

A welder wearing a plaid shirt, a dark apron, and protective gear (goggles and gloves) is working on a large, abstract metal sculpture in a workshop. The sculpture consists of several large, curved metal pipes that form a spherical structure. The welder is using a grinding tool, creating a shower of bright sparks. The background is a dimly lit workshop with a window and some equipment.

Obnova Europe

Kulturno i kreativno
gospodarstvo prije i
nakon COVID-19

**Sažetak studije
siječanj 2021.**

Sažetak studije

Obnova Europe: kulturno i kreativno gospodarstvo prije i nakon COVID-19

1. Prije COVID-19 Puni potencijal kulture i stvaralaštva

Krajem 2019. kulturno i kreativno gospodarstvo bilo je jedno od vodećih u Europi

- S prometom od 643 milijarde eura i ukupnom dodanom vrijednošću od 253 milijarde eura u 2019. godini, **osnovne aktivnosti kulturne i kreativne industrije (KKI) predstavljale su 4,4% BDP-a EU u smislu ukupnog prometa.**

- Stoga je ekonomski doprinos KKI-a veći od doprinosa telekomunikacija, visoke tehnologije, farmaceutskih proizvoda ili automobilske industrije.

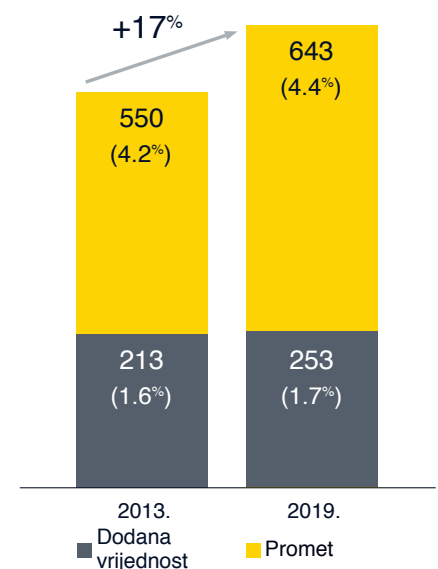
- **Od 2013. godine ukupni prihodi KKI-a porasli su za 93 milijarde eura i za gotovo 17%.**

- Na kraju 2019. **KKI su zapošljavale više od 7,6 milijuna ljudi** u EU i od 2013. godine otvorile otprilike 700.000 (+ 10%) novih radnih mjesta, uključujući autore, izvođače i druge kreativne radnike.

- Između 2013. i 2019. godine, 10 **sektora KKI imalo je različit ali konstantan rast**: više od 4% u sektorima video-igara, oglašavanja, arhitekture i glazbe; te između 0.5% i 3% u audiovizualnom sektoru i sektorima radija, vizualne umjetnosti izvedbenih umjetnosti te književnosti. Samo su novinski nakladnici bili u padu (-1.7%) i to zbog poteškoća u tranziciji s prihoda od tiskanih izdanja na prihode od izdanja na Internetu.

- Svi dionici ukazuju na **razdoblje intenzivnih inovacija** - ne samo da gledatelji, čitatelji, igrači ili posjetitelji iskazuju veći interes za kvalitetnije iskustvo bilo da je riječ o fizičkim proizvodima ili posjetima događanjima, već je i očita eksplozija u potražnji za mrežnim sadržajem: 81% internetskih korisnika u EU koristilo je internet za glazbu, videozapise i igre u 2018. - više nego za kupovinu ili društvene mreže.

Promet i dodana vrijednost u 2013. i 2019., te udio u BDP-u (u mlrd € i u %, EU-28)



Izvori: Eurostat; GESAC; profesionalne organizacije; EY modeliranje i analiza 2020.

KKI su u Europi postale više internacionalne i poduzetnije

- U 2019. godini je 69% ukupnih prihoda KKI u EU ostvareno u pet najvećih zemalja EU-28 (Francuska, Njemačka, Italija, Španjolska i Velika Britanija), ali **najjači rast ostvaren je u zemljama srednje i istočne Europe.**

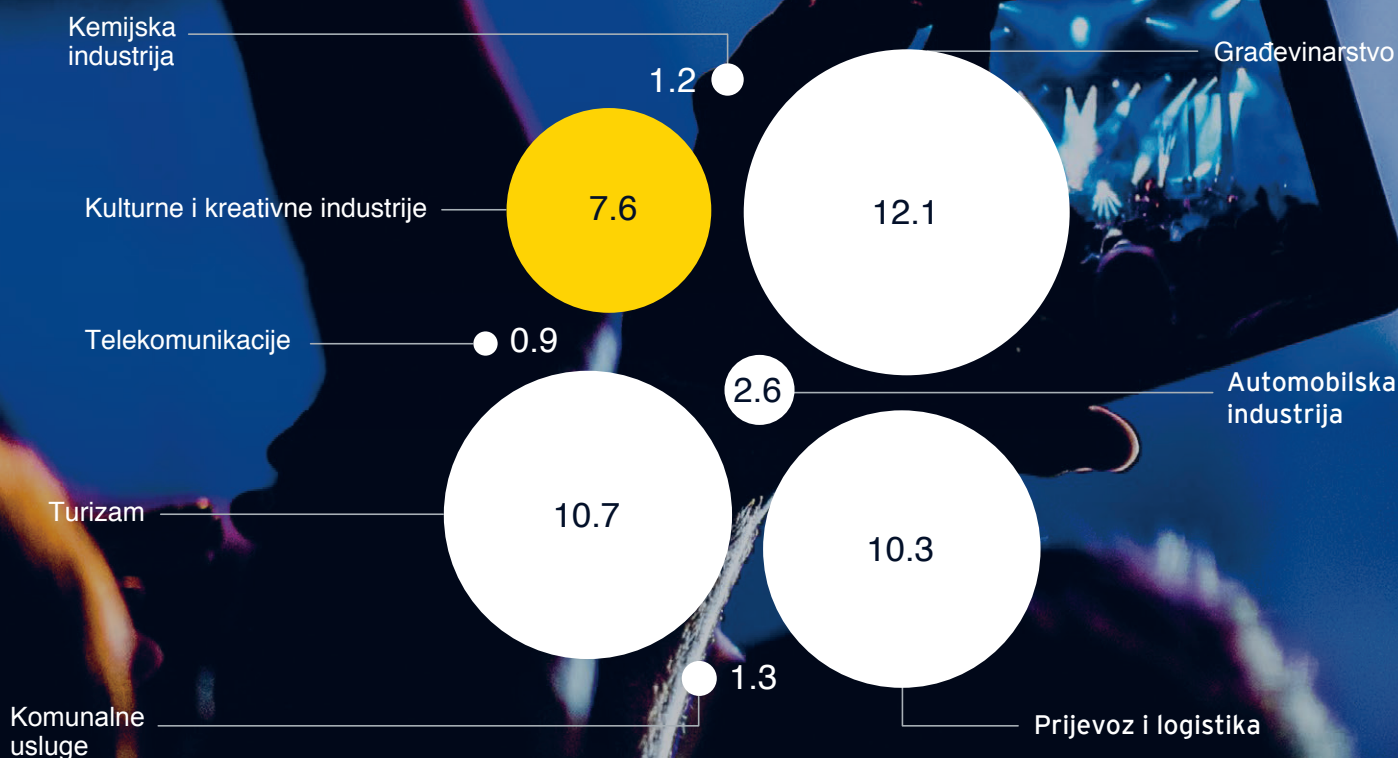
- U 2017. **EU je izvezla 28,1 milijardi eura kulturnih dobara.** Trgovinska bilanca EU-a kulturnim dobrima je u plusu (+ 8,6 milijardi eura), a udio izvoza KKI u ukupnom izvozu u EU iznosio je 1,5% - približno isto kao i što je u plusu i trgovina hranom, pićima i duhanom (9,1 milijarda eura u 2018.).

- **Preko 90% tvrtki u sektoru KKI su mala ili srednja poduzeća, a 33% radne snage je samozaposleno** - više nego dvostruko u odnosu na cjelokupno europsko gospodarstvo (14%).

- Prihodi iz javnog sektora činili su 10,8% prihoda u 2018., u usporedbi s 11,5% u 2013. godini.

Zaposlenost u sektoru u 2019. (u milijunima radnih mjesta; EU-28)

Izvori: Eurostat – Profil poslovnog sektora; EY modeliranje i analiza 2020.



8.4x

više radnih mjesta nego u sektoru telekomunikacija.

81%

internetskih korisnika u EU koristilo je internet za glazbu, audiovizualni sadržaj i video igre.

€8.6 mlrd

ukupna trgovinska bilanca EU u kulturnim dobrima u 2019.

90%

tvrtki u sektoru KKI su mala ili srednja poduzeća.

Izvori: Indeks digitalnog gospodarstva i društva (engl. DESI); Eurostat - Profil poslovnog sektora; Eurostat - Statistika u kulturi

Digitalna iskustva i kombinacije online/offline dijeljenja potaknuli su rast, ali tržište se i dalje nastavlja razvijati

• U posljednjih šest godina, **promet generiran internetskim kulturnim sadržajima, uslugama i djelima godišnje je rastao za 11.5%**.

• Poduzeća u kulturi povijesno su bila jedna od prvih koja su eksperimentirala i prihvaćala digitalne tehnologije (digitalne fotografije, digitalni nosači kao što su DVD i Blu-ray, CD, digitalna snimanja, streaming, virtualna stvarnost i online platforme). **Kulturni sadržaj potaknuo je rast i razvoj interneta od njegovih samih početaka**, i još uvijek predstavlja ogromni udio u širokopojasnoj potrošnji.

• **Još od 2013. tvrtke i organizacije u sektoru KKI su**

puno investirale u inovacije i digitalizaciju, kako iz poslovne perspektive tako i u smislu proizvodnje i korisničkog iskustva.

• Ipak **neuravnoteženi odnosi** s globalnim platformama i posrednicima na internetu mogu ugroziti financijsku održivost, zapošljavanja, inovacije i ulaganja u sektor kulturnih i kreativnih industrija.

• **Pred dionicima KKI stoje brojni izazovi**, od ostvarivanja prihoda za nositelje prava na djelima koja se koriste i pravilnog funkcioniranja tržišta kulturnih i kreativnih sadržaja, do borbe protiv ilegalnog pristupa sadržajima.

Sažetak studije

Obnova Europe: kulturno i kreativno gospodarstvo prije i nakon COVID-19

2. Uslijed COVID-19

Nagli pad

U 2020. godini kulturno i kreativno gospodarstvo izgubilo je oko 31% svojih prihoda

- Ukupni promet KKI u EU-28 smanjen je u 2020. na 444 milijarde €, što je **neto pad od 199 milijardi € u odnosu na 2019.** godinu.

- S gubitkom od 31% prometa, **kulturno i kreativno gospodarstvo je jedno od najviše pogođenih u Europi**, tek nešto manje pogođeno od npr. avio-prijevoza ali značajnije od turizma (-27%) i automobilske industrije (-25%).

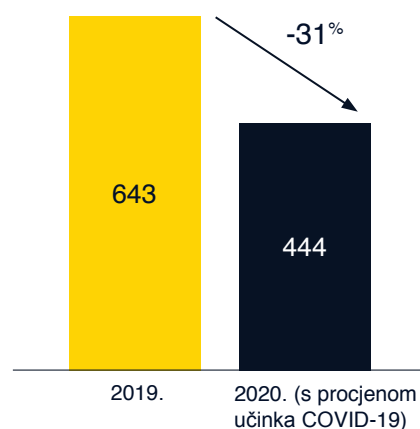
- **Udarni valovi COVID-19 osjećaju se u svim kulturnim i kreativnim sektorima:** izvedbene umjetnosti (-90% u 2020. u odnosu na 2019.) i glazba (-76%) najviše su pogođene;

vizualne umjetnosti, arhitektura oglašavanje, književnost, novinski nakladnici i audiovizualni sektor pali su za 20% do 40% u odnosu na 2019. godinu. Industrija video-igara je jedina koja se održava unatoč COVID-19.

- **Kriza je najjače pogodila središnju i istočnu Europu** (od -36% u Litvi do -44% u Bugarskoj i Estoniji).

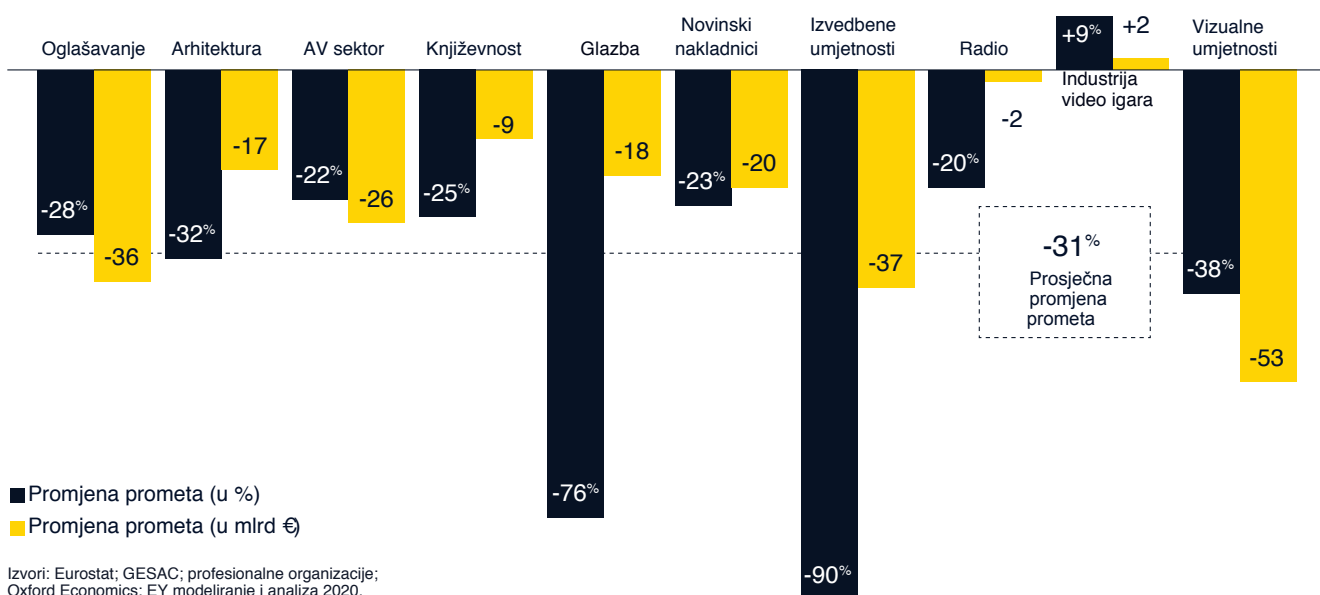
- **Svi sektori su pogođeni:** čak oni koji su se činili zaštićeni kućnom potrošnjom suočili su se s oštrim padom prihoda, s obzirom na središnju ulogu fizičkih iskustava i prodaje u svojim poslovnim modelima, kao i nekontrolirane troškove proizvodnje i distribucije.

Ukupni promet koji stvaraju KKI u EU-28 (u mlrd €)



Izvori: Eurostat; GESAC; profesionalne organizacije; Oxford Economics – Globalna industrija, scenario drugog vala, od 7. rujna 2020.; EY modeliranje i analiza 2020.

Procijenjena promjena prometa u 2020. u odnosu na 2019. u sektoru KKI (u % ukupnog prometa u 2019. u mlrd €, EU-28)



Izvori: Eurostat; GESAC; profesionalne organizacije; Oxford Economics; EY modeliranje i analiza 2020.

3. Nakon COVID-19

Kako obnoviti kulturnu i kreativnu Europu

Kao rezultat detaljnog istraživanja i intervjuja koje je proveo EY, a na temelju mišljenja stručnjaka i organizacija koje predstavljaju KKI-e, sljedeći su izazovi utvrđeni kao prioriteti za oporavak i rast kreativne ekonomije:

1. izazov – “Financije”

Osiguravanje snažne javne financijske potpore i promicanje privatnih ulaganja u kulturna i kreativna poduzeća, organizacije, poduzetnike i kreativce – dvije su neizostavne poluge za potporu i ubrzanje njihova oporavka i transformacije.

2. izazov – “Osnaženje”

Promoviranje raznolike kulturne ponude EU kroz osiguravanje čvrstog pravnog okvira koji omogućava razvoj privatnih ulaganja u proizvodnju i distribuciju, pružajući poslovnim subjektima potrebne uvjete za adekvatan povrat ulaganja investicija i jamčeći odgovarajući prihod za autore i kreativce.

3. izazov – “Utjecaj”

Upotreba KKI - i umnožene snage milijuna njihovih individualnih i kolektivnih talenata - kao glavnog pokretača socijalne i društvenetransicije u Europi.

Kriza COVID-19 imat će snažan i dugotrajan utjecaj na čitav vrijednosni lanac KKI

- Financijska održivost pojedinaca – bilo kreativnih bilo poslovnih – i tvrtki u privatnom i javnom sektoru KKI ugrožena je povećanjem troškova, uzastopnim kašnjenjima, kratkim novčanim tokom zbog prekida rada i aktivnosti te nesigurnim povratkom prihvatljivih ekonomskih i zdravstvenih uvjeta rada.
- Ozbiljnost krize ilustrira npr. pad od oko 35% autorskih i izvođačkih honorara koji se ostvaruju u sustavu kolektivnog ostvarivanja prava kroz za to specijalizirana društva, čiji će prihodi u 2021. i 2022. godini strmovito pasti.
- S druge strane, potrošnja ostvarena kroz digitalne modele ne kompenzira gubitak prihoda ostvarenih u fizičkoj prodaji (knjiga, video igara, novina, magazina itd.) i događanjima u većem dijelu sektora KKI. U glazbenom sektoru će fizička prodaja (CD i vinili) pasti za 35%, dok se očekuje da će

prihodi diskografa s digitalnog tržišta rasti za svega 8%. Isti su trendovi i u filmskoj industriji u kojoj se pad prihoda od europskih kinematografa zasad procjenjuje na 75% u 2020. godini.

- U nedostatku značajnog nastavka off-line proizvodnje, distribucije i promocije u 2021. godini, sposobnost KKI-a da održe i povećaju ulaganja u nove projekte, stvaranje i inovacije bit će ozbiljno ugrožena.
- U nedavnom izdanju EY Future Consumer Index, 46% ispitanika odgovorilo je da se još mjesecima neće osjećati udobno otići na koncert, a 21% ispitanika kazalo je da će se još godinama nelagodno osjećati otići na koncert.

O ovoj studiji

Nakon prvog izvješća objavljenog u suradnji s GESAC-om (Europskom udrugom društava autora i skladatelja) 2014. godine, EY je prihvatio izazov da na kraju dramatične godine za KKI u Europi i diljem svijeta, napravi drugo izdanje izvješća.

Opseg

Ova studija obuhvaća 10 temeljnih kulturnih i kreativnih sektora koji su već bili obuhvaćeni opsegom prvog izvješća o KKI u Europi, koje su EY i GESAC objavili 2014. godine:

- Oglašavanje
- Arhitektura
- Audiovizualni sektor
- Književnost
- Glazba
- Novinski nakladnici
- Izvedbene umjetnosti
- Radio
- Video igre
- Vizualne umjetnosti

Radi stroge dosljednosti, odlučili smo u definiciji KKI ići za UNESCO-ovom definicijom aktivnosti KKI "čija je temeljna svrha proizvodnja ili reprodukcija, promocija, distribucija ili komercijalizacija dobara, usluga i

aktivnosti kulturne, umjetničke ili baštinske prirode." Stoga glavni podaci prikazani u ovom izvješću ne obuhvaćaju neke druge "kreativne aktivnosti", kao što su moda, nakit ili industrijski dizajn - niti sektore gdje kreativnost ima centralnu ulogu kao što su luksuzna roba ili gastronomija, a koje se ponekad uključuje i u statistiku vezanu uz KKI kao što je to slučaj sa statistikom Eurostata.

Geografski opseg studije je područje Europske unije (EU) i Velika Britanija (UK), koje se naziva EU-28. Ukoliko to nije drugačije navedeno, sve što se u ovoj studiji odnosi na EU, odnosi se na opseg EU-28.

Ukoliko nije drugačije navedeno, sve reference na stvaratelje i kreativce odnose se na autore, izvođače i druge umjetnike.

Pokazatelji

- **Promet:** studija je usvojila pristup zasnovan na tržištu krajnjih potrošača, prvenstveno temeljen na maloprodajnim cijenama. Ovaj pristup uzima prihode na kraju lanca vrijednosti, umjesto da zbraja prihode svih dionika uključenih u pojedine dijelove lanca vrijednosti. Primjerice, za mjerenje ekonomske vrijednosti izvedbenih umjetnosti isključeni su najam opreme i ugostiteljstvo, jer se mogu smatrati posrednim troškovima upravljanja izvedbenim prostorima a već su uključeni u prihode od prodaje ulaznica.

- **Bruto dodana vrijednost:** naša se procjena oslanja na omjeru promet / bruto dodana vrijednost za svaki sektor. Te omjere izračunavamo na temelju Eurostatove strukturne poslovne statistike i izvještaja profesionalnih organizacija, ukoliko su oni dostupni.

- **Radna mjesta** – obuhvaćaju stalne, privremene i honorarne radnike, uključujući samozaposlene: zaposlenost se izražava u broju radnih mjesta, a ne u ekvivalentima s punim radnim vremenom. To se u velikoj mjeri objašnjava nedostatkom podataka o radnim mjestima u KKI u Statističkoj klasifikaciji ekonomskih aktivnosti u Europskoj zajednici (EU NACE) a u kojoj se ponekad u obzir ne uzimaju izvođači i drugi vlasnici kreativnih djela. Grafikonu zapošljavanja uključuju radna mjesta u javnom i privatnom sektoru.

O partnerima i sponzorima ovog izvješća

Europska udruga društava autora i skladatelja (GESAC) zatražila je od EY-a da izradi izvješće o stanju kulturnih i kreativnih industrija (KKI) u Europi.

Kakva je bila njihova ekonomska situacija prije krize COVID-19? Kakav je utjecaj imala kriza na djelatnost i zapošljavanje? Koji su glavni prioriteti sektora kako bi se zaštitio od najozbiljnijih posljedica, oporavio i potaknuo rast te povećao svoju vrijednost u europskom gospodarstvu? Ova studija slijedi izvješće iste vrste, pod nazivom Stvaranje rasta, objavljeno u prosincu 2014.

GESAC je okupio brojne partnere koji predstavljaju KKI-e, kako bi se odrazila raznolikost i kolektivna snaga ovog gospodarstva.

EY tim želi zahvaliti GESAC-ovom timu, GESAC-ovim partnerima i stručnjacima intervjuiranim širom Europe. GESAC i EY također se zahvaljuju društvima ADAGP-u, BUMA-i, GEMA-i, SACEM-u, SCAM-i i SOZI-i na njihovu doprinosu. Doprinos svih bio je presudan za istraživanje.

O GESAC-u

GESAC okuplja 32 autorska društva iz cijele Europe, koja zajedno predstavljaju više od milijun stvaratelja i nositelja prava – od glazbenika do pisaca, likovnih umjetnika do filmskih redatelja i mnogih drugih s područja glazbe, filma audiovizualne i vizualnih umjetnosti, književnosti i dramskih djela.

web: www.authorsocieties.eu
email: secretariatgeneral@gesac.org
twitter: @authorsocieties

O timu koji je proveo studiju

Studiju je izveo EY, pod nadzorom Marca Lhermittea, uz sudjelovanje Huga Alvareza, Clémence Marcout, Quentina Nama i Enza Sauzea.

GESAC-ovi partneri u izradi studije

AEPO-ARTIS

Association of European Performers Organisations

EUROCINEMA

Association of European Producers

EUROCOPYA

European Federation of Joint Management Societies of Producers for Private Audiovisual Copying

EVA

European Visual Artists

FIAPF

International Federation of Film Producers Associations

IMPALA

Independent Music Companies Association

IVF

International Video Federation

SAA

Society of Audiovisual Authors

SROC

Sports Rights Owners Coalition

Pokroviteljeske organizacije

AER

Association of European Radios

CEPIC

Coordination of European Picture Agencies Stock, Press and Heritage

EACA

European Association of Communications Agencies

ECSA

European Composer and Songwriter Alliance

EGDF

European Games Developer Federation

EPC

European Publishers Council

FEP

Federation of European Publishers

FERA

Federation of European Film Directors

FSE/SCRIPT

Federation of Screenwriters in Europe

IFRRO

International Federation of Reproduction Rights Organisations

IMPF

Independent Music Publishers International Forum

