

A person wearing a plaid shirt, a dark apron, and safety goggles is using a grinding tool on a large, abstract metal sculpture. The sculpture consists of several curved metal tubes and a spherical wireframe. Sparks are flying from the point of contact between the tool and the metal. The background is a dimly lit workshop with a window and some equipment visible.

Återuppbyggnaden av Europa

De kulturella och kreativa
näringarna före och efter
COVID-19

Sammanfattning
Januari 2021

Sammanfattning

Återuppbyggnaden av Europa, de kulturella och kreativa näringarna före och efter COVID-19

1. Före COVID-19

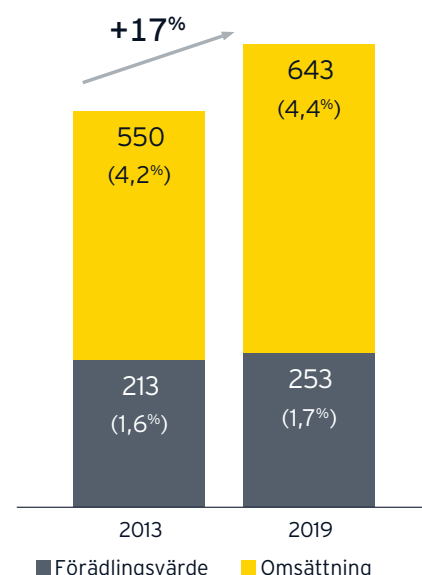
Kulturens och skapandets fulla kraft

I slutet av 2019 var de kulturella och kreativa näringarna en betydande kraft i Europa

- Med en omsättning på 643 miljarder euro och ett totalt förädlingsvärde på 253 miljarder euro under 2019, representerade kärnverksamheterna inom de kulturella och kreativa näringarna (KKN) 4,4 procent av EU:s BNP gällande omsättning.
- Därmed är bidraget från KKN till ekonomin större än bidragen från telekom-, högteknologi-, läkemedels- eller bilindustrin.
- Sedan 2013 har de totala intäkterna från KKN ökat med 93 miljarder euro – nästan 17 procent.
- Vid slutet av 2019 var mer än 7,6 miljoner människor inom EU anställda inom KKN. De har därmed bidragit med runt 700 000 arbetstillfällen (+10 procent) sedan 2013, inklusive låtskrivare, artister och andra kulturskapare.

- Mellan 2013 och 2019 genomgick de tio KKN-sektorerna varierande men konstant tillväxt: över 4 procent årligen för dataspel, reklam, arkitektur och musik; och mellan 0,5 procent och 3 procent för tv och film (AV), radio, bildkonst, scenkonst och böcker. Media var den enda sektorn som backade (-1,7 procent) på grund av svårigheter med övergången från tryckintäkter till digitala intäkter.
- Alla aktörer förutser nu en period av intensiv innovation. Efterfrågan på innehåll online har ökat explosionsartat och publik, läsare och besökare är ständigt på jakt efter storartade live-evenemang och nya, spännande upplevelser. 81 procent av nätanvändarna inom EU använde internet för musik, video och spel under 2018 – mer än för shopping och socialt nätverkande.

Omsättning och förädlingsvärde under 2013 och 2019, och del av BNP (i miljarder euro och i %, EU-28)



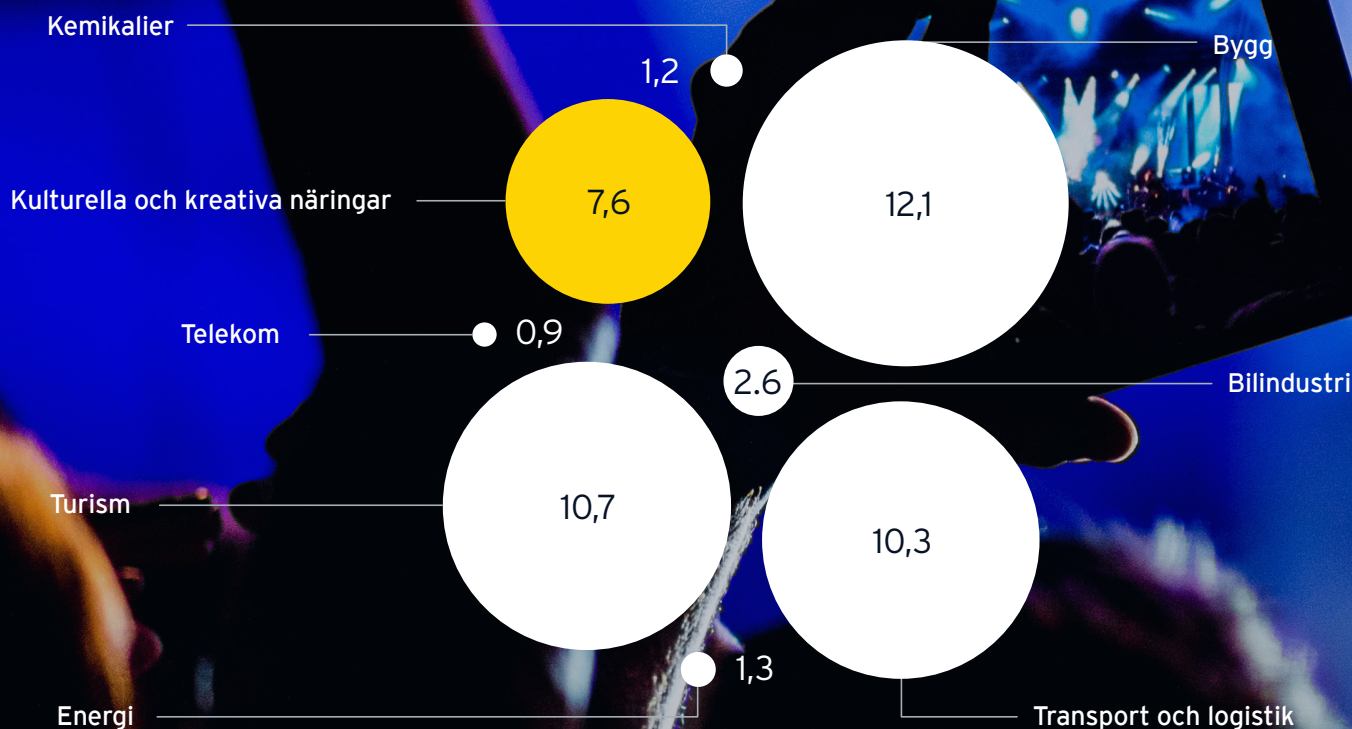
Källor: Eurostat; GESAC; professionella organisationer; EY modeling and analysis 2020.

KKN i Europa har blivit mer internationella och entreprenörsbetonade

- Under 2019 stod de fem största av de 28 EU-länderna (Frankrike, Tyskland, Italien, Spanien och Storbritannien) för 69 procent av EU:s totala KKN-intäkter, men den största tillväxten ägde rum i Central- och Östeuropa.
- 2017 exporterade EU kulturella varor för 28,1 miljarder euro. EU:s handelsbalans i kulturella varor ligger på plus 8,6 miljarder och KKN stod för 1,5 procent av EU:s totala export – ungefär samma andel som handel med livsmedel, alkohol och tobak (9,1 miljarder euro under 2018).
- Över 90 procent av bolagen inom KKN är små eller medelstora företag och 33 procent av arbetskraften består av egenföretagare – mer än dubbelt så många som i den europeiska ekonomin i stort (14 procent).
- Intäkter från den offentliga sektorn utgjorde endast 10,8 procent av intäkterna under 2018, jämfört med 11,5 procent under 2013.

Sysselsättning sektorsvis 2019 (miljoner arbetstillfällen; EU-28)

Källor: Eurostat - Business Sector Profile; EY modelling and analysis 2020.



8,4x

fler arbetstillfällen än i
telekombranschen

81%

av nätanvändarna inom EU använde
nätet för musik, video och spel

8,6 miljarder euro

EU:s totala handelsbalans i kulturella
varor 2019

90%

av KKN-företag är små eller
medelstora

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

Digitala upplevelser och kombinationer av distribution online/offline har drivit på tillväxten, men marknaden fortsätter att utvecklas

- Under de senaste sex åren ökade omsättningen baserad på kulturellt innehåll, tjänster och verk på nätet med 11,5 procent per år.
- Historiskt sett har kulturföretag varit först med att experimentera och ta till sig digitala teknologier (digitala foton, digitala enheter som DVD och Blu-ray, CD, digital filmning, streaming, virtual reality och digitala plattformar). Det kulturella innehållet har påskyndat tillväxten och utvecklingen av internet från första början, och står för en stor del av bredbandskonsumtionen.
- Sedan 2013 har kulturella och kreativa företag och organisationer investerat stort i innovation och digitalisering, ur både ett

affärsperspektiv och vad gäller
produktion och kundupplevelser.

- Men oschyssta spelregler för globala plattformar och mellanhänder på nätet kan riskera den ekonomiska kraften, jobbskapandet, innovationerna och investeringarna i sektorn.
- Det finns många utmaningar för aktörerna inom KKN, t.ex. ersättning för upphovsrättsinnehavare, att ha väl fungerande marknader för kulturellt och kreativt innehåll, och kampen mot olaglig tillgång till skyddade verk.

Sammanfattning

Återuppbyggnaden av Europa, de kulturella och kreativa näringarna före och efter COVID-19

2. På grund av COVID-19 Det snabba fallet

Under 2020 förlorade den kulturella och kreativa ekonomin runt 31 procent av sina intäkter.

► Den totala omsättningen inom KKN i EU:s 28 medlemsländer sjönk till 444 miljarder euro under 2020. Detta utgör en nettominusning med 199 miljarder euro sedan 2019.

• Förlusten av 31 procent av omsättningen gör den kulturella och kreativa ekonomin till en av de mest utsatta i Europa - något mindre utsatt än flygindustrin men mer än turist- och bilindustrierna (-27 procent och -25 procent vardera).

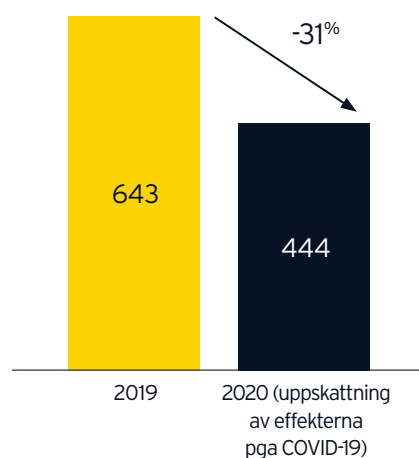
• De negativa effekterna av COVID-19 märks i samtliga kulturella och kreativa sektorer. Scenkonst (-90 procent mellan 2019-2020) och musik

(-76 procent) är värst drabbade; bildkonst, arkitektur, reklam, böcker, press och AV föll med 20 till 40 procent i jämförelse med 2019. Spelindustrin verkar vara den enda som klarat sig (+9 procent).

• Krisen har drabbat Central- och Östeuropa hårdast - från -36 procent i Litauen till -44 procent i Bulgarien och Estland.

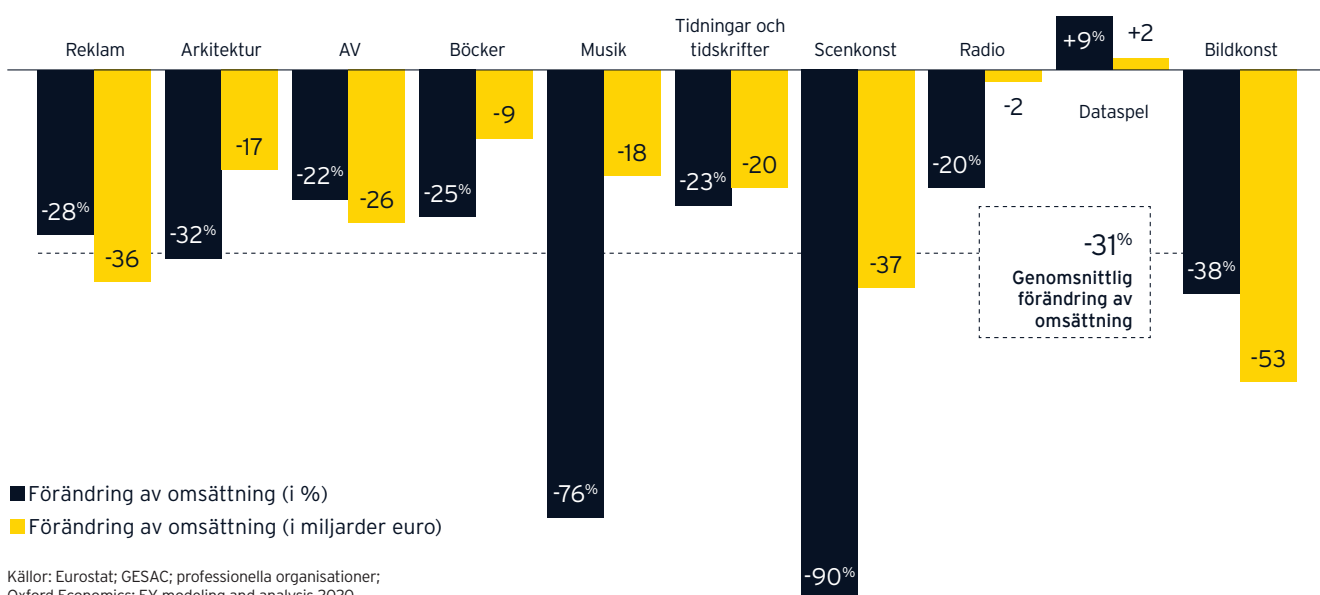
• Alla sektorer är drabbade: inkomsterna minskade kraftigt t.o.m. i de sektorer som antogs vara relativt skyddade av konsumtion i hemmet. Detta berodde på att fysiska upplevelser och fysisk försäljning intar en central plats i affärsplanerna samt att det inte var möjligt att kontrollera produktions- och distributionskostnader.

Total omsättning genererad av KKN i EU-28 (i miljarder euro)



Källor: Eurostat; GESAC, professional organisations; Oxford Economics - Global Industry, Second Wave Scenario, från 7 september 2020, EY modelling and analysis 2020.

Uppskattad förändring av intäkter 2019-2020 per KKN sektor (i procent av total omsättning 2019 och i miljarder euro; EU-28)



Källor: Eurostat; GESAC; professionella organisationer; Oxford Economics; EY modeling and analysis 2020.

3. Efter COVID-19

Att återuppbygga ett kulturellt och kreativt Europa

Efter djupgående forskning och intervjuer utförda av EY, och baserade på uppfattningar hos experter och organisationer som representerar KKN, har följande områden identifierats som prioriterade för återhämtning och tillväxt av den kreativa ekonomin:

Initiativ 1 - "Finansiering"

Tillhandahålla omfattande offentliga medel och uppmuntra privata investeringar i kulturella och kreativa företag, organisationer, entreprenörer och kreatörer – detta är två absolut nödvändiga insatser för att stödja och påskynda deras återhämtning och omställning.

Initiativ 2 - "Stärk upp"

Främja EU:s mångfacetterade kulturella utbud genom att säkerställa ett stabilt juridiskt ramverk som möjliggör utvecklingen av privata investeringar i produktion och distribution. Detta ger nödvändiga förutsättningar för en adekvat avkastning på investeringar för företag och garanterar rimlig inkomst för kreatörer.

Initiativ 3 - "Inflytande"

Använd KKN - och den flerfaldiga kraft som dess miljoner individuella och kollektiva talanger erbjuder – som en kraftfull accelerator av sociala, samhälleliga och miljömässiga omställningar i Europa.

COVID-19-krisen kommer att ha en enorm och långvarig effekt på hela värdekedjan inom KKN

- Ökande kostnader, återkommande förseningar, snäva pengaflöden på grund av inställda aktiviteter och en osäker avkastning äventyrar både individers ekonomiska bärkraft samt KKN-företag i den privata och offentliga sektorn.
- Krisens allvar illustreras t.ex. av en minskning på runt 35 procent i royalties som uppburits av medlemsorganisationer för låtskrivare och artister vars intäkter kommer att reduceras kraftigt under 2021 och 2022.
- Samtidigt kompenserar den digitala konsumtionen inte för förlusten av intäkter från fysisk försäljning (av böcker, spel, dagstidningar osv) och evenemang i de flesta sektorer. I musiksektorn kommer fysisk försäljning (CD och vinylskivor) att sjunka med 35 procent, medan digitala intäkter från skivbolagsindustrin endast förväntas öka med 8 procent. Liknande trender gäller för filmindustrin med en minskning av intäkter från europeiska biografer på -75 procent under 2020.
- Om vi inte ser en rejäl återhämtning när det gäller produktion, distribution och marknadsföring offline under 2021, kommer KKN:s möjligheter att upprätthålla och öka investeringar i nya projekt, skapande och innovationer att äventyras allvarligt.
- I ett nyligen publicerat EY Future Consumer Index, sade 46 procent av de tillfrågade att det kommer att ta flera månader innan de kommer att känna sig bekväma med att gå på en konsert, och 21 procent sade att det skulle ta flera år innan de tänka sig att gå på en konsert igen.