EU 2020" STRATEGY

EUROPE 2020

A European strategy for smart, sustainable and inclusive growth

EUROPE 2020

Integrated guidelines
for the economic and employment policies of the Member States

Guideline 1: Ensuring the quality and the sustainability of public finances

Guideline 2: Addressing macroeconomic imbalances

Guideline 3: Reducing imbalances in the euro area

Guideline 4: Optimising support for R&D and innovation, strengthening the knowledge triangle and unleashing the potential of the digital economy

Guideline 5: Improving resource efficiency and reducing greenhouse gases emissions

Guideline 6: Improving the business and consumer environment and modernising the industrial base

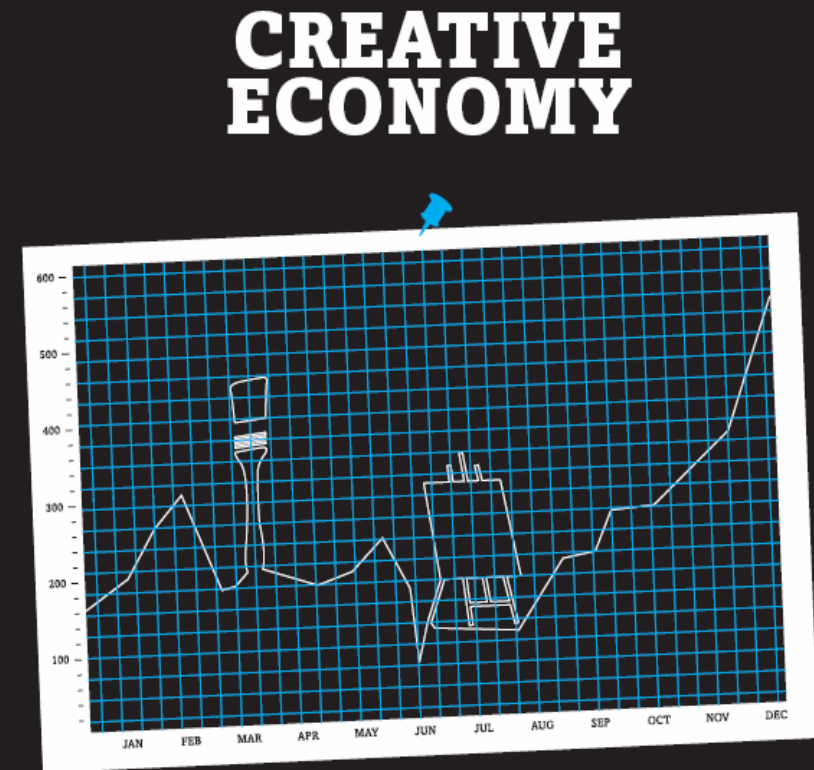
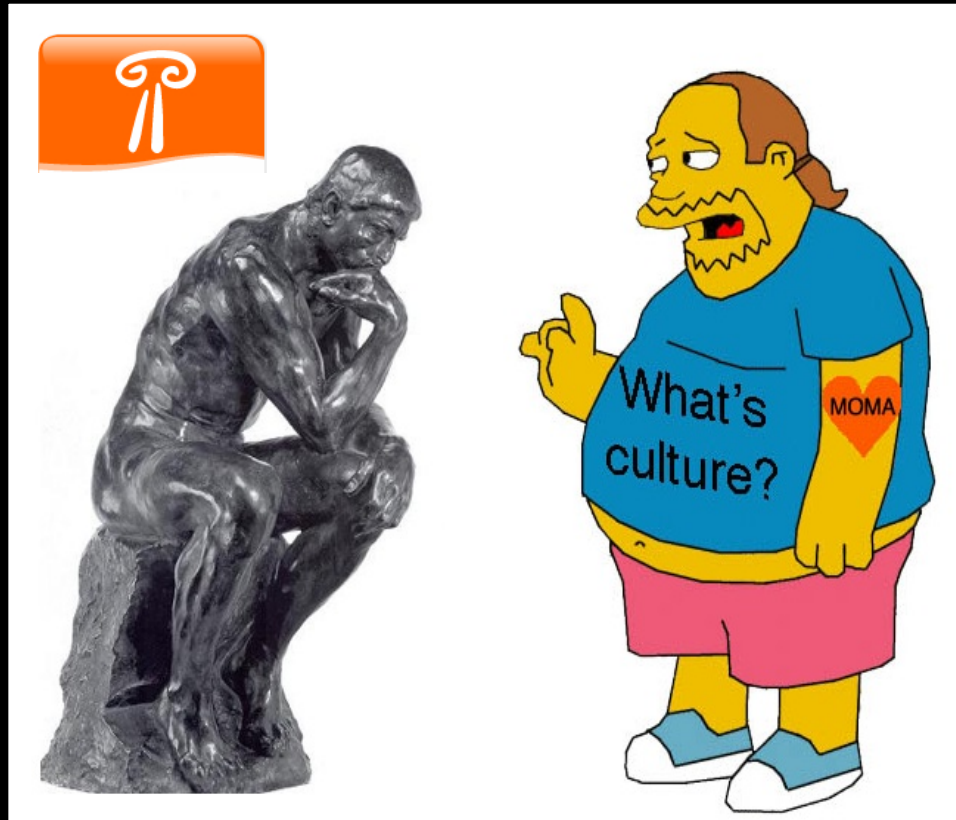
Guideline 7: Increasing labour market participation and reducing structural unemployment

Guideline 8: Developing a skilled workforce responding to labour market needs, promoting job quality and lifelong learning

Guideline 9: Improving the performance of education and training systems at all levels and increasing participation in tertiary education

Guideline 10: Promoting social inclusion and combating poverty

2.



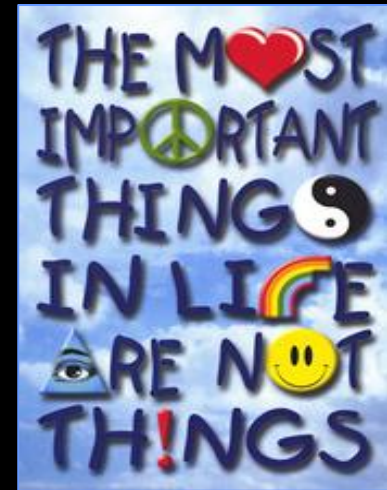
2.1. A afirmação da ideia de “economia criativa”

2.2. A consagração institucional das ICCs na UE

2.3. O Relatório do Grupo de Peritos MAC (Método Aberto de Coordenação): recomendações e boas práticas

2.1.

- *“For many years, we concentrated on the **economic side**. But if you want the economic side to flourish, you need more entrepreneurs, you need more **creativity**. So, you must also look at the arts. The two must go together.”* (Goh Chok Tong, Singapore Prime Minister)

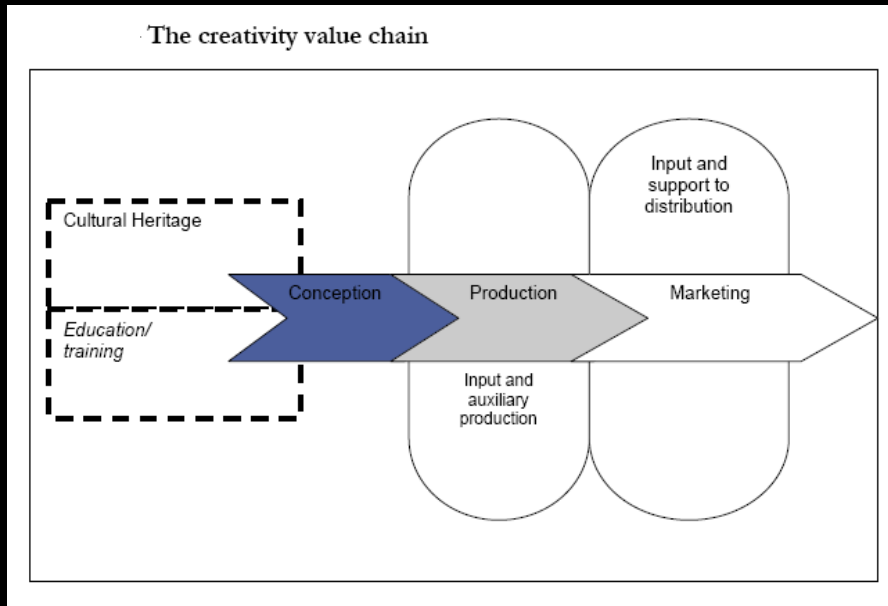


- *“Today the creative economy is already a **leading component of economic growth, employment and trade** (powerful source of income, job creation and export earnings) in most advanced countries. The creative industries seem to be a feasible **strategic option to diversify** the economies of developing countries by offering new venues for those countries to leapfrog into value added high-growth sectors of the emerging creative economy.”* (UNCTAD)

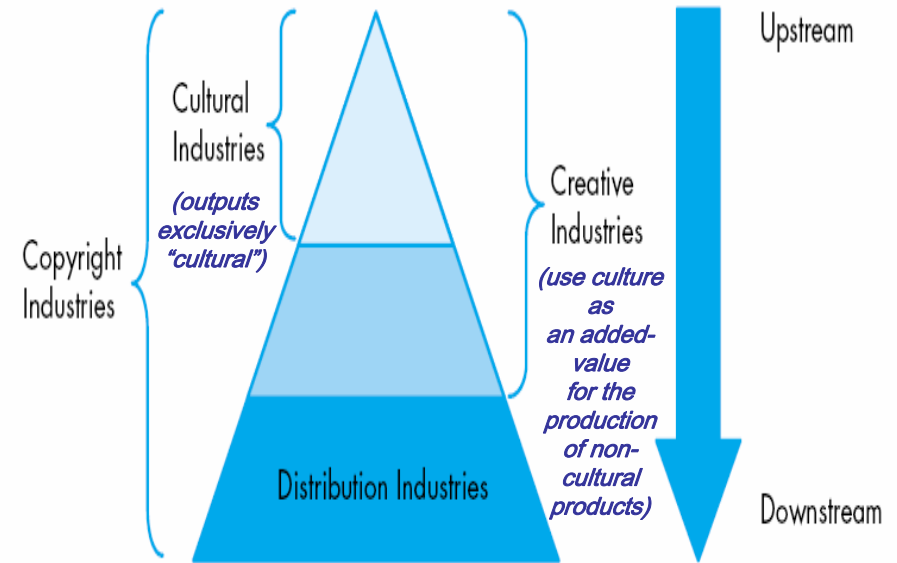
*“**Creativity is multidimensional**. Technological creativity (or invention), economic creativity (or entrepreneurship) and artistic and cultural creativity are deeply interrelated. Not only do they share a common thought process, they reinforce each other through cross-fertilisation and mutual stimulation.”*
(Richard Florida, “The Rise of the Creative Class”, adapted)

- *“We have moved from the **Information Economy to the Creative Economy**, which exploits the knowledge, imagination and passion of individuals to create extraordinary value and wealth. The greatest resource of a nation is now the **creative capacity of its people**.”* (Propelling Singapore’s Creative Economy) (...)

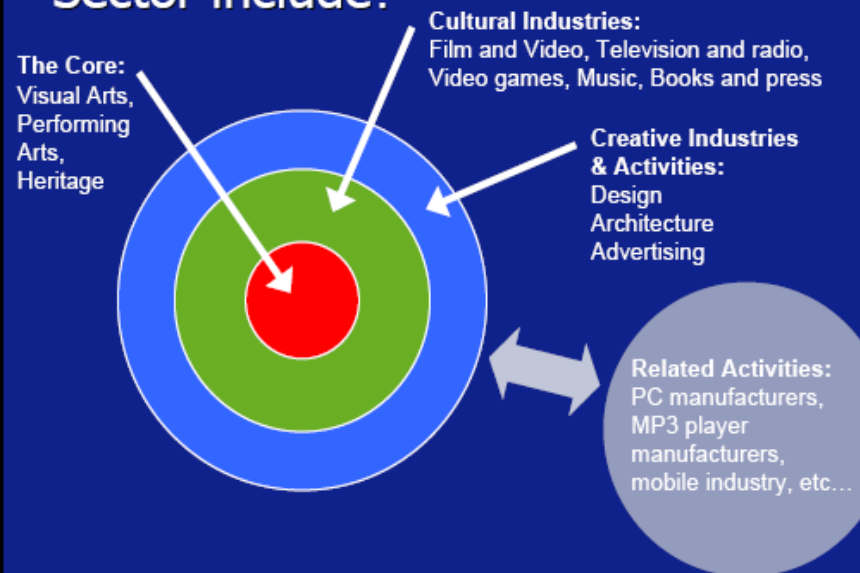
2.1.



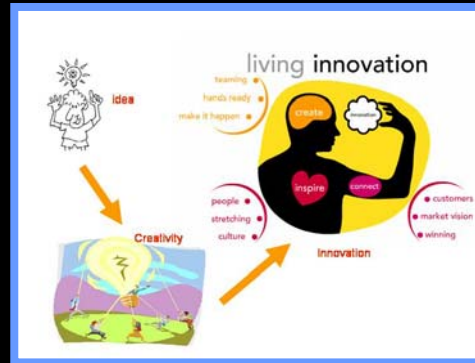
COMPOSITION OF THE CREATIVE CLUSTER



What does the Culture & Creative Sector include?



2.1. (...) but



“The fallacy of innovation is that it is all about spending on R&D and information technology.”

Diana Farrel, Director of the McKinsey Global Institute

Two models of creativity

Creativity for
Innovation

Creativity for
Social Quality

New technologies
The Internet economy
Communications

Market & economic development

Culture
Territory
Cultural districts

Market & economic development

2.2.



RESOLUTION OF THE COUNCIL of 16 November 2007 on a European Agenda for Culture

Council Conclusions on the Work Plan
for Culture 2008 - 2010

OBJECTIVES FOR A EUROPEAN AGENDA FOR CULTURE

- promotion of cultural diversity and intercultural dialogue;
- promotion of culture as a catalyst for creativity in the framework of the Lisbon Strategy for growth and jobs;
- promotion of culture as a vital element in the Union's international relations.

(...)

The **European Council** recognized "the importance of the cultural and creative sectors in the frame of the Lisbon Agenda, as well as the need to reinforce [their] potential (...), in particularly as far as SMEs are concerned"

Cultural Affairs Committee



2.2.



Directorate-General for
Education and Culture



OMC

Expert Working Group on
maximising the potential of
cultural and creative industries,
in particular that of SMEs

Aims:

- to identify and share best practices
- to suggest recommendations for concrete actions at national or European levels

Fernando
Freire de Sousa

Dick Rijken

Nomination of
2 co-Chairs

PT

+

NL

MC
MINISTÉRIO DA CULTURA



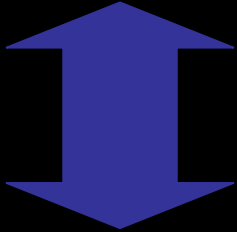
2.2.



GREEN PAPER



EUROPEAN AGENDA FOR CULTURE

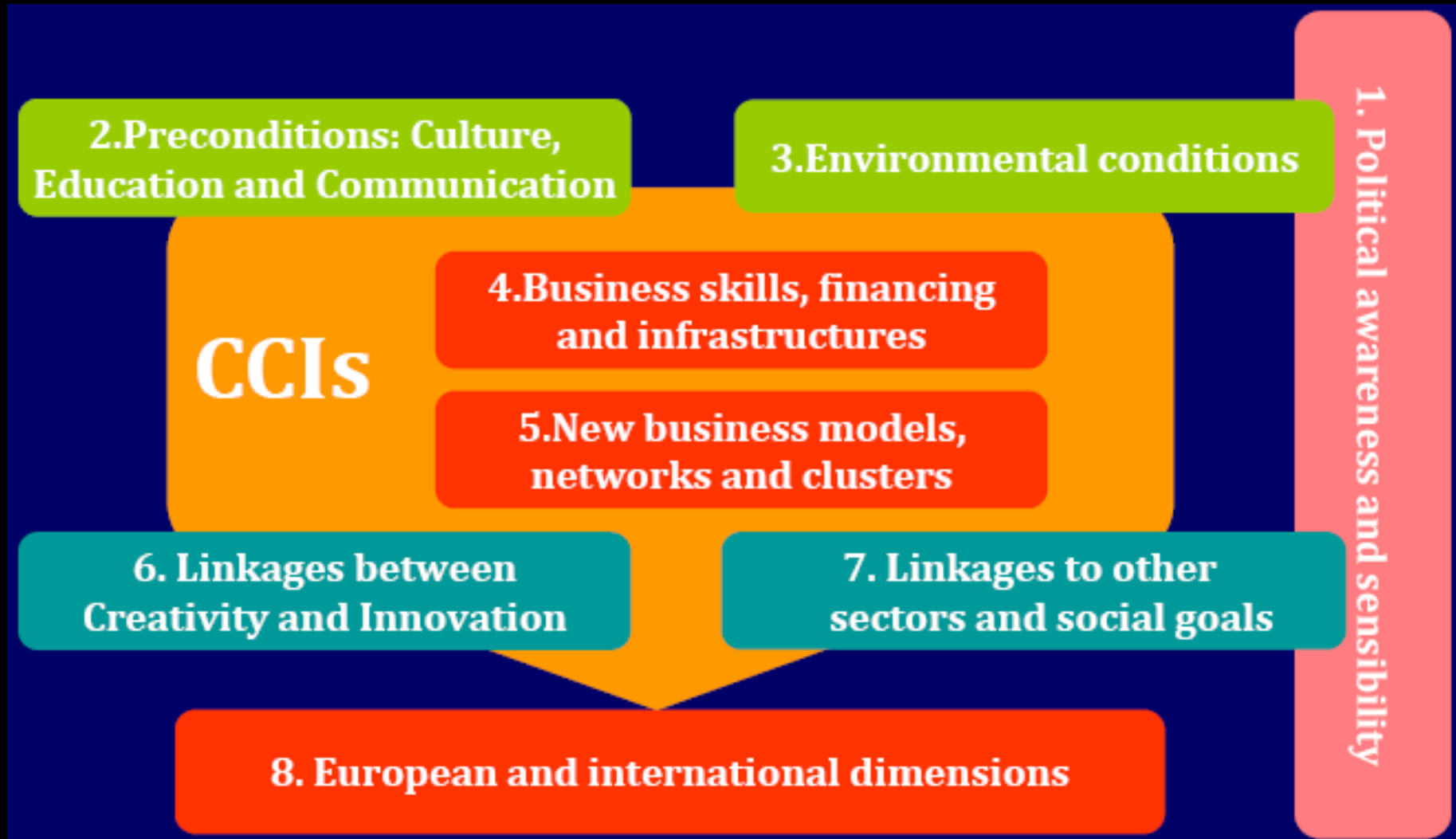


EUROPEAN CREATIVE INDUSTRIES ALLIANCE (AMSTERDAM DECLARATION)



2.3.

Basic Framework for Policy → Strategic Agenda (8 broad lines, 27 action areas)



2.3.



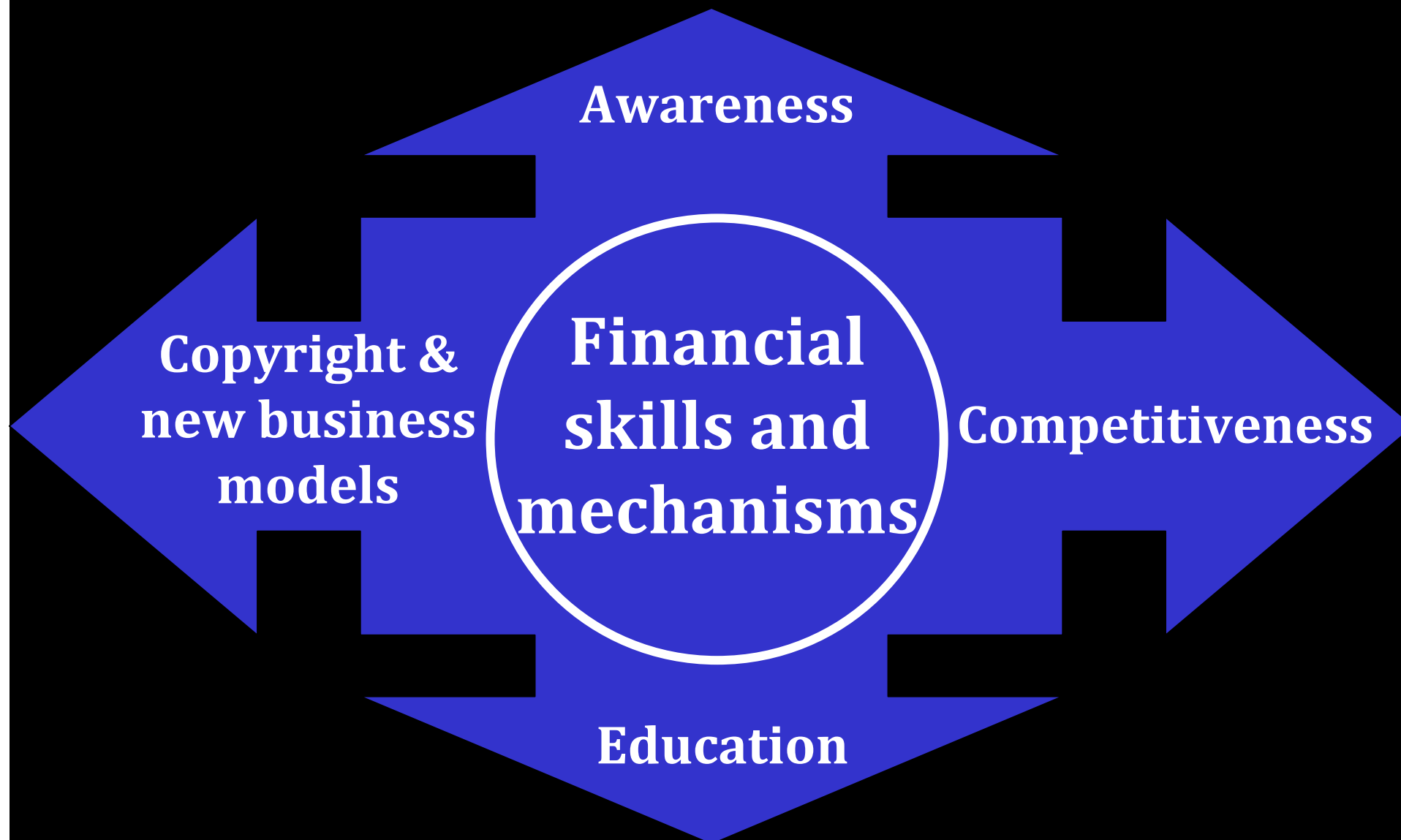
9 Priorities at EU level → Operational Agenda

- ❖ Access to **finance**: development of financial mechanisms and venture capital funds (4.b)
- ❖ Raise general **awareness** about the importance and economic value of the CCIs (2. a)
- ❖ Better **European funding** for CCIs (1.c)
- ❖ **Digitalisation** of cultural heritage and **copyright** issues and policy (5.c)
- ❖ **Talent** recognition, **education** programmes and **competences** (2.b)
- ❖ Foster **incubation** (3.b)
- ❖ Foster the technological and legal basis that enables **new business models**, promote the use of Creative Commons licenses for intellectual property (5.b)
- ❖ Develop **networks and clustering**: towards a creative cluster strategy (5.d)
- ❖ Support **exports and internationalisation**, thus including CCIs as a significant component of EU competitiveness profile (8.b)

2.3.



9 Priorities at EU level → Drivers



2.3.



9 Priorities at EU level → Case Studies

1. IFCIC (FRANCE)

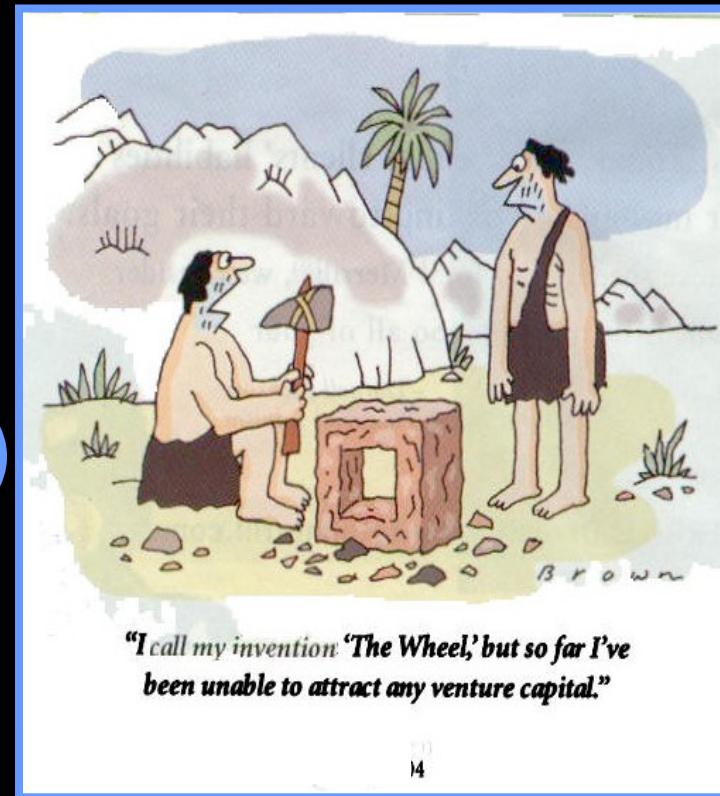


Cultuurinvest
PMV & Lokaal

2. CULTUURINVEST (BELGIUM)



Finance

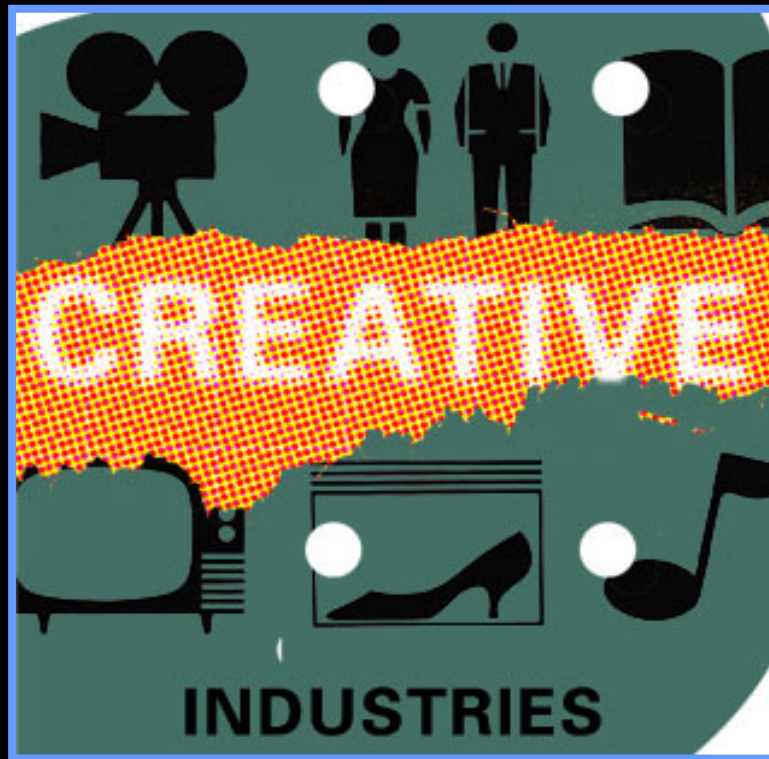


2.3.

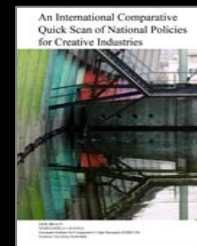


9 Priorities at EU level → Case Studies

3. CREATIVE BRITAIN



4. CREATIVE ESTONIA



Awareness

2.3.



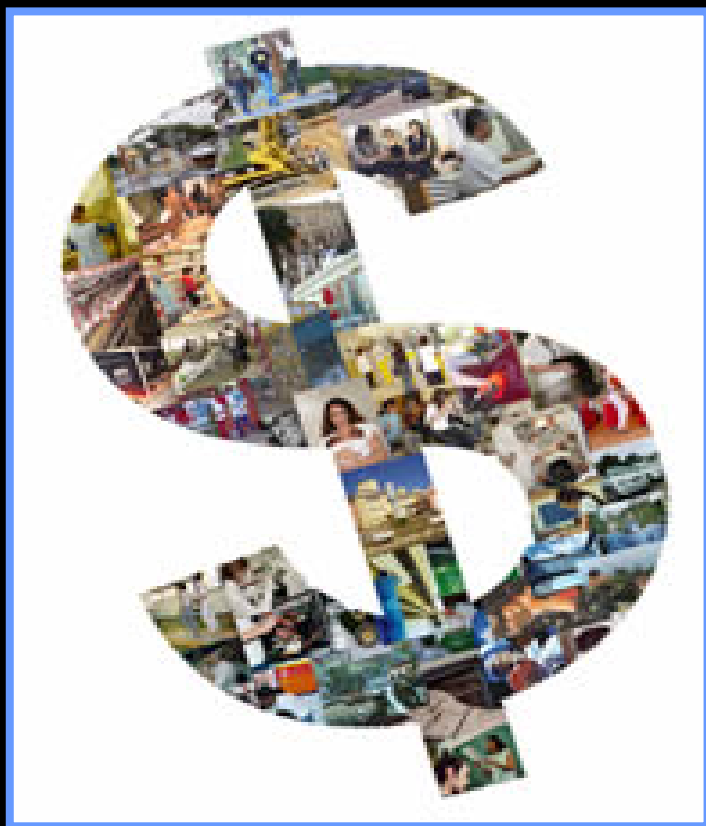
9 Priorities at EU level → Case Studies

5. DESIGNING FINANCIAL SUPPORT MECHANISMS FOR CREATIVE INDUSTRIES FROM THE EU STRUCTURAL FUNDS (ESTONIA)

KULTUURIMINISTEERIUM
ESTONIAN MINISTRY OF CULTURE



MAJANDUS- JA
KOMMUNIKATSIOONI-
MINISTEERIUM



European
Funding

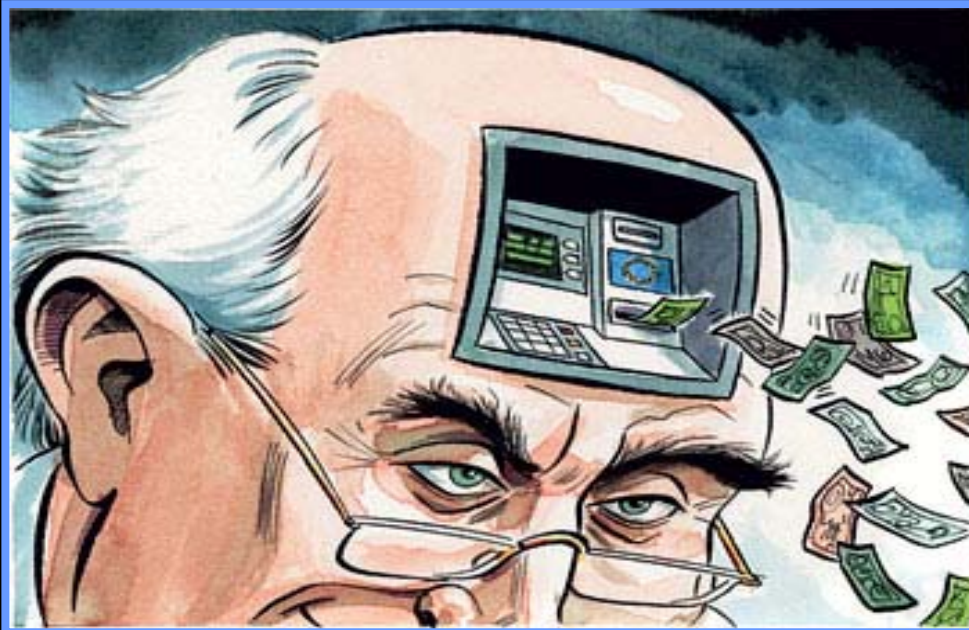


2.3.



9 Priorities at EU level → Case Studies

6. ITALIAN MINISTRY FOR CULTURAL HERITAGE AND ACTIVITIES (ITALY)



Digitalisation & Copyright

2.3.



9 Priorities at EU level → Case Studies

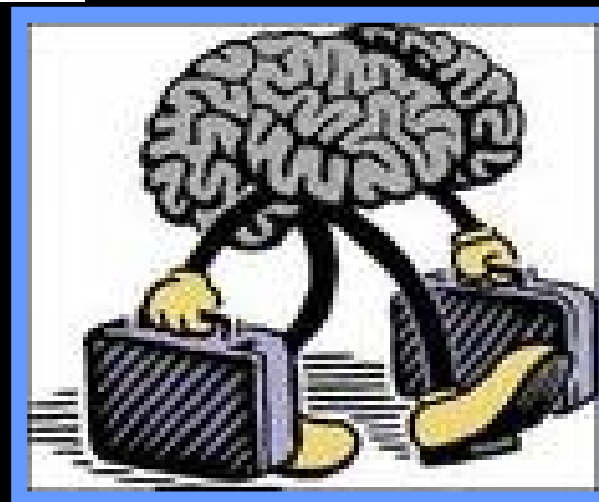
7. HUNGARIAN GENIUS INTEGRATED AND TALENT SUPPORT PROGRAMME



8. INOV-ART PROGRAMME (PORTUGAL)



9. AALTO UNIVERSITY (FINLAND)



Talent, Education & Competences

2.3.



9 Priorities at EU level → Case Studies

10. THE DIGITAL HUB (IRELAND)



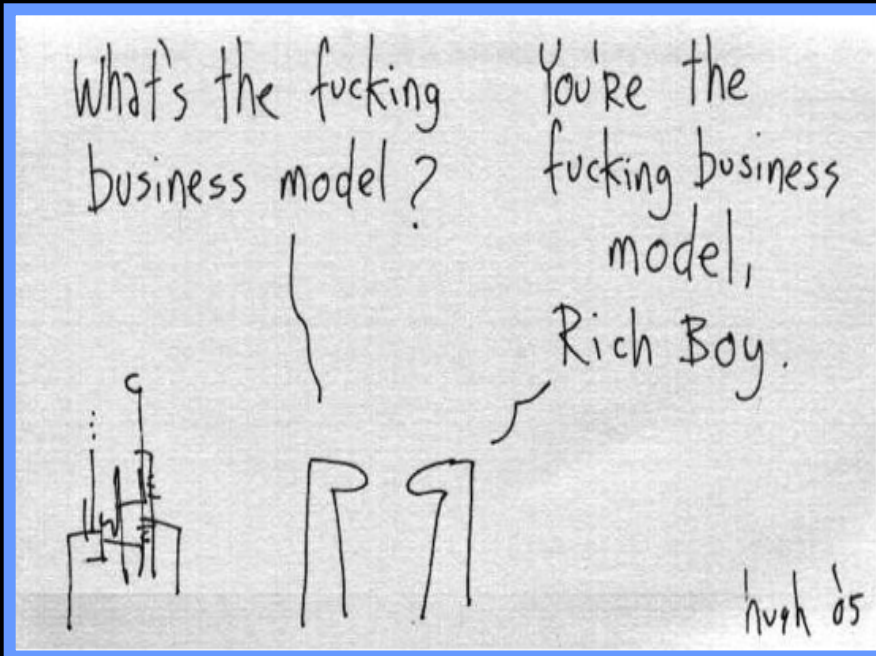
Incubation

2.3.

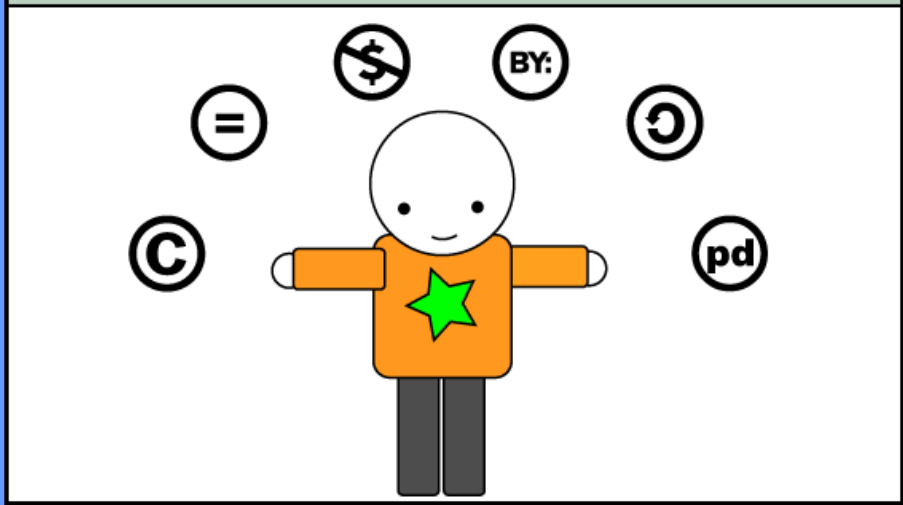


9 Priorities at EU level → Case Studies

11. CREATIVE COMMONS (THE NETHERLANDS)



CREATIVE COMMONS WANTS TO HELP DEFINE THE SPECTRUM OF POSSIBILITIES BETWEEN FULL COPYRIGHT -- ALL RIGHTS RESERVED -- AND THE PUBLIC DOMAIN -- NO RIGHTS RESERVED. OUR LICENSES HELP YOU RETAIN YOUR COPYRIGHT WHILE ALLOWING CERTAIN USES OF YOUR WORK. THEY HELP YOU OFFER YOUR CREATIVE WORK WITH SOME RIGHTS RESERVED.



New Business Models

2.3.

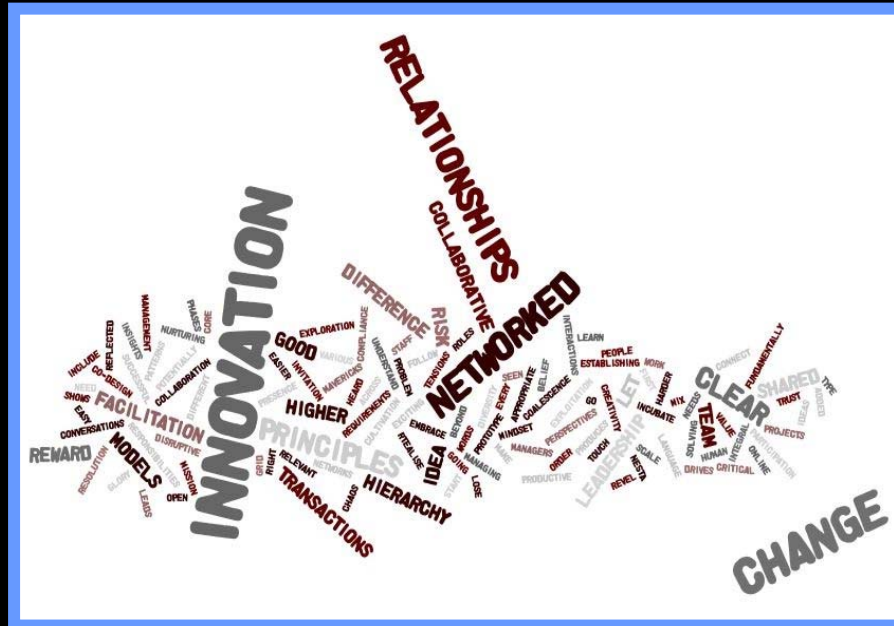


9 Priorities at EU level → Case Studies

12. REGIONAL HUBS (SWEDEN)



13. CAP DIGITAL (FRANCE)



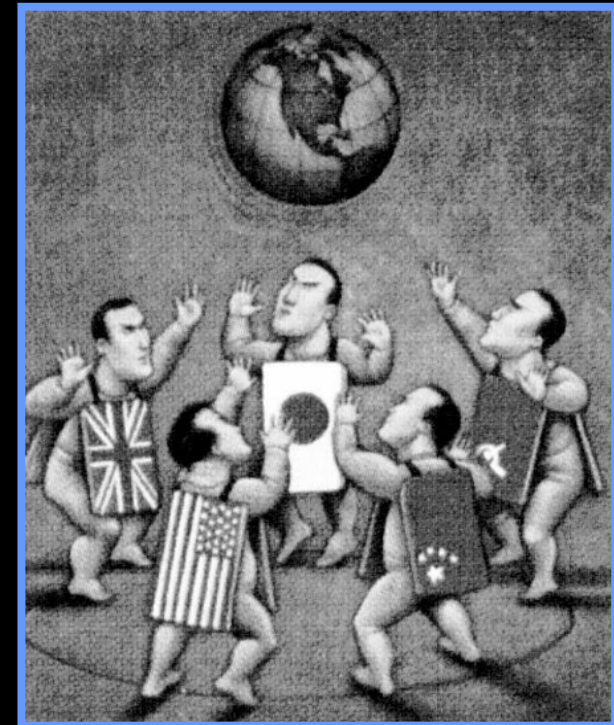
Networks & Clustering

2.3.



9 Priorities at EU level → Case Studies

14. NORTHERN DIMENSION PARTNERSHIP ON CULTURE



Exports & Internationalisation

3.

REALIZAR O POTENCIAL DAS ICCs: em busca de prioridades para a acção a nível europeu



PRINCIPAIS MOTORES DE DESENVOLVIMENTO

DAS ICCs:

- 1. Diversidade Cultural**
- 2. Passagem à Era Digital**
- 3. Globalização**

**1. CRIAÇÃO DE MEIOS
ADEQUADOS**

**2. DESENVOLVIMENTO
LOCAL E REGIONAL
COMO BASE PARA O
SUCESSO GLOBAL**

**3. PARA UMA
ECONOMIA CRIATIVA:
OS EFEITOS POSITIVOS
DAS ICCs**

3.

QUESTÕES E PISTAS



1. CRIAÇÃO DE MEIOS ADEQUADOS

1.1. Novos espaços para a experimentação, a inovação e o espírito empresarial no sector cultural e criativo

Como criar mais espaços e melhor apoio para a experimentação, a inovação e o espírito empresarial nas ICCs? Mais particularmente, como melhorar o acesso aos serviços das TICs em/para as actividades culturais e criativas e como melhorar a utilização dos seus conteúdos culturais? Como podem as TICs tornar-se forças motrizes para novos modelos de negócio em algumas ICCs?

1.2. Satisfazer melhor as necessidades das ICCs em matéria de competências

Como promover parcerias entre as escolas de arte e design e as empresas como forma de promover a incubação, a criação de novas empresas (“start-ups”) e o espírito empresarial, bem como o desenvolvimento de ciber-competências? Como pode a “tutoria por pares” (“peer-coaching”) nas ICCs ser incentivada a nível da União Europeia?

1.3. Acesso ao financiamento

Como estimular o investimento privado e melhorar o acesso das ICCs ao financiamento? Existe valor acrescentado para que os instrumentos financeiros a nível da UE apoiem e complementem os esforços feitos aos níveis nacional e regional? Em caso afirmativo, como? Como melhorar o acesso ao investimento das empresas das ICCs? Que medidas específicas podem ser tomadas e a que nível (regional, national, europeu)?

3.

QUESTÕES E PISTAS



1. CRIAÇÃO DE MEIOS ADEQUADOS

1. 1.

- *Colaboração mais intensa, sistemática e abrangente entre as artes e as instituições académicas e científicas, bem como as iniciativas público-privadas para apoiar as experiências dos artistas*
- *Criação de pontos de encontro e de “laboratórios” para a inovação aberta e centrada no utilizador e a experimentação, em que vários domínios possam trabalhar em conjunto*
- *Incentivar os intermediários ou mediadores entre diferentes sectores e domínios*
- *Estrutura organizacional em pólos funcionais (“clusters” criativos)*

1. 2.

- *Incubadoras de empresas para fazer a ponte entre escolas de arte e design ou universidades e as empresas*
- *“LifeLong Learning” e ciber-competências (“e-skills”)*
- *Iniciativa sectorial específica para as ICCs no âmbito da iniciativa “novas competências para novos empregos”*
- *Tutoria por pares (“peer-coaching”)*

1. 3.

- *Sensibilização de investidores e bancos para o valor económico e o potencial das ICCs*
- *Instrumentos financeiros inovadores (capital de risco, garantias, “crowdfunding”, etc.)*
- *Programas comunitários*
- *Possível fundo de garantia para a produção no sector audiovisual (Programa Media)*

3.

QUESTÕES E PISTAS



2. DESENVOLVIMENTO LOCAL E REGIONAL COMO BASE PARA O SUCESSO GLOBAL

2.1. Dimensão local e regional

Como reforçar a integração das ICCs no desenvolvimento estratégico regional/local? Que ferramentas e que parcerias são necessárias para uma abordagem integrada?

2.2. A mobilidade e a circulação das obras culturais e criativas

Quais os novos instrumentos que devem ser mobilizados para promover a diversidade cultural através da mobilidade das obras culturais e criativas, dos artistas e dos profissionais da cultura practitioners dentro e for a da União Europeia? Em que medida podem a mobilidade virtual e o acesso em linha contribuir para esses objectivos?

2.3. Intercâmbios culturais e comércio internacional

Que instrumentos devem ser previstos ou reforçados a nível da UE para promover a cooperação, o intercâmbio e as trocas comerciais entre as ICCs da UE e os países terceiros?

3.

QUESTÕES E PISTAS



2. DESENVOLVIMENTO LOCAL E REGIONAL COMO BASE PARA O SUCESSO GLOBAL

2. 1.

- *Aplicação dos fundos estruturais (política de coesão, inovação e investigação, pólos de actividades e redes, sociedade da informação, capital humano, FEADER, parcerias LEADER, etc.) às ICCs*
- *Políticas e instrumentos de apoio a todos os níveis de decisão e implementação política*
- *Combinação de investimentos em infra-estruturas e capital humano em áreas cruciais para as ICCs (novos modelos de negócio, criatividade e inovação, digitalização, competências, etc.)*
- *Definir o nível territorial pertinente no quadro de uma parceria entre as entidades públicas responsáveis pelas diferentes políticas e os representantes da sociedade civil (empresas, trabalhadores e associações de cidadãos)*

2. 2.

- *Acção sobre a cadeia dos intervenientes para garantir a diversidade cultural através das fronteiras, fomentando a circulação transfronteiriça e o acesso em linha*
- *Acções dirigidas para desafios específicos (apoio a novos talentos, colecções ou repertórios menos conhecidos para ultrapassarem as fronteiras nacionais e linguísticas)*

2. 3.

- *Enquadramento da Convenção da UNESCO de 2005*
- *Reforço do compromisso de apoiar o papel da cultura no desenvolvimento, o diálogo inter-cultural, a difusão da diversidade cultural e a promoção de diferentes formas de tratamento preferencial para os países em desenvolvimento (programas de assistência técnica e cooperação e instrumentos específicos para facilitar as trocas comerciais)*
- *Imagem e "branding" de uma Europa aberta, atraente, criativa, distintiva e dinâmica*
- *Fomento de ICCs europeias de craveira mundial*

3.

QUESTÕES E PISTAS



3. PARA UMA ECONOMIA CRIATIVA: OS EFEITOS POSITIVOS (“SPILLOVERS”) DAS ICCs

*Como acelerar os efeitos positivos das ICCs nas outras indústrias e na sociedade em geral?
Como se podem desenvolver e pôr em prática mecanismos eficazes para essa difusão de conhecimento?*

Como promover “parcerias criativas” entre as ICCs e as instituições de ensino / empresas / administrações públicas?

Como apoiar uma melhor utilização dos actuais intermediários e o desenvolvimento de uma vasta gama de intermediários que actuem como interface entre as comunidades artísticas e criativas e as ICCs, por um lado, e as instituições de ensino / empresas e órgãos da administração pública, por outro?

3.

QUESTÕES E PISTAS

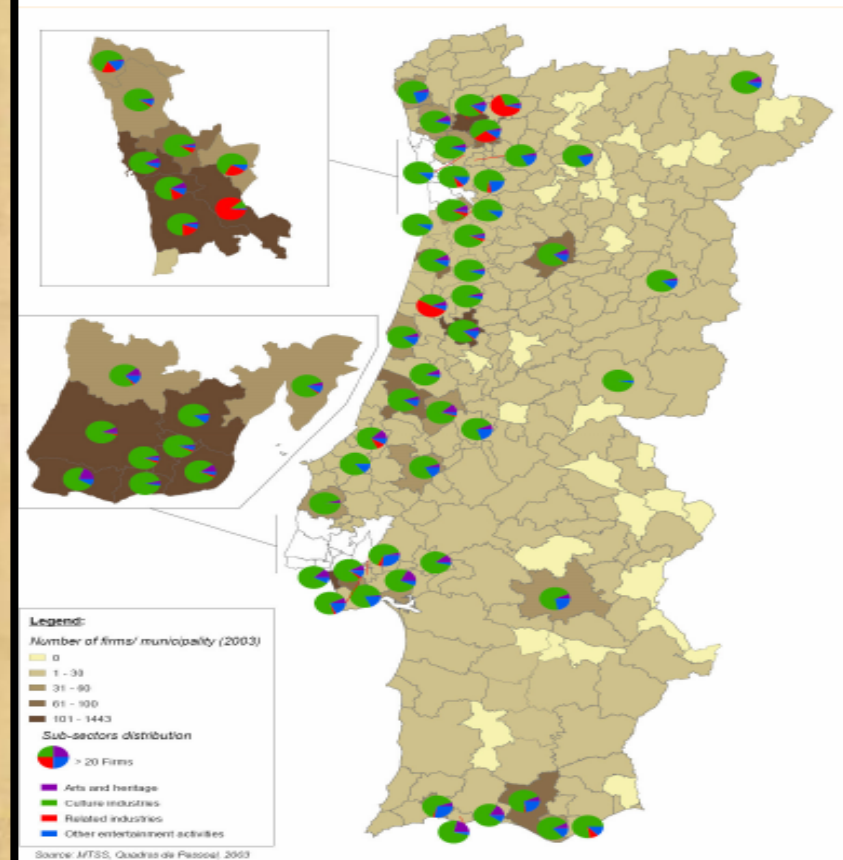


3. PARA UMA ECONOMIA CRIATIVA: OS EFEITOS POSITIVOS (“SPILLOVERS”) DAS ICCs

- *ICCs como motores de inovação tecnológica ou centrada no utilizador*
- *ICCs e contributo para a superação de deficiências de comportamento (aversão ao risco, tendência para o “status quo”, falta de visão)*
- *ICCs e contributo para o desenvolvimento de novas competências (apetência pelo risco, experimentação e inovação, “creative and lateral thinking”)*
- *ICCs e contributo para a atractividade, competitividade e desenvolvimento sustentável das regiões*
- *ICCs e contributo para os “desafios globais” (mudanças climáticas, transição para economia verde, novo modelo de desenvolvimento sustentável)*
- *Maximizar a ligação entre Cultura e Ensino, de forma a promover a criatividade numa perspectiva ao longo da vida*
- *Educação para os “media” – literacia mediática e digital*
- *“Parcerias criativas” reais e mecanismos eficazes de transferência para outros sectores de conhecimentos criativos (entre as ICCs e domínios como a educação, a indústria, a investigação ou a administração pública), designadamente sistemas do tipo “vale para a inovação” ou de “crédito criativo”*

4.

Portugal: o desafio de um Plano Integrado para as ICCs



4.

Iniciativas múltiplas...

1. Empreendedorismo e Competências

1.1. INOV Contacto e sua extensão para um INOV-Art

1.2. MBA's Executivos para agentes culturais & criativos

1.3. Academia de PME's

1.4. "InSerralves" - Incubadora para Indústrias Criativas e Estudo "Desenvolvimento de um Cluster Criativo na Região Norte"



2. Financiamento e Modelos de Negócio

2.1. QREN

2.2. Fundo de Investimento para o Cinema e o Audiovisual



3. Experiências regionais ou territoriais

3.1. Regeneração imobiliária e novos centros para eventos culturais, nomeadamente reafectando infraestruturas industriais (ex.: Museu de Portimão)

3.2. Redes patrimoniais (Aldeias Históricas) e parcerias municipais ou redes temáticas para programação e gestão de recursos culturais (ex.: Programa para a Salvaguarda do Património Intangível do Alentejo, Artemrede, Terra Quente Transmontana, Comédias do Minho, O Espaço do Tempo, Óbidos Criativa, etc.)

3.3. Guimarães, Capital Europeia da Cultura 2012



4. Outras iniciativas de nível nacional

4.1. "Empresa na hora" & "Marca na hora"



4.2. Plataforma em rede de instituições públicas e fundações

4.3. Novos serviços digitalizados (ex.: Biblioteca Nacional)



4.


...but



Bloom Consulting

Uma “criatividade lusa”???



provavelmente a nação que melhor se adapte a circunstâncias extremas 

Não a conseguimos exactamente definir...
é uma mistura muito própria...
é um processo que combina:

Simplicidade



Engenho



Improvisação



4. ...but

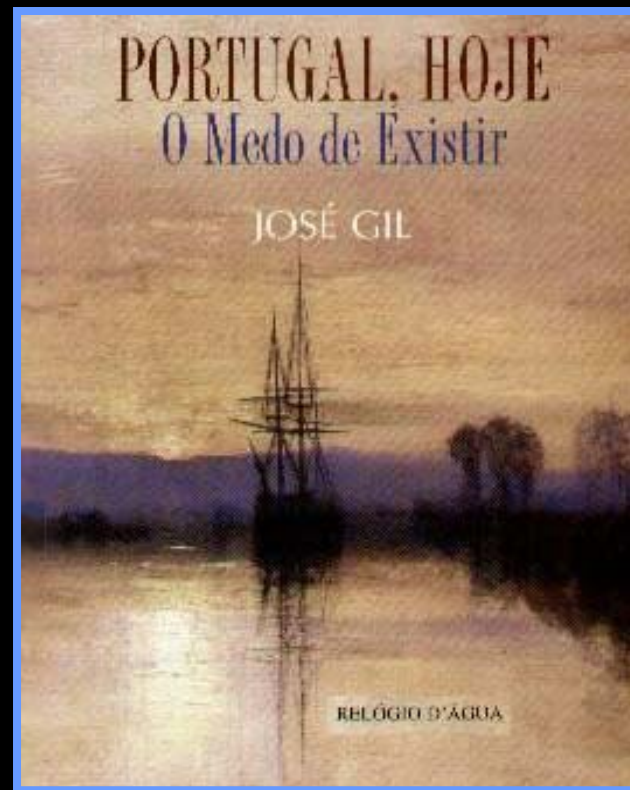
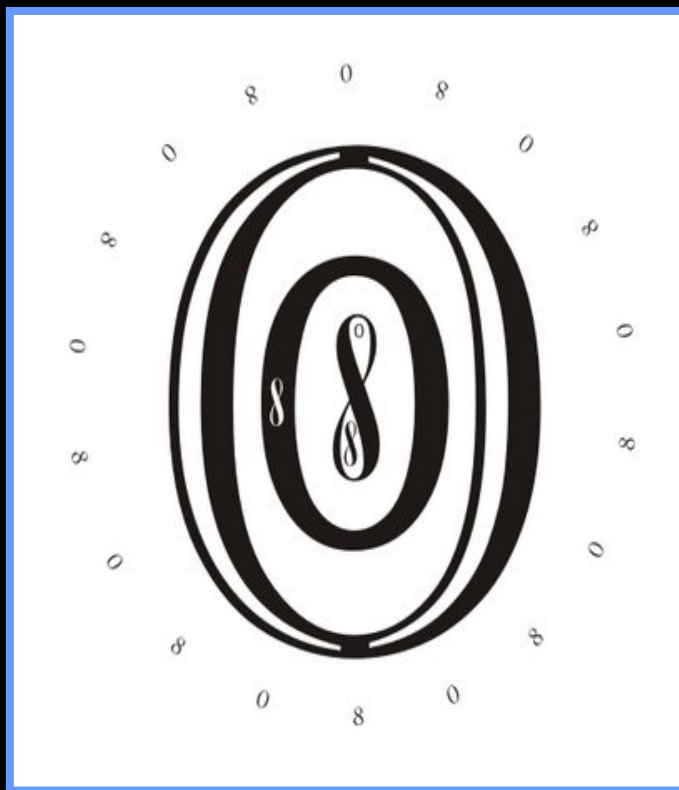


“Cidades criativas” e outras “criatividades”!!!



4. ...but

*“A diferença é a atitude das pessoas,
moldada ao longo dos anos pela educação
e pela cultura”*



4. ...but

i. Resignação



ii. Triunfalismo

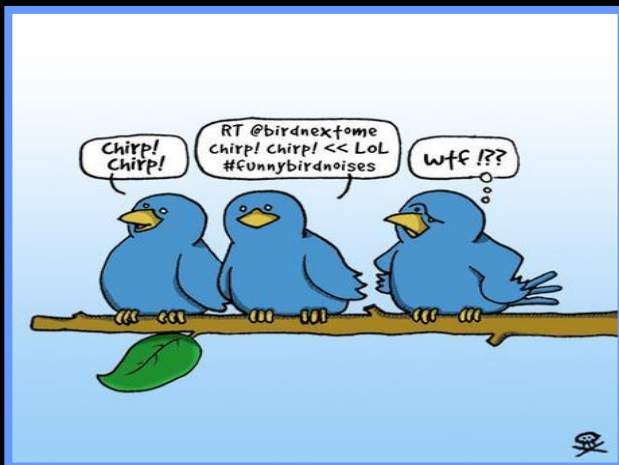


iii. Irresponsabilidade

4.

Apesar das evidências quanto ao interesse e rentabilidade do sector, existe uma *clara falha de mercado*

(conduzindo o *Estado* à missão de estimular a partilha do risco e formas modernas de políticas públicas, i.e., trazendo o mercado aos agentes e os agentes ao mercado):



a) os **investidores privados** afastam-se porque **ignoram o processo de criação de valor no sector e o vêem como um processo comportando demasiados riscos que desconhecem e temem** (perdas de talentos, evoluções tecnológicas, alterações regulatórias, falta de protecção dos activos gerados, etc.)

["a commercial bank lends only on the strenght of the past, I want money to do things that have never been done before" (Georges Doriot)]

b) os **agentes do sector** ignoram os mecanismos de gestão e financeiros que tornam inteligíveis os seus negócios (do planeamento à orçamentação, da estratégia à cadeia de valor, etc.)

OFERTA

"Falha de Mercado" no financiamento das Indústrias Criativas

Sector Financeiro



Sector Cultural
Sector Criativo

PROCURA

4.



PORTUGAL

MC
MINISTÉRIO DA CULTURA

meid

Ministério da Economia,
da Inovação e do Desenvolvimento



Ministério dos Negócios Estrangeiros
Ministry of Foreign Affairs



Ministério das Finanças
e da Administração Pública

ME
Ministério da
Educação

MSS

Política Criativa → “mapping” → organizar para explorar o potencial num novo contexto de oportunidade (Perspectivas Financeiras 2014/2020)

- *CCIs no centro de uma política com 3 C's: Cultura, Ciência e Competitividade*
- +
- *necessidade de um envolvimento articulado de múltiplos organismos oficiais e liderança política forte (ver exemplo UK)*
- +
- *o sector comunica, a montante e a jusante, com múltiplos domínios e áreas de influência e acção: da educação à ciência, do ambiente às cidades, da economia ao emprego, das finanças ao planeamento*
- +
- *transição competitiva de muitas “indústrias tradicionais” portuguesas associada a CCIs, designadamente em componentes para além da produção (concepção e design de produtos, I&D, publicidade e marketing, etc.)*

4.



• “A criatividade não acontece por **mera vontade política** nem basta que seja enunciada para que a sua performance seja actuante. A criatividade e a sua manifestação materializada **exigem** massa crítica substantiva, cidades de escala média ou grande, excelentes escolas de formação artística, científica e tecnológica, que são a base de recrutamento dos criadores, mobilidade e diversidade da população envolvida.”

• “(...) a criatividade deve e pode ser estimulada e actualizada em termos concretos, desde que se tenha consciência de que o processo criativo é lento, que não se coaduna com calendários legislativos, que importa reconhecer a possibilidade do erro, da falha e do sucesso adiado; que exige investimento nas retaguardas de formação elementar; que exige um forte investimento na investigação científica e na produção artística; que há áreas potencialmente mais capazes de fornecerem a médio prazo resultados muito positivos. É preciso, de facto, **tempo, muito tempo.**” (António Pinto Ribeiro)



4.

Creative Industries Mapping Document 1998



Foreword by Prime Minister



Gordon Brown

Britain is a creative country. You can feel it every time you visit one of our great museums, galleries or theatres. You can feel it when you watch the best of our television or play our imaginative new computer games. And you can sense it in our music, film, fashion and architecture. Creativity is at the heart of British culture – a defining feature of our national identity.

And today, the force of British creativity is renowned throughout the world. People across the globe are inspired by the sheer diversity of our creative talent and the consistency with which the talent takes the art in new and exciting directions. They recognise Britain as a hub of creative endeavour, innovation and excellence, and they are drawn to the strength of our creative economy.

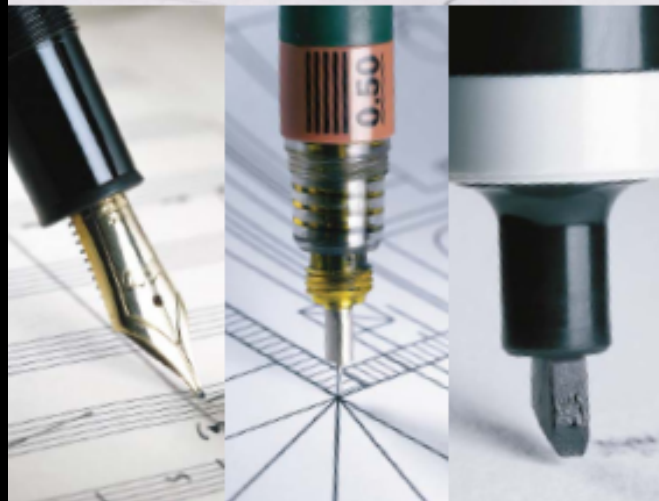
In the coming years, this creative nation will be important not only for our national prosperity but for Britain's ability to put culture and creativity at the centre of our national life.

I believe we have a responsibility to give everyone the opportunity to unlock their creative talents. Creativity, culture and the arts improve the quality of our lives, and an immensely proud of the talented people in the country who, through their creative gifts, harness their lives and ours. In this strategy, it is intended to help more people discover and develop their talents and to use those talents to build a dynamic and vibrant society, providing entertainment and a range of opportunities.

It is also intended to make a case for creative needs to be held on their terms in the global marketplace, our capacity to break new ground will be crucial to our future prosperity and we need to do our best to make Britain's creative industries accessible to an ever wider pool of talent and to support our creative economy to enable it to grow.

This is a strategy with the flexibility to adapt to and support a sector that is changing faster than ever, and I hope it will mark the beginning of a fresh new partnership with our creative industries. But it is just a start: the Government can provide the framework, but we must rely on our country's talent and the vision and commitment of all those working in the field to see it build on and even more creative Britain.

1 Advertising 1:01–1:06	Part 2
2 Architecture 2:01–2:08	
3 Art & Antiques Market 3:01–3:05	Part 3
4 Crafts 4:01–4:04	APPENDIX 0:01–0:02
5 Design 5:01–5:05	BIBLIOGRAPHY 0:05–0:14
6 Designer Fashion 6:01–6:04	ACKNOWLEDGEMENTS 0:15–0:18
7 Film & Video 7:01–7:08	
8 Interactive Leisure Software 8:01–8:08	
9 Music 9:01–9:16	
10 Performing Arts 10:01–10:14	
11 Publishing 11:01–11:12	
12 Software & Computer Services 12:01–12:05	
13 Television & Radio 13:01–13:14	



As well as deciding to undertake the “mapping” exercise to determine the extent and nature of the creative sector in our own economy, we also wanted to try and understand its needs and challenges better. So we established, early in our period of Government, a body called the “Creative Industries Task Force”. The Prime Minister asked me to chair it, and it drew together ministers from all the other relevant Government Departments – from Trade and Industry, Environment and Regions, Education, the Foreign Office, Scotland, Wales, and Northern Ireland, and – crucially – the Treasury. We also brought in leading figures from the creative world outside – people like Paul Smith the fashion designer, David Puttnam the film-maker, and George Martin who oversaw the dizzy rise of the Beatles. And we found that the mix of outsiders and Ministers worked well; the Ministers on the whole threw away their prepared texts, and engaged in real, animated debate and discussion about the issues we were facing. Apart from the mapping work, we looked at a whole series of issues confronting the creative sector, and tried to identify ways in which Government could help. We looked at education, at access to finance, at overseas promotion, at availability of accommodation for small businesses, and at the protection of intellectual property.

4.



our ministers



Rt Hon Jeremy Hunt MP is the Secretary of State for Culture, Olympics, Media and Sport. He is supported by John Penrose MP, Hugh Robertson MP and Ed Vaizey MP.



Rt Hon Jeremy Hunt MP
Secretary of State for Culture, Olympics, Media and Sport

John Penrose MP
Minister for Tourism and Heritage

Hugh Robertson MP
Minister for Sport and the Olympics



Ed Vaizey MP
Minister for Culture, Communications and Creative Industries (joint Minister with Department of Business, Innovation and Skills)
Minister for Culture, Communications and Creative Industries (jointly with the Department for Culture, Media and Sport)
Reports to the Business Secretary as well as to the Culture Secretary in respect of the digital economy and telecommunications



The Rt Hon Dr Vince Cable MP

Secretary of State for Business, Innovation and Skills and President of the Board of Trade

Overall responsibility for the department strategy and all policies, overall responsibility for BIS budget, particular focus on business and banking issues, lead Cabinet Minister for reducing regulatory burdens across Government.



David Willetts MP

Minister of State for Universities and Science (attending Cabinet)

Responsible for looking across all departmental business at strategic priorities, higher education (including HEFCE and Student Loans Company), science and research (including Research Councils), life sciences, innovation, also responsible for the Technology Strategy Board, National Endowment for Science, Technology and the Arts (NESTA), Energy Technologies Institute, the National Measurement Office, the Design Council, the UK Accreditation Service, the British Standards Institute and Space.



John Hayes MP

Minister of State for Further Education, Skills and Lifelong Learning

Responsible for further education, adult skills, Skills Funding Agency, skills strategy, lifelong learning, informal adult learning, apprenticeships, UK Commission for Employment and Skills, Sector Skills Councils, Workplace Training reforms, qualifications reform programme.



Mark Prisk MP

Minister of State for Business and Enterprise

Responsible for business sectors, including low carbon economy, low emission vehicles, electronics, small business, enterprise and access to finance, competitiveness and economic growth, deregulation and better regulation, regional and local economic development (including Grants for Business Investment), business support, Olympic legacy, export licensing.

Edward Davey MP

Minister for Employment Relations, Consumer and Postal Affairs

Baroness Wilcox

Parliamentary Secretary for Business, Innovation and Skills

Muito obrigado!

