

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.

# 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%.

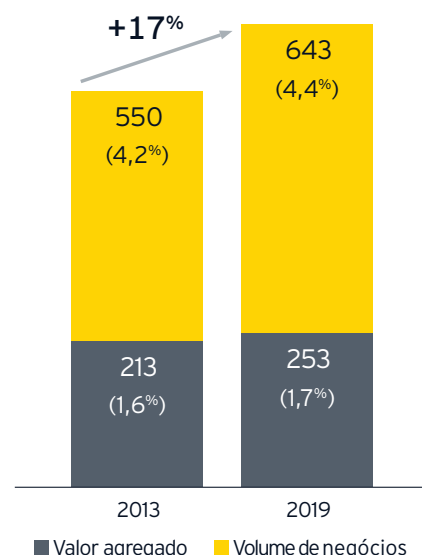
- No final de 2019 as ICC empregavam mais de 7,6 milhões de pessoas na UE-28, estas acrescentaram aproximadamente 700.000 (+ 10%) empregos, incluindo autores, artistas e muitos outros trabalhadores criativos, desde 2013.

- 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).

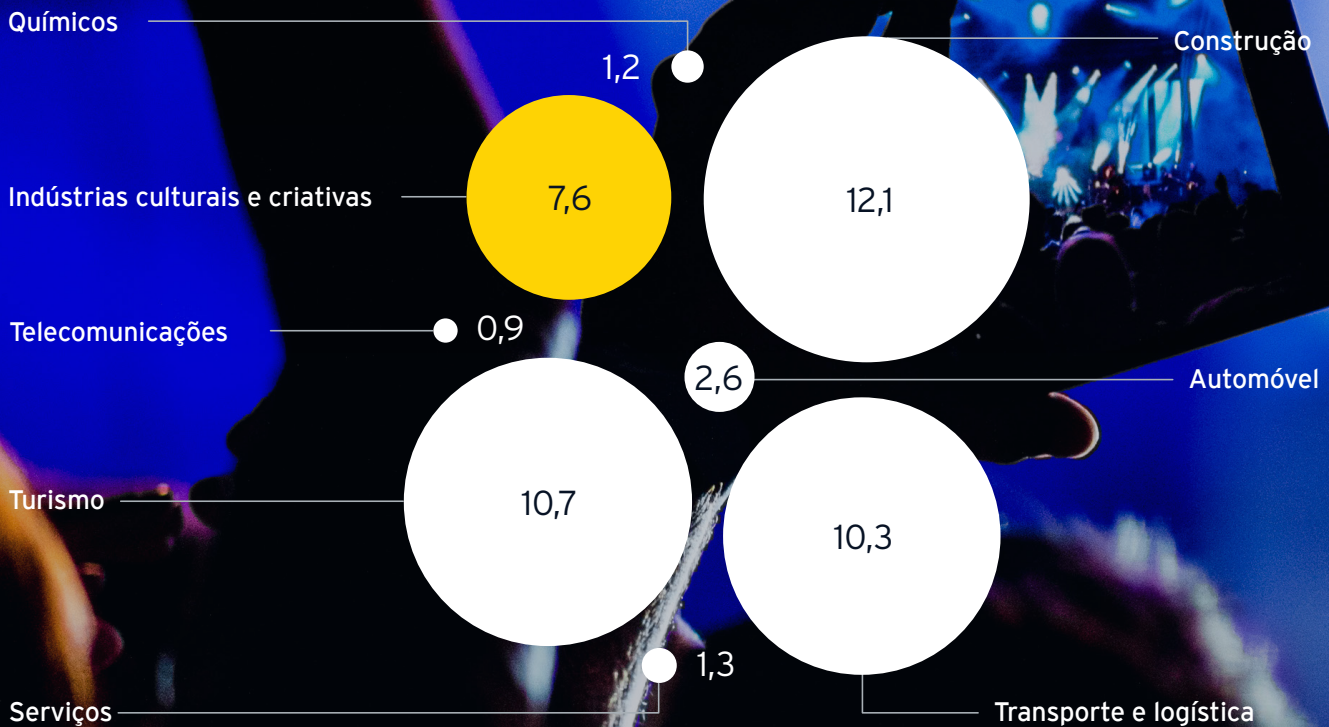
- Mais de 90% das empresas das ICC são pequenas ou médias empresas e 33% da força de trabalho trabalha por conta própria - representando assim mais do dobro do total da economia europeia (14%).

- 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).

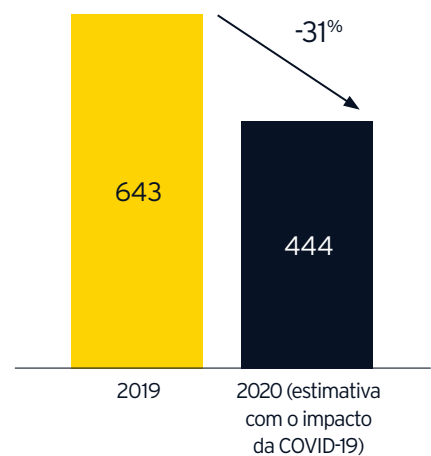
• As ondas de choque da COVID-19 são transversais a todos os sectores culturais e criativos: Nas artes cénicas (-90% entre 2019 e 2020) e

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).

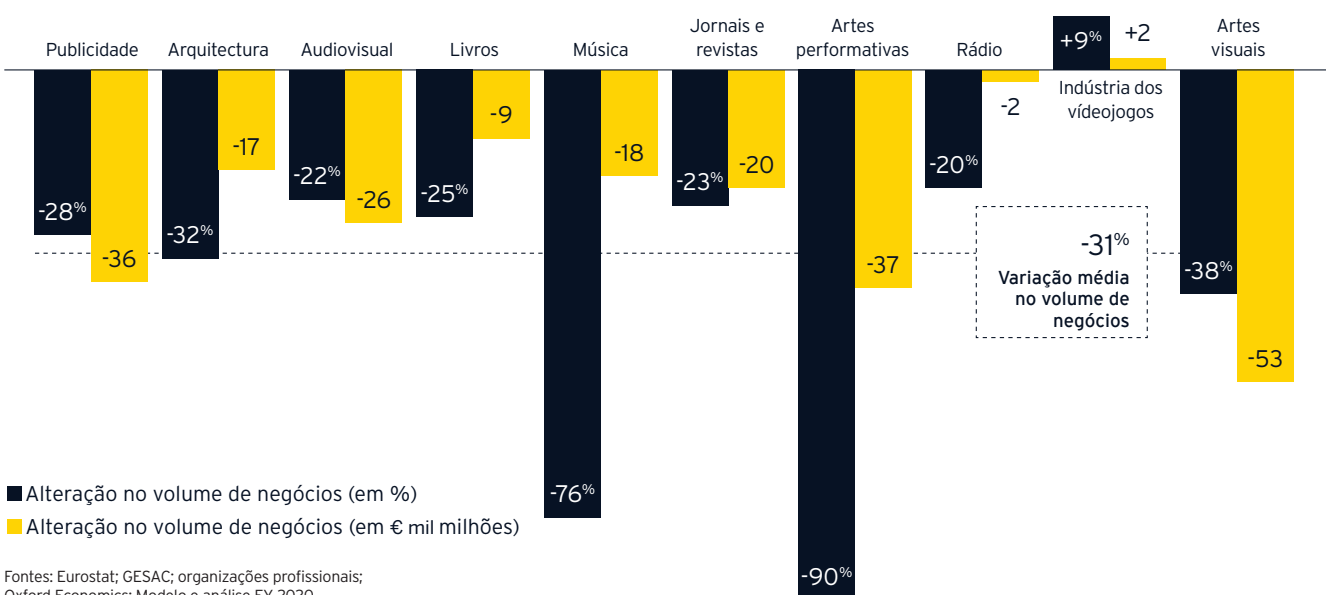
• Todos os sectores foram afectados: mesmo aqueles que pareciam estar protegidos pelo consumo doméstico enfrentaram uma acentuada quebra nas receitas, devido ao papel central das experiências presenciais e das vendas nos seus modelos de negócios, assim como da produção incontrolável e dos custos de distribuição.

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)



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

