

A welder wearing a plaid shirt, a dark apron, and protective gear (goggles and gloves) is working in a workshop. They are using a grinding wheel on a large, complex metal sculpture made of curved pipes. Bright sparks are flying from the point of contact. The background shows a dimly lit workshop with a window and some equipment.

Reconstruir a Europa

A economia cultural e criativa antes e depois da COVID-19

Sumário Executivo
Janeiro 2021

Sumário Executivo

Reconstruir a Europa: a economia cultural e criativa antes e depois da COVID-19

1. Antes da COVID-19 O grande poder da cultura e da criação

No final de 2019, a economia cultural e criativa era um peso-pesado europeu

- Com uma facturação de 643 mil milhões de euros e um valor agregado total de 253 mil milhões de euros em 2019, as principais actividades das indústrias culturais e criativas (ICC) representaram 4,4% do PIB da UE em termos de volume de negócios total.

- Assim, a contribuição económica das ICC é maior do que a das indústrias das telecomunicações, alta tecnologia, farmacêutica ou automóvel.

- Desde 2013 que as receitas globais das ICC vieram a aumentar cerca de 93 mil milhões de euros, isto é, cerca de 17%.

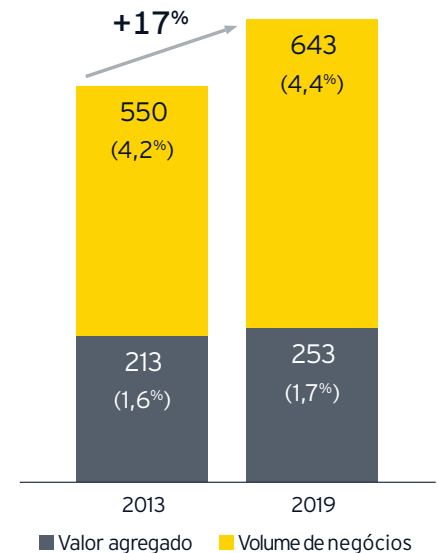
- No final de 2019 as ICC empregavam mais de 7,6 milhões de pessoas na UE-28, estas acrescentaram aproximadamente 700.000 (+ 10%) empregos, incluindo autores, artistas e muitos outros trabalhadores criativos, desde 2013.

- Entre 2013 e 2019, os 10 sectores

das ICC experienciaram taxas de crescimento diversificadas, embora com um crescimento constante: mais de 4% ao ano na indústria de videojogos, publicidade, arquitectura e música; e entre 0,5% e 3% para o audiovisual (AV), rádio, artes visuais, artes cénicas e livros. Apenas a imprensa sofreu uma quebra (-1,7%) devido à difícil transição entre as receitas dos produtos impressos e as receitas online.

- Todos os intervenientes apontam para um período de inovação intensa - não apenas a procura de uma vida melhor ou de experiências presenciais pelos espectadores, leitores, jogadores ou visitantes, mas também o aumento da procura de conteúdos online: 81% dos utilizadores da Internet, em 2018, utilizaram a Internet para a música, vídeos e jogos - mais do que para compras ou redes sociais.

Volume de negócios e valor agregado em 2013 e 2019, participação no PIB (em mil milhões de euros e %, UE-28)



Fontes: Eurostat; GESAC; organizações profissionais; Modelo e análise EY 2020.

As ICC na Europa tornaram-se cada vez mais internacionais e empreendedoras

- Em 2019, os cinco maiores países da UE-28 (França, Alemanha, Itália, Espanha e Reino Unido) representaram 69% da receita total das ICC na UE, embora o maior crescimento tenha vindo da Europa Central e de Leste.

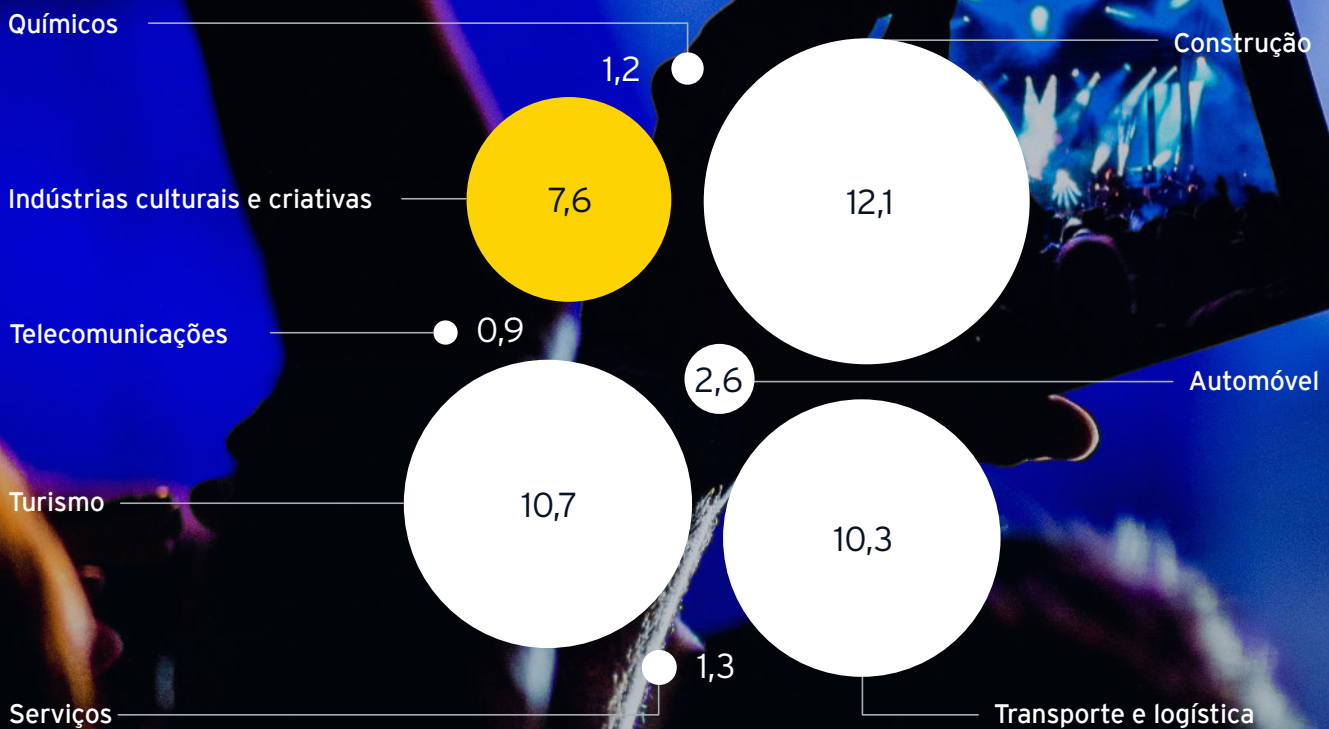
- Em 2017, a UE exportou 28,1 mil milhões de euros em bens culturais. A balança comercial da UE de bens culturais está em superavit (+ 8,6 mil milhões de euros), sendo que a participação das ICC no total das exportações da UE foi de 1,5% - semelhante ao excedente no comércio de alimentos, bebidas e tabaco (9,1 mil milhões de euros em 2018).

- Mais de 90% das empresas das ICC são pequenas ou médias empresas e 33% da força de trabalho trabalha por conta própria - representando assim mais do dobro do total da economia europeia (14%).

- As receitas provenientes do sector público representaram apenas 10,8% das receitas em 2018, comparado com 11,5% em 2013.

Emprego por sector em 2019
(em milhões de empregos; UE-28)

Fontes: Eurostat - Perfil do Sector Empresarial; Modelo e análise EY 2020.



8,4x

mais emprego do que na indústria das telecomunicações

81%

dos utilizadores da Internet na UE utilizam a Internet para música, vídeos e jogos

8,6 mil milhões

balança comercial total da UE no sector de bens culturais em 2019.

90%

das empresas ICC são pequenas e médias empresas

Fontes: Índice de economia e sociedade digital (DESI); o perfil do sector do negócio, Eurostat; Estatísticas culturais, Eurostat

Experiências digitais e distribuição online / offline, foram as combinações que impulsionaram o crescimento, embora o mercado continue a evoluir

- Nos últimos seis anos, o volume de negócios gerado por conteúdos culturais online, serviços e obras cresceram cerca de 11,5% ao ano.

- As empresas culturais, historicamente, foram pioneiras em experimentar e adoptar a tecnologia digital (fotos digitais, suportes digitais, como DVD e Blu-ray, CD, filmagem digital, streaming, realidade virtual e plataformas online). Os conteúdos culturais têm alimentado o crescimento e o desenvolvimento da Internet desde os seus primórdios, e continuam a representar uma parcela significativa do consumo de banda larga.

- Desde 2013, que as empresas das ICC e as organizações têm investido

de forma massiva na inovação e digitalização, quer numa perspectiva de negócios, quer em termos de produção e de experiência de cliente.

- Contudo, as relações desequilibradas com as plataformas globais e com os intermediários na Internet podem comprometer a viabilidade financeira, emprego, inovação e investimentos no sector.

- Para os diversos intervenientes nas ICC os desafios são numerosos, e incluem a remuneração dos titulares de direitos, o adequado funcionamento dos mercados, no que respeita aos conteúdos culturais e criativos, e a luta contra o acesso ilícito a obras protegidas.

Sumário Executivo

Reconstruir a Europa: a economia cultural e criativa antes e depois da COVID-19

2. Devido à COVID-19

A queda acentuada

Em 2020, a cultura e a economia criativa perderam aproximadamente 31% das suas receitas

► O volume de negócios total das ICC na UE- 28 foi reduzido para 444 mil milhões de euros em 2020, uma queda líquida de 199 mil milhões em relação a 2019.

• Com uma perda de 31% da sua facturação, a economia cultural e criativa é uma das mais afectadas da Europa, ligeiramente abaixo do transporte aéreo, mas superior às indústrias do turismo e automóvel (-27% e -25% respectivamente).

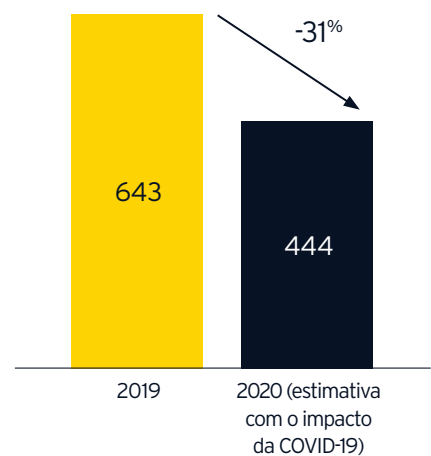
• As ondas de choque da COVID-19 são transversais a todos os sectores culturais e criativos: Nas artes cénicas (-90% entre 2019 e 2020) e

na música (-76%) é onde se verifica um maior impacto; artes visuais, arquitectura, publicidade, livros, imprensa e actividades AV caíram entre 20% a 40% em comparação com 2019. A indústria dos videojogos parece ser a única a manter-se (+9%).

• A crise atingiu de forma mais agressiva a Europa Central e de Leste (cerca de -36% para na Lituânia e para -44% na Bulgária e Estónia).

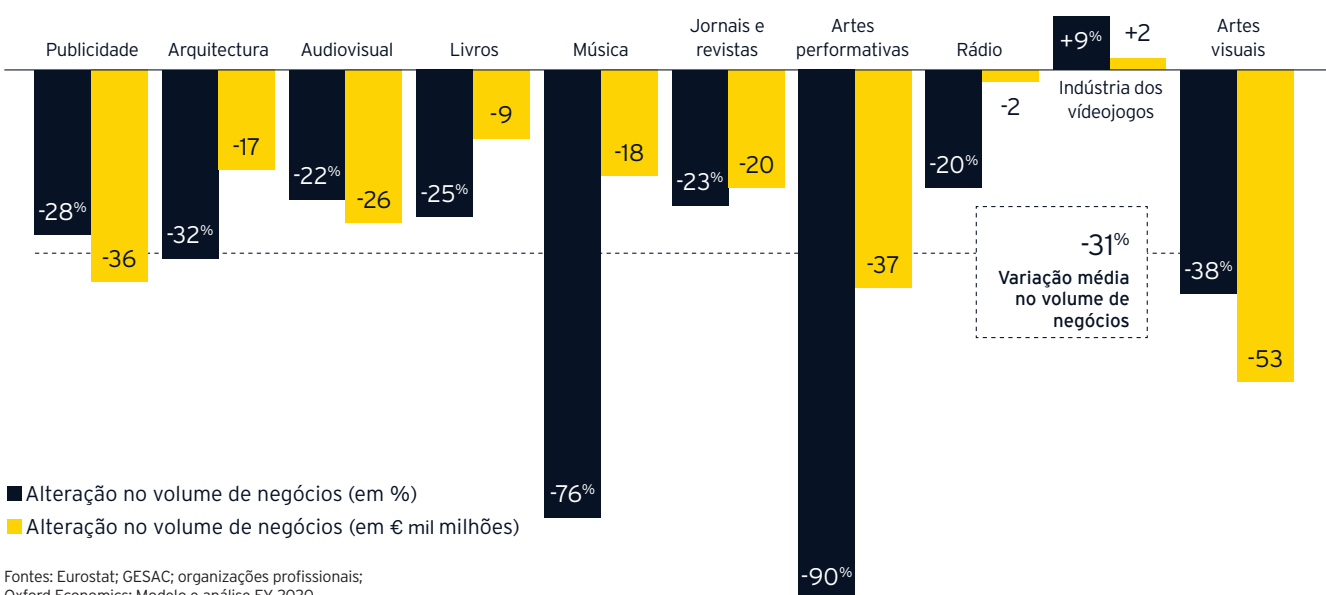
• Todos os sectores foram afectados: mesmo aqueles que pareciam estar protegidos pelo consumo doméstico enfrentaram uma acentuada quebra nas receitas, devido ao papel central das experiências presenciais e das vendas nos seus modelos de negócios, assim como da produção incontrolável e dos custos de distribuição.

Volume de negócios total gerado pelas ICC na UE - 28 (em mil milhões de euros)



Fontes: Eurostat; GESAC; organizações profissionais; Oxford Economics - Global Industry, Second Wave Scenario, a partir de 7 de setembro 2020; Modelo e análise EY 2020

Alteração estimada no volume de negócios 2019-20 por sector de ICC (em % do volume de negócios total de 2019 e em mil milhões de euros; UE-28)



■ Alteração no volume de negócios (em %)
■ Alteração no volume de negócios (em € mil milhões)

Fontes: Eurostat; GESAC; organizações profissionais; Oxford Economics; Modelo e análise EY 2020.

3. Após a COVID-19

Como reconstruir uma Europa cultural e criativa

Como resultado das pesquisas aprofundadas e entrevistas conduzidas pela EY, e com base na opinião de especialistas e organizações que representam as ICC, foram identificados como prioritários os seguintes desafios para a recuperação e o crescimento da economia criativa:

Desafio 1 - "Finanças"

Facultar financiamento público massivo e promover o investimento privado em negócios culturais e criativos, organizações, empresários e criadores - duas alavancas indispensáveis para apoiar e acelerar a recuperação e transformação de todos eles.

Desafio 2 - "Capacitar"

Promover a oferta cultural diversificada da UE, garantindo um sólido quadro jurídico para permitir o desenvolvimento do investimento privado na produção e distribuição, fornecendo as condições necessárias para um retorno adequado do investimento para as empresas e ainda garantir um rendimento adequado para os criadores.

Desafio 3 - "Alavancagem"

Utilizar as ICC - e o seu poder multiplicado pelos milhões de indivíduos e talentos colectivos que as integram - como um importante acelerador social e de transições ambientais na Europa.

A crise da COVID-19 terá um impacto massivo e duradouro em toda a cadeia de valor das ICC

- A viabilidade financeira dos indivíduos - sejam os próprios criativos ou os negócios - e as empresas das ICC dos sectores público e privado estão comprometidas com o aumento dos custos, atrasos sucessivos, fluxos de caixa restritos que se deve à interrupção das actividades e à retoma incerta de condições económicas e de saúde aceitáveis.
- A gravidade da crise é ilustrada, por exemplo, pela queda de cerca de 35% dos direitos cobrados pelas entidades de gestão colectiva (EGC) para autores e artistas, cujas receitas serão drasticamente reduzidas em 2021 e 2022.
- Por outro lado, o gasto do consumidor com modelos digitais não compensa a perda de receita gerada nas vendas físicas (de livros, videojogos, jornais etc.) e nos eventos na maioria dos sectores. No sector musical, as vendas físicas (CD e vinil) vão cair cerca de 35%, enquanto a receita digital da indústria fonográfica deverá crescer apenas 8%. As mesmas tendências aplicam-se ao cinema, com uma queda nas receitas geradas pelos cinemas europeus até agora estimada em -75% em 2020.
- Na ausência de uma retoma significativa das operações de produção offline, distribuição e promoção em 2021, a capacidade das ICC de manterem e aumentarem o investimento em novos projectos, na criação e na inovação ficará seriamente comprometida.
- Num recente Índice de Consumo Futuro da EY, 46% dos entrevistados disseram que não se sentiriam confortáveis a ir a um espectáculo durante vários meses, sendo que 21% disseram que não se sentiriam confortáveis a ir a um espectáculo durante vários anos.

Sobre o estudo

Depois do primeiro relatório publicado em 2014, em colaboração com o GESAC, a EY aceitou o desafio de produzir esta segunda edição, que surge no final de um ano dramático para as indústrias culturais e criativas (ICC), não só na Europa como no resto do mundo.

Âmbito

O estudo abarca os 10 principais sectores culturais e criativos utilizados no primeiro relatório sobre as ICC na Europa, publicado em 2014 pela EY e pelo GESAC:

- Publicidade
- Arquitectura
- Audiovisual
- Livros
- Música
- Jornais e revistas
- Artes performativas
- Rádio
- Videojogos
- Artes visuais

Por uma questão de rigor e consistência, decidimos basear-nos na definição da UNESCO que caracteriza as ICC como actividades "cujo objectivo principal é a produção ou reprodução, promoção, distribuição ou comercialização de

bens, serviços e actividades de natureza cultural, artística ou patrimonial". Assim, os principais dados revelados neste relatório não incluem outras "actividades criativas", como a moda, a joalharia ou o desenho industrial - nem sectores em que a criatividade desempenha um papel central, como nos bens de luxo ou a gastronomia, os quais são por vezes incluídos nas estatísticas relativas às ICC, como por exemplo as estatísticas do Eurostat.

O âmbito geográfico do estudo recai sobre a União Europeia (UE) e o Reino Unido (Reino Unido), designados como UE-28. Salvo disposição em contrário, no estudo em apreço, todas as referências à UE referem-se à UE-28.

Salvo disposição em contrário, todas as referências a criadores dizem respeito a autores, intérpretes e outros artistas.

Indicadores

- ▶ **Volume de negócios:** o estudo adoptou uma abordagem baseada nos mercados de consumidores finais, sobretudo, nos preços de venda. A abordagem considera a receita obtida no final da cadeia de valor, em vez de somar a receita de todas as partes interessadas, envolvidas no processo, como partes individuais da cadeia de valor. Por exemplo, para medir o valor económico das artes cénicas, foram excluídos o aluguer de equipamentos e o *catering*, uma vez que podem ser considerados custos intermédios da gestão do local e que já estão incluídos nas receitas de venda de bilheteira.
- ▶ **Valor acrescentado bruto:** a avaliação baseia-se nas relações volume de negócios / valor bruto acrescentado para cada sector. O cálculo dos rácios com base nas estatísticas estruturais das empresas do Eurostat e em relatórios de organizações profissionais, quando disponíveis.
- ▶ **Empregos - trabalhadores permanentes, temporários e a tempo parcial, incluindo trabalhadores independentes:** o emprego é expresso em número de empregos, não em equivalentes de tempo completo (FTE). Tal é explicado, em larga medida, pela falta de dados sobre o emprego nos códigos de actividade económica (NACE - *Nomenclature statistique des Activités économiques de la Communauté Européenne*), relacionados com as ICC da UE que por vezes não contabilizam os artistas e outros titulares de obras criativas. Os números de emprego incluem os sectores público e privado.

Sobre as organizações parceiras e as que apoiaram o relatório

O Grupo Europeu de Sociedades de Autores e Compositores (GESAC) solicitou à EY a produção de um relatório sobre a situação das indústrias culturais e criativas (ICC) na Europa.

Qual era a situação económica antes da crise da COVID-19? Qual foi o impacto da crise na actividade e no emprego? E quais são as principais prioridades do sector para se proteger das consequências mais graves, para recuperar o crescimento e valorizar a economia europeia? O presente estudo segue a linha do relatório anterior, intitulado Criar Crescimento (*Creating Growth*), publicado em Dezembro de 2014.

O GESAC reuniu vários parceiros que representam as ICC, de forma a reflectir a diversidade e a força colectiva desta economia.

A EY agradece à equipa do GESAC e aos seus parceiros, bem como aos especialistas entrevistados por toda a Europa. O GESAC e a EY agradecem ainda os contributos da ADAGP, BUMA, GEMA, SACEM, SCAM, SIAE e da SOZA. A contribuição de todos foi essencial para o estudo.

Acerca do GESAC

O GESAC integra 32 sociedades de autores de toda a Europa, que juntas representam mais de um milhão de criadores e titulares de direitos - desde músicos a escritores, artistas visuais a directores de cinema entre muitos outros, nas áreas de artes musicais, audiovisuais e visuais, e literárias e obras dramáticas.

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

Sobre a equipa do estudo

O estudo foi realizado pela EY, sob a supervisão de Marc Lhermitte, com a participação de Hugo Alvarez, Clémence Marcout, Quentin Nam e Enzo Sauze.

Parceiros do GESAC para o estudo

AEPO-ARTIS

Association of European Performers Organisations

EUROKINEMA

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

Organizações que apoiaram o estudo

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

