



NEM – Portugal

Lisboa, 30 de Janeiro de 2015

ICA – Instituto do Cinema e do Audiovisual

Missão

- Fomentar e desenvolver as atividades cinematográficas e audiovisuais, contribuindo para a diversidade cultural

Números chave

- 2005-2014:
 - 487 projetos apoiados
 - 113 m€ de incentivos financeiros
- 35 colaboradores

Vetores estratégicos

- Contribuir para o aumento da produção cinematográfica e audiovisual
- Incentivar uma maior aproximação entre o público e a criação cinematográfica e audiovisual
- Potenciar o reconhecimento do cinema e do audiovisual
- Contribuir para o desenvolvimento destas atividades enquanto indústrias criativas

ICA – Instituto do Cinema e do Audiovisual

- No âmbito deste último eixo, o ICA trabalha em 3 áreas distintas e sinérgicas

Portuguese Film Comission

- Promover Portugal como destino internacional da produção cinematográfica e audiovisual
- Interligar com FC locais

Cluster (parceria TICE)

- Desenvolver o setor através da captação sinergias entre os operadores económicos do setor
- Apoiar a estruturação de projetos focados na internacionalização, inovação e desenvolvimento do território
- Apoiar o financiamento dos projetos no âmbito do Portugal 2020

Centro Tobis

- Utilizar as instalações da TOBIS como recurso de desenvolvimento do setor
- Desenvolver um centro de negócios criativos que promova, entre outros, o empreendedorismo nas atividades de cinema audiovisual e multimédia

Desafios e contributos para projetos mobilizadores no âmbito do NEM

Desafios

- Competências técnicas na gestão dos negócios criativos
- Pequena dimensão e debilidade das empresas
- Mercado interno limitado e reduzido foco na exportação e internacionalização
- Desenvolvimento do empreendedorismo e da inovação pouco estruturados

Contributo para projetos mobilizadores

- Balcão do empresário das indústrias criativas
- Aposta no outsourcing de serviços no mercado internacional (ex. Pós produção; Videojogos)
 - Captar competências
 - Ganhar massa crítica
- Incentivo do desenvolvimento de fileiras exportadoras, ao nível de conteúdos e tecnologias, em torno dos grandes operadores de telecomunicações e estações de TV
- Concentração de esforços em 1 ou 2 mercados estratégicos (ex. Educação) com potencial de desenvolvimento de
 - Conteúdos
 - Plataformas tecnológicas
 - Internacionalização