

PORTUGAL EXPORTA

INDÚSTRIAS CULTURAIS E CRIATIVAS NA ALEMANHA FICHA DE ENTRADA NO MERCADO



aicep Portugal Global

SETEMBRO/2023

Índice

ENQUADRAMENTO GERAL.....	2
<i>Inovação nas ICC.....</i>	<i>5</i>
<i>Starts-ups nas ICC.....</i>	<i>6</i>
RECOMENDAÇÕES.....	7
<i>Abordagem ao mercado.....</i>	<i>7</i>
<i>Abordagem ao cliente.....</i>	<i>8</i>
FORMAS DE APOIOS LOCAIS.....	8
<i>Apoios.....</i>	<i>8</i>
<i>Associações setoriais.....</i>	<i>9</i>
INDÚSTRIAS CULTURAIS.....	11
Música.....	11
<i>O Mercado.....</i>	<i>11</i>
<i>Desafios.....</i>	<i>13</i>
<i>Oportunidades.....</i>	<i>13</i>
<i>Recomendações.....</i>	<i>14</i>
<i>Comunicação.....</i>	<i>15</i>
Livros.....	18
<i>O Mercado.....</i>	<i>18</i>
<i>Desafios.....</i>	<i>18</i>
<i>Oportunidades.....</i>	<i>18</i>
<i>Recomendações.....</i>	<i>19</i>
<i>Comunicação.....</i>	<i>20</i>
Arte.....	23
<i>O Mercado.....</i>	<i>23</i>
<i>Desafios.....</i>	<i>23</i>
<i>Oportunidades.....</i>	<i>24</i>

<i>Recomendações</i>	24
<i>Comunicação</i>	25
Cinema	27
<i>O Mercado</i>	27
<i>Desafios</i>	28
<i>Oportunidades</i>	28
<i>Recomendações</i>	29
<i>Comunicação</i>	29
Rádiodifusão	33
<i>O Mercado</i>	33
<i>Desafios</i>	33
<i>Oportunidades</i>	34
<i>Recomendações</i>	35
<i>Comunicação</i>	36
Artes performativas	38
<i>O Mercado</i>	38
<i>Desafios</i>	38
<i>Oportunidades</i>	39
<i>Recomendações</i>	39
<i>Comunicação</i>	39
Design	42
<i>O Mercado</i>	42
<i>Desafios</i>	42
<i>Oportunidades</i>	43
<i>Recomendações</i>	43
<i>Comunicação</i>	43
Arquitetura	47
<i>O Mercado</i>	47

<i>Desafios</i>	47
<i>Oportunidades</i>	48
<i>Recomendações</i>	48
<i>Comunicação</i>	48
Imprensa	51
<i>O Mercado</i>	51
<i>Desafios</i>	51
<i>Oportunidades</i>	52
<i>Recomendações</i>	52
<i>Comunicação</i>	52
INDÚSTRIAS CRIATIVAS	55
Publicidade	55
<i>O Mercado</i>	55
<i>Desafios</i>	55
<i>Oportunidades</i>	56
<i>Recomendações</i>	56
<i>Comunicação</i>	57
Software/Jogos	59
<i>O Mercado</i>	59
<i>Desafios</i>	59
<i>Oportunidades</i>	60
<i>Recomendações</i>	60
<i>Comunicação</i>	61

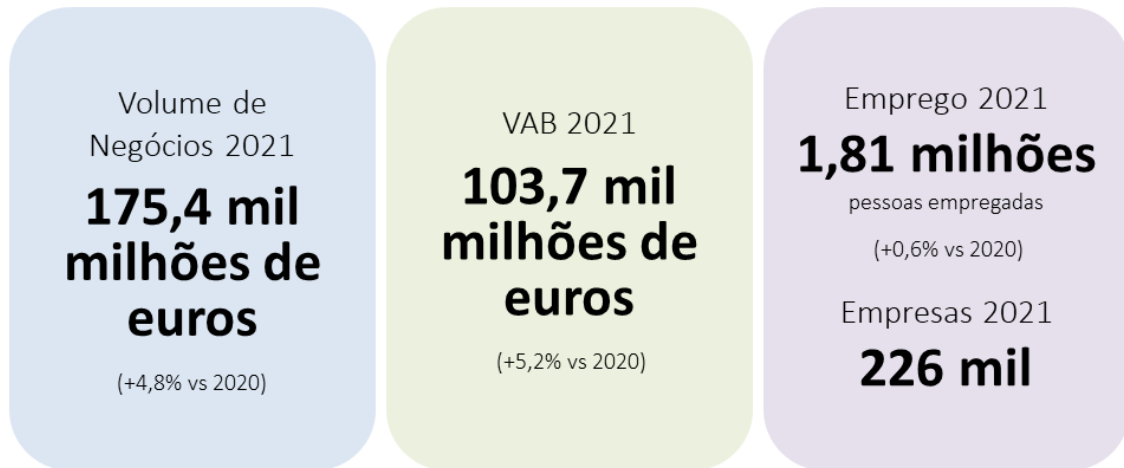
ENQUADRAMENTO GERAL

- As Indústrias Culturais e Criativas (ICC) incluem as empresas e trabalhadores independentes ativos que têm rendimentos com a cultura e a criatividade.
- Segundo o Ministério da Economia Alemão, [as indústrias culturais e criativas incluem as empresas culturais e criativas que são predominantemente orientadas para o lucro e estão envolvidas na criação, produção, distribuição e/ou divulgação mediática de bens e serviços culturais e criativos.](#)
- Na Alemanha, as ICC seguem a seguinte classificação:



Fonte: AICEP Berlin

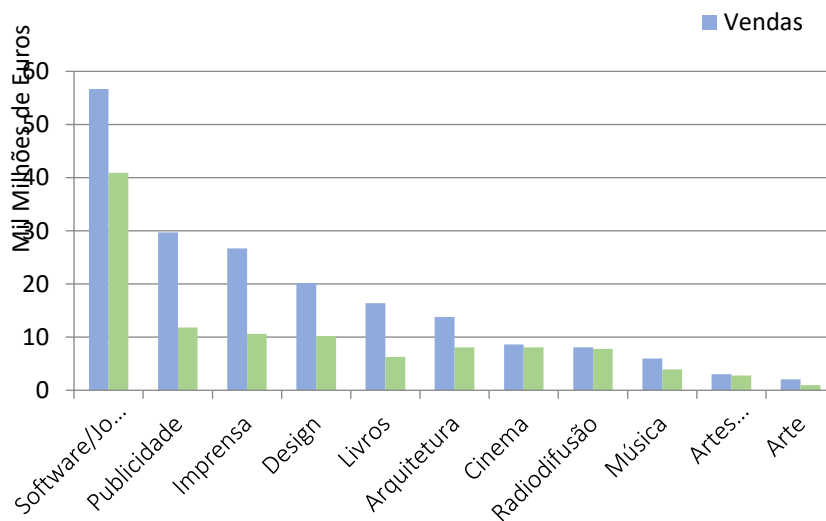
- As ICC são um setor em expansão, com grande potencial e que oferece amplas oportunidades de desenvolvimento na Alemanha. As ICC têm uma contribuição para a produção económica global do país comparável a outras grandes indústrias, como a automóvel, a mecânica e a química.



Fonte: [Destatis](#), 2022

- Em 2021, as ICC desempenharam um papel notável na economia alemã, representando 2,9% do PIB do país. O setor dos jogos destaca-se como o grande impulsionador desta indústrias, tanto a nível de vendas como de valor acrescentado bruto.

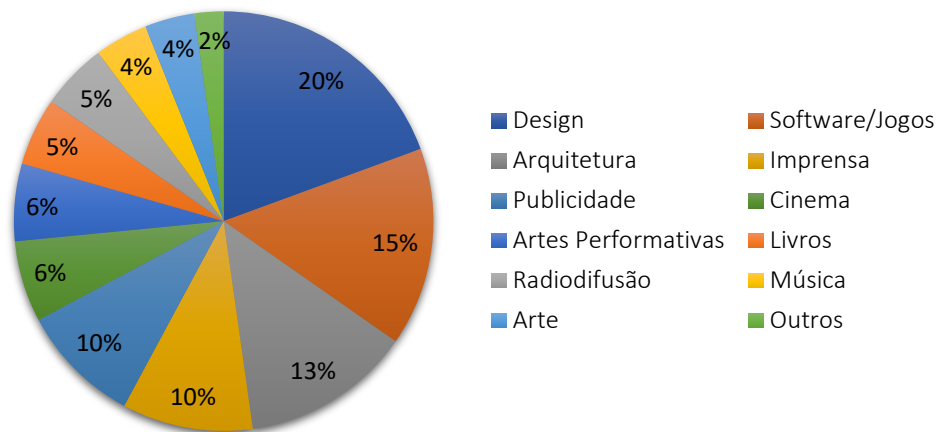
Vendas e Valor Acrescentado Bruto (VAB) por subsector das ICC, em 2021



Fonte: [Destatis](#); [ZEW](#)

- Além do seu impacto financeiro, as ICC demonstraram uma presença significativa no panorama empresarial na Alemanha, representando 7,6% do total de empresas. Neste aspeto, o *Design* destaca-se com o maior número de empresas.

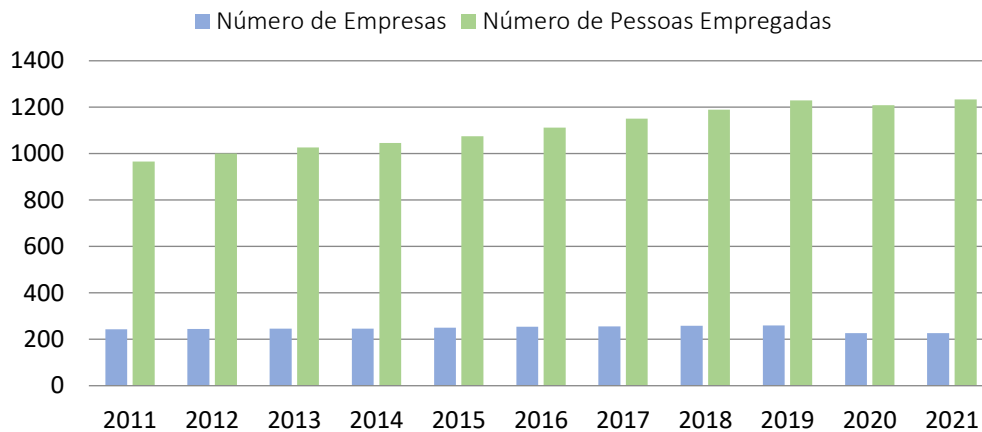
Distribuição das empresas por subsetor das ICC, em 2021



Fonte: [Destatis](#); [ZEW](#)

- Salienta-se ainda que o setor das ICC impulsionou de forma distinta o emprego, com 30,6% das pessoas empregadas a atuar como trabalhadores independentes, refletindo assim a sua natureza empreendedora.

Número de empresas e trabalhadores das ICC (em milhares), 2011-2021

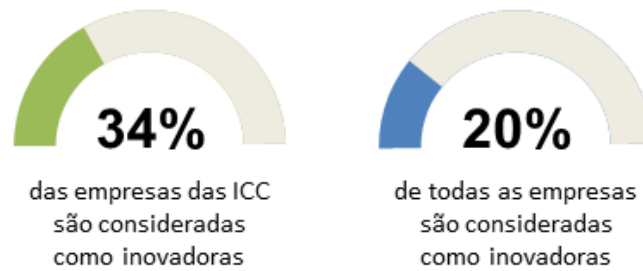


Fonte: [Destatis](#); [ZEW](#)

- As ICC são de extrema importância e a sua avaliação não se deve limitar apenas ao seu volume de negócios ou número de trabalhadores. É igualmente relevante a adoção de abordagens inovadoras que impulsionem a criatividade e estimulem a empatia em relação aos clientes e às suas necessidades. Além disso, há uma crescente procura por conteúdo digital e, mais do que nunca, os clientes procuram uma experiência emocional ao adquirir um produto ou serviço, em vez de apenas um serviço funcional.

Inovação nas ICC

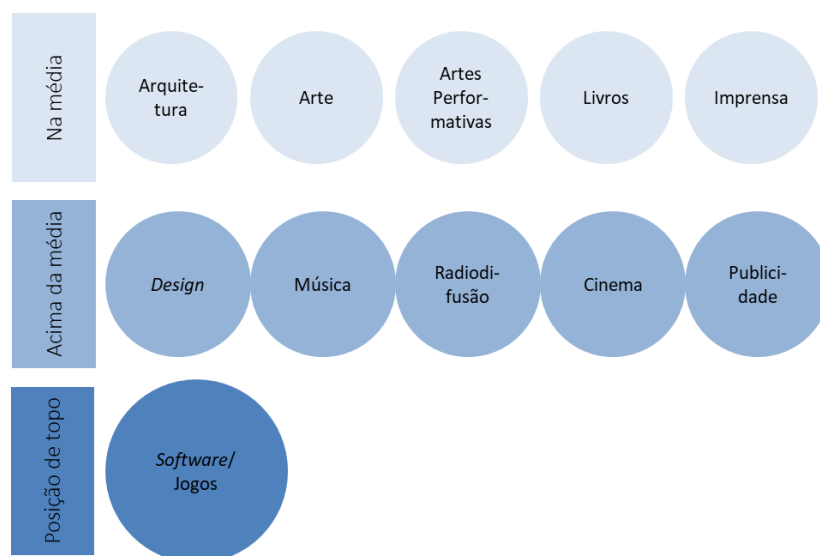
Inovação nas ICC



Fonte: [Kompetenzzentrum Kultur-und Kreativwirtschaft des Bundes](#), 2023

- As ICC apresentam assinaláveis diferenças nas suas atividades de inovação entre os diversos subsetores, sendo o segmento de *software* e jogos um claro catalisador do processo inovador.

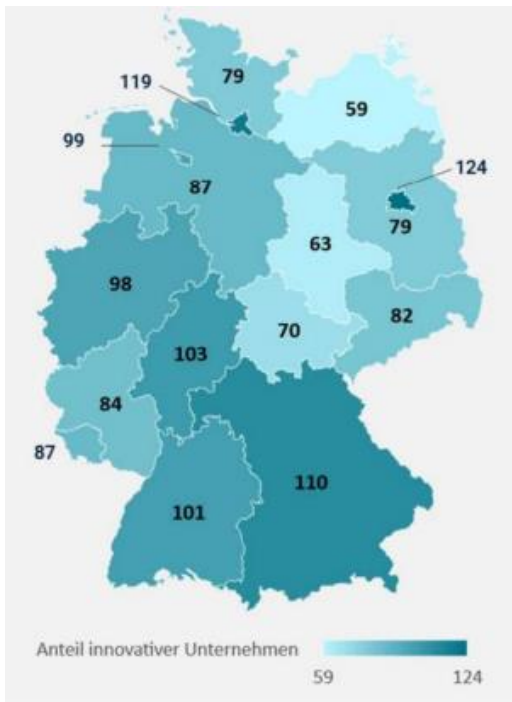
Inovação média por subsetor das ICC



Fonte: [Kompetenzzentrum Kultur-und Kreativwirtschaft des Bundes](#), 2023

- Os temas centrais de inovação abraçados pelas empresas das ICC abrangem um amplo espectro:
 - inovações digitais, como inteligência artificial, big data e realidade virtual;
 - inovações focadas na sustentabilidade, como neutralidade climática e reciclagem;
 - inovações com impacto social, como acessibilidade e inclusão;
 - inovações direcionadas a aprimorar a interação com o mercado consumidor, como experiência do utilizador, podcasts e marketing de conteúdo.

Diferenças regionais na inovação empresarial (índice Alemanha=100)



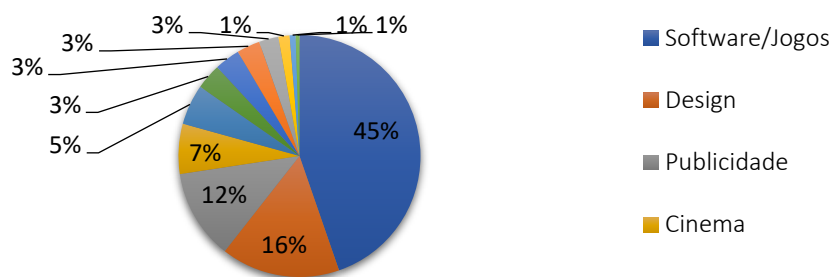
Berlim assume um papel destacado como líder na inovação no contexto das ICC. As empresas deste setor, localizadas em Berlim, apresentam um índice de inovação 24% superior à média alemã. Além disso, observa-se uma concentração significativa de empresas inovadoras noutras regiões-chave, como Hamburgo, Baviera, Baden-Vurtemberg, Hesse, Bremen e Renânia do Norte-Vestefália.

Fonte: [Kompetenzzentrum Kultur-und Kreativwirtschaft des Bundes](https://www.kompas.de/), 2023

Starts-ups nas ICC

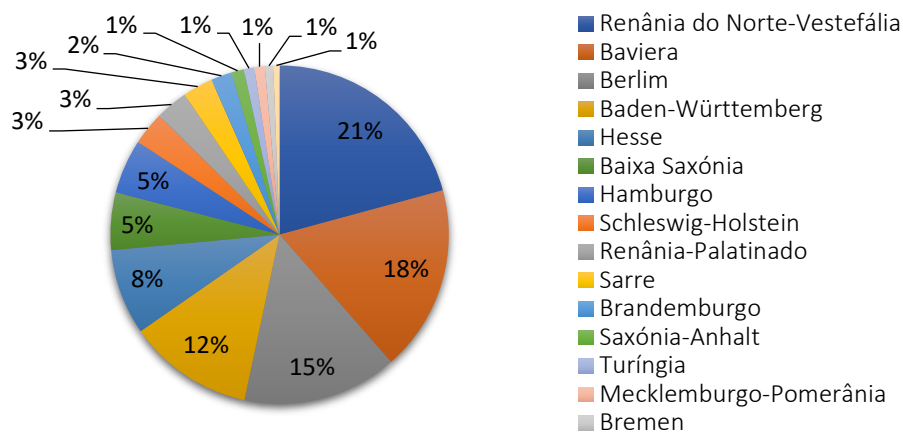
- As ICC desempenham um papel significativo no fomento das *starts-ups* na Alemanha, representando 5,1% da atividade total.
- O setor de *software/jogos* é, sem duvida, o principal impulsionador, representando quase metade de todas as *starts-ups* do país.

Distribuição das *starts-ups* por subsector das ICC, em 2021



Fonte: [Kompetenzzentrum Kultur-und Kreativwirtschaft des Bundes](https://www.kompas.de/), 2022

- No que diz respeito à distribuição das *starts-ups*, os estados de Renânia do Norte-Vestefália, Baviera, Berlim e Baden-Vurtemberg sobressaem de forma positiva.

Distribuição das *start-ups* por Estado Federal, em 2021

Fonte: [Kompetenzzentrum Kultur-und Kreativwirtschaft des Bundes](#), 2022

RECOMENDAÇÕES

Abordagem ao mercado

- **Parceiros locais:** estabelecer parcerias com agentes, distribuidores ou artistas locais pode ser extremamente benéfico para entrar no mercado alemão das ICC. Estas parcerias proporcionam *insights* valiosos sobre tendências e facilitam o acesso a contactos locais.
- **Presença física no mercado:** feiras e eventos similares são importantes para a divulgação de produtos e serviços, prospeção de contactos e oportunidades de negócio. Dada a dimensão e competitividade da Alemanha neste setor, a presença nos principais eventos é crucial.
- **Seguros:** os artistas podem subscrever um seguro através da [Künstlersozialkasse \(KSK\)](#). Uma visão geral das apólices de seguro está disponível no [portal da BMWK](#).
- **Contratos:** enquanto trabalhador independente ou empresário é fundamental ter um conhecimento básico do que procurar nos contratos. No entanto, um advogado ou notário pode também ser uma ajuda valiosa na elaboração/negociação de um contrato de trabalho. A [Bundesverband Bildender Künstlerinnen und Künstler](#) oferece informações pormenorizadas na sua publicação [ProKunst5](#).
- **Fiscalidade:** os consultores fiscais desempenham um papel crucial em questões de direito fiscal e gestão empresarial, além de auxiliarem na escolha da forma jurídica mais favorável. A [Bundes Steuerberater Kammer](#) e a [Deutscher Steuerberaterverband](#) podem ajudar nesta procura.

Abordagem ao cliente

- **Adaptação à nova geração:** a Geração Limbo é uma geração que enfrenta limitações financeiras e dificuldades laborais, mas cujos hábitos de consumo são determinados pelas preocupações crescentes com a sustentabilidade e os comportamentos éticos. Perceber esta geração e os seus comportamentos facilita a tarefa das empresas que operam nos setores cultural e criativo, sobretudo para aquelas que pretendem internacionalizar-se, dado que estas questões, já visíveis em Portugal, são ainda mais prementes na Alemanha.

FORMAS DE APOIOS LOCAIS

Apoios

- **Starts-ups:** vários estados federais oferecem consultoria gratuita para *starts-ups* ou subsídios para mitigar os custos. Uma visão abrangente dessas ofertas está disponível no [portal de starts-ups da BMWK](#).
- **PMEs:** as pequenas e médias empresas podem beneficiar do programa [Förderung von Unternehmensberatungen für KMU](#) se:
 - forem juridicamente independentes e atuarem no setor comercial ou em profissões liberais;
 - tiverem a sua sede social e operações comerciais na Alemanha;
 - tiverem menos de 250 empregados e um volume de negócios anual não superior a 50 milhões de euros ou um balanço anual não superior a 43 milhões de euros.
- **Crowdfunding:** o *crowdfunding* pode ser uma forma de os profissionais independentes angariarem o capital necessário para um projeto, trabalho ou até mesmo para fundar uma empresa. Não existem critérios de exclusão, como garantias ou capital próprio insuficientes, e não há exclusão dos setores que, geralmente não são financiados pelos bancos. Além disso, o *crowdfunding* vai além de questões de financiamento, sendo também uma importante ferramenta de *marketing*.

Associações setoriais

O Ministério Federal da Economia e da Proteção do Clima (BMWK) fornece uma [lista](#) extensa de centros de aconselhamento, associações, iniciativas e outros agentes das indústrias culturais e criativas.

- [Arbeitsagentur](#)
- [Auswärtige Amt](#)
- [Bayernkreativ](#)
- [Beauftragte der Bundesregierung für Kultur und Medien](#)
- [BMWK-Expertenforum](#)
- [Bundesverband Deutscher Stiftungen](#)
- [Bundesweite Gründerinnenagentur](#)
- [Camões Berlim](#)
- [Creative City Berlin](#)
- [CREATIVE.NRW-Kompetenzzentrum Kreativwirtschaft](#)
- [Crew United](#)
- [Deutscher Kulturrat](#)
- [Dock 11-Promoting Creative Industries Saarland](#)
- [Germany Trade & Invest-GTAI](#)
- [Hamburg Kreativ Gesellschaft](#)
- [Industrie-und Handelskammer](#)
- [Initiative Kultur-und Kreativwirtschaft](#)
- [Institut für Freie Berufe](#)
- [Klub Dialog](#)
- [Koalition Kultur-und Kreativwirtschaft in Deutschland](#)
- [Kompetenzteam Kultur-und Kreativwirtschaft München](#)
- [Kompetenzzentrum Kreativwirtschaft der Stadt Frankfurt/Main](#)
- [Kompetenzzentrum Kultur-und Kreativwirtschaft des Bundes](#)
- [Kreativ Kultur Berlin](#)
- [Kreativagentur Brandenburg](#)
- [Kreative Deutschland - Bundesverband der Kultur-und Kreativwirtschaft Deutschland](#)
- [Kreative MV](#)
- [KREATIVES SACHSEN](#)
- [Kreativwirtschaft Sachsen-Anhalt](#)

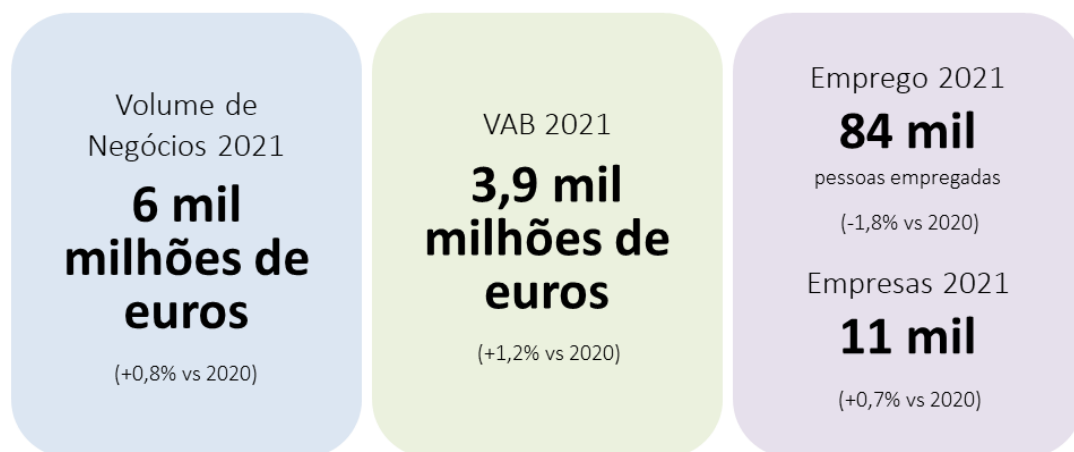
- [Kreativwirtschaft Schleswig-Holstein](#)
- [Kultur-und Kreativwirtschaft Hessen](#)
- [Kultur-und Kreativwirtschaft Niedersachsen](#)
- [Kulturförderberatung Berlin](#)
- [Kulturprojekte Berlin](#)
- [Kulturstiftung des Bundes](#)
- [Kunst-und Kreativwirtschaft](#)
- [Künstlersozialkasse](#)
- [Markterschließungsprogramm](#)
- [Mediennetzwerk.NRW](#)
- [MFG Kreativ](#)
- [Portal "Kreatives Brandenburg"](#)
- [Projekt Zukunft](#)
- [Servicecenter Kultur MV](#)
- [Thüringer Agentur für die Kreativwirtschaft](#)
- [Touring Artists](#)
- [WFB Wirtschaftsförderung Bremen](#)

INDÚSTRIAS CULTURAIS

Música

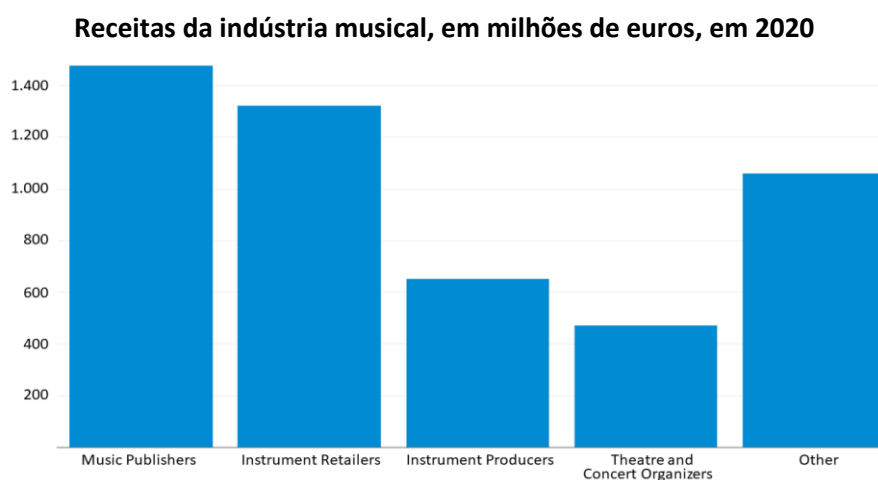
- A indústria musical inclui músicos e grupos de música, compositores e letristas, empresas produtoras e distribuidoras, editoras discográficas e organizadores de concertos. O comércio de música também desempenha um papel importante, juntamente com os prestadores de serviços associados a esta área.

O Mercado



Fonte: [Destatis](#), 2022

As receitas do setor musical na Alemanha estão repartidas da seguinte forma:



Fonte: [GTAI](#)

- As salas de espetáculos e os eventos ao vivo registaram receitas de 473 milhões de euros em 2020, recuperando lentamente da pandemia. Na Alemanha, existem 130 orquestras que realizam um total de mais de 9 mil concertos por ano.

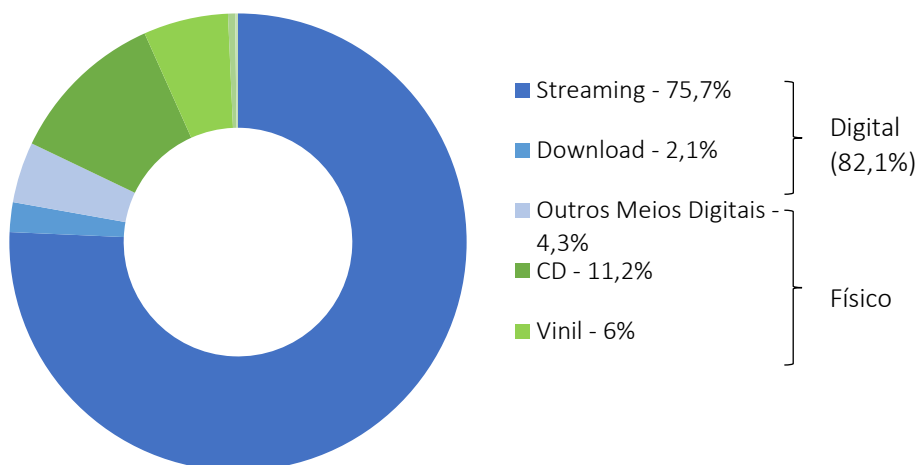
Empresas com o maior volume de negócios na indústria musical alemã, em 2020

TOP 3:   	
375 Media	iGroove AG
Believe/GoodToGo	Naxos
Bertus	PIAS
BMG	Recordjet
DistroKid	Tonpool
Edel/Kontor	Zebralution

Fonte: [GfK Entertainment](#)

- O volume de vendas está atualmente a níveis semelhantes aos de há 20 anos atrás, no entanto, a forma como a música é consumida mudou completamente.

Quota de receitas de vendas de música, em 2020



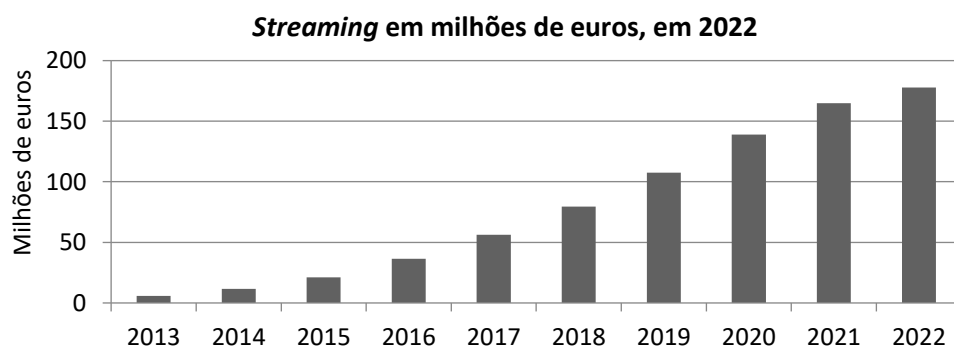
Fonte: [Bundesverband Musikindustrie](#)

Desafios

- **Formatos físicos:** embora a importância do CD continue a diminuir, em 2022, ainda é o segundo mais importante impulsionador de vendas:
 - **vendas em CD:** 286 milhões de euros (um quarto das vendas de CD de 2013);
 - 124 milhões de euros foram gerados na venda de EPs em vinil, que permaneceram como a terceira fonte de receita mais importante (4x as vendas de 2013);
 - **previsões:** queda das vendas de suportes de som físicos até 2025 (300 milhões de euros, 13% das vendas totais do mercado).

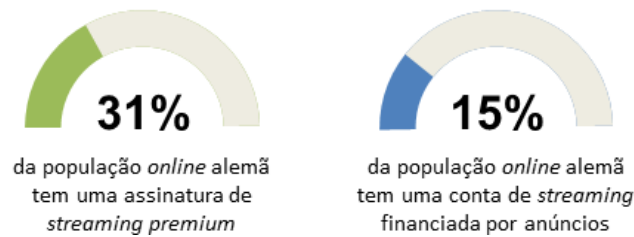
Oportunidades

- A Alemanha é conhecida mundialmente pela sua paixão por novas tecnologias e excelência em engenharia, e esse renome estende-se ao setor musical, onde o país se destaca na construção de instrumentos e na engenharia de *software*. A mão-de-obra alemã é altamente qualificada nesses campos, o que tem atraído cada vez mais empresas que reconhecem o valor de realizar produções.
- **Streaming:** de longe, o segmento de mercado mais forte, em 2022. A sua importância continua a aumentar e, com uma contribuição de 1,5 mil milhões de euros, representa cerca de três quartos das vendas totais de música. O relatório [Musikindustrie in Zahlen](#) apresenta uma comparação de 10 anos que mostra como é dinâmico o desenvolvimento do *streaming*, concluindo que, em 2013, as vendas representavam menos de um vigésimo do valor registado em 2022. As previsões continuam a apontar para um crescimento das vendas e, embora com um enfraquecimento gradual, espera-se que excedam os 2 mil milhões de euros em 2025.



Fonte: [Bundesverband Musikindustrie](#)

Premium Streaming na Alemanha



Fonte: [Bundesverband Musikindustrie](#)

- **Aplicações de vídeos curtos:** as aplicações de vídeos curtos, como o *TikTok*, estão a ganhar destaque no meio musical, fazendo já parte das principais fontes de consumo de música.

As principais formas de ouvir música na Alemanha



Fonte: [Engaging with Music](#), 2022

Recomendações

Apresentamos de seguida algumas recomendações, de forma a aprimorar a sua abordagem ao cliente e ao mercado:

- **Formação:** o aumento da competição nos mercados internacionais trouxe grandes expectativas por parte do público, especialmente nos campos da música clássica e do *jazz*. Para enfrentar este cenário desafiador, há uma variedade de opções de formação disponíveis, como escolas superiores, conservatórios e academias de música;
- **Promoção:** tocar regularmente em diferentes locais é importante para estabelecer uma rede de contactos e obter maior visibilidade. As plataformas *online*, como o *YouTube*, são também

essenciais para a autopromoção. Além disso, ter um portefólio (tanto digital como físico) é uma excelente forma de chegar aos intervenientes importantes do mercado;

- **Agentes e editoras:** numa fase inicial, é importante que o foco seja na prática e conteúdo musical. Portanto, é de considerar a contratação de um agente ou editora que se encarregue da produção, promoção e distribuição;
- **Contratos e direitos de exploração:** os compositores devem registar as suas criações no [GEMA](#). Enquanto sociedade de gestão coletiva, esta assegura o recebimento de direitos de autor quando as obras são tocadas, por exemplo, na rádio;
- **Diversificação:** numa fase inicial, a maioria dos músicos precisa de ter outras fontes de rendimento além da música, devido ao retorno financeiro muitas vezes baixo. Procurar empregos relacionados, como no ensino de música, pode ser uma opção interessante para se desenvolver dentro do espectro musical.

Comunicação

Feiras setoriais

- Na Alemanha, as feiras desempenham um papel importante no setor das ICC. Estes eventos reúnem empresas, profissionais e *stakeholders* da área, fornecendo uma plataforma para exibir e promover produtos, serviços e projetos. Eles proporcionam oportunidades valiosas para se conectar com profissionais do setor, explorar as últimas tendências e promover projetos e negócios.
 - [Altonale](#) - Hamburgo - 07 a 09.06.2024
 - [Classical: NEXT](#) - Berlim - 14 a 17.05.2024
 - [Jazzahead! - Bremen](#) - 11 a 14.04.2024
 - [International Kulturbörse Freiburg](#) - Freiburg - 20 a 22.01.2025
 - [Reeperbahn Festival](#) - Hamburgo - 20 a 23.09.2023

Associações setoriais

- O Ministério Federal da Economia e da Proteção do Clima (BMWK) fornece uma [lista](#) extensa de centros de consultoria, associações, iniciativas e outros agentes das indústrias culturais e criativas.
 - [Berlin Music Commission](#)
 - [Bundesinnungsverband der Musikinstrumentenbauer](#)
 - [Bundeskonzferenz Jazz](#)

- [Bundesverband der Deutschen Musikinstrumenten-Hersteller](#)
- [Bundesverband der Freien Musikschulen](#)
- [Bundesverband der Konzert-und Veranstaltungswirtschaft](#)
- [Bundesverband Musikindustrie](#)
- [CC Composers Club-Berufsverband der Auftragskomponisten in Deutschland](#)
- [Deutsche Jazzunion](#)
- [Deutscher Komponist:innenverband](#)
- [Deutscher Musikrat](#)
- [Deutscher Musikverleger-Verband](#)
- [Deutscher Tonkünstlerverband](#)
- [Deutsches Musikinformationszentrum](#)
- [Gesamtverband Deutscher Musikfachgeschäfte](#)
- [Gesellschaft für musikalische Aufführungs-und mechanische Vervielfältigungsrechte](#)
- [Initiative Musik](#)
- [Interessenverband Musikmanager & Consultants](#)
- [Kulturstiftung des Freistaates Sachsen](#)
- [LiveMusikKommission-Verband der Musikspielstätten](#)
- [mediamusic](#)
- [MusicTech Germany-Bundesverband Musiktechnologie Deutschland](#)
- [Musikszene Bremen](#)
- [Society Of Music Merchant](#)
- [Verband der Streichquartette und weiterer Kammermusik-Ensembles](#)
- [Verband deutscher Musikschulen](#)
- [Verband Deutscher Tonmeister*innen](#)
- [Verband Unabhängiger Musikunternehmerinnen](#)

Prémios e Incentivos

- Para além dos inúmeros programas de financiamento disponíveis para as ICC na Alemanha, existem ainda diversos concursos e prémios para as diferentes áreas. Estas distinções assumem um papel crucial no reconhecimento e incentivo à excelência artística e criativa.

Prémio / Incentivo	Descrição
<u>Bundeswettbewerb Gesang</u>	O objetivo principal do Concurso Nacional de Canto é promover a próxima geração de cantores e descobrir talentos vocais, musicais e <i>performers</i> excepcionais. O processo de avaliação tem em consideração critérios como a qualidade vocal, a interpretação, a técnica, e o conteúdo da atuação.
<u>Deutscher Musikwettbewerb</u>	O Concurso de Música Alemã é um projeto de apoio a jovens na área de música clássica transição para a vida profissional. O concurso é realizado uma vez por ano e abrange várias categorias.
<u>Förderdatenbank</u>	Base de dados de financiamento (federal, estatal e da UE) que contém informações sobre financiamento de projetos.
<u>Kreatives Europa</u>	Europa Criativa - Programa de financiamento da Comissão Europeia para o setor audiovisual das ICC.
<u>Kultur-und Kreativpiloten Deutschland</u>	A Iniciativa das Indústrias Culturais e Criativas do Governo Federal concede anualmente o título de "Pilotos Culturais e Criativos da Alemanha". Este prémio é destinado a pessoas que desejam iniciar um negócio com uma ideia criativa ou cultural especial.
<u>Young Innovators</u>	O financiamento é concebido para a participação de jovens empresas inovadoras num <i>stand</i> comum organizado pelas entidades organizadoras das feiras.

Livros

- O mercado dos livros é considerado um dos mercados clássicos das ICC na Alemanha. Engloba diversos segmentos, como as editoras de livros, o comércio de livros, os agentes literários, os encadernadores, os escritores e os tradutores.
- De acordo com a [Stiftung Lesen](#), cerca de 10% dos alemães leem todos os dias e mais de 20% fazem-no várias vezes por semana. Segundo a [Börsenverein des Deutschen Buchhandels](#) existem cerca de 1 milhão de títulos disponíveis e aproximadamente 90 mil novas publicações por ano na Alemanha.

O Mercado



Fonte: [Destatis](#), 2022

Desafios

- A indústria livreira enfrenta atualmente desafios significativos. O aumento dos custos (da energia, do pessoal e dos alugueres), juntamente com a escassez de papel, contribui para as dificuldades no setor. Assim, os custos de impressão de livros aumentaram consideravelmente ([21,1% em maio de 2022, em comparação com o mesmo mês de 2020](#)).

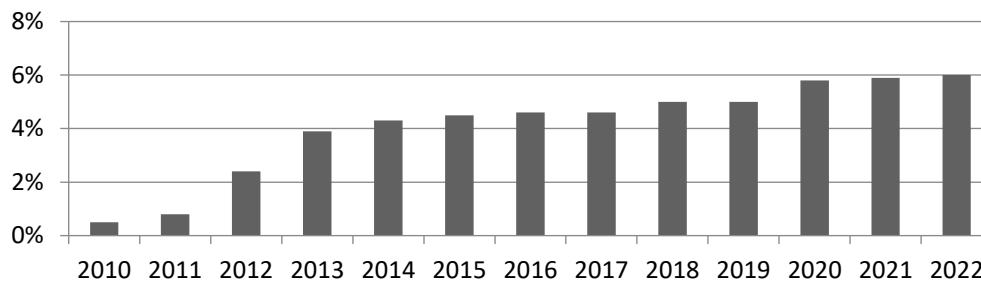
Oportunidades

- **Vendas online:** o comércio de livros *online* está a crescer significativamente, com um aumento nas vendas de 16,2% em 2022. No entanto, o comércio em lojas físicas continuou a ser o canal

dominante, [embora tenha demonstrado uma diminuição de 3,6% nas vendas face a 2020 e de 12,3% face a 2019.](#)

- **E-books e audiolivros:** apesar da crescente importância dos formatos digitais, as vendas de *e-books* tiveram apenas um ligeiro crescimento no primeiro semestre de 2022.

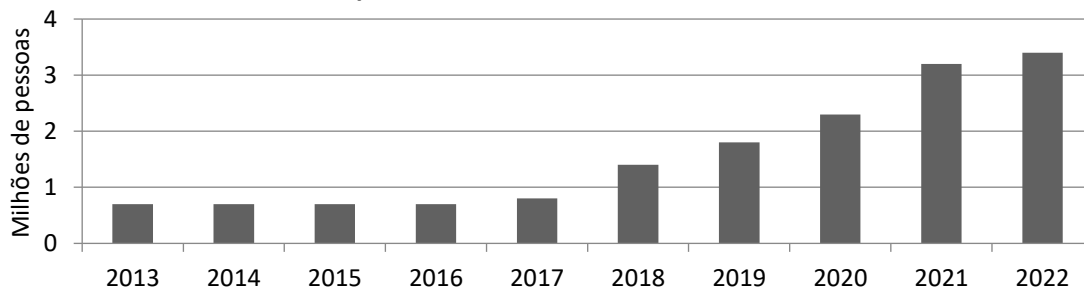
E-books: participação nas vendas, 2010-2022



Fonte: [Wie geht es dem Buchmarkt 2022/2023, Börsenvereines Deutschen Buchhandels, 2023](#)

- No entanto, o mercado de audiolivros apresentou um crescimento forte (+17% nas vendas em 2021), assim como o *streaming* (+32%).

Compradores de áudio livros, 2013-2022



Fonte: [Wie geht es dem Buchmarkt 2022/2023, Börsenvereines Deutschen Buchhandels, 2023](#)

Recomendações

Apresentamos de seguida algumas recomendações, de forma a aprimorar a sua abordagem ao cliente e ao mercado.

Recomendações para escritores:

- **Formação:** embora não seja necessária uma formação específica, é importante que os escritores adquiram competências técnicas ao longo do tempo, por exemplo, através de seminários, *workshops*, cursos de formação contínua, etc. A troca de conhecimentos com outros escritores também pode ser valiosa;

- **Promoção:** organizar leituras das suas obras em instituições públicas, casas de literatura, escolas ou outros locais, é uma forma de se promover e chamar a atenção de leitores e editoras. Para além disso, as leituras podem ser uma fonte de rendimento importante;
- **Contratos e direitos:** nas negociações é crucial estar familiarizado com as normas do setor e esclarecer questões importantes, como a percentagem do volume de negócios no preço de venda, a participação nas receitas de direitos subsidiários e a estratégia de divulgação;
- **Diversificação:** procurar oportunidades em campos complementares pode ser uma forma interessante de diversificar a oferta. Explorar áreas como jornalismo, formação contínua (por exemplo, cursos de escrita criativa em universidades ou centros de educação de adultos) e palestras em eventos culturais.

Recomendações para tradutores:

- **Formação:** para se destacar, é importante que os profissionais tenham conhecimentos profundos da língua estrangeira que estão a traduzir, assim como um bom domínio da língua alemã. É possível obter e melhorar essas capacidades por meio de uma formação académica relevante;
- **Contratos e direitos:** como tradutor literário, recomenda-se evitar traduzir livros sem um contrato prévio com uma editora, uma vez que o risco de não encontrar interessados no manuscrito traduzido é elevado;
- **Especialização:** para trabalhar como tradutor técnico ou para empresas, é essencial ter conhecimento detalhado do setor em questão, de modo a conseguir comunicar com o cliente e demonstrar compreensão dos assuntos;
- **Organizações profissionais:** os membros de associações de tradutores podem apresentar-se a potenciais clientes através de diretórios *online*, destacando as suas combinações linguísticas, áreas temáticas e excertos da sua bibliografia.

Comunicação

Feiras setoriais

- Na Alemanha, as feiras desempenham um papel importante no setor das ICC. Estes eventos reúnem empresas, profissionais e *stakeholders* da área, fornecendo uma plataforma para exibir e promover produtos, serviços e projetos. Eles proporcionam oportunidades valiosas para se conectar com profissionais do setor, explorar as últimas tendências e promover projetos e negócios.

- [Altonale](#) - Hamburgo - 07 a 09.06.2024
- [Didacta](#) - Colónia - 20 a 24.02.2024
- [Frankfurter Buchmesse](#) - Frankfurt - 18 a 22.10.2023
- [Internationaler Comic-Salon Erlangen](#) - Erlangen - 30.05 a 02.06.2024
- [Leipziger Autorinnenrunde](#) - Leipzig - 23.03.2024
- [Leipziger Buchmesse](#) - Leipzig - 21 a 24.03.2024
- [Manga-Comic-Com](#) - Leipzig - 21 a 24.03.2024

Associações setoriais

- O Ministério Federal da Economia e da Proteção do Clima (BMWK) fornece uma [lista](#) extensa de centros de aconselhamento, associações, iniciativas e outros agentes das indústrias culturais e criativas.
 - [Autorinnenvereinigung](#)
 - [Börsenverein des Deutschen Buchhandels](#)
 - [Bundesverband der Dolmetscher und Übersetzer](#)
 - [Bundesverband junger Autoren und Autorinnen](#)
 - [Deutsche Literaturkonferenz](#)
 - [Freier Deutscher Autorenverband](#)
 - [Freundeskreis zur Förderung literarischer und wissenschaftlicher Übersetzungen](#)
 - [Kulturstiftung des Freistaates Sachsen](#)
 - [Kurt Wolff Stiftung](#)
 - [Verband deutscher Schriftstellerinnen und Schriftsteller](#)

Prémios e Incentivos

- Para além dos inúmeros programas de financiamento disponíveis para as ICC na Alemanha, existem ainda diversos concursos e prémios para as diferentes áreas. Estas distinções assumem um papel crucial no reconhecimento e incentivo à excelência artística e criativa.

Prémio / Incentivo	Descrição
Deutscher Literaturfonds	Fundo Alemão de Literatura - Instituição independente que apoia a literatura contemporânea em língua alemã.
Deutscher Übersetzerfonds	Fundo Alemão para Tradutores - Dedicar-se ao financiamento de tradutores de alta qualidade e eficiência a nível nacional.
Förderdatenbank	Base de dados de financiamento (federal, estatal e da UE) que contém informações sobre financiamento de projetos.
Kreatives Europa	Europa Criativa - Programa de financiamento da Comissão Europeia para o setor audiovisual das ICC.
Kultur-und Kreativpiloten Deutschland	A Iniciativa das Indústrias Culturais e Criativas do Governo Federal concede anualmente o título de "Pilotos Culturais e Criativos da Alemanha". Este prémio é destinado a pessoas que desejam iniciar um negócio com uma ideia criativa ou cultural especial.
Young Innovators	O financiamento é concebido para a participação de jovens empresas inovadoras num stand comum organizado pelas entidades organizadoras das feiras.

Arte

- A arte é um subsetor relativamente pequeno dentro das ICC, quer quando medido pelo número de empresas, quer pelo volume de negócios. No entanto, a sua importância é significativa para a imagem e identidade do setor como um todo.
- Além dos artistas plásticos, fazem também parte deste mercado as lojas de museus, galerias de arte e lojas de antiguidades.

O Mercado



Fonte: [Destatis](#), 2022

- O comércio de arte foi responsável pela maior parcela das vendas, [correspondendo a 37,8% do total](#). Porém, tanto as galerias de arte como os museus enfrentaram uma queda nas vendas em 2021. Neste mercado, dois terços dos empregados são artistas plásticos independentes.

Desafios

- O mercado de arte alemão é altamente competitivo, com numerosas galerias, artistas e instituições já estabelecidas. Ganhar reconhecimento e uma reputação positiva requer, portanto, tempo, profissionalismo e investimento, de modo a construir confiança e credibilidade.
- Além disso, há inúmeros regulamentos a cumprir, principalmente no que diz respeito a leis de importação e exportação, incluindo as respetivas implicações fiscais. Esta complexidade torna a entrada no mercado alemão desafiante para empresas e trabalhadores estrangeiros.

Oportunidades

- Muitas galerias aproveitaram o período pandémico para se adaptarem e explorarem novas oportunidades, desenvolvendo apresentações digitais e estratégias de vendas *online*, que impulsionaram ainda mais a tendência de expansão digital da arte.
- Além disso, surgiram certificados de propriedade digital, como os *NFTs (tokens não fungíveis)* e o uso de criptomoedas baseadas em *blockchain*. Estas inovações têm o potencial de tornar o mercado de arte mais transparente, democrático e descentralizado, abrindo novas possibilidades para artistas e colecionadores.

Recomendações

Apresentamos de seguida algumas recomendações, de forma a aprimorar a abordagem ao cliente e ao mercado:

- **Promoção:** investir na autopromoção, criando um *website* próprio e uma página nas redes sociais, onde poderá fazer uma mostra do trabalho e anunciar a participação em eventos;
- **Galerias:** as galerias são importantes para impulsionar a carreira de jovens artistas, pois expõem as obras e fornecem contactos valiosos. É importante procurar galerias que estejam alinhadas com o estilo de arte e que sejam adequadas à fase da carreira;
- A [Associação Federal de Galerias de Arte](#) oferece uma visão geral das galerias;
- Caso não existam oportunidades de exposição, uma opção a considerar será a organização de exposições por conta própria ou em colaboração com outros artistas para abrir uma galeria colaborativa;
- **Contratos e direitos:** geralmente, a cooperação com uma galeria envolve exclusividade temporária das obras e um acordo de cooperação. Para se expor e vender arte na Alemanha, há muitos aspetos a esclarecer e a considerar:
 - seguros: confirmar se a obra será segurada e se a galeria cobre alguns custos (como transporte, equipamento, seguro). Se possível, é aconselhável efetuar um acordo de garantia de compra;
 - contratos: é importante assinar contratos e registar as receitas. O sindicato [ver.di](#) oferece modelos de contratos para estes casos;
- **Diversificação:** como complemento do rendimento obtido, é recomendado manter na mesma uma ligação contínua com a respetiva área artística, por exemplo, na área da educação cultural: projetos artísticos para crianças, propostas para empresas, ilustrações para editoras, etc.

Comunicação

Feiras setoriais

- Na Alemanha, as feiras desempenham um papel importante no setor das ICC. Estes eventos reúnem empresas, profissionais e *stakeholders* da área, fornecendo uma plataforma para exibir e promover produtos, serviços e projetos. Eles proporcionam oportunidades valiosas para se conectar com profissionais do setor, explorar as últimas tendências e promover projetos e negócios.
 - [Affordable Art Fair](#) - Hamburgo - 09 a 12.11.2023
 - [Altonale](#) - Hamburgo - 07 a 09.06.2024
 - [Art Cologne](#) - Colónia - 16 a 19.11.2023
 - [Art Karlsruhe](#) - Karlsruhe - 22 a 25.02.2024
 - [Berlin Art Week](#) - Berlim - 13 a 17.09.2023
 - [Creativa](#) - Dortmund - 20 a 24.03.2024
 - [Creativeworld](#) - Frankfurt - 27 a 30.01.2024
 - [Documenta](#) - Kassel - 12.06 a 19.09.2027
 - [EXPONATEC Cologne](#) - Colónia - 16 a 18.11.2023
 - [MUTEC](#) - 07 a 08.11.2024

Associações setoriais

- O Ministério Federal da Economia e da Proteção do Clima (BMWK) fornece uma [lista](#) extensa de centros de aconselhamento, associações, iniciativas e outros agentes das indústrias culturais e criativas.
 - [Art Directors Club](#)
 - [Bundesverband Bildender Künstlerinnen und Künstler](#)
 - [Bundesverband Deutscher Galerien und Kunsthändler](#)
 - [Bundesverband Deutscher Kunstversteigerer](#)
 - [Bundesverband Kunsthandwerk-Berufsverband Handwerk Kunst Design](#)
 - [Deutscher Künstlerbund](#)
 - [Deutscher Verband für Kunstgeschichte](#)
 - [Handwerkskammer](#)
 - [Institut für Auslandsbeziehungen](#)
 - [Internationale Gesellschaft der Bildenden Künste](#)
 - [Kulturstiftung des Freistaates Sachsen](#)

- [Verband der Gemeinschaften der Künstlerinnen und Kunstförderer](#)
- [Verband Deutscher Antiquare](#)
- [Verein zur Veranstaltung von Kunstausstellungen](#)

Prémios e Incentivos

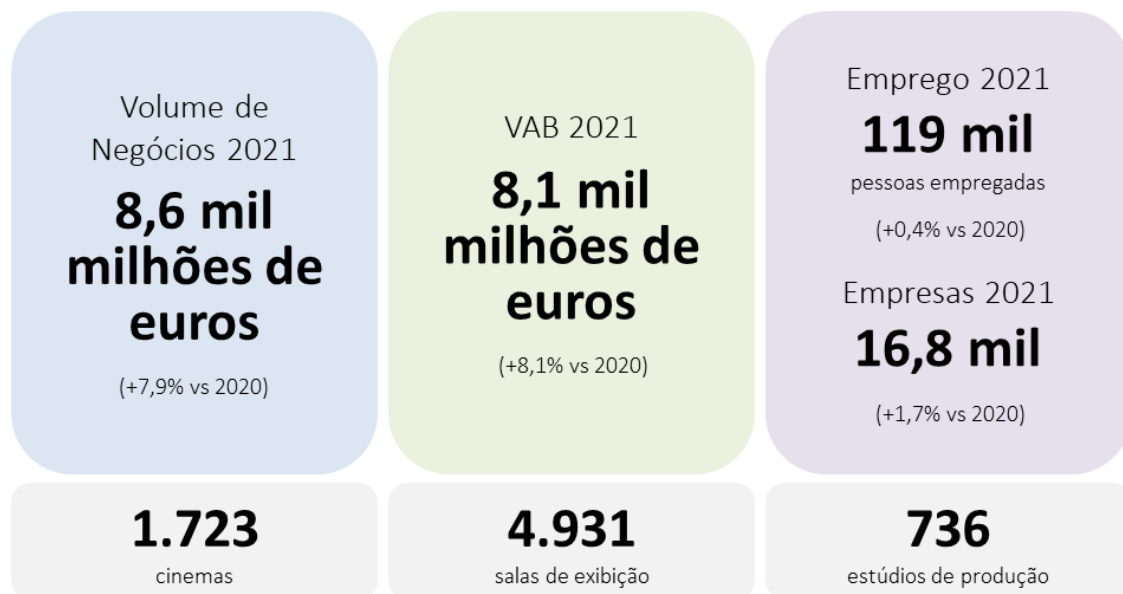
- Para além dos inúmeros programas de financiamento disponíveis para as ICC na Alemanha, existem ainda diversos concursos e prémios para as diferentes áreas. Estas distinções assumem um papel crucial no reconhecimento e incentivo à excelência artística e criativa.

Prémio / Incentivo	Descrição
Förderdatenbank	Base de dados de financiamento (federal, estatal e da UE) que contém informações sobre financiamento de projetos.
Kreatives Europa	Europa Criativa - Programa de financiamento da Comissão Europeia para o setor audiovisual das ICC.
Kultur-und Kreativpiloten Deutschland	A Iniciativa das Indústrias Culturais e Criativas do Governo Federal concede anualmente o título de "Pilotos Culturais e Criativos da Alemanha". Este prémio é destinado a pessoas que desejam iniciar um negócio com uma ideia criativa ou cultural especial.
Young Innovators	O financiamento é concebido para a participação de jovens empresas inovadoras num stand comum organizado pelas entidades organizadoras das feiras.

Cinema

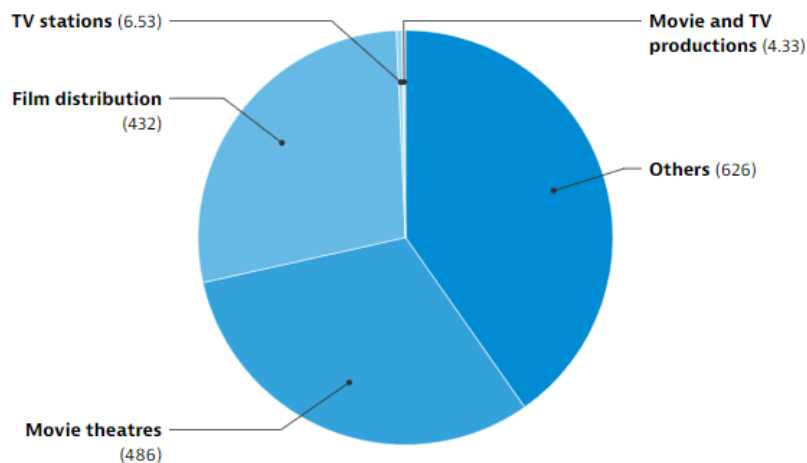
- A indústria cinematográfica inclui os produtores e distribuidores de filmes, os fornecedores de programas de vídeo, os cineastas e os operadores de cinema.
- Além disso, é constituída por muitos artistas independentes, que representam metade de todos os intervenientes neste subsetor.

O Mercado



Fonte: [Destatis](#), 2022

- As receitas da indústria cinematográfica provêm de diferentes fontes, destacando-se a distribuição de filmes e os cinemas.

Volume de negócios da indústria cinematográfica alemã, em 2020 (em milhões de euros)

Fonte: [GTAI](#)

- Em 2021, os cinemas alemães venderam 42 milhões de bilhetes, o que equivale a cerca de 0,5 visitas anuais ao cinema por cidadão alemão. O preço médio dos bilhetes foi de 8,87 euros.
- A Alemanha tem uma longa tradição cinematográfica. O [Studio Babelsberg](#), fundado em 1912 nos arredores de Berlim, é o primeiro e um dos maiores estúdios de produção cinematográfica na Alemanha. Além deste, existem inúmeras empresas nesta área, concentradas principalmente em quatro áreas: Berlim-Brandemburgo, Renânia do Norte-Vestefália, Baviera e Hamburgo.

Desafios

- O crescimento da indústria cinematográfica está a abrandar devido à escassez de trabalhadores qualificados, que resulta em falta de pessoal, especialmente na gestão da produção.
- Além disso, os custos de energia e materiais estão a aumentar significativamente e há preocupações em relação à recessão económica e à queda na procura.
- O ritmo de crescimento dos fornecedores de serviços técnicos e empresas de pós-produção está também a diminuir, assim como a indústria de produção como um todo.
- No mercado doméstico, o crescimento das vendas é impulsionado principalmente pelas plataformas de *streaming*, enquanto o mercado físico continua em declínio significativo.

Oportunidades

- **Streaming:** recentemente, os serviços de *streaming* estão a experienciar um rápido crescimento na Alemanha. As tendências convencionais de consumo de filmes estão a mudar

significativamente devido ao aumento dos serviços de *on-demand streaming*, que também oferecem novas oportunidades de mercado.

Recomendações

Apresentamos de seguida algumas recomendações, de forma a aprimorar a abordagem ao cliente e ao mercado:

- **Formação:** é essencial para as empresas portuguesas manterem-se atualizadas das tendências e avanços tecnológicos no setor cinematográfico. Deverão estar abertas a experimentar novas ferramentas e técnicas que possam melhorar a qualidade e a eficiência do seu trabalho;
- **Promoção:** construir uma filmografia e torná-la acessível ao público num *website* próprio e respetivas redes sociais. Além disso, uma boa forma de se apresentar a um grande número de pessoas é ser incluído no programa de um festival de cinema;
- **Produtores:** a maioria dos cineastas não consegue levar as suas ideias para o ecrã sozinho. A melhor forma é começar a trabalhar em conjunto com empresas de produção e produtores experientes;
- **Organizações profissionais:** as redes da indústria podem ajudar a descobrir mais sobre o funcionamento do setor, encontrar cineastas disponíveis para parcerias e ainda fornecer informações práticas, como relativas a honorários, contratos ou aconselhamento jurídico.

Comunicação

Feiras setoriais

- Na Alemanha, as feiras desempenham um papel importante no setor das ICC. Estes eventos reúnem empresas, profissionais e *stakeholders* da área, fornecendo uma plataforma para exibir e promover produtos, serviços e projetos. Eles proporcionam oportunidades valiosas para se conectar com profissionais do setor, explorar as últimas tendências e promover projetos e negócios.
 - [Altonale](#) - Hamburgo - 07 a 09.06.2024
 - [Berlinale](#) - Berlim - 15 a 25.02.2024
 - [Filmfest München](#) - Munique - data a anunciar

Associações setoriais

- O Ministério Federal da Economia e da Proteção do Clima (BMWK) fornece uma [lista](#) extensa de centros de aconselhamento, associações, iniciativas e outros agentes das indústrias culturais e criativas.
 - [AG Kino-Gilde Deutscher Filmkunsttheater](#)
 - [AG Kurzfilm-Bundesverband Deutscher Kurzfilm](#)
 - [AG Verleih-Verband unabhängiger Filmverleiher](#)
 - [Allianz Deutscher Produzenten-Film & Fernsehen](#)
 - [Arbeitsgemeinschaft Dokumentarfilm](#)
 - [Berufsvereinigung Filmton](#)
 - [Bundesverband Casting](#)
 - [Bundesverband Deutscher Film-und AV-Produzenten](#)
 - [Bundesverband Deutscher Film-Autoren](#)
 - [Bundesverband Deutscher Stuntleute](#)
 - [Bundesverband Filmschnitt Editor](#)
 - [Bundesverband Kinematografie](#)
 - [Bundesverband kommunale Filmarbeit](#)
 - [Bundesverband Produktion Film und Fernsehen](#)
 - [Bundesverband Regie](#)
 - [Bundesverband Schauspiel](#)
 - [Bundesvereinigung Maskenbild](#)
 - [DEFKOM - Deutsche Filmkomponistenunion](#)
 - [Fernseh-und Kinotechnische Gesellschaft](#)
 - [German Films](#)
 - [HDF KINO](#)
 - [Interessenverband Deutscher Schauspieler](#)
 - [Kulturstiftung des Freistaates Sachsen](#)
 - [Spitzenorganisation der Filmwirtschaft](#)
 - [Verband der deutschen Filmkritik](#)
 - [Verband der Filmverleiher](#)
 - [Verband der Requisite & Set Decoration](#)
 - [Verband Deutscher Drehbuchautoren](#)
 - [Verband Deutscher Filmexporteure](#)
 - [Verband Deutscher Schauspieler-Agenturen](#)

- [Verband Deutscher Tonmeister*innen](#)
- [Verband für Film-und Fernsehproduktionswirtschaft](#)
- [Verband Technischer Betriebe für Film und Fernsehen](#)
- [Werbung im Kino](#)
- [Women in Film & Television Germany](#)

Prémios e Incentivos

- A Alemanha é um local atrativo para a produção cinematográfica internacional e a maioria dos filmes produzidos no país é parcialmente financiada por programas públicos, tanto a nível nacional como regional.
- Para além dos inúmeros programas de financiamento disponíveis para as ICC na Alemanha, existem ainda diversos concursos e prémios para as diferentes áreas. Estas distinções assumem um papel crucial no reconhecimento e incentivo à excelência artística e criativa.

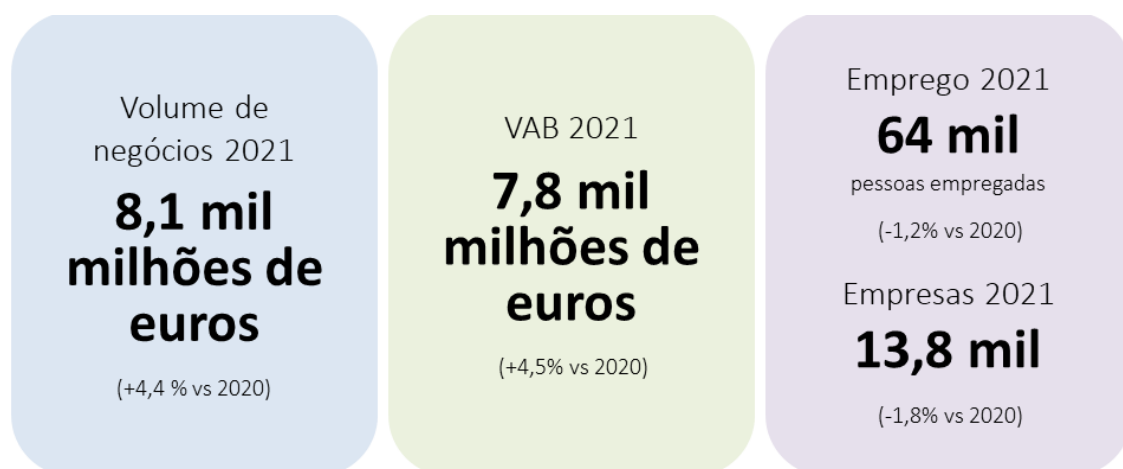
Prémio / Incentivo	Descrição
Deutscher Drehbuchpreis	Para promover a criação de bons argumentos, o Governo Federal atribui todos os anos o Prémio Alemão de Argumento.
Deutscher Filmförderfonds	Fundo Federal de Cinema - Apoia a produção de longas-metragens na Alemanha, reembolsando até 20% dos custos de produção.
Deutscher Filmpreis	Todos os anos, o governo alemão atribui o Prémio de Cinema Alemão às melhores longas-metragens, documentários e filmes.
Deutscher Kurzfilmpreis	O Prémio Alemão de Curtas-Metragens é o maior prémio para curtas-metragens na Alemanha.
Deutscher Wirtschaftsfilmpreis	O Prémio Alemão de Cinema de Negócios anuncia anualmente os melhores filmes de e sobre negócios.
Drehbuchförderung für programmfüllende Kinderfilme	Desde 1992, o Governo Federal apoia o desenvolvimento de bons argumentos para longas-metragens infantis.
Drehbuchförderung für programmfüllende Spielfilme	O objetivo do Financiamento de Argumentos para Longas-Metragens é promover o desenvolvimento de bons argumentos.

Filmförderung nach dem Filmförderungsgesetz	Financiamento de Filmes ao Abrigo da Lei de Promoção do Cinema - Implementação de medidas para promover e melhorar a estrutura da indústria cinematográfica alemã.
Förderdatenbank	Base de dados de financiamento (federal, estatal e da UE) que contém informações sobre financiamento de projetos.
German Motion Picture Fund	Fundo Alemão para o Cinema - Apoio à produção de longas-metragens e séries de ficção com coprodução internacional.
Kreatives Europa	Europa Criativa - Programa de financiamento da Comissão Europeia para o setor audiovisual das ICC.
Kultur-und Kreativpiloten Deutschland	A Iniciativa das Indústrias Culturais e Criativas do Governo Federal concede anualmente o título de "Pilotos Culturais e Criativos da Alemanha". Este prémio é destinado a pessoas que desejam iniciar um negócio com uma ideia criativa ou cultural especial.
Produktionsförderung für Kinderfilme	Financiamento da Produção de Filmes Infantis - Cria condições favoráveis à produção de filmes infantis.
Produktionsförderung für Kurzfilme	Financiamento da Produção de Curtas-Metragens - Promove os jovens cineastas na produção de curtas-metragens.
Produktionsförderung für programmfüllende Spiel- und Dokumentarfilme	Financiamento da Produção de Longas-Metragens e Documentários - Apoia a produção de longas-metragens de ficção e documentários.
Verleihförderung	Os distribuidores de filmes comerciais podem candidatar-se ao Financiamento da Distribuição para cobrir os custos preliminares da distribuição de filmes alemães de mérito artístico.
Young Innovators	O financiamento é concebido para a participação de jovens empresas inovadoras num stand comum organizado pelas entidades organizadoras das feiras.

Radiodifusão

- Desde o final dos anos 80, o setor da rádio e televisão está dividido em duas partes. Para além da radiodifusão pública, existe a radiodifusão privada, que se financia através do mercado (publicidade, taxas de assinatura, televendas, etc.).
- Existem ainda algumas estações de rádio locais não comerciais, estações de rádio na Internet e estações de televisão universitárias.

O Mercado



Fonte: [Destatis](#), 2022

- O mercado alemão da televisão é composto por estações privadas - com destaque para a [ProSiebenSat1](#) e a [RTL](#) - e estações públicas, financiadas pelo Estado - como a [ARD](#) e a [ZDF](#). Além disso, existem ainda uma série de estações de televisão públicas regionais.
- [A televisão paga e o video on demand são populares na Alemanha, com cerca de 8 milhões de lares a subscrever esses serviços, gerando receitas de 4,7 mil milhões de euros. Para além disso, outras formas de assinaturas que não se baseiam em conteúdos, como taxas de utilização de cabo, representam 3,3 mil milhões de euros em receitas.](#)

Desafios

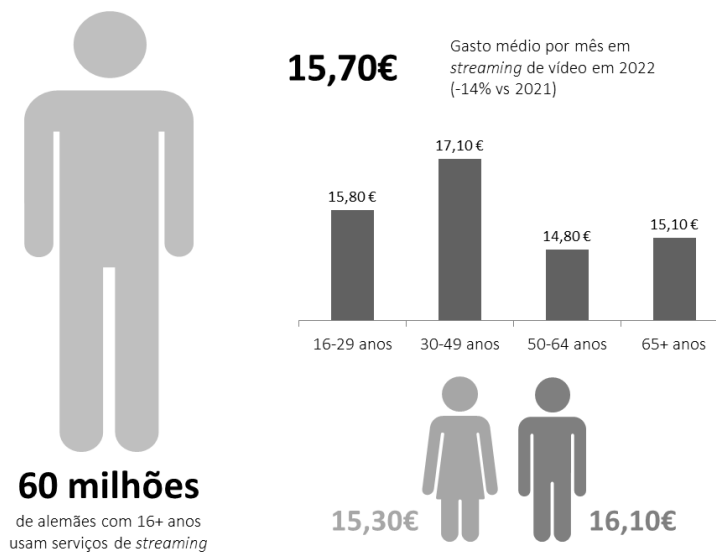
- No final de 2022, eram esperados grandes desafios, especialmente com o declínio nas vendas de publicidade no negócio tradicional de radiodifusão.
- A concorrência das poderosas plataformas internacionais representa um verdadeiro desafio para a indústria de radiodifusão alemã. Essa situação também afeta os fornecedores privados,

que estão cada vez mais desfavorecidos diante da concorrência das emissoras públicas e dos fornecedores internacionais.

Oportunidades

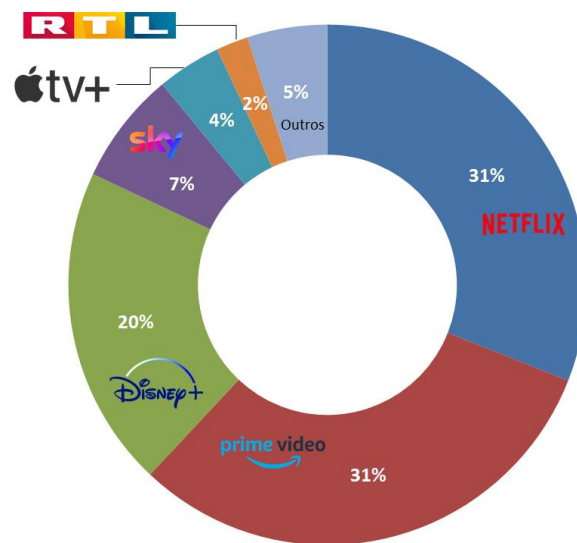
- **Streaming:** o streaming está em clara ascensão na Alemanha, com 34% da população a utilizar serviços de streaming de vídeo diariamente e outros 30% pelo menos uma vez por semana.

Utilizadores de serviços de *streaming* de vídeo e respetivos gastos mensais



Fonte: [GTAI](#)

- Para além dos grandes *players* globais, as estações de televisão privadas alemãs estão também a tentar ganhar terreno neste mercado. Todos os grandes operadores lançaram os seus próprios serviços de *streaming* e, para ganharem vantagem competitiva, apresentam séries e filmes nacionais e internacionais, bem como as suas próprias produções originais.
- A tendência de mudança para o *Video on Demand* vai continuar nos próximos anos. No entanto, a televisão linear continuará a desempenhar um papel importante no consumo de televisão, pelo que é provável que a coexistência destas duas formas de consumo seja ainda observada por algum tempo.

Quotas de mercado no *streaming* na Alemanha (Q2, 2022)

Fonte: [justwatch.com](https://www.justwatch.com), 2022

- **Podcasts:** dados de 2023 mostram que metade dos alemães com mais de 16 anos ouve *podcasts* - cerca de 29,7 milhões de pessoas. Além do *Spotify* e da *Apple*, grandes páginas de notícias estão também a aproveitar as vantagens deste meio. Na Alemanha, os 5 géneros de *podcasts* preferidos são: programas de notícias, programas musicais, ciência e tecnologia, sociedade e cultura, comédia e entretenimento. As receitas publicitárias provenientes dos *podcasts* aumentaram para 30 milhões de euros em 2021. [De acordo com estimativas, espera-se que essas receitas cresçam para 156 milhões de euros até 2023, refletindo o potencial de crescimento e monetização deste meio.](#)

Recomendações

Apresentamos de seguida algumas recomendações, de forma a aprimorar a abordagem ao cliente e ao mercado:

- **Formação:** especialmente no setor público, a formação é altamente valorizada, pelo que é desejável possuir formação especializada e ter realizado estágios. Atualmente, ter fluência na língua alemã já não é suficiente para os iniciantes, sendo também necessário ter conhecimentos em lidar com a tecnologia, especialmente na rádio;
- **Especialização:** embora ainda exista espaço para o jornalista generalista, ser especializado num tema específico pode ser vantajoso. Construir uma reputação com base na formação e nos temas trabalhados.

Comunicação

Feiras setoriais

- Na Alemanha, as feiras desempenham um papel importante no setor das ICC. Estes eventos reúnem empresas, profissionais e *stakeholders* da área, fornecendo uma plataforma para exibir e promover produtos, serviços e projetos. Eles proporcionam oportunidades valiosas para se conectar com profissionais do setor, explorar as últimas tendências e promover projetos e negócios.
 - [HAM Radio](#) - Friedrichshafen - 28 a 30.06.2024
 - [Medientage München](#) - Munique - 25 a 27.10.2023
 - [PMRExpo](#) - Colónia - 28 a 30.11.2023

Associações setoriais

- O Ministério Federal da Economia e da Proteção do Clima (BMWK) fornece uma [lista](#) extensa de centros de aconselhamento, associações, iniciativas e outros agentes das indústrias culturais e criativas.
 - [Allianz Deutscher Produzenten-Film & Fernsehen](#)
 - [Arbeitsgemeinschaft Privater Rundfunk](#)
 - [Bundesverband Audiovisuelle Medien](#)
 - [Bundesverband Bürgermedien](#)
 - [Bundesverband Casting](#)
 - [Bundesverband der Fernsehkameraleute](#)
 - [Bundesverband Freier Radios](#)
 - [Bundesverband Produktion Film und Fernsehen](#)
 - [Bundesverband Schauspiel](#)
 - [Bundesvereinigung der Fachjournalisten](#)
 - [Bundesvereinigung Maskenbild](#)
 - [Deutsche Journalistinnen-und Journalisten-Union](#)
 - [Deutscher Fachjournalisten-Verband](#)
 - [Deutscher Journalisten-Verband](#)
 - [Fernseh-und Kinotechnische Gesellschaft](#)
 - [Freischreiber-Berufsverband freier Journalistinnen und Journalisten](#)
 - [Initiative IQ-Qualität im Journalismus](#)
 - [Interessenverband Deutscher Schauspieler](#)

- [Journalistinnenbund](#)
- [Verband der Requisite & Set Decoration](#)
- [Verband Deutscher Schauspieler-Agenturen](#)
- [Verband Deutscher Tonmeister*innen](#)
- [Verband für Film-und Fernseh dramaturgie](#)
- [Verband Technischer Betriebe für Film und Fernsehen](#)
- [Women in Film & Television Germany](#)

Prémios e Incentivos

- Para além dos inúmeros programas de financiamento disponíveis para as ICC na Alemanha, existem ainda diversos concursos e prémios para as diferentes áreas. Estas distinções assumem um papel crucial no reconhecimento e incentivo à excelência artística e criativa.

Prémio / Incentivo	Descrição
Förderdatenbank	Base de dados de financiamento (federal, estatal e daUE) que contém informações sobre financiamento de projetos.
Kreatives Europa	Europa Criativa - Programa de financiamento da Comissão Europeia para o setor audiovisual das ICC.
Kultur-und Kreativpiloten Deutschland	A Iniciativa das Indústrias Culturais e Criativas do Governo Federal concede anualmente o título de "Pilotos Culturais e Criativos da Alemanha". Este prémio é destinado a pessoas que desejam iniciar um negócio com uma ideia criativa ou cultural especial.
Young Innovators	O financiamento é concebido para a participação de jovens empresas inovadoras num stand comum organizado pelas entidades organizadoras das feiras.

Artes performativas

- O subsetor das artes performativas é diversificado e abrange uma ampla gama de profissionais e atividades. Inclui todos os atores de palco, bem como os artistas, companhias de circo, conjuntos e organizadores de teatro, e os teatros de variedades e de cabaret.
- Além disso, existem muitos serviços relacionados com estas áreas, como os operadores de escolas de dança.

O Mercado



Fonte: [Destatis](#), 2022

- Os artistas de palco independentes, como atores e bailarinos, constituem, de longe, o maior grupo das artes performativas. Embora os artistas sejam maioritariamente trabalhadores por conta de outrem, o número de trabalhadores independentes tem crescido constantemente nos últimos anos.

Desafios

- As restrições da pandemia tiveram um impacto particularmente forte e duradouro no mercado das artes performativas. [Embora tenha havido um crescimento de 6% nas vendas em 2021, o setor enfrentou uma série de desafios com a queda de 53% em 2020. O emprego diminuiu em 1,8%, contabilizando agora cerca de 105 mil pessoas empregadas no setor.](#)
- Para lidar com os impactos da pandemia, muitos profissionais e organizações do setor recorrem a programas de financiamento e medidas de apoio governamentais, e utilizam o trabalho de curta duração para enfrentar a instabilidade do mercado.

Oportunidades

- A diversidade de fontes de rendimento é de extrema importância para as artes performativas na Alemanha.
- Num período caracterizado por preferências em constante evolução, não depender exclusivamente de uma fonte de receita abre os horizontes das empresas e trabalhadores do setor.

Recomendações

Apresentamos de seguida algumas recomendações, de forma a aprimorar a abordagem ao cliente e ao mercado:

- **Promoção:** apresentar-se de forma completa e profissional, incluindo informações sobre a carreira artística, projetos anteriores e habilidades relevantes. Manter os documentos de candidatura atualizados, incluindo currículo, fotos profissionais, vídeos de demonstração e portefólio. Participar em festivais e outros eventos para chamar a atenção de profissionais importantes do setor;
- **Agentes e agências:** considerar trabalhar com agentes e agências reconhecidas, que normalmente só cobram uma comissão quando conseguem uma oportunidade. Eles podem também fornecer orientação e aconselhamento profissional;
- **Contratos e direitos:** clarificar o *status* jurídico (trabalhador independente ou por conta de outrem) da atividade e cumprir com as obrigações associadas;
- **Diversificação:** estar ciente de que pode ser necessário aceitar trabalhos em diferentes áreas para garantir um rendimento constante. A maioria dos artistas precisa de ter uma mistura de produções artísticas para sustentar a sua carreira.

Comunicação

Feiras setoriais

- Na Alemanha, as feiras desempenham um papel importante no setor das ICC. Estes eventos reúnem empresas, profissionais e *stakeholders* da área, fornecendo uma plataforma para exibir e promover produtos, serviços e projetos. Eles proporcionam oportunidades valiosas para se conectar com profissionais do setor, explorar as últimas tendências e promover projetos e negócios.

- [Altonale](#) - Hamburgo - 07 a 09.06.2024
- [International Kulturbörse Freiburg](#) - Freiburg - 20 a 22.01.2025
- [Prolight + Sound](#) - Frankfurt - 19 a 22.03.2024
- [Tanz in August](#) - Berlim - 08.2024

Associações setoriais

- O Ministério Federal da Economia e da Proteção do Clima (BMWK) fornece uma [lista](#) extensa de centros de aconselhamento, associações, iniciativas e outros agentes das indústrias culturais e criativas.
 - [Allgemeiner Deutscher Tanzlehrerverband](#)
 - [Berufsverband Deutscher Tanzlehrer](#)
 - [Bundesverband Beleuchtung und Kamerabühne](#)
 - [Bundesverband Casting](#)
 - [Bundesverband Freie Darstellende Künste](#)
 - [Bundesverband Schauspiel](#)
 - [Bundesvereinigung Kabarett](#)
 - [Bundesvereinigung Maskenbild](#)
 - [Deutsche Theatertechnische Gesellschaft](#)
 - [Deutscher Bühnenverein](#)
 - [Genossenschaft Deutscher Bühnen-Angehöriger](#)
 - [Interessenverband Deutscher Schauspieler](#)
 - [Kulturstiftung des Freistaates Sachsen](#)
 - [Sociedade Dramatúrgica](#)
 - [Tanznetz](#)
 - [Theapolis](#)
 - [Verband der Requisite & Set Decoration](#)
 - [Verband Deutscher Bühnen-und Medienverlage](#)
 - [Verband Deutscher Puppentheater](#)
 - [Verband Deutscher Schauspieler-Agenturen](#)
 - [Verband Deutscher Tonmeisterinnen](#)

Prémios e Incentivos

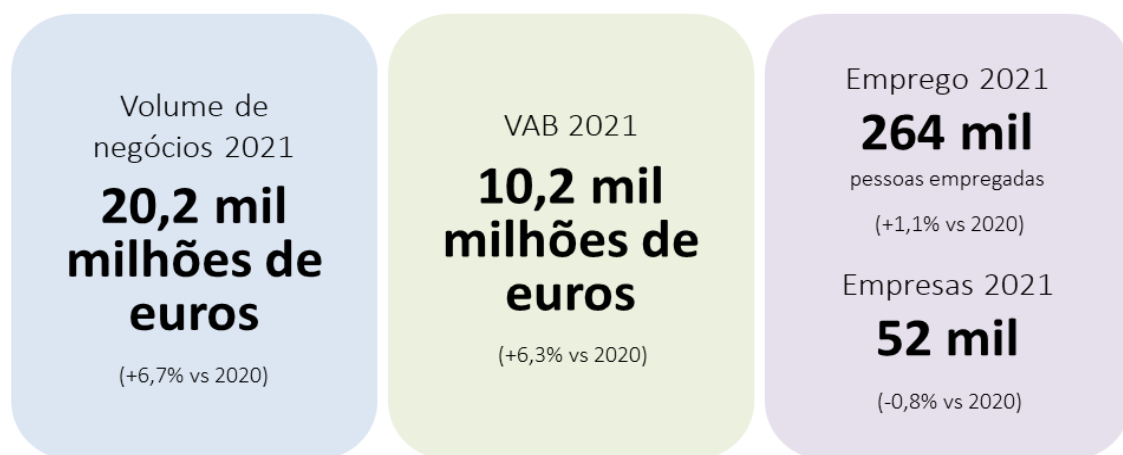
- Para além dos inúmeros programas de financiamento disponíveis para as ICC na Alemanha, existem ainda diversos concursos e prémios para as diferentes áreas. Estas distinções assumem um papel crucial no reconhecimento e incentivo à excelência artística e criativa.

Prémio / Incentivo	Descrição
<u>Doppelpass</u>	Fundo para a Cooperação no Teatro - visa encorajar a esfera independente e as companhias permanentes de dança e teatro na Alemanha a experimentar novas formas de cooperação e produção artística.
<u>Fonds Darstellende Künste</u>	O Fundo para as Artes do Espetáculo apoia projetos excecionais em todas as disciplinas das artes do espetáculo. Procuram projetos de alta qualidade que contribuam para o desenvolvimento artístico do setor.
<u>Förderdatenbank</u>	Base de dados de financiamento (federal, estatal e da UE) que contém informações sobre financiamento de projetos.
<u>Kreatives Europa</u>	Europa Criativa - Programa de financiamento da Comissão Europeia para o setor audiovisual das ICC.
<u>Kultur macht Stark</u>	O objetivo do programa é fortalecer a educação cultural e apoiar alianças locais para a educação em toda a Alemanha, especialmente focando crianças e jovens desfavorecidos.
<u>Kultur-und Kreativpiloten Deutschland</u>	A Iniciativa das Indústrias Culturais e Criativas do Governo Federal concede anualmente o título de "Pilotos Culturais e Criativos da Alemanha". Este prémio é destinado a pessoas que desejam iniciar um negócio com uma ideia criativa ou cultural especial.
<u>Young Innovators</u>	O financiamento é concebido para a participação de jovens empresas inovadoras num stand comum organizado pelas entidades organizadoras das feiras.

Design

- O *design* torna um produto utilizável e desejável e contribui para a criação de uma identidade distintiva. Esta perspectiva prevalece em muitos setores e o seu desenvolvimento é demonstrado pela variedade de empresas que pertencem atualmente à indústria, em áreas muito diversas, como o *design* industrial, de moda, gráfico e de comunicação, de interiores, de espaços e de publicidade.

O Mercado



Fonte: [Destatis](#), 2022

- Não é surpreendente que a indústria do *design* seja um dos subsetores com crescimento mais rápido das ICC.
- [O *design* publicitário destaca-se com o maior número de *freelancers* e empresas \(cerca de 50 mil\), que representam aproximadamente um terço de todos trabalhadores independentes na área do *design*.](#)
- Os fotógrafos, *designers* gráficos, *designers* de comunicação e *designers* de interiores aparecem de seguida, embora ainda a uma distância considerável.

Desafios

- Os aumentos significativos nos preços estão a levar muitos consumidores a poupar, mas o mercado de produtos de *design* de luxo parece não ter sido afetado na mesma medida. De maneira geral, esses desenvolvimentos têm gerado uma dicotomia na evolução do mercado de joias e roupas.

Oportunidades

- A produção portuguesa é vital para o mercado de *design* de moda alemão, trazendo uma combinação única de qualidade dos materiais e preços competitivos. A ênfase na sustentabilidade, inovação e qualidade alinha-se aos valores alemães e permite uma rápida integração no mercado.

Recomendações

Apresentamos de seguida algumas recomendações, de forma a aprimorar a abordagem ao cliente e ao mercado:

- **Promoção:** a maioria dos *designers* independentes consegue os seus trabalhos através de recomendações, sendo para isso importante construir uma rede de contactos ampla e abordar potenciais clientes. Participar em eventos pode ser uma forma eficaz de se dar a conhecer;
- **Contratos e direitos:** muitos *designers* não têm conhecimento sobre os seus direitos de utilização de obras e acabam por não ser devidamente remunerados. É por isso necessário acordar previamente os direitos de utilização, remunerações, propostas e contratos;
- **Especialização:** para se destacar, é importante estabelecer-se inicialmente de forma ampla, mas depois procurar nichos específicos. Especializar-se num estilo de *design* ou adquirir conhecimento sobre os grupos-alvo pode tornar a oferta única e atrativa para os clientes.

Comunicação

Feiras setoriais

- Na Alemanha, as feiras desempenham um papel importante no setor das ICC. Estes eventos reúnem empresas, profissionais e *stakeholders* da área, fornecendo uma plataforma para exibir e promover produtos, serviços e projetos. Eles proporcionam oportunidades valiosas para contactar com profissionais do setor, explorar as últimas tendências e promover projetos e negócios.
 - [Ambiente Frankfurt](#) - Frankfurt - 26 a 30.01.2024
 - [Bazaar Berlin](#) - Berlim - 8 a 12.11.2023
 - [Berlin Design Week](#) - Berlim - 27.04 a 05.05.2024
 - [Berlin Fashion Week / Premium / Seek](#) - Berlim - 04 a 07.02.2024
 - [Beyond Fashion Berlin](#) - Berlim

- [European Bridal Week](#) - Essen - 13 a 15.04.2024
- [Forward Festival](#) - Berlim - 14 a 15.09.2023
- [H+H Cologne](#) - Colónia - 22 a 24.03.2024
- [Heim + Handwerk](#) - Munique - 29.11 a 03.12.2023
- [Heimtextil](#) - Frankfurt - 09 a 12.01.2024
- [ILM](#) - Offenbach - 02 a 09.09.2023
- [IMM Cologne](#) - Colónia - 14 a 18.01.2024
- [Innatex](#) - Hofheim am Taunus - 01.2024
- [ISPO Munich](#) - Munique - 28 a 30.11.2023
- [Kind + Jugend](#) - Colónia - 07 a 09.09.2023
- [Kreativ](#) - Estugarda - 04 a 07.04.2024
- [M.O.W.](#) - Bad Salzuflen - 17 a 21.09.2023
- [Munich Fabric Start](#) - Munique - 23 a 25.01.2024
- [Neonyt](#) - Düsseldorf - 14 a 16.01.2024
- [New Housing](#) - Karlsruhe - 28 a 30.06.2024
- [Nordstil](#) - Hamburgo - 13 a 15.01.2024
- [Performance Days](#) - Munique - 04 a 05.10.2023
- [Shoes Düsseldorf](#) - Düsseldorf
- [Supreme Kids](#) - Munique - 01.2024
- [Techttextil](#) - Frankfurt - 23 a 26.04.2024
- [TecStyle Visions](#) - Estugarda - 13 a 15.02.2025
- [Texcare International](#) - Frankfurt - 09 a 13.11.2024
- [Texprocess](#) - Frankfurt - 23 a 26.04.2024

Associações setoriais

- O Ministério Federal da Economia e da Proteção do Clima (BMWK) fornece uma [lista](#) extensa de centros de aconselhamento, associações, iniciativas e outros agentes das indústrias culturais e criativas.
 - [Allianz Deutscher Designer](#)
 - [Berufsverband Kommunikationsdesign](#)
 - [Bund Deutscher Innenarchitekten](#)
 - [Deutsche Gesellschaft für Designtheorie und -forschung](#)
 - [Deutscher Designer Club](#)
 - [Fashion Council Germany](#)

- [German Fashion Designers Federation](#)
- [Gesamtverband der deutschen Textil-und Modeindustrie](#)
- [Illustratoren Organisation](#)
- [Internationales Design Zentrum Berlin](#)
- [Netzwerk für Mode.Textil.Interieur.Accessoire.Design](#)
- [Rat für Formgebung](#)
- [Verband der Berufsgruppen Szenenbild und Kostümbild](#)
- [Verband Deutscher Industrie Designer](#)

Prémios e Incentivos

- Para além dos inúmeros programas de financiamento disponíveis para as ICC na Alemanha, existem ainda diversos concursos e prémios para as diferentes áreas. Estas distinções assumem um papel crucial no reconhecimento e incentivo à excelência artística e criativa.

Prémio / Incentivo	Descrição
Bundespreis Ecodesign	O Prémio Federal de Conceção Ecológica tem o objetivo de aumentar a consciencialização pública sobre o potencial do <i>design</i> na proteção ambiental e promover inovações nessa área.
Designpreis der Bundesrepublik Deutschland	O Prémio de <i>Design</i> da República Federal da Alemanha tem como objetivo realçar a importância económica do <i>design</i> e contribuir para a sua promoção.
Förderdatenbank	Base de dados de financiamento (federal, estatal e da UE) que contém informações sobre financiamento de projetos.
Kreatives Europa	Europa Criativa - Programa de financiamento da Comissão Europeia para o setor audiovisual das ICC.
Kultur-und Kreativpiloten Deutschland	A Iniciativa das Indústrias Culturais e Criativas do Governo Federal concede anualmente o título de "Pilotos Culturais e Criativos da Alemanha". Este prémio é destinado a pessoas que desejam iniciar um negócio com uma ideia criativa ou cultural especial.

<p><u>Young Innovators</u></p>	<p>O financiamento é concebido para a participação de jovens empresas inovadoras num stand comum organizado pelas entidades organizadoras das feiras.</p>
--	---

Arquitetura

- O mercado da arquitetura abrange a construção de edifícios, o planeamento local, regional e nacional, a arquitetura paisagística e as restaurações.

O Mercado



Fonte: [Destatis](#), 2022

- O crescimento no emprego reflete as transformações significativas que têm impactado a profissão de arquiteto nos últimos anos. Predominantemente, os trabalhadores independentes concentram as suas atividades na construção de edifícios, abrangendo categorias como edifícios residenciais, escritórios, industriais e comerciais, escolas, além de instalações desportivas, entre outras.

Desafios

- [Em 2022, a indústria da construção como um todo enfrentou desafios significativos.](#) O aumento dos preços dos materiais, da energia e das taxas de juro resultou numa queda nos investimentos e no cancelamento de obras. Esta situação expande-se aos escritórios de arquitetura, que estão a experienciar uma tendência de declínio nos negócios desde março de 2022.

Oportunidades

- **Sustentabilidade:** atualmente, os arquitetos enfrentam desafios cada vez mais urgentes, como a eficiência energética e a sustentabilidade. Com a crescente preocupação com as alterações climáticas e a necessidade de reduzir o impacto ambiental, a construção ecológica tem-se tornado uma prioridade. Além disso, a conversão de edifícios existentes é uma alternativa viável, evitando a destruição de recursos e a produção de resíduos.
- **Restauração:** a renovação e proteção de monumentos históricos também se tornou uma área de foco para muitos arquitetos. A preservação do património arquitetónico e cultural é valorizada e os arquitetos estão envolvidos na sua restauração e adaptação, combinando elementos históricos com tecnologias e necessidades contemporâneas.

Recomendações

Apresentamos de seguida algumas recomendações, de forma a aprimorar a abordagem ao cliente e ao mercado:

- **Formação:** após a frequência universitária, pode ser necessário obter uma qualificação adicional, atribuída através de experiência profissional com um arquiteto formado e que abrange áreas como o direito urbanístico, o direito da construção e a gestão da construção;
- **Promoção:** a publicidade para arquitetos costuma funcionar bem por meio do *boca-a-boca*. É importante mostrar os projetos realizados e garantir que os primeiros trabalhos sejam bem executados;
- **Organizações profissionais:** para exercer todas as áreas de atividade de um arquiteto e intitular-se como tal, é necessário tornar-se membro da Ordem dos Arquitetos do seu estado federal. Um panorama das Ordens de Arquitetos pode ser consultado na [Bundesarchitektenkammer](#). Caso não seja membro, é apenas possível trabalhar como empregado em escritórios de arquitetura.

Comunicação

Feiras setoriais

- Na Alemanha, as feiras desempenham um papel importante no setor das ICC. Estes eventos reúnem empresas, profissionais e *stakeholders* da área, fornecendo uma plataforma para exibir e promover produtos, serviços e projetos. Eles proporcionam oportunidades valiosas para

contactar com profissionais do setor, explorar as últimas tendências e promover projetos e negócios.

- [Bau](#) - Munique - 13 a 17.01.2025
- [BIM World](#) - Munique - 18 a 29.11.2023

Associações setoriais

- O Ministério Federal da Economia e da Proteção do Clima (BMWK) fornece uma [lista](#) extensa de centros de aconselhamento, associações, iniciativas e outros agentes das indústrias culturais e criativas.
 - [Bund Deutscher Architektinnen und Architekten](#)
 - [Bund Deutscher Baumeister, Architekten und Ingenieure](#)
 - [Bund Deutscher Landschaftsarchitekten](#)
 - [Bundesarchitektenkammer](#)
 - [Bundesingenieur-und Architektenverband](#)
 - [Bundesstiftung Baukultur](#)
 - [Bundesverband Garten, Landschafts-und Sportplatzbau](#)
 - [Handwerkskammer](#)
 - [Initiative Architektur und Baukultur](#)
 - [Netzwerk Architekturexport](#)
 - [Verband Deutscher Architekten](#)
 - [Verband Deutscher Architekten-und Ingenieurvereine](#)
 - [Vereinigung Angestellter Architekten](#)
 - [Vereinigung Freischaffender Architekten Deutschland](#)

Prémios e Incentivos

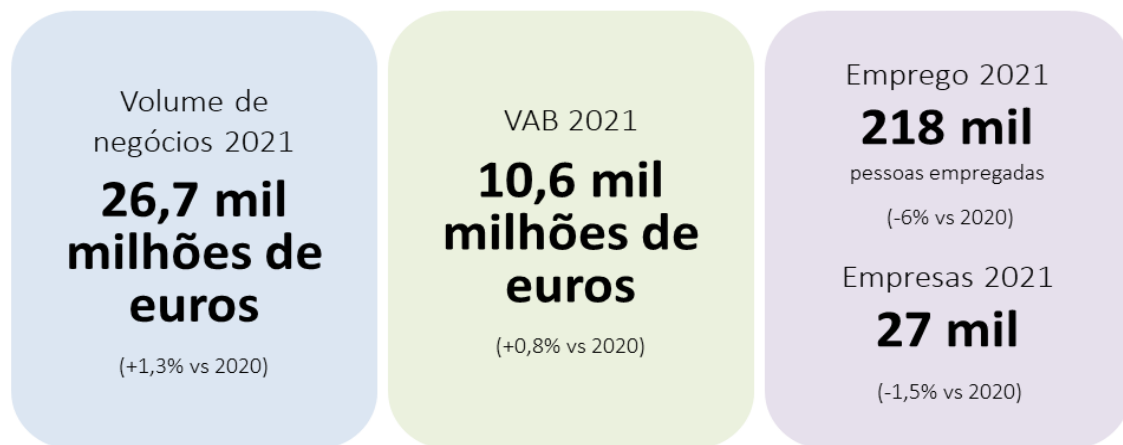
- Para além dos inúmeros programas de financiamento disponíveis para as ICC na Alemanha, existem ainda diversos concursos e prémios para as diferentes áreas. Estas distinções assumem um papel crucial no reconhecimento e incentivo à excelência artística e criativa.

Prémio / Incentivo	Descrição
<u>Denkmalpflegeprogramm “National wertvolle Kulturdenkmäler”</u>	Programa de Preservação de Monumentos Culturais de Valor Nacional - contribui para a restauração de monumentos, preservando o património arquitetónico e a identidade das cidades e comunidades.
<u>Förderdatenbank</u>	Base de dados de financiamento (federal, estatal e da UE) que contém informações sobre financiamento de projetos.
<u>Kreatives Europa</u>	Europa Criativa - Programa de financiamento da Comissão Europeia para o setor audiovisual das ICC.
<u>Kultur-und Kreativpiloten Deutschland</u>	A Iniciativa das Indústrias Culturais e Criativas do Governo Federal concede anualmente o título de "Pilotos Culturais e Criativos da Alemanha". Este prémio é destinado a pessoas que desejam iniciar um negócio com uma ideia criativa ou cultural especial.
<u>Young Innovators</u>	O financiamento é concebido para a participação de jovens empresas inovadoras num stand comum organizado pelas entidades organizadoras das feiras.

Imprensa

- A imprensa é um dos maiores subsetores das ICC e inclui jornalistas independentes, fotógrafos de imprensa, agências de correspondência e de notícias, editores de jornais e revistas, bem como editores de mapas, gravuras artísticas e diretórios de endereços.

O Mercado



Fonte: [Destatis](#), 2022

- [Apesar do crescimento das vendas, no segmento dos jornalistas e fotógrafos de imprensa, em termos de emprego, houve uma queda de 8%, em 2021.](#)

Desafios

- [De acordo com um estudo de 2021, cerca de um terço de todas as revistas estão em risco de desaparecer até 2024, incluindo até 80% dos meios de comunicação social religiosa, até 30% dos *media* especializados e até 20% dos *media* de interesse geral.](#)
- Também as crises política e económica em curso estão a impactar diretamente o mercado da imprensa, incluindo uma queda nos orçamentos dos consumidores para os *media* e o aumento dos custos do lado corporativo.
- Os crescentes preços da energia e do papel representam um desafio para as editoras e para as pequenas e médias empresas do setor, principalmente na produção gráfica, que ainda têm uma participação significativa nas vendas.

Oportunidades

- **Digital:** a mudança para o digital desempenhará um papel importante no futuro do mercado de imprensa. Embora as receitas já estejam a ser geradas com sucesso dessa forma, até agora não foram capazes de compensar as perdas do segmento de impressão.
- No entanto, o **ritmo de mudança** está a aumentar: pela primeira vez em 2021, os editores de jornais gastaram mais de mil milhões de euros através das suas ofertas digitais. Em 2022, um terço das receitas digitais, [no valor de 365 milhões de euros](#), proveio da venda de exemplares em *e-paper*. A este valor juntam-se 657 milhões de euros de outras receitas digitais.

Recomendações

Apresentamos de seguida algumas recomendações, de forma a aprimorar a abordagem ao cliente e ao mercado:

- **Promoção:** ter um portefólio atualizado que contenha o currículo, referências profissionais e exemplos de trabalhos anteriores. Utilizar diretórios de jornalistas *freelancers* para apresentar o trabalho e estabelecer contactos com possíveis clientes. Investir na autopromoção, criando uma página *online* detalhada e utilizando as redes sociais como forma de divulgação do trabalho;
- **Especialização:** desenvolver conhecimentos numa área específica para ganhar destaque como especialista. De seguida, estabelecer uma rede de contactos e de fontes de informações dentro do domínio de especialização;
- **Organizações profissionais:** participar em reuniões informais com outros profissionais da área para conhecer pessoas chave do setor. Alguns pontos de contacto úteis podem ser as mesas locais de *freelancers* da [Deutscher Journalisten-Verband](#), o [Deutscher Journalistinnen-und Journalisten-Union](#) ou a [Freischreiber](#).

Comunicação

Feiras setoriais

- Na Alemanha, as feiras desempenham um papel importante no setor das ICC. Estes eventos reúnem empresas, profissionais e *stakeholders* da área, fornecendo uma plataforma para exibir e promover produtos, serviços e projetos. Eles proporcionam oportunidades valiosas para se conectar com profissionais do setor, explorar as últimas tendências e promover projetos e negócios.

- [Drupa](#) - Düsseldorf - 28.05 a 07.06.2024

Associações setoriais

- O Ministério Federal da Economia e da Proteção do Clima (BMWK) fornece uma [lista](#) extensa de centros de aconselhamento, associações, iniciativas e outros agentes das indústrias culturais e criativas.
 - [Bundesverband Bürgermedien](#)
 - [Bundesverband Digitalpublisher und Zeitungsverleger](#)
 - [Bundesvereinigung der Fachjournalisten](#)
 - [Deutsche Journalistinnen-und Journalisten-Union](#)
 - [Deutscher Fachjournalisten-Verband](#)
 - [Deutscher Journalisten-Verband](#)
 - [Deutscher Presseverband](#)
 - [Deutscher Verband der Pressejournalisten AG](#)
 - [Freischreiber - Berufsverband freier Journalistinnen und Journalisten](#)
 - [Gesamtverband Pressegroßhandel](#)
 - [Initiative IQ-Qualität im Journalismus](#)
 - [Journalistinnenbund](#)
 - [Medienverband der Freien Presse](#)
 - [Verband Deutscher Lokalzeitungen](#)

Prémios e Incentivos

- Para além dos inúmeros programas de financiamento disponíveis para as ICC na Alemanha, existem ainda diversos concursos e prémios para as diferentes áreas. Estas distinções assumem um papel crucial no reconhecimento e incentivo à excelência artística e criativa.

Prémio / Incentivo	Descrição
Förderdatenbank	Base de dados de financiamento (federal, estatal e da UE) que contém informações sobre financiamento de projetos.
Kreatives Europa	Europa Criativa - Programa de financiamento da Comissão Europeia para o setor audiovisual das ICC.

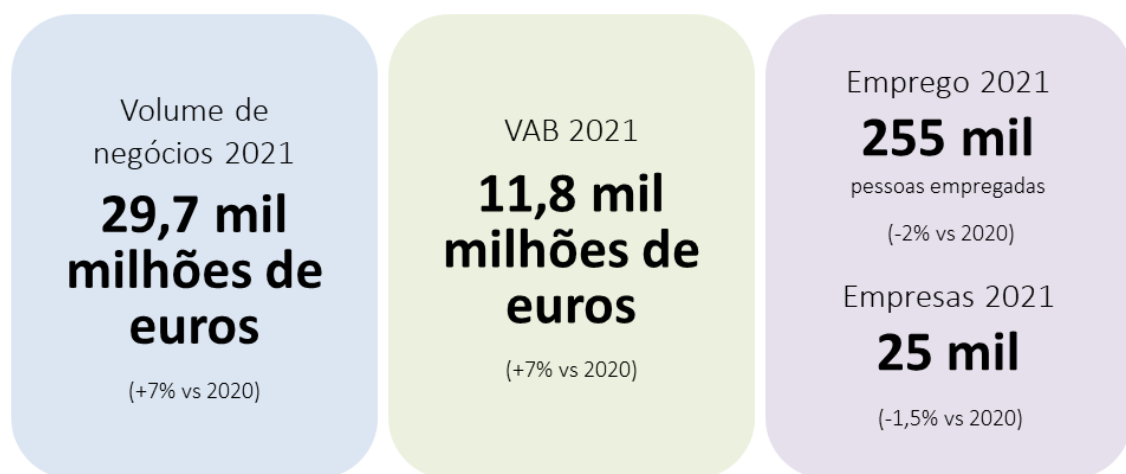
<p><u>Kultur-und Kreativpiloten Deutschland</u></p>	<p>A Iniciativa das Indústrias Culturais e Criativas do Governo Federal concede anualmente o título de "Pilotos Culturais e Criativos da Alemanha". Este prémio é destinado a pessoas que desejam iniciar um negócio com uma ideia criativa ou cultural especial.</p>
<p><u>Young Innovators</u></p>	<p>O financiamento é concebido para a participação de jovens empresas inovadoras num stand comum organizado pelas entidades organizadoras das feiras.</p>

INDÚSTRIAS CRIATIVAS

Publicidade

- O mercado da publicidade inclui um grande número de intervenientes, como as agências de publicidade e as agências de meios de comunicação social, que comercializam e intermedeiam o tempo e o espaço publicitários.

O Mercado



Fonte: [Destatis](#), 2022

Desafios

- **Trabalhadores qualificados:** um dos principais desafios enfrentados pela indústria publicitária na Alemanha é a escassez de trabalhadores qualificados e jovens talentos. [85 agências revelaram a perda de aproximadamente 1.500 funcionários, no início de 2022.](#)
- **Crise:** a esperada recuperação após os anos de pandemia, necessária em muitos segmentos da indústria, não se concretizou em 2022, devido à guerra na Ucrânia e respetivas consequências económicas, como o aumento da inflação e o alto nível de incerteza entre consumidores e empresas.
- O último trimestre de 2022 destacou-se de forma negativa devido ao seu desempenho abaixo do esperado: o efeito positivo do Natal não se concretizou, pelo que muitos meios publicitários caíram neste trimestre. [Os investimentos em publicidade, por outro lado, aumentaram ligeiramente \(0,3%\), mas tal deveu-se principalmente à inflação.](#)

Estes desafios representam uma grande ameaça, uma vez que os investimentos em publicidade são por vezes considerados um gasto dispensável durante períodos de instabilidade económica. As perspetivas para 2023 são motivo de preocupação: a continuação do alto nível de inflação com o clima de consumo correspondentemente cauteloso, por um lado, e as condições ameaçadoras do quadro político negativo, por outro, estão a pesar sobre o setor.

Oportunidades

- As redes sociais tornaram-se um pilar indispensável do mercado publicitário na Alemanha, redefinindo a forma como as empresas interagem com os consumidores.
- Com uma população altamente conectada e com ampla adoção do digital, as redes sociais evoluíram para canais poderosos de alcance e influência sobre os públicos-alvo.
- Além disso, o seu papel em impulsionar o comércio eletrónico e possibilitar vendas diretas cresceu significativamente, contribuindo para o aumento das receitas das empresas.

À medida que as redes sociais continuam a moldar o comportamento e as preferências do consumidor, a sua integração estratégica em campanhas publicitárias é fundamental num mercado alemão em constante evolução

Recomendações

Apresentamos de seguida algumas recomendações, de forma a aprimorar a abordagem ao cliente e ao mercado:

- **Agências:** sendo *freelancer*, trabalhar com agências de publicidade já estabelecidas ajuda a alcançar projetos novos e de maior dimensão. Poderá ser consultada informação na [Gesamtverband der Werbeagenturen](#), relativa às agências existentes numa determinada zona geográfica;
- **Especialização:** as agências geralmente procuram especialistas em áreas específicas para completar as suas equipas internas, que são normalmente mais generalistas.

Comunicação

Feiras setoriais

- Na Alemanha, as feiras desempenham um papel importante no setor das ICC. Estes eventos reúnem empresas, profissionais e *stakeholders* da área, fornecendo uma plataforma para exibir e promover produtos, serviços e projetos. Eles proporcionam oportunidades valiosas para se conectar com profissionais do setor, explorar as últimas tendências e promover projetos e negócios.
 - [BOE International](#) - Dortmund - 17 a 18.01.2024
 - [EuroShop](#) - Düsseldorf - 22 a 26.02.2026
 - [GiveADays](#) - Estugarda - 13 a 15.02.2025
 - [PSI](#) - Düsseldorf - 09 a 11.01.2024
 - [Wetec](#) - Estugarda - 13 a 15.02.2025

Associações setoriais

- O Ministério Federal da Economia e da Proteção do Clima (BMWK) fornece uma [lista](#) extensa de centros de aconselhamento, associações, iniciativas e outros agentes das indústrias culturais e criativas.
 - [Allianz Inhabergeführter Kommunikationsagenturen](#)
 - [Arbeitskreis inhabergeführter Marketing-und Kommunikationsagenturen](#)
 - [Deutsche Public Relations Gesellschaft](#)
 - [Deutscher Werberat](#)
 - [Fachverband Aussenwerbung](#)
 - [Gesamtverband der Werbeartikel-Wirtschaft](#)
 - [Gesamtverband Kommunikationsagenturen](#)
 - [Texterverband-Fachverband freier Werbetexter](#)
 - [Werbung im Kino](#)
 - [Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft](#)
 - [Zentralverband Schilder und Lichtreklame](#)

Prémios e Incentivos

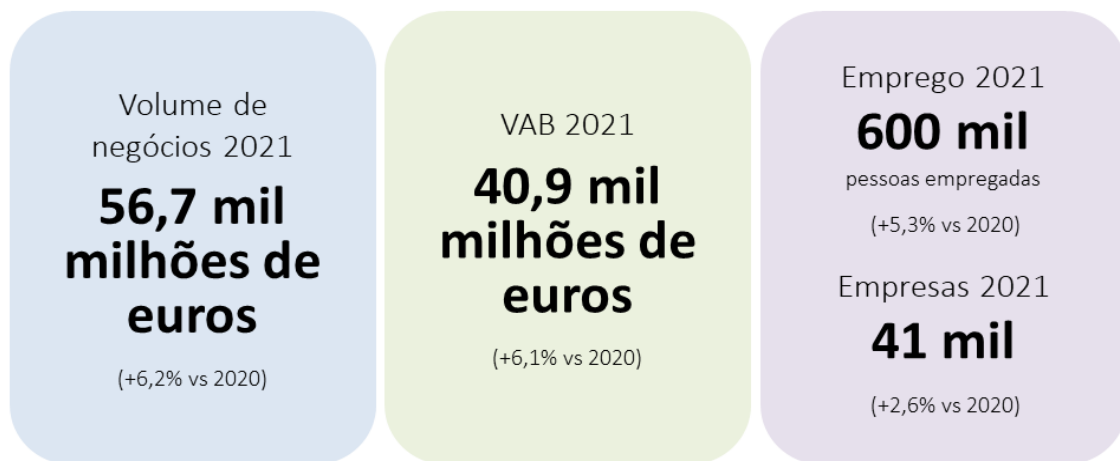
- Para além dos inúmeros programas de financiamento disponíveis para as ICC na Alemanha, existem ainda diversos concursos e prémios para as diferentes áreas. Estas distinções assumem um papel crucial no reconhecimento e incentivo à excelência artística e criativa.

Prémio / Incentivo	Descrição
<u>Förderdatenbank</u>	Base de dados de financiamento (federal, estatal e da UE) que contém informações sobre financiamento de projetos.
<u>Kreatives Europa</u>	Europa Criativa - Programa de financiamento da Comissão Europeia para o setor audiovisual das ICC.
<u>Kultur-und Kreativpiloten Deutschland</u>	A Iniciativa das Indústrias Culturais e Criativas do Governo Federal concede anualmente o título de "Pilotos Culturais e Criativos da Alemanha". Este prémio é destinado a pessoas que desejam iniciar um negócio com uma ideia criativa ou cultural especial.
<u>Young Innovators</u>	O financiamento é concebido para a participação de jovens empresas inovadoras num stand comum organizado pelas entidades organizadoras das feiras.

Software/Jogos

- Este setor abrange o desenvolvimento e disponibilização de diversos tipos de produtos de *software*, incluindo jogos de computador, videogames, jogos *online* e jogos para dispositivos móveis.

O Mercado



Fonte: [Destatis](#), 2022

- A indústria do *software* e jogos é o subsetor mais dinâmico das ICC: [a Alemanha é, atualmente, o quinto maior mercado de jogos mundial e o maior da Europa](#), impulsionado por um ambiente privilegiado para empresas inovadoras, graças a uma combinação de custos moderados, excelentes infraestruturas e uma grande reserva de talentos.

Desafios

- **Concorrência global:** a indústria alemã de jogos enfrenta uma intensa concorrência global de outros países com centros de jogos estabelecidos, como os Estados Unidos, o Japão e a Coreia do Sul. A concorrência pela quota de mercado e pelo talento pode ser um desafio.
- **Pirataria e violação de direitos de autor:** a indústria enfrenta a ameaça da pirataria e da violação dos direitos de autor, que podem afetar as vendas e as receitas dos jogos.
- **Mudança nas preferências dos consumidores:** as tendências dos jogos e as preferências dos consumidores evoluem rapidamente. A incapacidade de adaptação às novas exigências pode fazer com que os jogos percam relevância e atração no mercado.

- **Incerteza económica:** os fatores económicos e os eventos globais atuais, como recessões e tensões geopolíticas, têm impacto nos gastos dos consumidores, afetando o crescimento global da indústria.

Oportunidades

- **Jogos móveis e casuais:** o aumento dos jogos móveis e casuais apresenta oportunidades significativas para os criadores de jogos alemães. A popularidade dos dispositivos móveis e das experiências de jogos casuais abrem as portas a um público vasto e diversificado.
- **Tecnologias emergentes:** há muitas oportunidades para explorar e desenvolver jogos para tecnologias emergentes como a realidade virtual, a realidade aumentada e os jogos na *cloud*. Estas tecnologias podem oferecer novas experiências e atrair novos públicos.
- **Expansão internacional:** os criadores de jogos têm a oportunidade de expandir o seu alcance para mercados globais. Os esforços de localização e a atração de públicos internacionais podem levar a um aumento das vendas e do reconhecimento.
- **Desenvolvimento de jogos independentes:** a crescente popularidade dos jogos independentes representa uma oportunidade para os pequenos estúdios de jogos criarem experiências únicas e de nicho. Os jogos independentes podem prosperar em plataformas de distribuição digital e ganhar reconhecimento através de comunidades de jogos.
- **Crescimento pós-pandémico:** a crise da COVID-19 teve um efeito aparentemente favorável na indústria dos jogos, impulsionando a procura. [O volume de negócios total dos jogos de computador, videojogos e hardware relacionado cresceu 32% em 2020, atingindo um valor recorde de 8,5 mil milhões de euros.](#)

Recomendações

Apresentamos de seguida algumas recomendações, de forma a aprimorar a abordagem ao cliente e ao mercado:

- **Agentes e distribuidores:** para criadores de jogos iniciantes, a opção mais comum para distribuição dos jogos é através de um editor ou distribuidor especializado. Uma alternativa é considerar a distribuição digital, por meio de lojas de aplicações como a *App Store* ou a *Google Play*. Outras opções são lançar o jogo numa plataforma de jogos *online* ou utilizar as lojas das principais consolas de jogos. Colaborar com influenciadores de jogos e criadores de conteúdo

alemães pode também ser um passo importante para promover os jogos e criar alguma expectativa entre a comunidade de jogadores.

- **Estratégia de longo prazo:** a entrada no mercado alemão de jogos exige um compromisso e um investimento a longo prazo. É essencial desenvolver uma estratégia de negócio sustentável que inclua apoio contínuo, atualizações e conteúdos pós-lançamento para manter o interesse e a satisfação dos jogadores.
- **Idioma e localização:** o idioma alemão é fundamental para a entrada no mercado. Oferecer suporte ao cliente em alemão é importante para estabelecer confiança e criar uma base sólida de utilizadores satisfeitos. Além disso, as redes sociais e comunicações também devem ser adaptadas ao idioma para alcançar o público local de forma mais eficaz. Além do idioma, entender a cultura alemã é crucial para o sucesso, dadas as preferências específicas dos jogadores em relação a temas, humor, referências culturais e valores.
- **Qualidade e inovação:** os jogadores alemães apreciam a qualidade e a inovação, pelo que será positiva a oferta de experiências de jogo únicas e inovadoras que incorporem gráficos de alta qualidade. Explorar oportunidades em experiências de jogos de realidade virtual e aumentada pode ser uma forma de diferenciação no mercado.

Comunicação

Feiras setoriais

- Na Alemanha, as feiras desempenham um papel importante no setor das ICC. Estes eventos reúnem empresas, profissionais e *stakeholders* da área, fornecendo uma plataforma para exhibir e promover produtos, serviços e projetos. Eles proporcionam oportunidades valiosas para se conectar com profissionais do setor, explorar as últimas tendências e promover projetos e negócios.
 - [ADAC SimRacing Expo](#) - Dortmund - 13 a 15.10.2023
 - [CAGGTUS Leipzig](#) - Leipzig - 05 a 07.04.2024
 - [Gamescom](#) - Colónia - 21 a 25.08.2024
 - [MAG-C](#) - Erfurt - 03 a 04.02.2024
 - [Spielwarenmesse](#) - Nuremberga - 30.01 a 03.02.2024

Associações setoriais

- O Ministério Federal da Economia e da Proteção do Clima (BMWK) fornece uma [lista](#) extensa de centros de aconselhamento, associações, iniciativas e outros agentes das indústrias culturais e criativas.
 - [Bitkom](#)
 - Bundesverband Interaktive Unterhaltungssoftware
 - [Eco-Verband der deutschen Internetwirtschaft](#)
 - [eSport-Bund Deutschland](#)
 - [eSports Player Foundation](#)
 - [game-Verband der deutschen Games-Branche](#)
 - [Interactive Media Foundation](#)
 - [Stiftung Digitale Spielkultur](#)

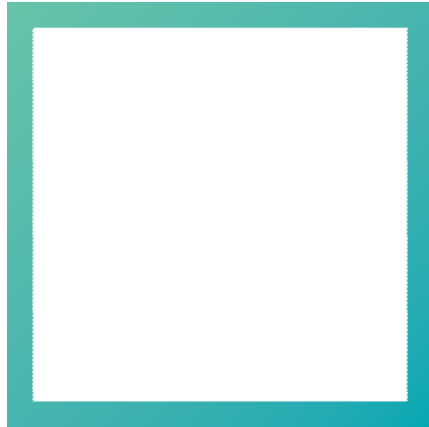
Prémios e Incentivos

- Para além dos inúmeros programas de financiamento disponíveis para as ICC na Alemanha, existem ainda diversos concursos e prémios para as diferentes áreas. Estas distinções assumem um papel crucial no reconhecimento e incentivo à excelência artística e criativa.

Prémio / Incentivo	Descrição
Deutscher Computerspielpreis	Anualmente, o Governo Federal e a empresa <i>game</i> organizam o Prémio Alemão de Jogos de Computador. Podem participar todos os editores e criadores de jogos estabelecidos na Alemanha.
Deutscher Entwicklerpreis	O Prémio Alemão para Criadores é uma premiação anual que celebra os melhores jogos desenvolvidos na Alemanha.
Deutscher Games-Fonds	A Alemanha oferece anualmente um financiamento de 50 milhões de euros aos criadores de videojogos ativos no país.
Förderdatenbank	Base de dados de financiamento (federal, estatal e da UE) que contém informações sobre financiamento de projetos.

<u>Initiative "Ein Netz für Kinder"</u>	São elegíveis as ofertas de informação, educação e entretenimento para crianças que garantam um elevado nível de segurança.
<u>Kreatives Europa</u>	Europa Criativa - Programa de financiamento da Comissão Europeia para o setor audiovisual das ICC.
<u>Kultur-und Kreativpiloten Deutschland</u>	A Iniciativa das Indústrias Culturais e Criativas do Governo Federal concede anualmente o título de "Pilotos Culturais e Criativos da Alemanha". Este prémio é destinado a pessoas que desejam iniciar um negócio com uma ideia criativa ou cultural especial.
<u>Young Innovators</u>	O financiamento é concebido para a participação de jovens empresas inovadoras num stand comum organizado pelas entidades organizadoras das feiras.

INFORMAÇÃO LEGAL: Este documento tem natureza meramente informativa e o seu conteúdo não pode ser invocado como fundamento de nenhuma reclamação ou recurso. A AICEP não assume a responsabilidade pela informação, opinião, ação ou decisão baseada neste documento, tendo realizado todos os esforços possíveis para assegurar a exatidão da informação contida nas suas páginas.



aicep Portugal Global