

Papers

di diritto europeo



UNIVERSITÀ
di **VERONA**
Dipartimento
di **SCIENZE GIURIDICHE**



Centro di documentazione europea – Università degli Studi di Verona – *Papers di diritto europeo*, 2018, edizione speciale

The fashion industry in the European Union

Maria Caterina Baruffi

Paolo Butturini

Diletta Danieli

Agostina Zwilling

© 2018 Centro di documentazione europea – Università degli Studi di Verona

ISSN 2038-0461

Registrazione al Tribunale di Verona numero 1875 del 22/07/2010

Referee : Gli scritti contenuti nella rivista sono valutati attraverso un sistema *peer-review*.

La rivista *open access* “Papers di diritto europeo” raccoglie contributi sui temi dell’integrazione europea nei suoi aspetti di diritto, sia istituzionale sia materiale, e dei suoi riflessi sugli ordinamenti nazionali in una prospettiva interdisciplinare. Sono accolti contributi di professori e ricercatori universitari, come pure di studiosi italiani e stranieri.

I *papers* sono reperibili unicamente in formato elettronico e possono essere scaricati in formato pdf sul sito Internet.

Direzione scientifica:

Prof.ssa Maria Caterina Baruffi

Comitato scientifico:

Prof.ssa Maria Caterina Baruffi, mariacaterina.baruffi@univr.it

Prof.ssa Laura Calafà, laura.calafa@univr.it

Prof. Franco Ferrari, franco.ferrari@nyu.edu

Prof. Matteo Ortino, matteo.ortino@univr.it

Dott.ssa Isolde Quadranti, isolde.quadranti@univr.it

Comitato di redazione:

Dott.ssa Diletta Danieli, diletta.danieli@univr.it

Dott.ssa Caterina Fratea, caterina.fratea@univr.it

Dott.ssa Cinzia Peraro, cinzia.peraro@univr.it

Dott.ssa Isolde Quadranti, isolde.quadranti@univr.it

Editore:

Centro di documentazione europea dell’Università degli Studi di Verona

Dipartimento di Scienze giuridiche

Via Carlo Montanari, 9

37122 Verona

Tel. +39.045.8028847

Fax +39.045.8028846

TABLE OF CONTENTS

| | |
|----------|---|
| Foreword | V |
|----------|---|

PART I: ARTICLES

| | |
|---|----|
| MARIA CATERINA BARUFFI, <i>L'industria della moda nel mercato interno: tra rilancio economico e valorizzazione del patrimonio culturale dell'Unione europea</i> | 3 |
| PAOLO BUTTURINI, <i>Equity crowdfunding in the fashion industry: some peculiarities of the recent Italian regulation in the light of other EU countries disciplines</i> | 11 |
| DILETTA DANIELI, <i>Louboutin's "Red Sole" strikes back: osservazioni a margine della causa C-163/16</i> | 21 |

PART II: COMMENTS

| | |
|---|----|
| AGOSTINA ZWILLING, <i>Processi sostenibili nella moda</i> | 35 |
|---|----|

The Fashion Industry in the European Union

Foreword

The publication of this special issue of the journal *Papers di diritto europeo* is envisaged among the scientific activities of the project «Univr Fashion Week», co-funded by the European Union as Jean Monnet Module 2015-2018 within the Erasmus+ Programme. More precisely, it follows the delivery of the third edition of the Summer School on the fashion industry in the European Union, which was held at the Law Department of the University of Verona from 18 to 22 June 2018, and allows to further deepen the research on such topics, as well as to provide a wider dissemination of the project's results.

The issue is structured in two parts, «Articles» and «Comments». All papers were drafted by members of the Teaching Staff of the Summer School, analysing selected subject matters that formed part of the programme of the course with the aim of fostering the academic value of the project.



L'industria della moda nel mercato interno: tra rilancio economico e valorizzazione del patrimonio culturale dell'Unione europea

Maria Caterina Baruffi

Abstract

L'industria della moda è fondamentale non solo per la prosperità dell'Europa e per una crescita sostenibile dell'economia e della società, ma è altresì protagonista del commercio internazionale. Data l'importanza economica di tale settore, è necessario garantire politiche europee incisive che lo sostengano adeguatamente. Allo stesso tempo, coniugando l'artigianato tradizionale e la produzione di alta qualità alla tecnologia, al *design* e all'innovazione, l'industria della moda intende promuovere i valori europei, la cultura, l'arte, la creatività e la conoscenza, rafforzando così la reputazione dell'Europa nel mondo.

Sulla base di tali premesse, il contributo, anche alla luce delle conclusioni del Consiglio "Competitività" adottate in esito alla riunione del 12 marzo 2018, si sofferma sul ruolo che l'industria della moda può rivestire nell'ambito del mercato unico come fattore sia di crescita economica e occupazionale sia di valorizzazione identitaria europea.

Viene inoltre sottolineata l'importanza che la collaborazione tra gli Stati membri, grazie al ricorso al meccanismo aperto di coordinamento, può rivestire nella promozione del tessuto industriale europeo su scala globale.

The fashion industry in the internal market: between economic recovery and promotion of cultural heritage of the European Union

The fashion industry plays a pivotal role not only for the European prosperity and the sustainable development of economy and society, but also in the international commercial transactions. Given the economic importance of this sector, the European Union is required to adopt effective policies aimed at supporting it adequately. At the same time, combining traditional crafts and high quality manufacturing with technology, design and innovation, the fashion industry intends to promote the European values, culture, art, creativity and knowledge, enhancing the European reputation across the world.

In light of these premises, the contribution, also stemming from the conclusions of the Council "Competitiveness" adopted following the meeting of 12 March 2018, focuses on the function that the fashion industry can assume within the internal market in order both to boost the economic growth and employability and strengthen the European identity.

Moreover, the importance of the collaboration between Member States is underlined, highlighting how the open method of coordination can be emphasized in the promotion of the European industrial fabric on a global scale.

L'industria della moda nel mercato interno: tra rilancio economico e valorizzazione del patrimonio culturale dell'Unione europea

Maria Caterina Baruffi*

SOMMARIO: 1. L'industria della moda come fattore di rilancio del mercato interno. – 2. Il ruolo della Commissione nella tutela delle *creative industries*. – 3. La cooperazione tra gli Stati membri nella tutela delle industrie creative.

1. L'industria della moda come fattore di rilancio del mercato interno.

Per inquadrare il ruolo dell'industria della moda nell'Unione europea è utile, nell'anno del venticinquesimo anniversario della nascita del mercato unico, richiamare le conclusioni del Consiglio “Competitività” adottate in esito alla riunione del 12 marzo 2018¹. In tale incontro, il Consiglio ha discusso le linee di una futura strategia di politica industriale dell'UE, rilevando l'urgente necessità di adottare un piano a lungo termine per l'industria europea al fine di potenziarne la competitività, la crescita economica ed occupazionale e l'innovazione.

Il Consiglio ha in tale sede ribadito l'importanza, precedentemente emersa nel discorso del Presidente Juncker sullo stato dell'Unione del 13 settembre 2017², del rafforzamento della base industriale dell'Europa, in quanto componente essenziale del futuro della stessa. Il Presidente della Commissione già riconosceva tra le priorità volte a realizzare “un'Europa più unita, più forte e più democratica” quella di un mercato interno maggiormente integrato ed equo, con una base industriale più solida, individuando nella nuova strategia per la politica industriale dell'UE, volta a promuovere la competitività, l'innovazione e la *leadership* tecnologica, una delle iniziative di maggior rilievo e respiro. Nel medesimo giorno del discorso sullo stato dell'Unione tenuto dal suo Presidente, la Commissione presentava il proprio piano di politica industriale³, che costituiva un segnale importante e un primo passo utile verso l'elaborazione di una strategia dell'UE orientata al futuro.

* Ordinario di Diritto internazionale nell'Università degli Studi di Verona.

¹ Conclusioni reperibili al sito internet www.consilium.europa.eu/it/meetings.

² Reperibile al sito internet https://ec.europa.eu/commission/priorities/state-union-speeches/state-union-2017_it.

³ Comunicazione della Commissione al Parlamento europeo, al Consiglio europeo, al Consiglio, al Comitato economico e sociale europeo, al Comitato delle regioni e alla Banca europea degli investimenti, “Investire in un'industria intelligente, innovativa e sostenibile. Una nuova strategia di politica industriale dell'UE”, COM(2017) 479 final del 13 settembre 2017, reperibile al sito internet www.eur-lex.europa.eu.

Quest'ultima unisce iniziative trasversali ad altre legate ad alcuni specifici settori dell'economia (soprattutto quelli strategici), in un quadro comprensivo che ha altresì portato ad istituire, sempre nell'anno 2017, la "giornata europea dell'industria" come *forum* privilegiato per l'interazione tra esponenti della realtà industriale e della società civile⁴, nonché la tavola rotonda industriale ad alto livello "Industria 2030", presieduta dal Vicepresidente della Commissione Katainen, che dovrebbe fornire un contributo positivo e tempestivo allo sviluppo di una strategia industriale dell'UE e destinata a divenire un importante strumento consultivo per l'attuazione della nuova politica industriale della Commissione.

Con l'auspicio che tale strategia possa essere attuata entro l'inizio del ciclo istituzionale 2019-2024, il Consiglio "Competitività", nelle conclusioni del 2018, esorta la Commissione a concentrarsi sulla preparazione di un piano d'azione per attuare l'ambiziosa strategia presentata dal Presidente Juncker, coinvolgendo attivamente in questo processo gli Stati membri e le parti interessate nella definizione di adeguati obiettivi di politica industriale da conseguire entro il 2030, nonché riaffermando il ruolo strategico del Consiglio "Competitività" per fornire orientamenti politici e imprimere slancio al processo.

L'adozione di un approccio strategico strutturato e globale a lungo termine, fondato sui vantaggi competitivi dell'economia e delle imprese operanti nel mercato interno e che tenga conto del modello europeo, caratterizzato da norme sociali e ambientali elevate, risponde all'esigenza di aumentare la produzione manifatturiera in Europa, il cui tessuto è per lo più costituito da piccole e medie imprese, le quali tuttavia richiedono forme innovative di finanziamento e misure *ad hoc* di sostegno alla crescita.

In questo quadro, il ruolo delle imprese operanti nel settore moda, pure per la maggior parte rappresentate da PMI, costituisce un fondamentale fattore di spinta dell'economia, anche in considerazione che in tale ambito rientrano *design*, fabbricazione di materiali e prodotti della moda (ad esempio tessili, abbigliamento, calzature, articoli di pelletteria e pellicceria, gioielli e accessori), nonché la loro distribuzione e vendita al dettaglio ai consumatori finali. Stando ai dati riportati dalla Commissione europea nel 2012⁵, tali catene offrono lavoro ad oltre cinque milioni di persone, vale a dire il 3,7% dell'attività economica complessiva non finanziaria. Circa due milioni sono gli occupati nell'ambito della fabbricazione nel settore moda, pari al 6% di tutti gli occupati UE nel settore manifatturiero. Altri tre milioni di posti di lavoro europei si trovano nell'ambito della catena di fornitura, dal *design*, *branding* e *marketing* alla gestione della catena di fornitura e alla vendita al dettaglio.

⁴ *Amplius*, si rimanda alla pagina dedicata sul sito internet della DG "Mercato, interno, industria, imprenditoria e PMI", <http://ec.europa.eu/growth/content/state-union-2017-%E2%80%93-industrial-policy-strategy-investing-smart-innovative-and-sustainable-it>.

⁵ Documento di lavoro dei servizi della Commissione «Scelte strategiche per la competitività dell'industria europea della moda – "Punto d'incontro tra produzione e creatività"», SWD(2012) 284 final/2 del 5 ottobre 2012, reperibile al sito internet www.eur-lex.europa.eu.

Dal punto di vista economico, pertanto, l'industria della moda, anche perché in continua trasformazione, rappresenta un fattore propulsivo di primaria importanza, così come il Consiglio ha sottolineato. In particolare, dalle conclusioni del Consiglio "Competitività" emerge l'auspicio che la politica europea dei *clusters*, intesi quali concentrazioni di imprese fortemente interconnesse, come quelle che costituiscono la catena del valore nel settore moda, venga ulteriormente sviluppata allo scopo di collegare i *clusters* regionali ed espanderli fino a farli diventare *clusters* transeuropei di livello mondiale, sulla base dei principi della specializzazione intelligente, allo scopo di favorire l'emergere di nuove catene del valore in tutta Europa. I *clusters*, ossia gli insiemi di organizzazioni che operano in una certa area geografica e che collaborano al fine di produrre prodotti o fornire servizi per un particolare campo o settore⁶, hanno come immediato vantaggio quello di aumentare la produttività delle singole aziende e la possibilità di competere all'interno del loro mercato di riferimento. Essi possono pertanto rappresentare una misura di contrasto alla crisi economica e una via, che l'UE si impegna a valorizzare, per un rilancio delle PMI, quali soggetti maggiormente colpiti nel mercato interno.

Inoltre, i *clusters* costituiscono un virtuoso esempio di partenariato pubblico-privato, la cui importanza è stata pure sottolineata nelle conclusioni del Consiglio "Competitività" del 2018, laddove si evidenzia la rilevanza delle iniziative a favore di tali partenariati, dell'innovazione e degli investimenti. In quest'ottica, la stessa Commissione considera gli aiuti a favore di ricerca, sviluppo e innovazione uno strumento fondamentale per rimediare alle carenze del mercato e perseguire, con i minori effetti distorsivi possibili, obiettivi di interesse comune, così garantendo che il sostegno pubblico stimoli l'innovazione, le tecnologie verdi, lo sviluppo del capitale umano, ed eviti danni ambientali, favorendo in ultima analisi, la crescita sostenibile⁷, l'occupazione e la competitività europea. Aiuti di questo tipo, se destinati a colmare una carenza del mercato e dunque ad integrare e non sostituire gli investimenti privati, possono contribuire più efficacemente alla crescita⁸. Tra queste misure di sostegno si possono annoverare gli aiuti per progetti di ricerca e sviluppo (R&S), nei casi in cui la parte sovvenzionata del progetto di ricerca rientri nelle categorie della ricerca fondamentale e della ricerca applicata, e gli aiuti per attività di innovazione. Per quanto riguarda specificamente le PMI, l'aiuto all'innovazione può essere concesso per ottenere, convalidare e difendere i brevetti e altri beni immateriali, per il distacco di personale altamente qualificato e per l'acquisizione di servizi di consulenza e di supporto all'innovazione. Inoltre, al fine di incoraggiare le grandi imprese a collaborare con le PMI nelle attività

⁶ Secondo una definizione apparsa in M. PORTER, *The Competitive Advantage of Nations*, 2nd edition, New York: Free Press, 1998, p. 78.

⁷ Su tali aspetti in relazione al settore dell'industria della moda si veda il discorso pronunciato dalla Commissaria alla concorrenza Vestager in occasione del *Copenhagen Fashion Summit*, 15 maggio 2018, reperibile al sito internet https://ec.europa.eu/commission/commissioners/2014-2019/vestager/announcements/making-fashion-sustainable_en.

⁸ Comunicazione della Commissione "Disciplina degli aiuti di Stato a favore di ricerca, sviluppo e innovazione", in *GUUE* C 198 del 27 giugno 2014, p. 1 ss.

di innovazione del processo e dell'organizzazione, possono essere finanziati anche i corrispondenti costi sostenuti da entrambe⁹.

2. Il ruolo della Commissione nella tutela delle *creative industries*.

Oltre all'importanza dal punto di vista economico e industriale, all'interno dell'Unione europea l'industria della moda può altresì rappresentare un aspetto del patrimonio culturale europeo condiviso. È la stessa Commissione a pronunciarsi in questi termini nel citato documento di lavoro del 2012, nel cui *incipit* si legge che «[l]a moda è parte del modo di vivere europeo: si fonda sul patrimonio culturale e sulla creatività europei. L'industria europea della moda costituisce una vasta parte dell'economia creativa e rappresenta il punto d'incontro tra l'attività produttiva e la creatività»¹⁰ e proprio la creatività e l'originalità dei prodotti europei possono essere considerati importanti fattori per una integrazione europea più profonda e consapevole¹¹.

L'aspetto legato al profilo creativo rappresenta un fattore di fondamentale importanza. Nella situazione attuale di globalizzazione, per l'Europa è pressoché impossibile competere con le economie emergenti solo sul prezzo. Per garantire che la posizione di *leader* mondiale dell'Europa resti immutata, l'industria deve basarsi sempre di più sulla conoscenza e sull'innovazione, su prodotti, processi e servizi dal valore aggiunto sempre più elevato, creando nuovi marchi e nuovi modelli imprenditoriali, in modo da soddisfare le esigenze sempre più complesse dei consumatori mondiali.

Per capire le mutevoli esigenze dei consumatori e le nuove opportunità e saperle tradurre in modelli aziendali redditizi servono non solo competenze imprenditoriali e manageriali, ma anche competenze ibride, che combinino *leadership* effettiva e creatività, innovazione e comprensione delle tecnologie. Allo stesso tempo, affinché l'industria della moda UE possa restare competitiva, tali moderne competenze devono essere affiancate da competenze e conoscenze tecniche e tradizionali, che costituiscono il nucleo della tradizione manifatturiera europea.

La Direzione Generale “Mercato, interno, industria, imprenditoria e PMI” della Commissione pone il settore moda tra i propri principali ambiti di intervento, riconoscendo che le industrie tessili e di abbigliamento, calzaturiere e conciarie si trovano in una posizione strategica, a metà strada tra creatività, tradizione e innovazione. Data questa loro peculiarità, rilevante può essere il loro contributo al progetto industriale europeo. La Commissione incoraggia l'innovazione nel settore moda, e delle industrie creative più in generale, ammettendo che la valorizzazione delle forze creative operanti nell'economia è strumento imprescindibile per consentire a tali realtà di competere sul mercato.

⁹ Punto 12 della comunicazione.

¹⁰ SWD(2012) 284 final/2, cit.

¹¹ Sul punto v. A.L. VALVO, *Moda e lusso come fattori di integrazione europea*, in *Rivista trimestrale di Scienza dell'amministrazione*, 2016, n. 4, pp. 1-11, spec. p. 9 ss.

L'Esecutivo dell'Unione, oltre a riconoscere la tutela che l'UE stessa si deve impegnare a fornire a tali operatori, evidenzia come, in un'economia basata sulla conoscenza (già priorità della strategia "Europa 2020"¹²), alle cosiddette *creative industries* deve essere garantito un ruolo centrale, in quanto, oltre a generare importanti introiti¹³, esse contribuiscono a preservare l'identità, la cultura e i valori europei.

Ciò riguarda *in primis* le imprese operanti nell'ambito della moda e del lusso, soprattutto, come detto, quando si tratta di piccole e medie imprese. Per tali ragioni, la Commissione ha lanciato diverse iniziative per rafforzarne la competitività, tradottesi in un *Action Plan for Fashion and High-end Industries*¹⁴, contenente misure volte a proteggere i diritti di proprietà intellettuale¹⁵, a facilitare l'accesso al mercato¹⁶ (con la conseguente eliminazione della barriere tariffarie e riduzione di quelle non tariffarie nei confronti dei partner commerciali) e a stimolare l'innovazione.

Con particolare riguardo alle industrie operanti nel settore tessile, parte rilevante dell'industria manifatturiera europea, esse si trovano altresì ad affrontare le difficoltà legate alla denominazione delle fibre tessili e alla loro corretta etichettatura, volta ad assicurare la protezione dei consumatori e a fornire corrette e complete informazioni agli *stakeholders*. Oltre ad avviare un dialogo con i paesi terzi anche riguardo a tali aspetti, l'UE ha adottato un apposito regolamento¹⁷ e ha istituito un gruppo di esperti, che dal 2012 si riunisce due volte l'anno per valutare l'applicazione di tale regolamento, favorire al proprio interno lo scambio di informazioni e fornire un apporto specializzato in relazione a tutte le questioni inerenti l'etichettatura dei prodotti tessili.

¹² Comunicazione della Commissione, "Europa 2020. Una strategia per una crescita intelligente, sostenibile e inclusiva", COM(2010) 2020 del 3 marzo 2010, reperibile al sito internet www.eur-lex.europa.eu.

¹³ Nello studio "Boosting the competitiveness of cultural and creative industries for jobs and growth", reperibile al sito internet <http://ec.europa.eu/DocsRoom/documents/18001>, June 2016, curato dall'AUSTRIAN INSTITUTE FOR SME RESEARCH AND VVA EUROPE, emerge come le industrie creative diano impiego a più di 12 milioni di lavoratori nell'UE (di cui 5 nell'ambito del settore moda e 1 milione nell'ambito dei settori del lusso), vale a dire il 7.5% dell'intero numero degli occupati; realizzino il 5.3% del fatturato europeo e come le imprese del lusso generino il 4% del PIL europeo (p. 28).

¹⁴ Reperibile al sito <http://ec.europa.eu/DocsRoom/documents/4154/attachments/1/translations>.

¹⁵ I rischi legati alla contraffazione, già di per sé molto elevati in relazione ai prodotti dell'industria creativa, sono in progressivo aumento a causa delle sempre maggiori possibilità di reperimento dei "falsi" date dall'*e-commerce*. Per tali motivi, sono stati costituiti appositi *helpdesks* per fornire agli operatori consulenze gratuite e qualificate relative alla protezione dei diritti di proprietà intellettuale. Si tratta, in particolare, del *China IPR Helpdesk*; del *Latin America IPR Helpdesk* e del *South East Asia IPR Helpdesk* (<http://www.ipr-hub.eu/>).

¹⁶ Si veda il programma "COSME- Europe's programme for small and medium-sized enterprises", volto a facilitare l'accesso ai finanziamenti per le PMI (Regolamento (UE) n. 1287/2013 del Parlamento europeo e del Consiglio dell'11 dicembre 2013, che istituisce un programma per la competitività delle imprese e le piccole e le medie imprese (COSME) (2014 – 2020) e abroga la decisione n. 1639/2006/CE, in *GUUE* L 347 del 20 dicembre 2013, p. 33 ss.).

¹⁷ Regolamento (UE) n. 1007/2011 del Parlamento europeo e del Consiglio del 27 settembre 2011 relativo alle denominazioni delle fibre tessili e all'etichettatura e al contrassegno della composizione fibrosa dei prodotti tessili e che abroga la direttiva 73/44/CEE del Consiglio e le direttive del Parlamento europeo e del Consiglio 96/73/CE e 2008/121/CE, in *GUUE* L 272 del 18 ottobre 2011, p. 1 ss.

3. La cooperazione tra gli Stati membri nella tutela delle industrie creative.

Al di là dell'importanza, certamente fondamentale, che l'operato della Commissione (e in particolare della DG "Mercato, interno, industria, imprenditoria e PMI") riveste nella tutela delle industrie creative, occorre altresì valorizzare il ruolo che gli Stati membri possono ricoprire in tale ambito. Soprattutto a voler sottolineare la valenza non esclusivamente economica, ma altresì di promozione del patrimonio culturale europeo, del settore in esame, l'apporto degli Stati, con il sostegno dell'UE, risulta indispensabile per la tutela degli operatori.

In questo contesto, uno strumento da potenziare è il c.d. metodo aperto di coordinamento (MAC) in ambito UE. Esso rappresenta uno strumento di *soft law*, di tipo intergovernativo, che non si traduce in misure legislative vincolanti per l'UE e non richiede ai paesi membri di introdurre o modificare le loro leggi.

Il MAC, creato originariamente negli anni Novanta come parte della politica sull'occupazione e del processo di Lussemburgo, è stato definito come uno strumento della strategia per la crescita e l'occupazione adottata dal Consiglio europeo di Lisbona del 23-24 marzo 2000¹⁸. Si trattava di un periodo in cui l'integrazione economica dell'UE avanzava rapidamente, ma i paesi membri erano reticenti a dare maggiori poteri alle istituzioni europee. Tale metodo ha fornito un nuovo quadro di cooperazione tra gli Stati membri per far convergere le politiche nazionali verso alcuni obiettivi comuni. In base a questo metodo intergovernativo, i paesi dell'UE sono valutati da altri Stati membri (*peer pressure*), mentre la Commissione si limita a svolgere un ruolo di sorveglianza.

Esso viene utilizzato in settori che rientrano nella sfera di competenza nazionale, quali l'occupazione e la protezione sociale, o nei quali l'UE può esercitare competenze di mero sostegno, quali l'istruzione, la gioventù e la formazione professionale, e si basa principalmente sull'identificazione e definizione congiunta di obiettivi da raggiungere (adottati dal Consiglio), su strumenti di misura definiti congiuntamente (statistiche, indicatori, orientamenti), nonché sul c.d. *benchmarking*, vale a dire l'analisi comparativa dei risultati dei paesi dell'UE e lo scambio delle migliori pratiche (procedura monitorata dalla Commissione).

Il MAC è un sistema leggero, ma strutturato, che consente agli Stati membri di collaborare a livello europeo poiché crea una comprensione comune dei problemi e contribuisce a costruire il consenso sulle soluzioni e la relativa attuazione pratica. Infatti, con lo scambio di buone pratiche tra i paesi europei, esso contribuisce a migliorare l'elaborazione e attuazione delle politiche, in assenza di strumenti regolamentari.

¹⁸ Reperibili al sito internet http://www.europarl.europa.eu/summits/lis1_it.htm (punto 7).

Dal 2008 in poi sono stati creati quattordici gruppi¹⁹ di lavoro che hanno esaminato importanti temi tra cui anche le industrie culturali e creative. A tale proposito, nel piano di lavoro per la cultura 2015-2018²⁰, gli Stati membri hanno convenuto di approfondire, nell'ambito del MAC, anche le seguenti attività: accesso ai finanziamenti per i settori culturale e creativo e individuazione di misure innovative per promuovere l'imprenditoria e nuovi modelli aziendali nei settori culturale e creativo.

Laddove non arrivano le misure direttamente adottate dall'UE, il MAC può rappresentare un valido strumento al cui potenziamento l'Unione, nell'ambito delle proprie competenze di sostegno alla cultura *ex artt. 6, lett. c) e 167 TFUE*, può contribuire al fine di garantire, anche per questa via, lo sviluppo di un settore che, come si legge sulle pagine del sito web della DG "Mercato interno, industria, imprenditoria e PMI", rappresenta un connubio tra arte, economia e tecnologia.

¹⁹ Dati ricavati dal sito internet della DG "Cultura" della Commissione, https://ec.europa.eu/culture/policy/strategic-framework/european-coop_it.

²⁰ Conclusioni del Consiglio e dei Rappresentanti dei governi degli Stati membri, riuniti in sede di Consiglio, su un piano di lavoro per la cultura (2015-2018), in *GUUE* C 463 del 23 dicembre 2014, p. 4 ss.