

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 tubes that intersect to 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 visible.

# 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.

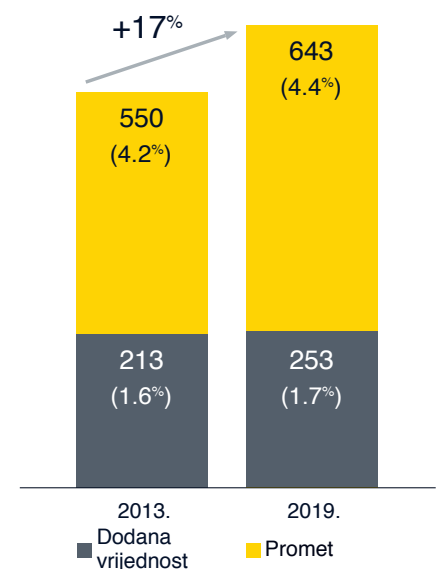
- **Od 2013. godine ukupni prihodi KKI-a porasli su za 93 milijarde eura i za gotovo 17%.**

- 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.**

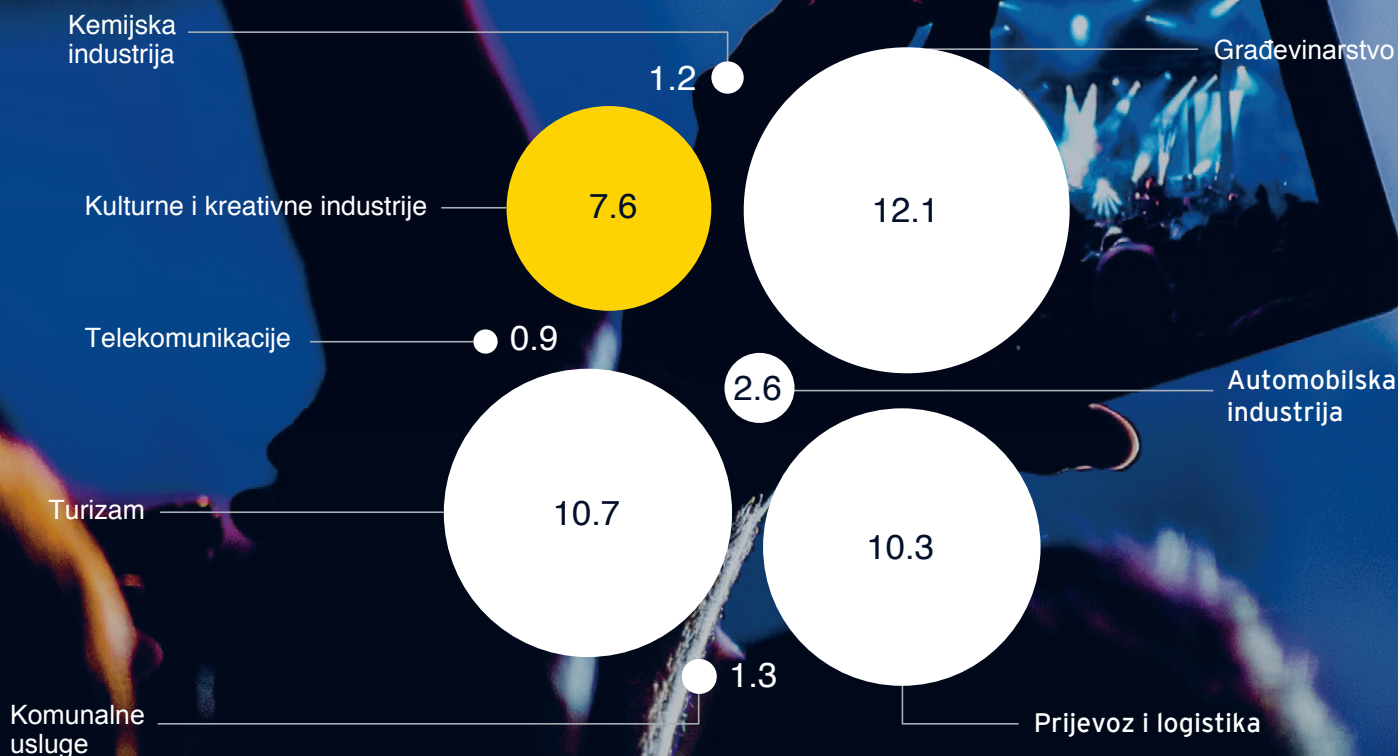
- U 2017. **EU je izvezla 28,1 milijardi eura kulturnih dobara.** Trgovinska bilanca EU-a kulturnim dobrima je u plusu (+ 8,6 milijardi eura), a udio izvoza KKI u ukupnom izvozu u EU iznosio je 1,5% - približno isto kao i što je u plusu i trgovina hranom, pićima i duhanom (9,1 milijarda eura u 2018.).

- **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, zapošljavanje, 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%).

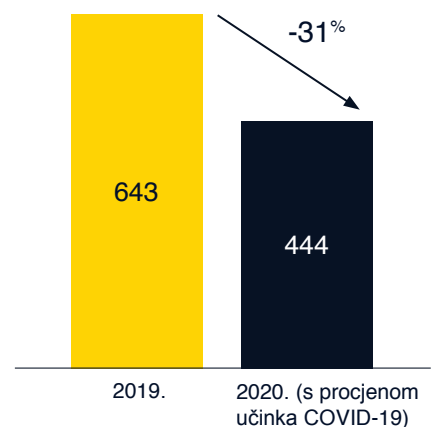
- **Udarni valovi COVID-19 osjećaju se u svim kulturnim i kreativnim sektorima:** izvedbene umjetnosti (-90% u 2020. u odnosu na 2019.) i glazba (-76%) najviše su pogođene;

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).

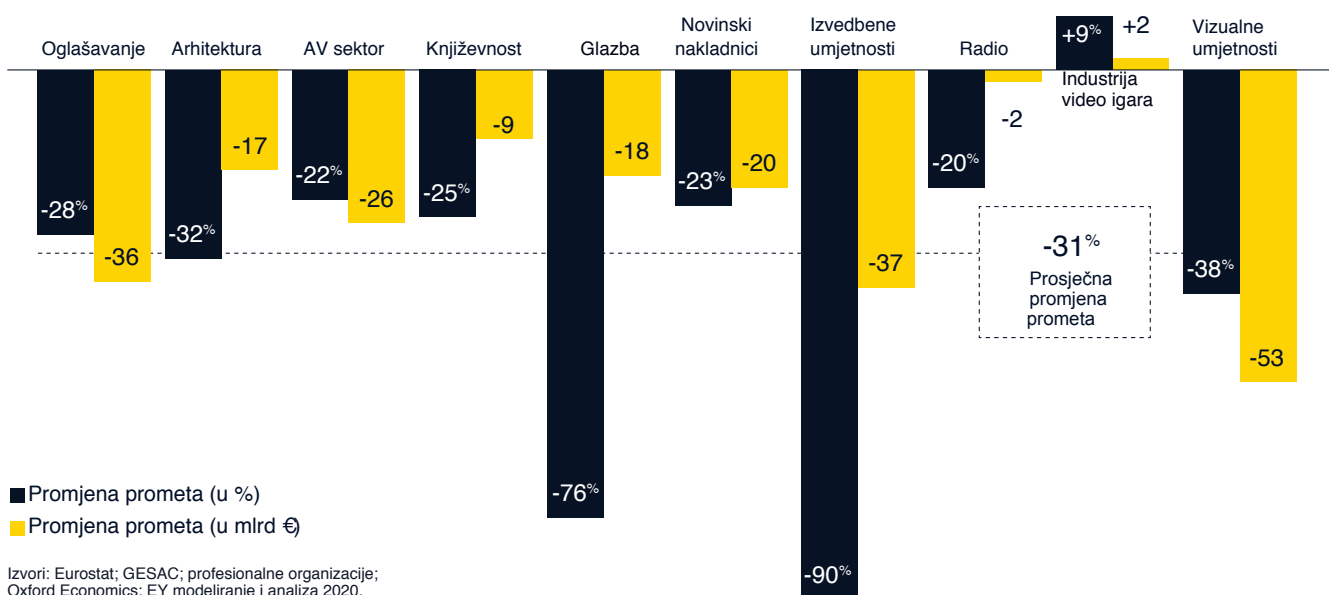
- **Svi sektori su pogođeni:** čak oni koji su se činili zaštićeni kućnom potrošnjom suočili su se s oštrim padom prihoda, s obzirom na središnju ulogu fizičkih iskustava i prodaje u svojim poslovnim modelima, kao i nekontrolirane troškove proizvodnje i distribucije.

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 prioriteta 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](http://www.authorsocieties.eu)  
email: [secretariatgeneral@gesac.org](mailto: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

