

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 tool 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.

Ricostruire l'Europa

L'economia culturale e
creativa prima e dopo il
COVID-19

Lo studio in sintesi
Gennaio 2021

Sintesi

Ricostruire l'Europa: l'economia culturale e creativa prima e dopo il COVID-19

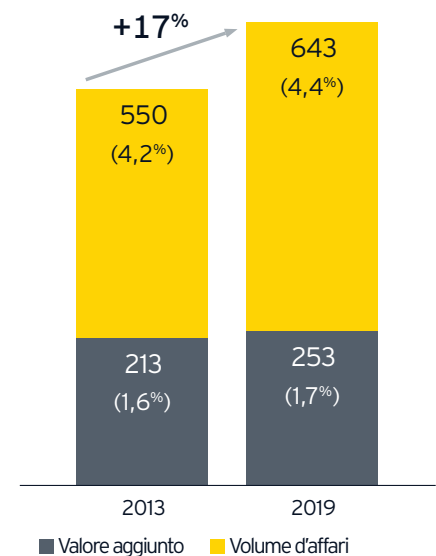
1. Prima del Covid-19 Tutta la potenza della cultura e della creatività

Alla fine del 2019, l'economia culturale e creativa era un peso massimo europeo.

- Con un volume d'affari di 643 miliardi di euro ed un valore aggiunto totale di 253 miliardi di euro nel 2019, le attività centrali delle industrie culturali e creative (ICC) rappresentavano il 4,4% del PIL UE in termini di fatturato complessivo.
- Il contributo economico delle ICC, dunque, è maggiore di quello dei settori delle telecomunicazioni, delle tecnologie avanzate, della farmaceutica e dell'industria automobilistica.
- Dal 2013, gli incassi totali delle ICC sono cresciuti di 93 miliardi di euro e di quasi il 17%.
- Alla fine del 2019, le ICC impiegavano più di 7,6 milioni di persone nell'UE a 28 e, dal 2013, hanno contribuito alla creazione di circa 700.000 nuovi posti di lavoro (+10%) per autori, artisti interpreti/ esecutori e altri lavoratori della cultura.

- Tra il 2013 e il 2019, i 10 settori delle ICC hanno registrato tassi di crescita diversi tra loro ma costanti: una crescita annua superiore al 4% per videogiochi, pubblicità, architettura e musica; tra lo 0,5% e il 3% per l'audiovisivo, radio, arti visive, arti dello spettacolo e libri. Solo la stampa ha sofferto (-1,7%) a causa della difficile transizione dal cartaceo al digitale in termini di incassi.
- Tutti i soggetti coinvolti considerano il periodo 2013 - 2019 come una fase di intensa innovazione - non solo per la ricerca di più grandi eventi dal vivo o che comportano l'esperienza fisica da parte di spettatori, lettori, giocatori o visitatori, ma anche per l'esplosione della domanda di contenuti online: nel 2018 l'81% degli utilizzatori di internet nella UE ha usato il web per la musica, i video e i videogiochi - più che per lo shopping o i social network.

Volume d'affari e valore aggiunto nel 2013 e 2019, e quota del PIL (in miliardi di € e %, UE a 28)



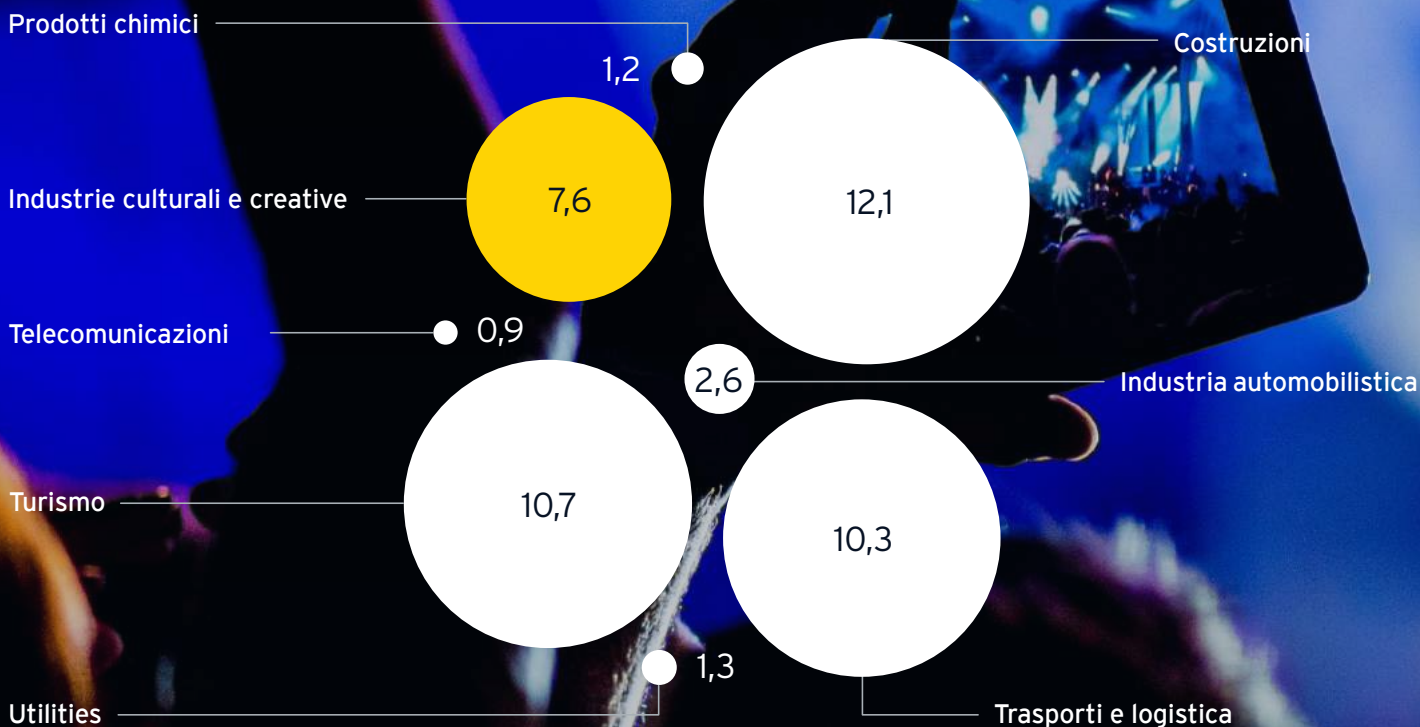
Fonti: Eurostat; GESAC; organizzazioni professionali; elaborazione e analisi EY 2020.

Le ICC in Europa sono diventate più internazionali ed a carattere più imprenditoriale

- Nel 2019, i cinque Stati più grandi dell'UE a 28 (Francia, Germania, Italia, Regno Unito e Spagna) rappresentavano il 69% degli incassi totali delle ICC nell'UE, ma la crescita maggiore è avvenuta nell'Europa centrale e orientale.
- Nel 2017, l'UE ha esportato 28,1 miliardi di euro di beni culturali. La bilancia commerciale dell'UE nel comparto dei beni culturali era in surplus (+8,6 miliardi di euro) e le esportazioni delle ICC rappresentavano l'1,5% dell'export totale UE - pari, circa, al surplus commerciale registrato dalla categoria di prodotti alimentari, bevande e tabacco (9,1 mld di euro nel 2018).
- Oltre il 90% delle aziende ICC è rappresentato da piccole o medie imprese e il 33% della forza lavoro è costituito da lavoratori autonomi - più del doppio che nell'intera economia europea (14%).
- Gli incassi originati dal settore pubblico rappresentavano solo il 10,8% nel 2018, in confronto all'11,5% nel 2013.

Impiego per settore nel 2019
(in milioni di posti di lavoro; UE a 28)

Fonti: Eurostat - Business Sector profile; elaborazione e analisi EY 2020.



8,4x

Più posti di lavoro rispetto al settore delle telecomunicazioni

81%

degli utilizzatori di internet nell'UE ha usato il web per la musica, video e videogiochi

8,6 mld

Bilancia commerciale totale dell'UE in beni culturali nel 2019

90%

Delle aziende ICC sono piccole o medie.

Fonti: Digital Economy and Society Index (DESI); Business Sector Profile, Eurostat; Statistiche Culturali, Eurostat

La fruizione digitale e le combinazioni della distribuzione online/offline hanno accelerato la crescita, ma il mercato continua ad evolversi

- Negli ultimi sei anni, il volume d'affari generato da contenuti culturali, servizi e opere creative online è aumentato dell'11,5% all'anno.

- Le imprese culturali sono state, storicamente, tra le prime a sperimentare e adottare le nuove tecnologie (foto digitali, supporti digitali come DVD e Blu-Ray, CD, streaming, realtà virtuale e piattaforme online). I contenuti culturali sono stati il volano di crescita di internet sin dai suoi albori e rappresentano ancora una parte molto grande del traffico dati.

- Dal 2013, le aziende ICC e le organizzazioni hanno fatto ingenti investimenti per

innovazione e digitalizzazione, in termini di business, produzione ed esperienza del consumatore.

- Tuttavia, lo squilibrio esistente nella relazione tra ICC da una parte e le grandi piattaforme digitali e gli intermediari online dall'altra rischia di compromettere la sostenibilità finanziaria, i posti di lavoro, l'innovazione e gli investimenti del settore.

- Per gli stakeholder delle ICC, le sfide sono numerose, e includono la remunerazione dei titolari dei diritti, il corretto funzionamento dei mercati dei contenuti culturali e creativi e la lotta contro l'accesso illecito alle opere protette.

Sintesi

Ricostruire l'Europa: l'economia culturale e creativa prima e dopo il COVID-19

2. A causa del COVID-19 Un crollo drastico

Nel 2020, l'economia culturale e creativa ha perso circa il 31% dei propri incassi.

► Il volume d'affari complessivo delle ICC nell'UE a 28 si è ridotto a 444 miliardi di euro nel 2020, registrando un netto calo di 199 miliardi di euro dal 2019.

• Con una perdita del 31% del suo volume d'affari, l'economia culturale e creativa è uno dei settori più colpiti in Europa, poco meno del trasporto aereo, ma più del turismo e dell'industria automobilistica (rispettivamente a -27% e -25%).

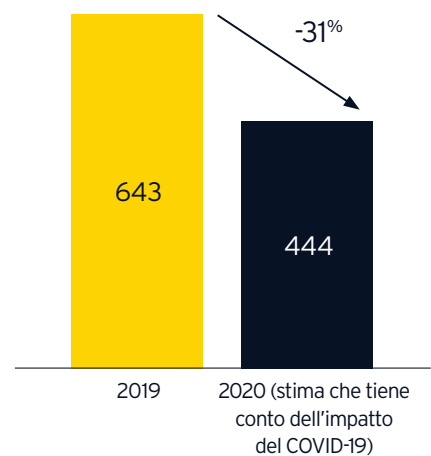
• L'onda d'urto del COVID-19 è stata avvertita in tutti i settori creativi e culturali: arti dello spettacolo

(-90% tra il 2019 e il 2020) e musica (-76%) sono le più colpite; arti visive, architettura, pubblicità, libri, stampa e audiovisivo hanno registrato un crollo dal 20% al 40% rispetto al 2019. L'industria dei videogiochi sembra l'unica a resistere (+9%).

• La crisi ha colpito più duramente l'Europa centrale e orientale (dal -36% in Lituania al -44% in Bulgaria ed Estonia).

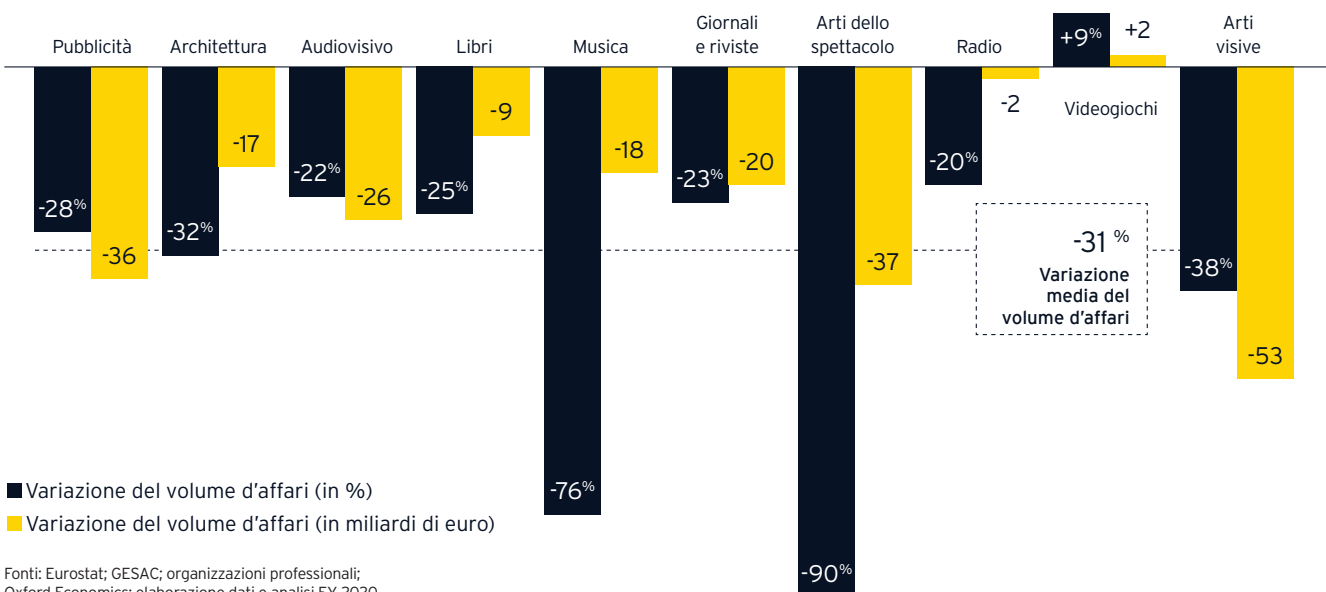
• Tutti i settori sono stati colpiti dalla crisi: anche quelli che sembravano protetti dal consumo domestico hanno subito un netto calo in termini di incassi, visto il peso nei loro modelli di business della fruizione dal vivo e delle vendite fisiche, così come i costi, incontrollabili, di produzione e di distribuzione.

Volume d'affari complessivo generato dalle ICC nell'UE a 28 (in miliardi di euro)



Fonti: Eurostat; GESAC; organizzazioni professionali; Oxford Economics - Industria Globale, Scenario della Seconda Ondata (al 7 settembre 2020); elaborazione dati e analisi EY 2020.

Stima della variazione del volume d'affari 2019-20 per settore ICC (in % del volume d'affari totale 2019 e in miliardi di euro; UE a 28)



3. Dopo il COVID-19

Come ricostruire un'Europa culturale e creativa

A conclusione delle approfondite ricerche e interviste condotte da EY, e sulla base delle opinioni degli esperti e delle organizzazioni rappresentative delle ICC, sono state identificate le seguenti sfide prioritarie per il piano di ripresa e crescita dell'economia creativa:

Sfida 1 - "Finanziamento"

Stanziare ingenti finanziamenti pubblici e promuovere investimenti privati nei confronti delle imprese culturali e creative, delle organizzazioni, degli imprenditori e dei creatori - due leve indispensabili per sostenere e accelerare la ripresa e la trasformazione.

Sfida 2 - "Potenziamento"

Promuovere l'offerta culturale diversificata dell'UE, assicurando un quadro legale solido che consenta lo sviluppo degli investimenti privati nella produzione e nella distribuzione, creando le condizioni necessarie per un adeguato ritorno sull'investimento per le imprese e garantendo un reddito adeguato ai creatori.

Sfida 3 - "Valorizzazione"

Usare le ICC - e il potere moltiplicato dei loro milioni di talenti collettivi e individuali - come grandi acceleratori di transizioni sociali ed ambientali in Europa.

La crisi COVID-19 avrà un impatto enorme e duraturo sull'intera catena di valore delle ICC

- La sostenibilità finanziaria dei soggetti - sia creatori che imprese - e delle aziende ICC nel settore pubblico e privato è compromessa dall'aumento dei costi, dai ripetuti ritardi, dalla ristrettezza dei flussi di cassa dovuta all'interruzione delle attività e dall'incertezza sul ritorno a condizioni economiche e sanitarie accettabili.
- La gravità della crisi è testimoniata, ad esempio, dal crollo di circa il 35% dei diritti riscossi dalle organizzazioni di gestione collettiva (OGC) per conto degli autori e degli artisti, i cui incassi saranno ridotti drasticamente nel 2021 e 2022.
- D'altronde, nella maggior parte dei settori la spesa dei consumatori per prodotti digitali non compensa la perdita degli incassi generati dalle vendite di prodotti fisici (libri, videogames, giornali, ecc...) e dagli eventi. Nel settore della musica, le vendite di prodotti fisici (CD e vinili)

registreranno un calo del 35%, mentre si prevede che gli incassi digitali per l'industria discografica aumentino solo dell'8%. Gli stessi trend valgono per i film, visto che le stime indicano un crollo degli incassi generati dalle sale cinematografiche europee nel 2020 pari, finora, al -75%.

- In assenza di un riavvio significativo, nel 2021, delle attività di produzione e di distribuzione offline e di promozione, la capacità delle ICC di mantenere e di aumentare gli investimenti in nuovi progetti, creazione ed innovazione, sarà seriamente compromessa.
- Nell'ambito di un recente Indice dei Consumi Futuri di EY, il 46% delle persone che hanno risposto ha dichiarato di non sentirsi tranquillo all'idea di recarsi a un concerto per ancora parecchi mesi, e il 21% non lo sarebbe addirittura per ancora parecchi anni.

Lo studio

Dopo un primo report pubblicato con GESAC nel 2014, EY ha raccolto la sfida di realizzare questa seconda edizione dello studio alla fine di un anno drammatico per le industrie culturali e creative (ICC), in Europa come nel resto del mondo.

Oggetto dello studio

Lo studio esamina i 10 settori centrali delle industrie culturali e creative, che sono già stati oggetto del primo report sulle ICC in Europa pubblicato nel 2014 da EY e GESAC:

- Pubblicità
- Architettura
- Audiovisivo
- Libri
- Musica
- Giornali e riviste
- Arti dello spettacolo
- Radio
- Videogiochi
- Arti visive

Nell'ottica del rigore e della coerenza concettuale, abbiamo adottato la definizione di ICC data dall'UNESCO, che definisce le industrie culturali e creative quali attività "il cui scopo principale è la produzione o riproduzione, promozione, distribuzione o commercializzazione di beni, servizi e attività di natura culturale,

artistica o legati al patrimonio culturale".

Di conseguenza, i dati principali riportati in questo studio non includono certe altre "attività creative" quali la moda, l'oreficeria o il design industriale, né quei settori in cui la creatività ha un ruolo centrale, quali i beni di lusso o la gastronomia, e che si trovano invece inclusi in alcune statistiche riguardanti le ICC, come ad esempio nei dati Eurostat.

Il perimetro geografico di questo studio è l'Unione Europea (UE) e il Regno Unito (UK), definito anche "UE a 28".

Tutti i riferimenti all'UE contenuti nel presente studio, se non diversamente specificato, sono perciò relativi all'UE a 28 Stati.

Salvo diverse indicazioni, tutti i riferimenti ai creatori si riferiscono ad autori, artisti esecutori ed altra tipologia di artisti.

Indicatori

- ▶ **Volume d'affari:** l'approccio adottato in questo studio è basato sui mercati dei consumatori finali, considerando i prezzi al dettaglio. Questo approccio tiene conto degli incassi alla fine della catena del valore, anziché sommare gli incassi di tutti gli stakeholders coinvolti nelle singole parti del processo di creazione del valore. Ad esempio, nel calcolare il valore economico del settore delle arti dello spettacolo, sono stati esclusi il noleggio dell'attrezzatura tecnica e il catering, poiché questi possono essere considerati quali costi intermedi legati alla gestione dell'evento e sono già inclusi negli incassi derivanti dalla vendita dei biglietti d'ingresso.
- ▶ **Valore aggiunto lordo:** la nostra analisi si basa sul rapporto fatturato/valore aggiunto lordo per ogni settore. Abbiamo calcolato tali rapporti basandoci sulle Structural Business Statistics dell'Eurostat e, laddove disponibili, sui report delle organizzazioni professionali.
- ▶ **Posti di lavoro - a tempo indeterminato, determinato e part-time, includendo i lavoratori autonomi:** l'impiego è espresso in termini di posti di lavoro, anziché in equivalenti a tempo pieno. Ciò si deve, in larga misura, alla mancanza di dati sull'occupazione all'interno dei codici NACE (Classificazione statistica delle Attività economiche della Comunità Europea) relativi alle ICC, che talvolta non prendono in considerazione gli artisti e altre figure titolari delle opere creative. Le cifre relative all'impiego riguardano sia i posti di lavoro nel settore pubblico che privato.

Partner e sostenitori dello studio

Il Gruppo Europeo delle Società di Autori e Compositori (GESAC) ha commissionato a EY la realizzazione di uno studio sullo stato delle industrie culturali e creative (ICC) in Europa.

Qual era la loro situazione economica prima della crisi COVID-19? Che impatto ha avuto la crisi sulle attività delle ICC e sui livelli di occupazione? E quali sono le priorità del settore per proteggersi dalle conseguenze più gravi della crisi, per tornare a crescere e potenziare il valore che riveste nell'economia europea?

Questo studio è il proseguimento di uno studio dello stesso tipo, dal titolo "Creating Growth", pubblicato nel dicembre 2014.

GESAC ha riunito numerosi partner che rappresentano le ICC, a testimonianza della varietà e della forza sinergica che caratterizza questa economia.

Il team di EY intende ringraziare GESAC, i partner di GESAC e gli esperti intervistati in tutta Europa. GESAC e EY ringraziano inoltre ADAGP, BUMA, GEMA, SACEM, SCAM, SIAE e SOZA per il loro contributo.

Il sostegno di tutti è stato fondamentale per la realizzazione di questo studio.

GESAC

GESAC comprende 32 società di autori in tutta Europa, che insieme rappresentano più di un milione di creatori e aventi diritto - dai musicisti agli scrittori, dagli artisti visivi ai registi cinematografici e molti altri, nei settori delle arti musicali, audiovisive, visive, letterarie e dello spettacolo.

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

Il team di ricerca

Lo studio è stato condotto da EY (Ernst & Young), sotto la supervisione di Marc Lhermitte, con la partecipazione di Hugo Alvarez, Clémence Marcout, Quentin Nam e Enzo Sauze.

I partner di GESAC nello studio

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

Organizzazioni a sostegno

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

