

A blacksmith in a workshop is grinding a large metal sphere. The blacksmith is wearing a plaid shirt, a dark apron, and protective gear including a visor and gloves. Sparks are flying from the grinding wheel. The background shows a workshop with various tools and equipment.

Európa újjáépítése

A kulturális és kreatív
szektor állapota a COVID-19
járvány előtt és után

Vezetői összefoglaló
Január 2021

Vezetői összefoglaló

Európa újjáépítése: a kulturális és kreatív szektor állapota a COVID-19 járvány előtt és után

1. A COVID-19 járvány előtt Teljes lendületben a kultúra és az alkotás

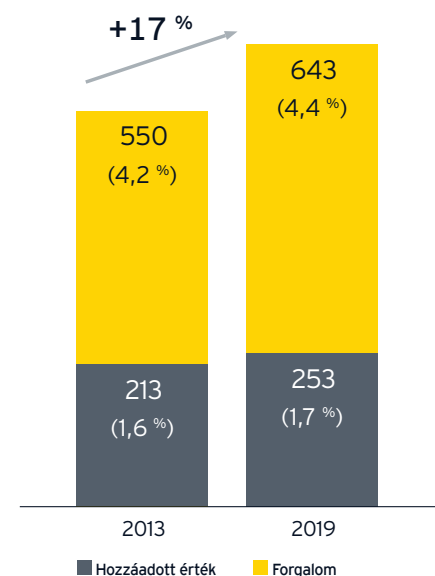
2019 végén a kulturális és a kreatív iparág az európai gazdaság élmezőnyébe tartozott

- A **kulturális és kreatív iparágak (cultural and creative industries, CCI) alaptevékenységei** 643 milliárd eurós forgalmat és 253 milliárd eurós hozzáadott értéket teremtettek 2019-ben, és ezzel forgalom tekintetében **az uniós GDP 4,4%-át adták.**
- A CCI nagyobb mértékben járul hozzá a gazdasághoz, mint a telekommunikációs, a csúcstechnológiás, a gyógyszeripari vagy az autóiipari szektor
- **2013 óta a CCI bevételek 93 milliárd euróval, mintegy 17%-kal nőttek.**
- 2019 végére a CCI már több mint **7,6 millió embert foglalkoztatott** az Unió 28 tagállamában, és 2013 óta a szerzőket, előadókat és egyéb kreatív állásokat beleértve körülbelül 700 000 munkahelyet (+10%) teremtett.
- 2013 és 2019 között a **CCI-n belüli 10 ágazat eltérő mértékű de folyamatos növekedést tapasztalt:** évente több

mint 4%-kal növekedett a számítógépes játékfejlesztés, a reklám, az építészet és a zene; 0,5% és 3% közötti mértékben nőtt az audiovizuális ágazat, a rádió, a vizuális művészet, az előadóművészet és a könyvkiadás. Csak a sajtónál volt tapasztalható visszaesés (-1,7%) a nyomtatott sajtótól az online sajtó irányába történő bevételeltolódás miatt.

• A piaci szereplők kiemelték, hogy ez egy **intenzív innovációs időszak volt** - nem csupán a nézők, olvasók, játékosok és látogatók kerestek jobb élő és fizikai élményeket, hanem robbanásszerűen megnőtt a kereslet az online tartalmak iránt is: 2018-ban az uniós internethasználók 81%-a használta az internetet zenehallgatásra, videonézésre és játékokra. Többet használták az internetet ezekre a célokra, mint online vásárlásra és a közösségi média használatára.

Forgalom és hozzáadott érték 2013-ban és 2019-ben, és GDP-arány (milliárd euróban és %-ban, EU-28)



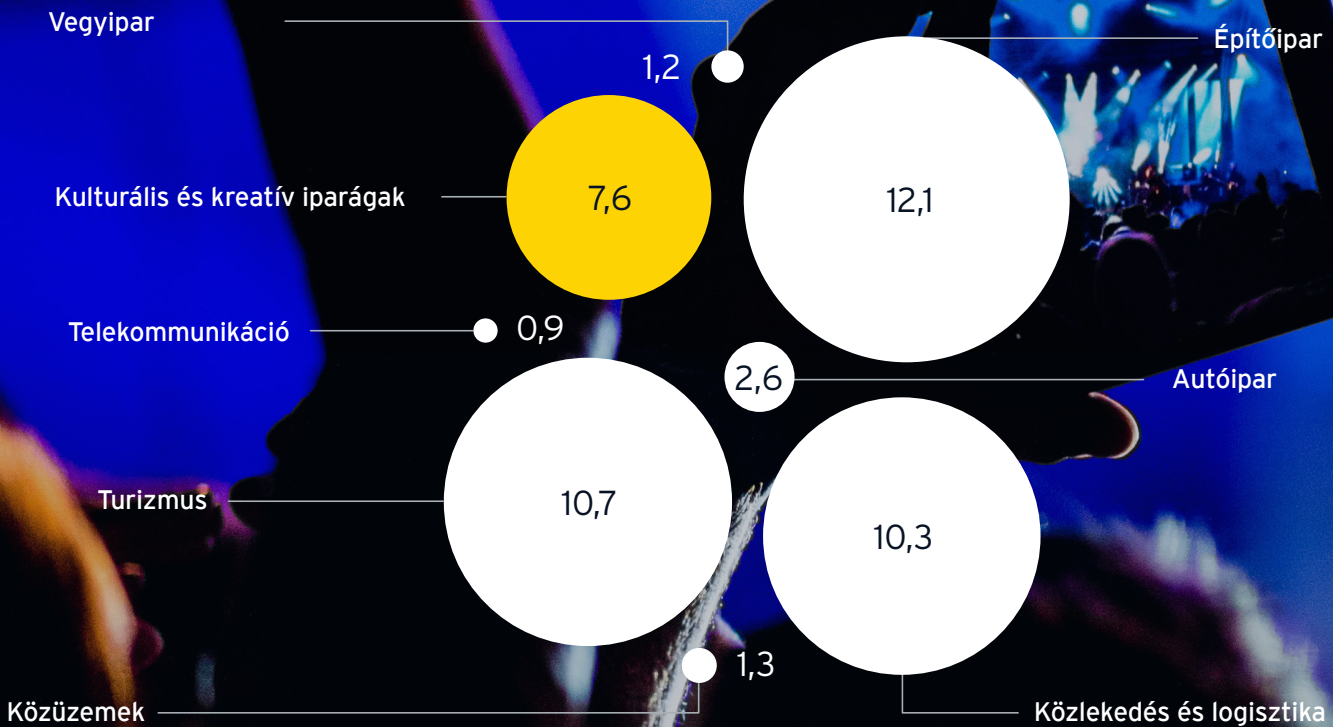
Források: Eurostat; GESAC; szakmai szervezetek, EY modellezés és elemzés, 2020.

Az európai CCI iparág szereplői között nőtt a vállalkozások száma és többen léptek nemzetközi piacra

- 2019-ben az Unió öt legnagyobb tagállama (az Egyesült Királyság, Franciaország, Németország, Olaszország és Spanyolország) az uniós CCI forgalom 69%-át alkotta, de a **legnagyobb növekedés Közép- és Kelet-Európában történt.**
- Az Unió 2017-ben **28,1 milliárd euró értékben exportált kulturális árut.** Az uniós kulturális áruk kereskedelmi mérlege többletet (+8,6 milliárd euró) mutatott, és a CCI export a teljes uniós export 1,5%-át képviselte, ami körülbelül megegyezik az élelmiszerek, italok és dohánytermékek exportjának többletével (2018-ban 9,1 milliárd euró).
- **A CCI cégek több mint 90%-a kis- vagy középvállalkozás, és a munkaerő 33%-a önálló vállalkozó,** ami több mint kétszer akkora arány, mint az európai gazdaság egészében (14%).
- A közszférából származó bevételek 10,8%-át adták az összbevételnek 2018-ban. Ez az arány 11,5% volt 2013-ban.

Foglalkoztatottság iparáganként 2019-ben
(millió munkahely, EU-28)

Eurostat - Business Sector Profile; EY modellezés és elemzés, 2020.



8,4-szer

több munkahely, mint a telekommunikációs iparágban

81 %-a

az internethasználóknak az internetet használja zenehallgatásra, videonézésre és játéokra

8,6 milliárd euró

a kulturális áruk összesített kereskedelmi mérlege az Unióban 2019-ben.

90 %-a

a CCI vállalkozásoknak kis- vagy középvállalkozás.

A digitális élmények és az online/offline értékesítések kombinációja hajtotta a növekedést, de a piac folyamatosan fejlődik.

- Az elmúlt hat évben **évente 11,5%-kal** nőtt az online kulturális tartalmak, szolgáltatások és munkák által generált forgalom.

- Mindig is a kulturális vállalkozások kezdtek először kísérletezni a digitális technológiákkal és elsőként alkalmazták azokat (digitális fényképek, digitális adathordozók, mint a DVD és a Blu-ray, digitális felvételek, streaming, virtuális valóság és online platformok).

- Kezdetektől a kulturális tartalom volt az internetes fejlődés és növekedés mozgatórugója, és jelenleg is magas a részesedése a szélessávú adatforgalomból.

► 2013 óta az üzlet, a gyártás és a felhasználói élmény szempontjából

is komoly erőforrásokat fordítottak a CCI vállalatok és szervezetek az innovációra és a digitalizációra.

- Ugyanakkor a globális platformokkal és közvetítőkkal fennálló, **nem kiegyensúlyozott internetes viszonyok veszélyeztethetik** az iparág pénzügyi életképességét, foglalkoztatottságát, innovációját és beruházásait.

- A CCI-ben **tevékenykedő érdekelt felek számos olyan kihívással néznek szembe**, mint például a jogosultak javadalmazása, a kulturális és kreatív tartalmak piacának megfelelő működése és a védett művek jogosulatlan felhasználása elleni harc.

Források: Digital Economy and Society Index (DESI); Business Sector Profile, Eurostat; Cultural Statistics, Eurostat

Vezetői összefoglaló

Európa újjáépítése: a kulturális és kreatív szektor állapota a COVID-19 járvány előtt és után

2. A COVID-19 járvány hatása Éles visszaesés

2020-ban a kulturális és kreatív iparágak bevétele körülbelül 31%-kal csökkent.

• 2020-ban az Unió 28 tagállamában 444 milliárd euróra csökkent a CCI-forgalom, ami 2019-hez képest nettó 199 milliárd eurós visszaesést jelent.

• A forgalom 31%-ának elvesztése azt mutatja, hogy a kulturális és kreatív iparágak Európában a leghátrányosabban érintett szektorok közé tartoznak. Valamivel kevesebb a veszteségük, mint a légitölekedésé, de több, mint a turizmusé (-27%) vagy az autóiparé (-25%).

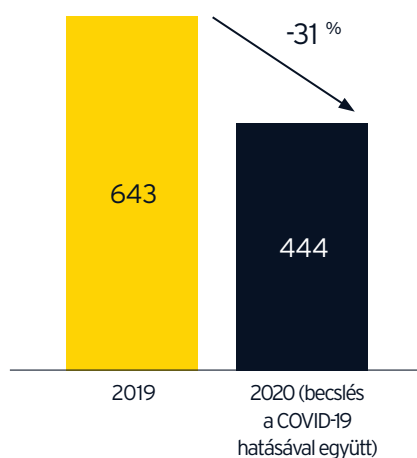
• A COVID-19 negatív hatása valamennyi kulturális és kreatív iparágban érezhető: a legsúlyosabban

érintettek közé tartoznak az előadó-művészeti (-90% 2019 és 2020 között) és a zenei (-76%) szektor; a vizuális művészet, az építészet, a könyvkiadás, a sajtó és az audiovizuális tevékenységek 20 és 40 százalék közötti veszteséget könyveltek el 2019-hez képest. Úgy tűnik, hogy csak a számítógépes játékoknak sikerült növekedniük (+9%)

• A válság Közép- és Kelet-Európát sújtotta leginkább (a litván -36%-tól a bolgár és észt -44%-ig).

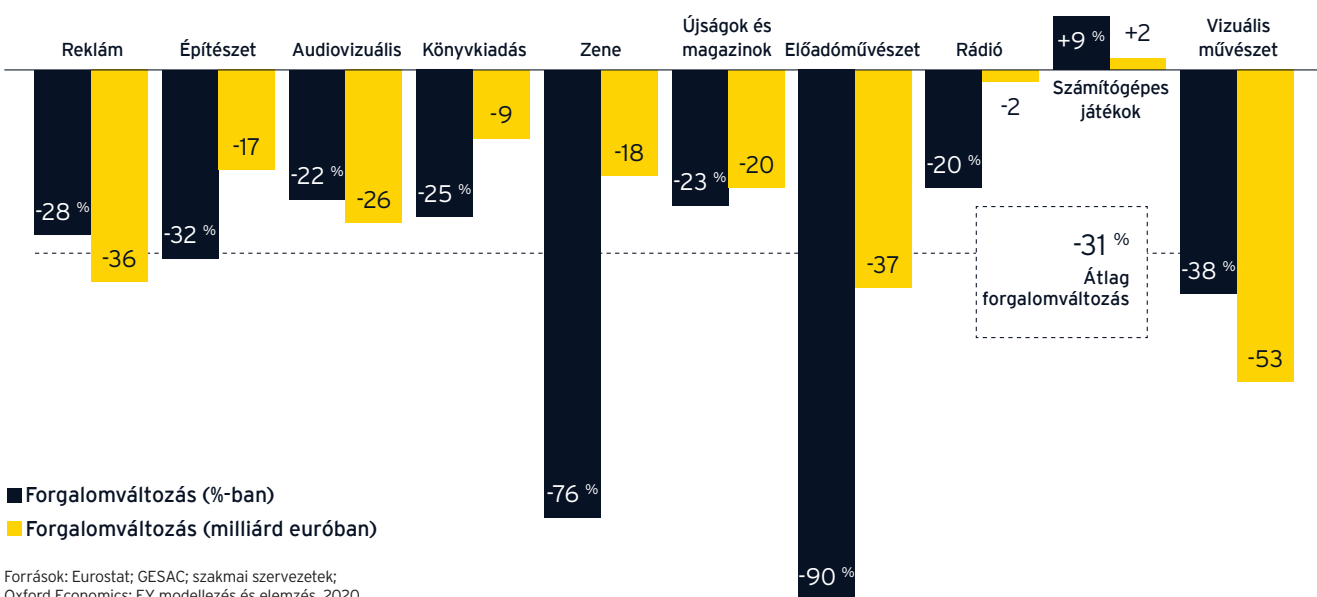
• Az összes iparág érintett: a fizikai élmények és értékesítések üzleti modellben elfoglalt központi szerepe, valamint a kontrollálhatatlan gyártási és terjesztési költségek miatt még azok a szereplők is drasztikus bevételkiesést tapasztaltak, akik az otthoni fogyasztás miatt védettebbeknek tűntek.

Összesített CCI-forgalom a 28 uniós tagállamban (milliárd euróban)



Források: Eurostat; GESAC; szakmai szervezetek; Oxford Economics - Global Industry, Second Wave Scenario, 2020.szeptember 7-i állapot; EY modellezés és elemzés, 2020.

Becsült forgalomváltozás a CCI szektorban, 2019-20 (a 2019-es forgalom százalékában, milliárd euróban; EU-28)



Források: Eurostat; GESAC; szakmai szervezetek; Oxford Economics; EY modellezés és elemzés, 2020.

3. A COVID-19 után

Hogyan lehet újjáépíteni az európai kulturális és kreatív iparágakat?

Az EY által végrehajtott, mélyreható interjúk és kutatások eredményeként, a CCI iparágakat képviselő szakértők és szervezetek véleménye alapján a kreatív gazdaság újjáépítéséhez és növekedéséhez az alábbi kihívásoknak kell elsőbbséget élvezniük:

1. kihívás - Finanszírozás

Nagymértékű közfinanszírozással kell segíteni a kulturális és kreatív vállalkozásokat, és támogatni kell a magánberuházásokat is. Ez az újjáépítés és átalakítás támogatásának és felgyorsításának két elengedhetetlen pillére.

2. kihívás - Lehetőségteremtés

Olyan stabil jogszabályi keretekkel kell támogatni az Unió sokoldalú kulturális kínálatát, amelyek lehetővé teszik a magánberuházásokat a gyártásban és a terjesztésben, hogy megteremtődjön a vállalkozások számára a beruházás megfelelő megtérülésének lehetősége és az alkotók is megfelelő bevételhez jussanak.

3. kihívás - Bevonás

Az európai társadalmi, szociális és környezeti átállás felgyorsításához igénybe kell venni a CCI iparágak és az abban tevékenykedő több millió egyéni és kollektív tehetség megsokszorozott erejét.

A COVID-19 járvány súlyos és hosszantartó hatással lesz a CCI értékláncre

- A köz- és magánszférában tevékenykedő CCI egyének (akár kreatívok, akár üzletemberek) és vállalkozások pénzügyi életképességét is veszélyeztetik a tevékenységek fennakadásaiból és az elfogadható gazdasági és egészségügyi körülmények visszatérése körüli bizonytalanságból eredő növekvő költségek, állandó csúszások és cash flow gondok.

- A válság komolyságát jól mutatja, hogy közel 35%-kal estek vissza a közös jogkezelő szervezetek által a szerzők és előadók számára beszedett jogdíjak, így ezeknek a művészeknek 2020-ban és 2021-ben drasztikusan csökken a bevétele.

- Ugyanakkor a fogyasztóknak értékesített digitális formátumok nem ellensúlyozzák a fizikai értékesítéseknél (könyvek, újságok, számítógépes játékok) és eseményeknél jelentkező bevételkieséseket. A zeneiparban a fizikai

értékesítés (CD- és hanglemezek) várhatóan 35%-kal csökken, miközben a becslések szerint a hangfelvételekből származó digitális bevételek csak 8%-kal nőnek majd. Ugyanez a trend figyelhető meg a filmiparban is, ahol a becslések szerint az európai mozik forgalma 75%-kal csökkent 2020-ban.

- Amennyiben nem lendül fel jelentős mértékben az offline gyártás, terjesztés és promóció 2021-ben, súlyos veszélybe kerül a CCI-k azon képessége, hogy fenntartsák és növeljék az új projektekbe, alkotásba és innovációba történő beruházást.

- Az EY által a közelmúltban végzett, a fogyasztói bizalmat felmérő Future Consumer Index válaszadóinak 46%-a úgy nyilatkozott, hogy még jó pár hónapig nem merne koncertre menni, és 21%-uk mondta, hogy még több évig nem mer majd koncertet látogatni.