

Креативные индустрии

Краткий обзор

АКАР

АССОЦИАЦИЯ
КОММУНИКАЦИОННЫХ
АГЕНТСТВ РОССИИ

Определение креативных индустрий

- Существует два определения: экономическое и социокультурное:
- Экономическое определение: Креативные индустрии (творческие отрасли) - это креативная экономика, экономика знаний. Креативные индустрии – это часть экономики, связанная с созданием, производством и использованием знаний и информации;
- Социокультурное определение: креативные индустрии – когнитивно-культурная экономика, объединяющая высокотворческие, изобретательные и инновационные отрасли;
- Термин «креативные индустрии» впервые появился в докладе «Креативная экономика» правительства Австралии в 1994 году.

Определение креативных индустрий

Наиболее распространенным среди развитых экономик является определение Департамента культуры, медиа и спорта Великобритании (DCMS):

Креативные индустрии (творческие отрасли) - это индустрии, которые берут свое начало в индивидуальном творчестве, навыках и талантах и имеют потенциал для создания прибыли и рабочих мест за счет разработки, производства и эксплуатации интеллектуальной собственности.*

Единого перечня (реестра) креативных индустрий не существует. Чаще всего используется реестр Организации объединенных наций и реестр Департамента культуры, медиа и спорта Великобритании (DCMS)

* Определение в переводе ИЦ АКАР/АРИР/РАМУ

Реестры креативных индустрий

- Единого мирового реестра креативных индустрий пока нет. Чаще всего используется английский реестр (2) и реестр ООН (4)

НИУ ВШЭ (1)

1. Арт-индустрия;
2. Народные промыслы;
3. Музыка, исполнительное искусство, культурно-досуговые учреждения;
4. Кино и анимация;
5. Фотография;
6. Издательская деятельность;
7. Телерадиовещание;
8. IT и видеоигры;
9. Реклама;
10. Архитектура;
11. Дизайн;
12. Мода;
13. Библиотека, архивы, музеи;
14. Ювелирное дело;
15. Культурное наследие;
16. Образование в сфере креативных индустрий.

DCMS (2)

1. Реклама и маркетинг;
2. Архитектура;
3. Ремесла;
4. Дизайн: продуктовый, графический и модный (создание моделей одежды);
5. Кино, телепродукция, ТВ, видео, радио и фотография;
6. IT, программное обеспечение и компьютерные услуги, включая сервисы, приложения и игры;
7. Издательское дело и пресса;
8. Музеи, галереи, библиотеки;
9. Музыка, театр, исполнительное и изобразительное искусство.

Джон Хокинс* (3)

1. Реклама и маркетинг;
2. Архитектура;
3. Ремесла;
4. Дизайн: продуктовый, графический и модный (создание моделей одежды);
5. Кино, телепродукция, ТВ, видео, радио и фотография;
6. IT, программное обеспечение и компьютерные услуги, включая сервисы, приложения и игры;
7. Издательское дело и пресса;
8. Музеи, галереи, библиотеки;
9. Музыка, театр, исполнительное и изобразительное искусство;
10. Игрушки и игры;
11. Исследования и разработки в области науки и техники.

Реестр креативных индустрий – ООН (4)

1. Декоративно-прикладное искусство (Art Crafts): ювелирное искусство, ковроделие, батик, гобелен, нитяная графика, кружевоплетение, художественная резьба, керамика, вышивка, вязание, макраме, лаковая миниатюра, художественная роспись, художественное вырезание, художественная обработка металла, ковка, литье, пирография, работа со стеклом, витражная роспись, мозаика, набойка, бисероплетение, поделки из бумаги, лозоплетение, пряжа, т.д.
2. Аудиовизуальные искусства (Audiovisual): реклама, игровое, документальное, научно-популярное, учебное, экспериментальное, абстрактное кино, телевидение, включая телефильмы и телесериалы, анимацию (мультипликацию), мультимедийные искусства, аудиовизуальные выступления, видеоарт, визуальная музыка, звуковая скульптура и установка, синестезия т.д.
3. Дизайн (Design): архитектурный, гейм, веб, звуковой, интерьера, одежды, ландшафтный, промышленный, транспортный, полиграфический, картографический, сценический, световой, коммуникационный дизайн (графический, брендинг и айдентика, дизайн упаковки, дизайн многостраничных изданий, дизайн инфографики, шрифтовой дизайн, анимационный дизайн, телевизионный дизайн, диджитал дизайн, рекламный дизайн, UI/UX), средовой, интерьерный, текстильный, фэшн-дизайн, сервис дизайн, концепт дизайн, т.д.

* - UNCTAD – United Nations conference on trade and development (2021)

Реестр креативных индустрий – ООН (4)

4. Новые медиа (New Media & recorded media): социальные сети, подкастинг, блоги разных видов (фото, видео, текстовые), интернет-СМИ, сайты информационных агентств, электронные версии СМИ (радио, телевидение, газеты), виртуальные игры, аналоговые - химическая фотография, VHS-кассеты, аудиокассеты, виниловые пластинки, цифровые - CD, DVD, mini-CD, Blu Ray, Digital audio player, SD-карта, флэш-накопители, мобильные телефоны, т.д.
5. Исполнительские искусства (performing arts): музыка, танец, драматический, музыкальный и импровизационный театр, опера, балет, цирк, иллюзионизм (фокусы), стендап комедия, перфоманс-арт, рестлинг, т.д.
6. Издательское дело (publishing): рекламная полиграфическая продукция - буклеты, листовки, каталоги, плакаты, афиши, POS-материалы, корпоративная полиграфическая продукция - визитные карточки, фирменные блокноты, папки, конверты, приглашения, календари, карты, книжно-журнальная полиграфическая продукция - книги, учебники, журналы, газеты, т.д.
7. Визуальные искусства (Visual Arts): фотография во всех ее видах, антиквариат, живопись, каллиграфия, иллюстрация, боди-арт, инсталляции, скульптура, архитектура, музеи, культурное наследие, т.д.

* - UNCTAD – United Nations conference on trade and development (2021)

Области исследования креативных индустрий

- География креативных индустрий;
- Ценность искусства и культуры;
- Международная торговля и иммиграция;
- Навыки, работа и образование;
- Интеллектуальная собственность и регулирование;
- НИОКР и инновации;
- Разнообразие и инклюзивность;
- Многофункциональность и межотраслевое сотрудничество;
- Бизнес-модели и доступ к финансам.

Продукты креативных индустрий

- Креативные индустрии придумывают, создают, производят, продают, распространяют креативные продукты и контент, например: кино, телевидение, анимация, визуальные эффекты, видео, радио, фотографии, видео игры, виртуальная реальность, музеи, галереи, т.д.
- Креативные индустрии уделяют особое внимание премиальным и элитным товарам, невостребованным продуктам,* нишевым продуктам, комодитис,* товарам для удобства, дополнительным товарам.*

* Невостребованные продукты (unsought goods) – это товары пассивного спроса, товары, о которых потребитель не знает или не задумывается об их покупке. Классическими примерами таких товаров являются различные новинки типа индикаторов дыма, приспособления для удаления чашелистиков, кухонные машины для переработки пищевых отходов, страхование жизни, могильные участки и надгробия, т.д.

* Комодитис (commodities) – это сельскохозяйственные продукты, такие как пшеница и крупный рогатый скот, энергетические продукты, такие как нефть и природный газ. К комодитис относятся металлы, такие как золото, серебро и алюминий, а также такие товары, как сахар, хлопок, какао и кофе.

* Дополнительные товары (complementary goods) – это защитные чехлы и стекла для смартфонов, картриджи для принтеров, чехлы для ноутбуков, силиконовые протекторы для мебели (толы, стулья), т.д.

Подходы к расчету количества работников креативных индустрий

- Два подхода к расчету количества работников креативных индустрий:
- Отраслевой – рассматриваются все работники креативных индустрий, даже если они не принадлежат к креативным профессиям (например, все сотрудники рекламного агентства, включая бухгалтера, водителя, секретаря);
- Профессиональный – рассматриваются все работники креативных профессий, даже если они работают не в креативной индустрии (основное место работы дворник, а в свободное от работы время он занимается графическим дизайном).
- DCMS* в своих расчетах суммирует работников креативных индустрий (отраслевые плюс профессиональные).

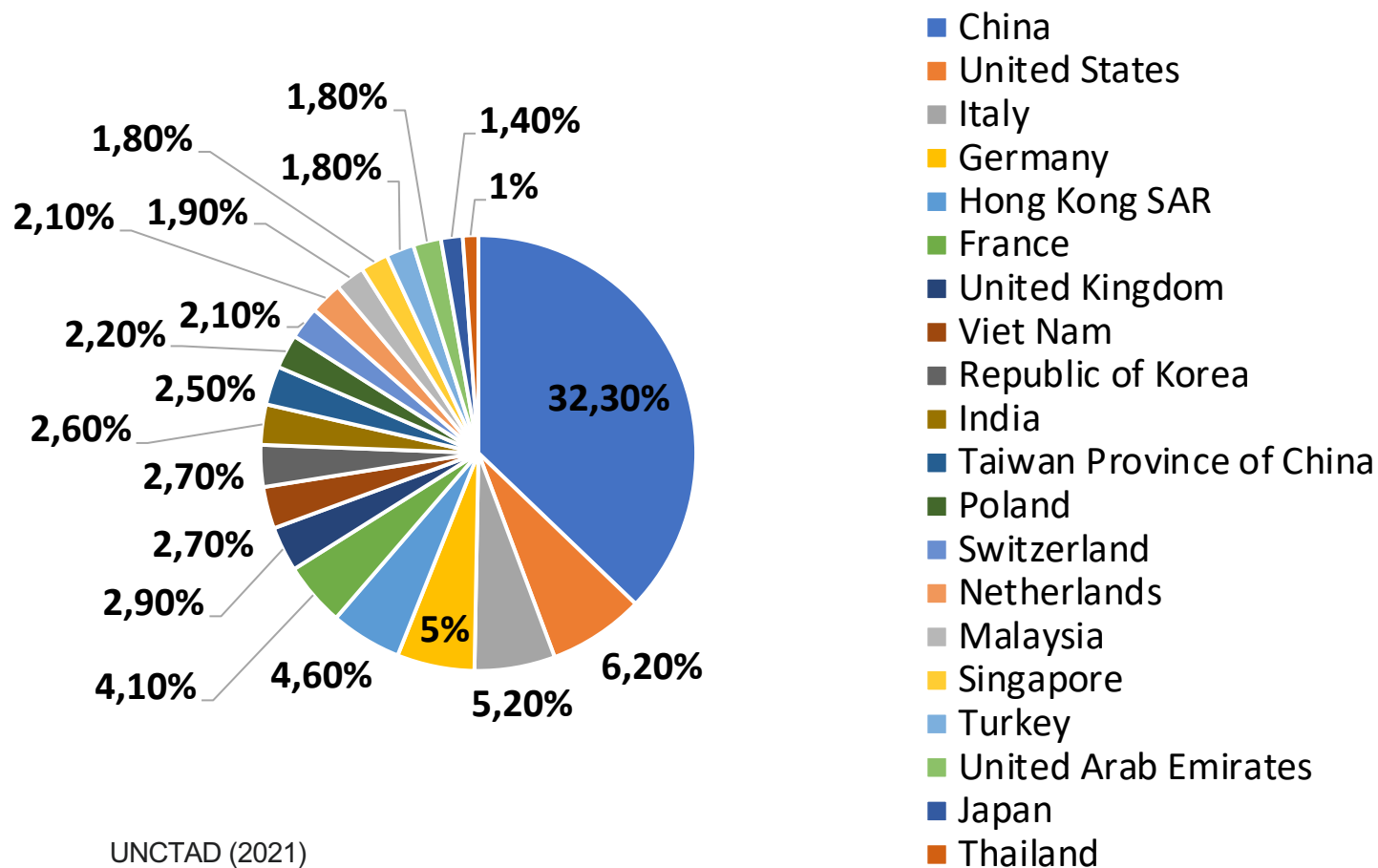
Креативные индустрии в мире

АКАР

АССОЦИАЦИЯ
КОММУНИКАЦИОННЫХ
АГЕНТСТВ РОССИИ

Ведущие экспортеры креативных продуктов в мире

Топ-20 экспортеров креативных продуктов (в %, в 2019)



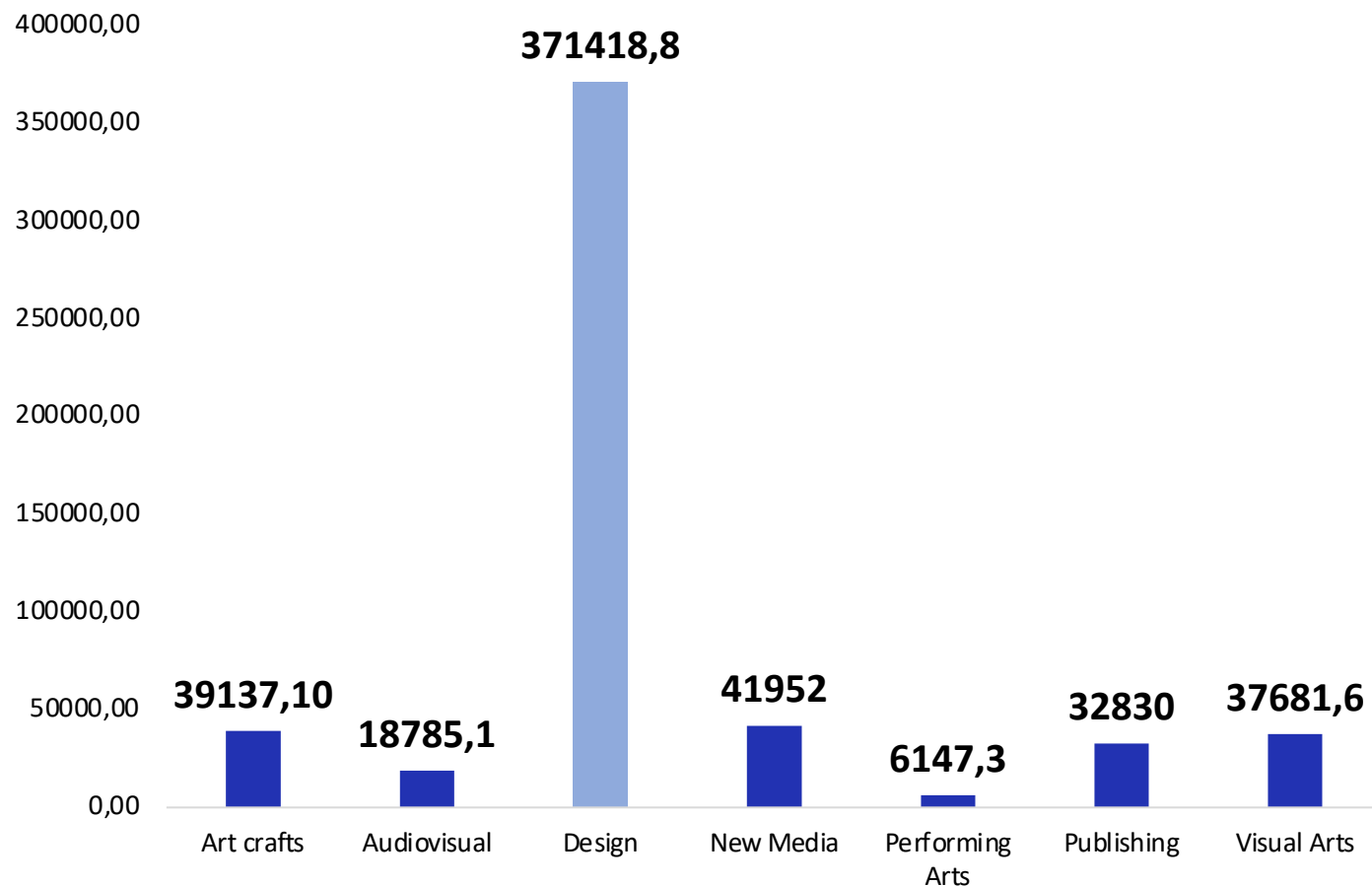
- Крупнейшим экспортером является Китай - 32,3%;
- На США приходится 6,2% мирового экспорта;
- Доля Италии составляет 5,2%;
- Германия - 5% от мирового;
- Доля Гонконга составляет 4,6% от мирового экспорта;
- Франция - 4,1%;
- Доля Великобритании составляет 2,9%;
- Вьетнам и Южная Корея - по 2,7%;
- Индии - 2,5%.
- На Тайвань приходится 2,5% мирового экспорта;
- Польша - 2,2%;
- Швейцария – 2,1%;
- Нидерланды - 2,1%;
- Доля Малайзии составила 1,9%;
- На Сингапур, Турцию и ОАЭ приходится 1,8% мирового экспорта;
- Японию - 1,4%;
- Доля Таиланда составляет 1%.

Ведущие экспортеры креативных продуктов в мире

86,9% мирового экспорта креативных продуктов производит топ-20 стран-экспортеров

Страна	Экспорт креативных продуктов (в млн \$)	Доля страны в мировом экспорте (в %)	Доля креативных продуктов в общем объеме экспорта страны (в %)
Китай	169 309	32,3	6,5
США	32371	6,2	2,3
Италия	27031	5,2	5,4
Германия	26064	5	1,9
Гонконг	24 067	4,6	4,4
Франция	21438	4,1	4,4
Великобритания	15331	2,9	3,8
Вьетнам	14 153	2,7	5
Южная Корея	13900	2,7	2,7
Индия	13 785	2,6	5
Тайвань	13 040	2,5	3,8
Польша	11593	2,2	4,2
Швейцария	10868	2,1	3,4
Нидерланды	10781	2,1	1,6
Малайзия	9 716	1,9	4,1
Сингапур	9 351	1,8	2,6
Турция	9 341	1,8	5,5
ОАЭ	9 219	1,8	2,8
Япония	7326	1,4	1,1
Таиланд	5 015	1	2,2

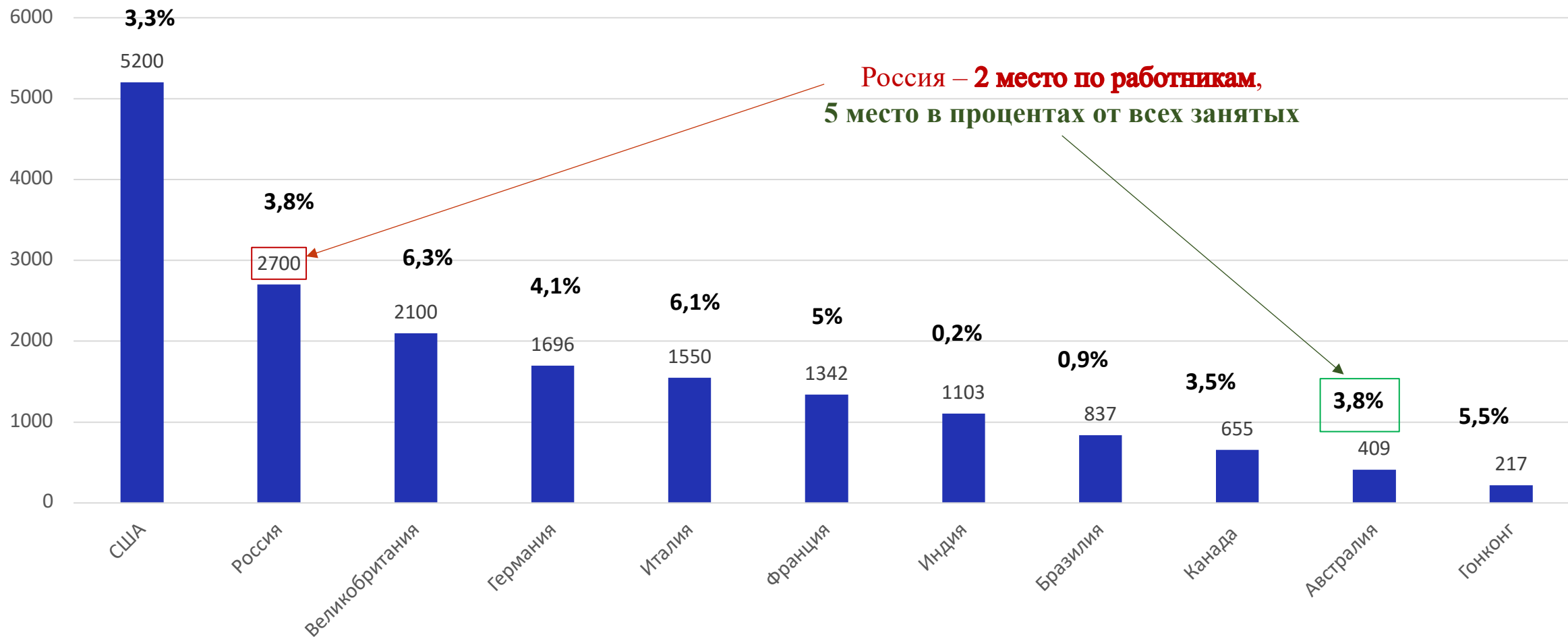
Экспорт креативных продуктов по категориям продуктов, весь мир



UNCTAD (2021)

- Основной категорией креативного экспорта в мире является дизайн – 371,418 млрд долларов;
- На втором месте новые медиа - 41,952 млрд долларов;
- На третьем месте декоративно-прикладное искусство - 39,137 млрд долларов;
- Объем экспорта визуальных искусств - 37,618 млрд долларов;
- Объем экспорта продуктов издательского дела - 32,830 млрд долларов;
- Объем экспорта аудиовизуального искусства составляет 18,785 млрд долларов;
- Объем экспорта продуктов исполнительского искусства - 6,147 млрд долларов.

Топ-11 стран по количеству работников креативного класса (в тыс. человек и в % от всех занятых)

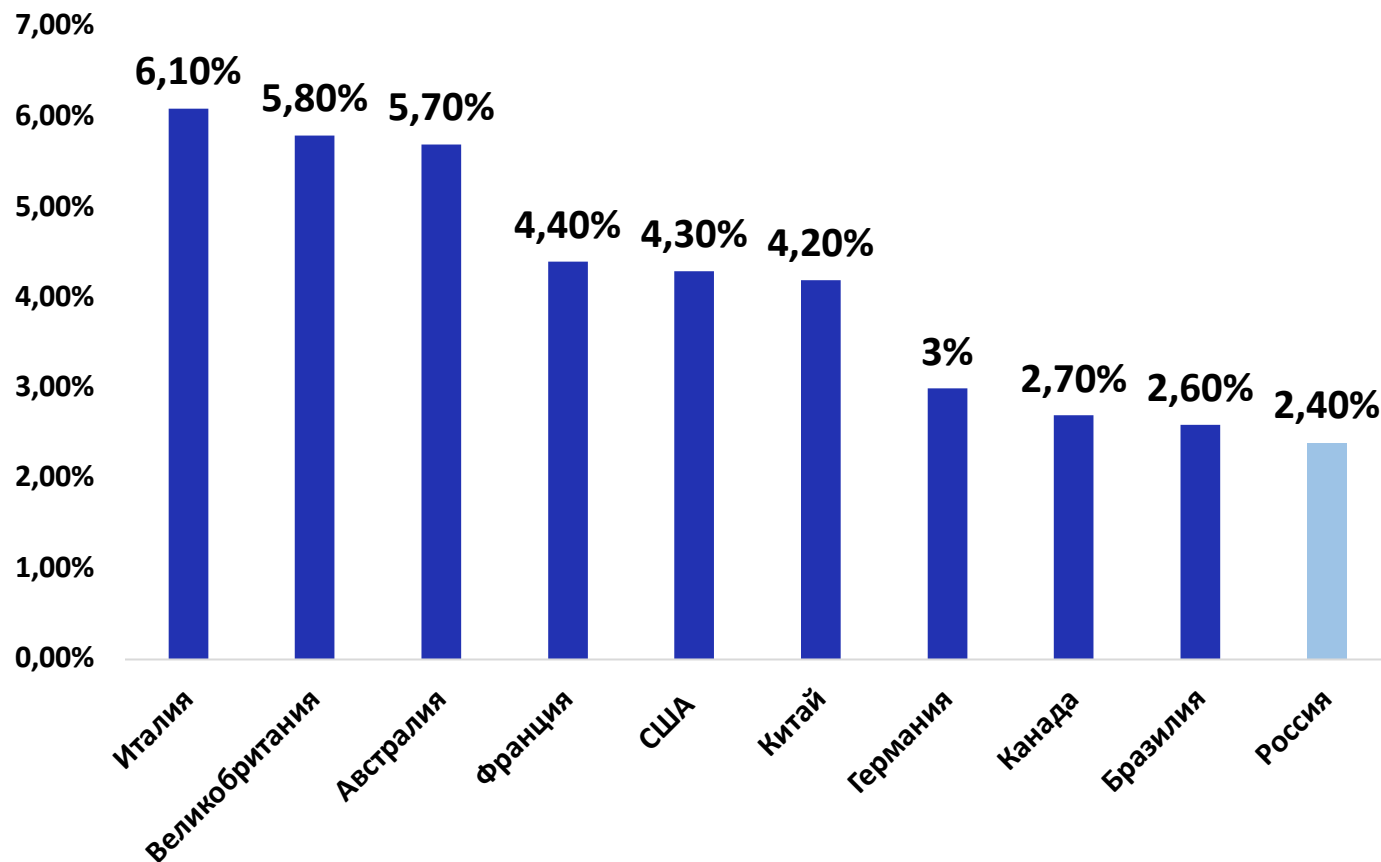


Топ-11 стран по количеству креативного класса

(в тыс. человек и в % от всех занятых)

- Лидер по количеству работников США – 5,2 млн человек (3,3% от занятых);
- В процентном отношении от всех занятых лидирует Великобритания – 6,3% от числа занятых (2,3 млн человек);
- Россия находится на втором месте по количеству представителей креативных индустрий в абсолютных цифрах - 2,7 млн человек, а по процентному соотношению сопоставима с Австралией (в обоих странах креативный класс составляет 3,8% от всего занятого населения, 5-е место);
- В Германии, креативный класс составляет 4,1% населения (1,7 млн человек);
- В Италии, креативный класс составляет 6,1% населения (1,6 млн человек)
- Во Франции занятость в креативной индустрии составляет 5% от общей занятости (1,3 млн человек);
- В Индии, представителей креативной индустрии 0,2% от всего занятого населения (1,1 млн человек);
- В Бразилии, креативный класс составляет 0,9% от всего занятого населения (0,8 млн человек);
- В Канаде, представителей креативной индустрии 3,5% от всего занятого населения (0,7 млн человек);
- В Гонконге, креативный класс составляет 5,5% от всего занятого населения (0,2 млн человек).

Топ-10 стран по вкладу креативных индустрий в ВВП



- Италия является страной лидером по вкладу креативных индустрий в ВВП (6,1%);
- На втором месте Великобритания - 5,8%;
- На третьем месте Австралия – 5,7% ВВП;
- Вклад креативных индустрий в ВВП Франции 4,4%;
- Вклад креативных индустрий США в ВВП - 4,3%;
- Креативные индустрии Китая производят 4,2% ВВП страны;
- В Германии, вклад креативных индустрий в ВВП - 3%;
- В Канаде, вклад креативных индустрий - 2,7%;
- Креативные индустрии Бразилии - 2,6% ВВП страны
- **Россия входит в 10-ку стран-лидеров по вкладу креативных индустрий в ВВП - 2,4%.**

Топ-6 центров индустрии дизайна в мире

Креативные индустрии в настоящее время являются одной из наиболее перспективных, инновационных частей экономики.

№	Город	Население, чел., 2021	ВВП города, млрд \$, 2020	Объем индустрии дизайна, млрд \$, 2020	Доля в ВВП, %	Количество дизайн фирм	Специалистов, работающих в индустрии дизайна, чел.
1	Лондон	8 800 000,00	732,00	114,60	15,70	78 030,00	1 690 000,00
2	Дубай	3 268 620,00	375,00	4,25	1,10	9 772,00	75 998,00
3	Хельсинки	655 281,00	267,00	14,25	5,30		22 000,00
4	Сингапур	6 019 073,00	340,00	1,70	0,50		69 500,00
5	Шанхай	23 390 000,00	606,00	66,25	11,00	4 000,00	
6	Москва	12 655 050,00	1 044,00	4,20	0,40	7 500,00	24 000,00

- Лондон – столица дизайна по всем параметрам;
- После Лондона - Шанхай и Хельсинки имеют самую высокую долю дизайна в ВВП города;
- После Лондона по объемам индустрии дизайна идет Шанхай, за ним Хельсинки. Далее Дубай и Москва – их доли сопоставимы, 4,2 млрд долларов.

vc.ru

Креативные индустрии в России

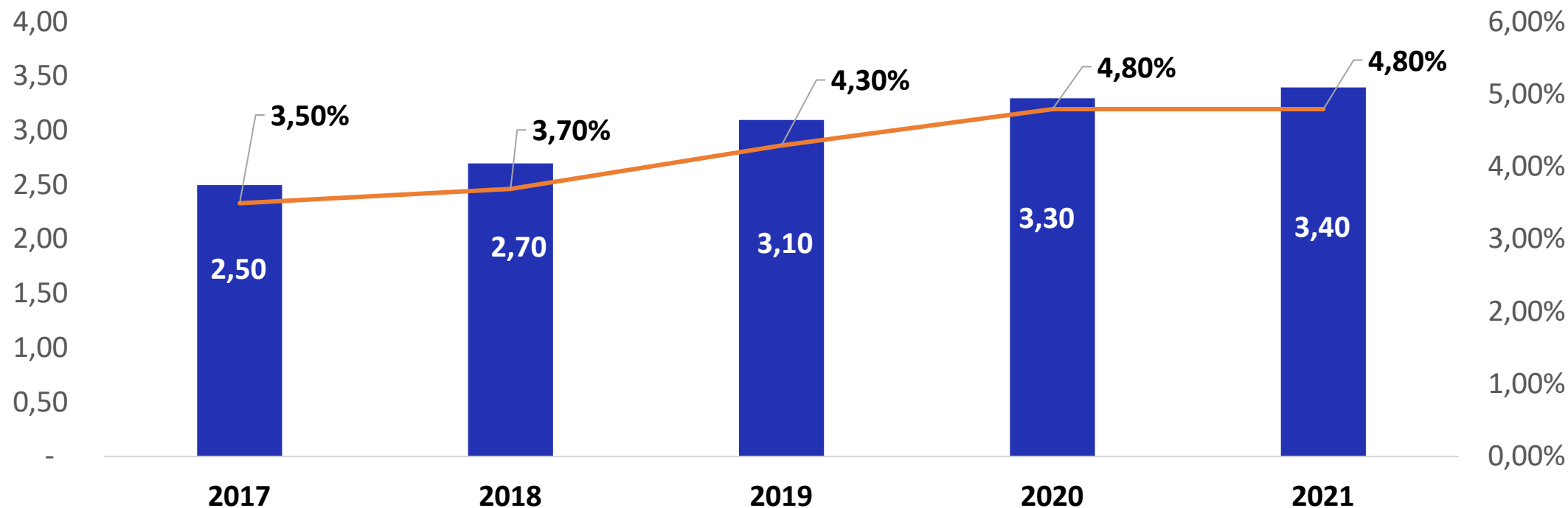
AKAR

АССОЦИАЦИЯ
КОММУНИКАЦИОННЫХ
АГЕНТСТВ РОССИИ

Основные данные

- Вклад креативных индустрий в ВВП России оценивается в 2,4 трлн рублей, это составляет 2,4% ВВП;
- Самый большой вклад из креативных индустрий обеспечивает реклама и IT;
- В креативных индустриях России работает 3,4 млн человек, это 4,8% от числа всех занятых в РФ;
- 87% занятых в креативных индустриях проживают в городах и поселках городского типа;
- В Москве проживают 24,5% занятых в креативных индустриях;
- В Санкт-Петербурге - 7,3%, в Московской области - 5%.
- По количеству работников креативного класса Россия занимает второе место в мире после США (5 млн 200 человек). По процентам от занятого населения Россия находится на 5 месте в 10-ке креативных индустрий мира и сопоставима с Австралией (3,8%).
- Москва – один из шести признанных центров индустрии дизайна.

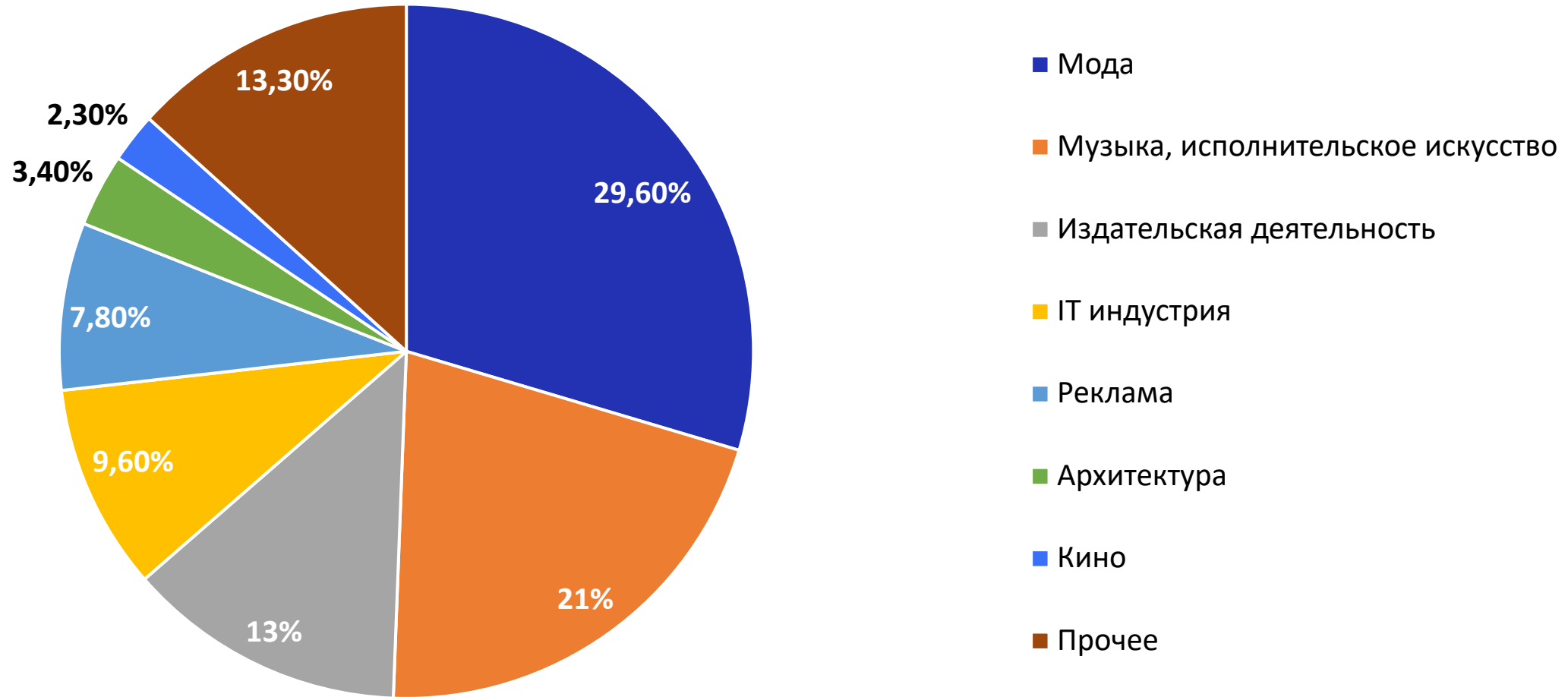
Динамика численности креативного класса



■ Численность креативного класса, млн. человек — Доля креативного класса, в % от общей численности занятых

ИСИЭЗ НИУ ВШЭ, 2021

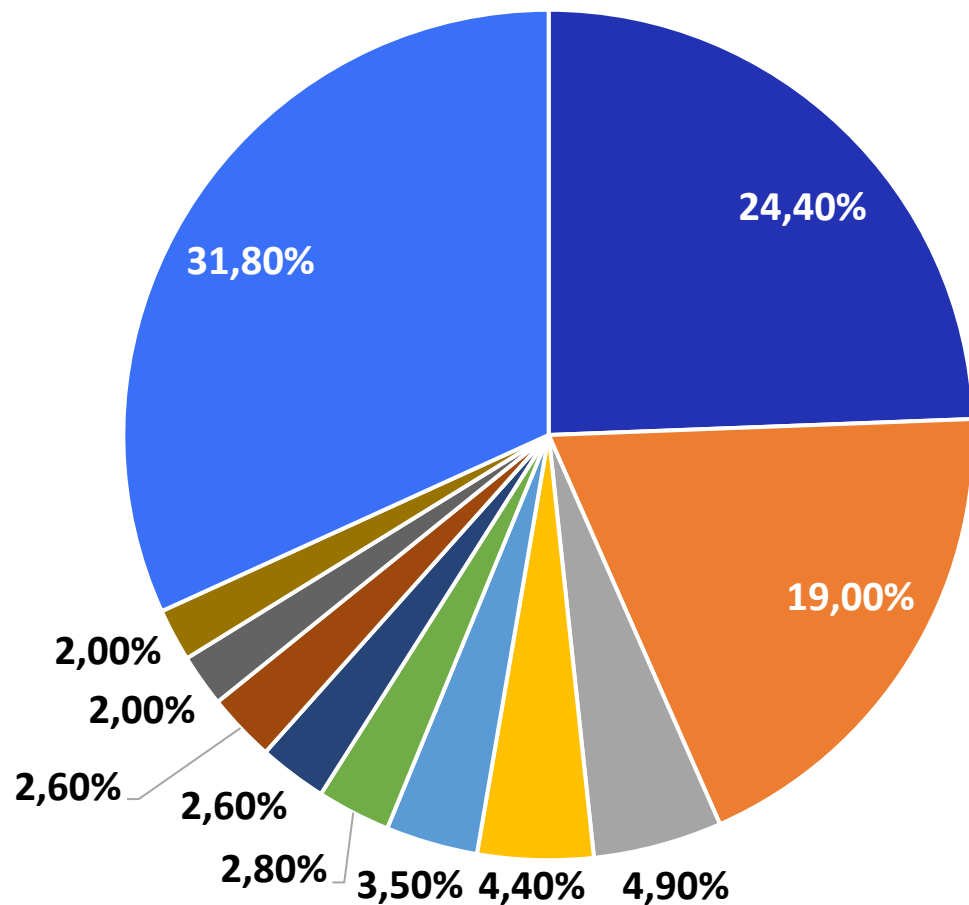
Занятость по креативным индустриям



Занятость по креативным индустриям

- По количеству креативных работников лидирует индустрия моды - 29,6%;
- Далее следует музыкальная индустрия (21%) и издательская деятельность (13%);
- В IT сфере - 9,6%, в рекламе 7,8% работников от всех занятых в креативных индустриях;
- Архитектура - 3,4%, кино - 2,3% работников от всех занятых в креативных индустриях;
- На все прочие креативные индустрии приходится 13,3% работников.

Занятость по креативным профессиям



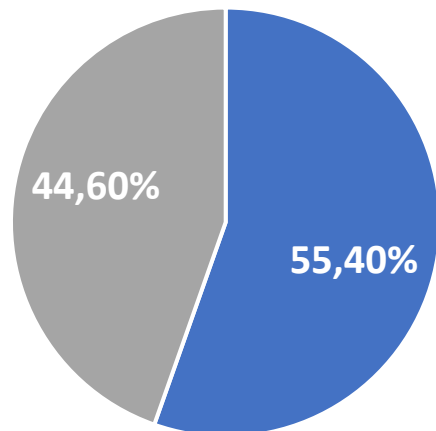
- Специалисты по рекламе и маркетингу
- Разработчики программного обеспечения
- Краснодеревщики и рабочие родственных занятий
- Дизайнеры товаров и одежды
- Специалисты библиотек
- Журналисты
- Архитекторы зданий и сооружений
- Фотографы (художественные)
- Музыканты, певцы и композиторы
- Переводчики и другие лингвисты
- Другие

ИСИЭЗ НИУ ВШЭ, 2021

Занятость по креативным профессиям

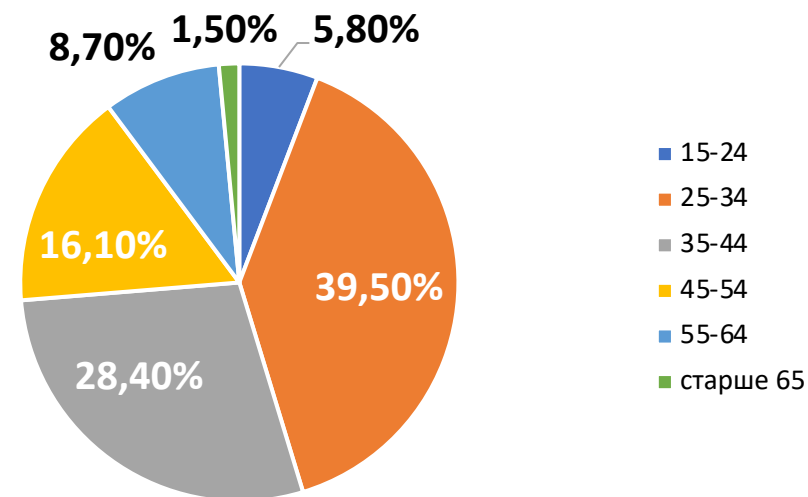
- Самую большую группу работников креативных индустрий формируют менеджеры по рекламе и маркетингу. Их 24,4% от всех работников креативных профессий;
- Разработчики программного обеспечения - 19%, Краснодаревщики и другие работники сходных специальностей составляли 4,9% от всех работников креативных профессий;
- Библиотечные специалисты - 3,5% всех работников креативных профессий, доля журналистов среди работников креативных профессий - 2,8%, а 3,4% - архитекторы зданий и сооружений. 2,6% занятых в креативных профессиях художественные фотографы;
- По 2% занятых в креативных профессиях музыканты, певцы, композиторы, переводчики и другие лингвисты. 31,8% - доля представителей остальных креативных профессий.

Половозрастные характеристики работников креативных профессий



■ Мужской ■ Женский

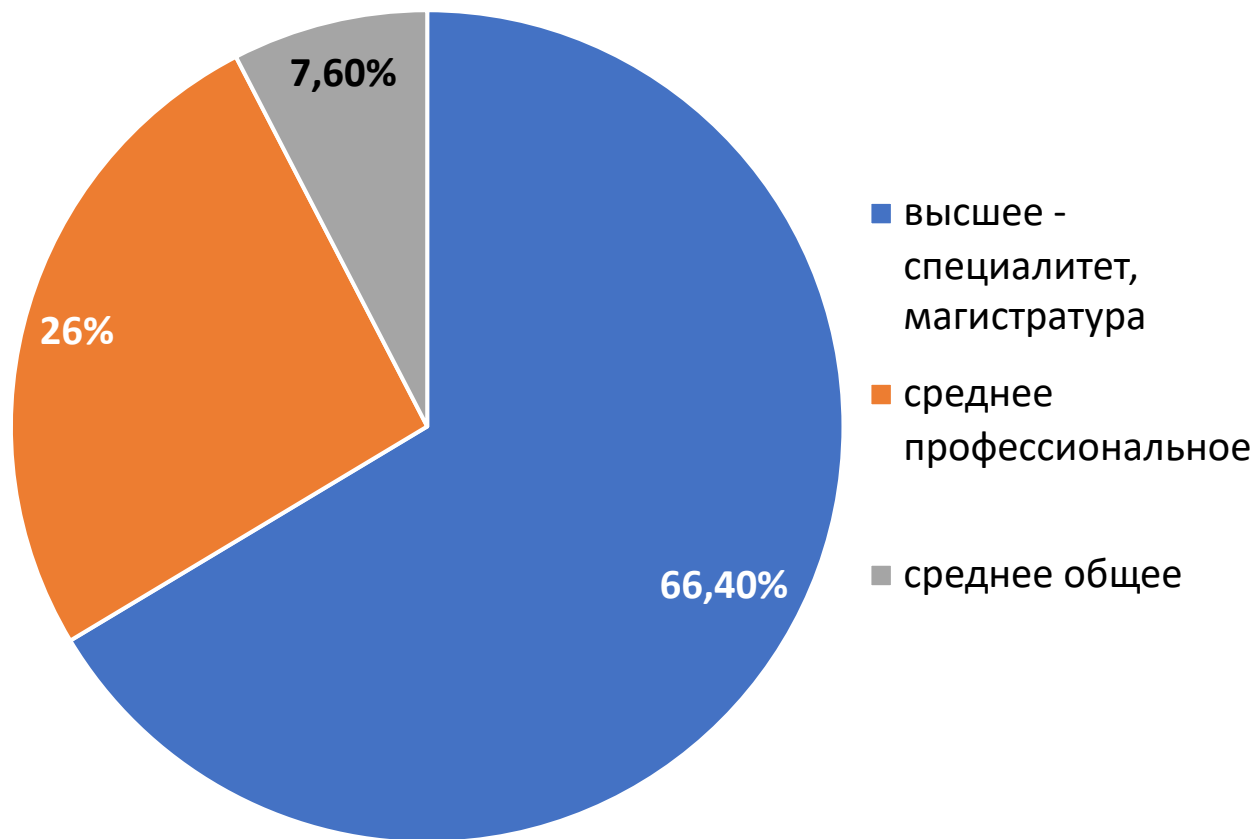
- 55,4% занятых в креативных профессиях - мужчины;
- 44,6% - женщины.



- 39,5% занятых в креативных профессиях составляет 25-34 лет;
- 28,4% занятых в креативных профессиях относятся к возрастной группе 35-44;
- 16,1% работников креативных профессий принадлежат к возрастной группе 45-54 лет;
- 8,7% сотрудников креативных профессий - 55-64;
- 5,8% - 15-24;
- 1,5% - старше 65 лет.

ИСИЭЗ НИУ ВШЭ, 2021

Уровень образования работников креативных профессий



- Большинство работников креативных профессий имеют высшее образование - 66,4%;
- 26% занятых в креативных профессиях имеют среднее профессиональное образование;
- 7,6% сотрудников креативных профессий имеют только среднее общее образование.

ИСИЭЗ НИУ ВШЭ, 2021

Вклад креативных индустрий в ВВП России (млрд руб.)



Вклад креативных индустрий в ВВП России

- Вклад информационных технологий (IT) в ВВП составляет 676,5 млрд рублей;
- Второе место – вклад рекламной индустрии – 517,8 млрд рублей;
- Далее следует индустрия моды (239,2 млрд рублей), телевидение (222,4 млрд), музыкальная индустрия (195 млрд);
- Вклад индустрии издательской деятельности составляет 188,5 млрд рублей, архитектуры - 126,2 млрд. рублей, вклад индустрии музеев, библиотек и архивов 101,9 млрд рублей;
- Вклад ювелирного дела - 48,1 млрд рублей, киноиндустрии и анимации - 40,3 млрд. рублей, образовательные организации - 15,4 млрд. рублей;
- Вклад арт-индустрии составляет 14,8 млрд. рублей, культурное наследие - 4,9 млрд. рублей.

Рекламная индустрия в РФ

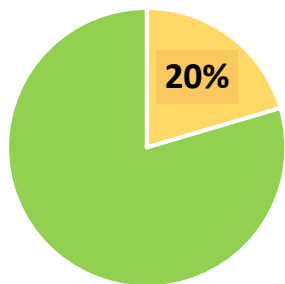
- Рекламная индустрия на втором месте среди креативных индустрий России по вкладу в ВВП (517,8 млрд рублей) после IT. В процентном соотношении ее вклад в креативные индустрии равен 21,5%, а в ВВП в целом – около 0,5%;
- Специалисты по маркетингу и рекламе являются самой массовой креативной профессией в России, составляя 24,4% креативного класса (830 тысяч человек). Это соответствует 1,28% всего занятого населения в РФ;
- Данные по рекламным специалистам в России сравнимы с данными по рекламным специалистам в ЕС (903 тысячи человек);
- Креативные индустрии в ЕС и США признаны главным направлением экономики будущего;
- Большинство развитых и развивающихся стран имеют программы по поддержке креативных индустрий.

Рекламная индустрия в РФ

- Рекламно-коммуникационную отрасль РФ формируют следующие ассоциации: АКАР (Ассоциация Коммуникационных Агентств России), РАМУ (Российская Ассоциация маркетинговых услуг), АРИР (Ассоциация развития интерактивной рекламы, ЦРБК (Центр развития бизнес-коммуникаций);
- Ассоциации объединяют более 600 компаний отрасли, контролирующих 90% рекламно-коммуникационных бюджетов страны. В рамках работы ассоциаций действует Исследовательский Центр АКАР/АМУ/АРИР/ЦРБК, который ведет работу по сбору и анализу данных и проводит отраслевые исследования;
- Ежегодно силами отрасли организуются выставки, конференции, конгрессы, как внутриотраслевого, так и международного уровня – Национальный Рекламный Форум, День Бренда, Московский Международный фестиваль рекламы Red Apple и т.п.

Рекламная индустрия в РФ

- Более 176 тысяч компаний и организаций проводили в 2022 году рекламные кампании на российском рынке;
- Более 32 тысяч рекламировались на ТВ и в интернете, более 100 тысяч использовали различные виды наружной рекламы;



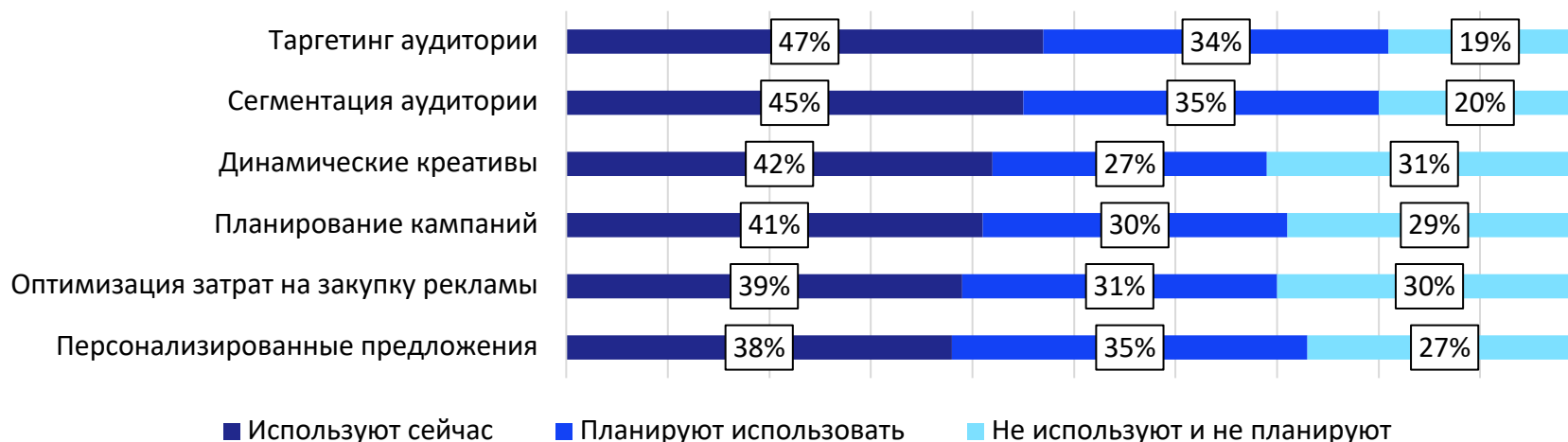
■ активное ядро рекламодателей - 36114

- Не смотря на значительное снижение доли прессы, более 9 тысяч рекламодателей использовали Прессу в своих рекламных целях; Около 8 тысяч рекламодателей продолжают использовать радио как рекламоноситель.

Рекламная индустрия в РФ

Рекламная индустрия тесно связана с другими креативными индустриями. Развитие информационных технологий инновационно обновляет медиа носители рекламы, её содержание и форму, инициирует создание новых практик и методов продвижения товаров и услуг к потребителю. Новейшие технологии машинного обучения уже трансформирует рекламную индустрию России.

Использование технологий искусственного интеллекта в digital рекламе

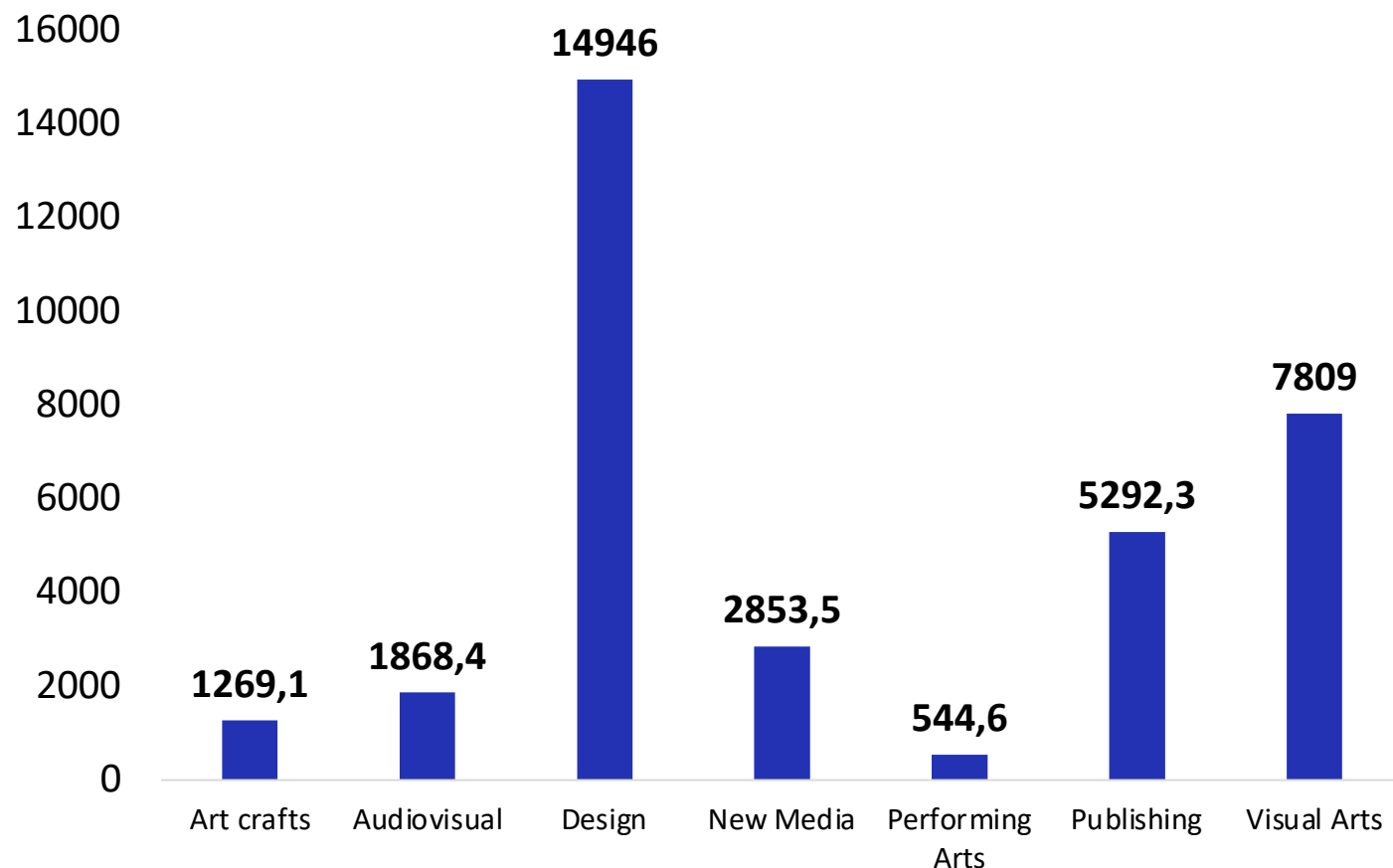


Креативные индустрии в США, ЕС и Азии

AKAR

АССОЦИАЦИЯ
КОММУНИКАЦИОННЫХ
АГЕНТСТВ РОССИИ

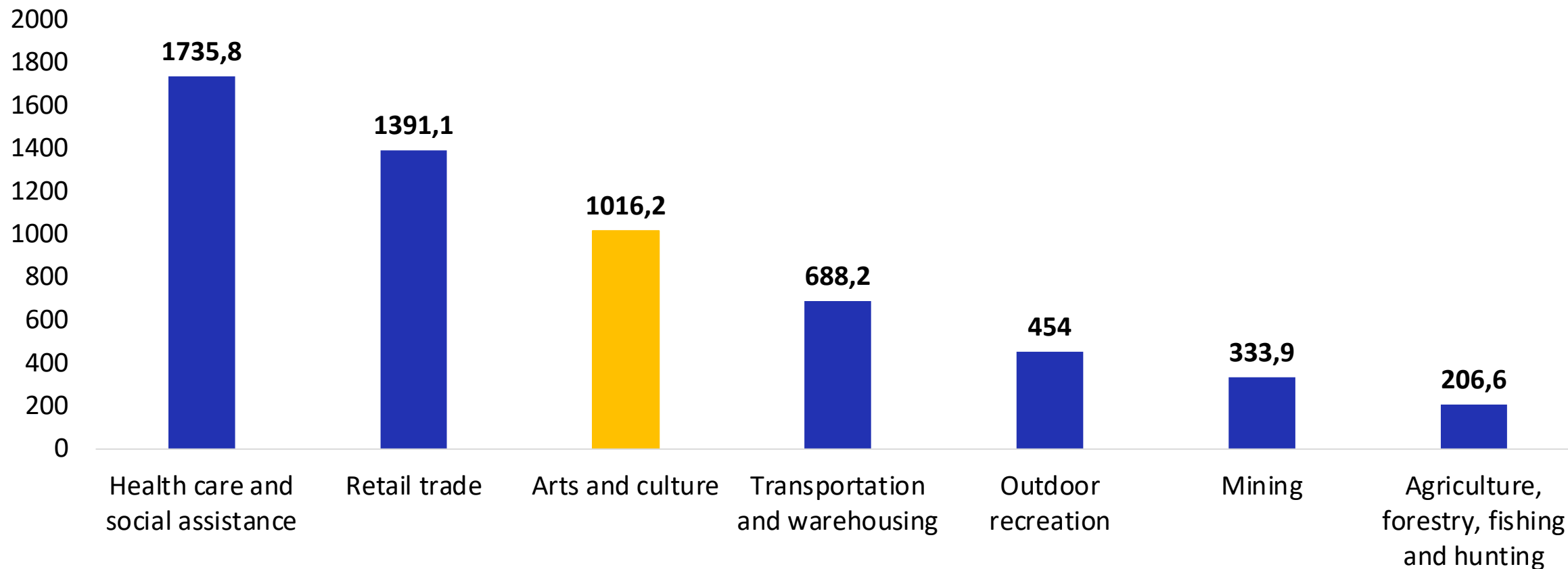
Экспорт креативных продуктов по категориям продуктов, Северная Америка (США и Канада)



- Основной категорией креативного экспорта в Северной Америке является дизайн – 14,946 млрд долларов;
- На втором месте – визуальные искусства - 7,809 млрд долларов);
- На третьем месте продукты издательского дела - 5,292 млрд долларов;
- Объем экспорта новых медиа 2,853 млрд долларов;
- Объем экспорта аудиовизуального искусства составляет 1,8684 млрд долларов;
- Объем экспорта декоративно-прикладного искусства 1,2691 млрд долларов;
- Объем экспорта продуктов исполнительского искусства составляет 544,6 млн долларов.

UNCTAD (2021)

Вклад креативных индустрий в ВВП по сравнению с другими отраслями экономики в США



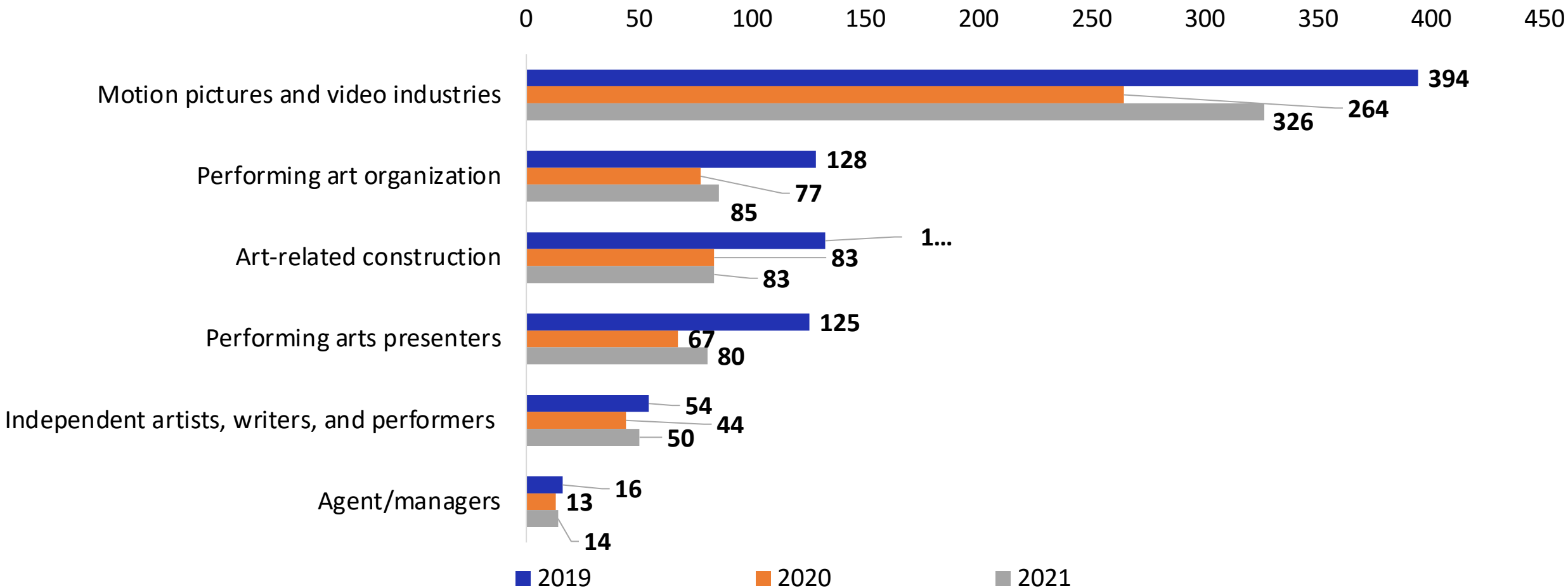
The Arts and Cultural Production Satellite Account (ACPSA) & Bureau of Economic Analysis (BEA), 2021

Вклад креативных индустрий в ВВП по сравнению с другими отраслями экономики в США

- Вклад в ВВП креативных индустрий в США в 2021 году составил 1,016 млрд долларов;
- По этому показателю креативные индустрии США занимают третье место в экономике после здравоохранения (1,735 млрд) и ритейла (1,391 млрд);
- Вклад креативных индустрий в ВВП США больше вклада Логистики и транспорта (0,688 млрд), больше вклада в ВВП Активного отдыха, спорта и туризма (0,454 млрд), полезных ископаемых (0,334 млрд), сельского хозяйства, включая лесное хозяйство (0,2 млрд)

Занятость по креативным индустриям в США 2019-2021

(в тыс. рабочих мест)

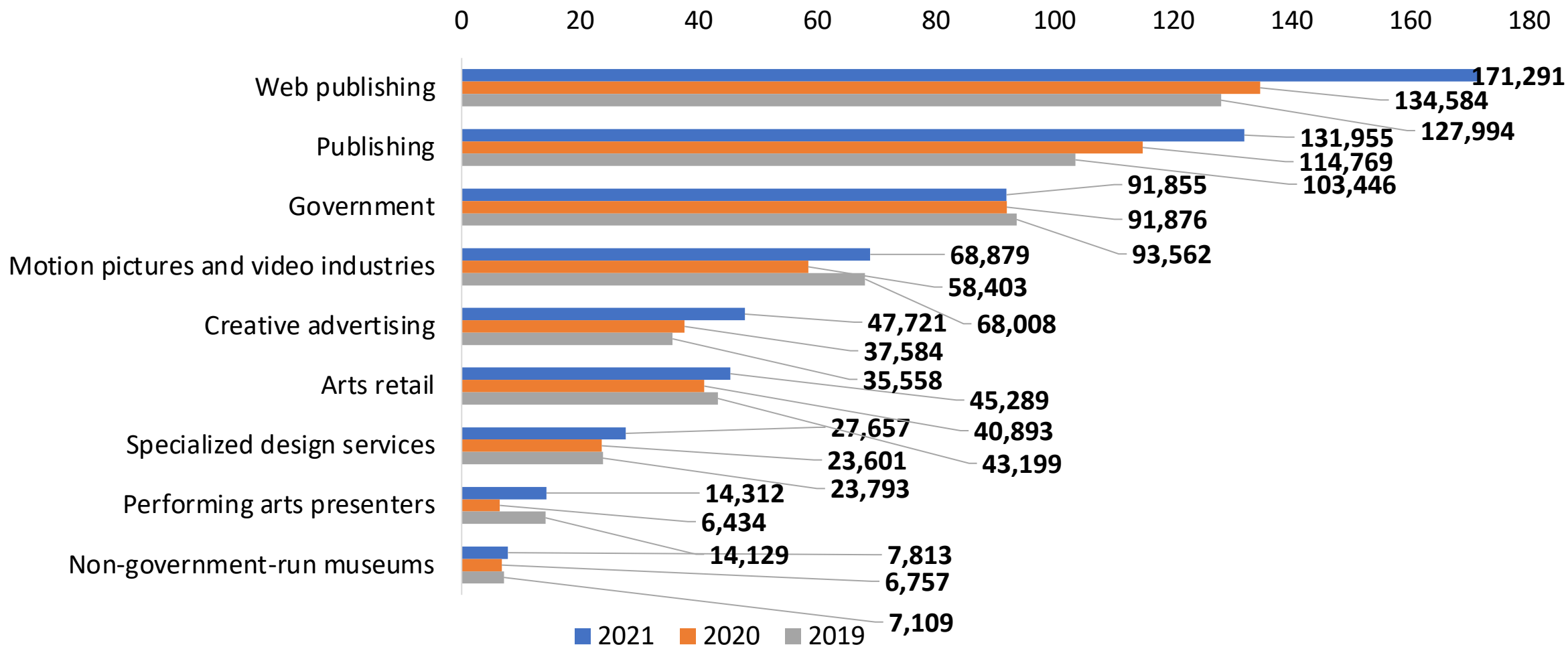


The Arts and Cultural Production Satellite Account (ACPSA) & Bureau of Economic Analysis (BEA), 2021

Занятость в креативных индустриях в США 2019-2021

- Главные креативные индустрии по занятости – это индустрия видео и кинопроизводства (326 тыс.), исполнительское искусство (85 тыс.), строительство учреждений культуры и искусства (83 тыс.), в них работает полмиллиона человек;
- В первых пяти индустриях работает 638 тысяч человек;
- Индустрия видео и кинопроизводства показывает снижение уровня занятости с 394 тыс. рабочих мест в 2019 до 264 тыс. рабочих мест в 2020, а затем рост до 326 тыс. рабочих мест в 2021. Организации исполнительских искусств - снижение уровня занятости с 128 тыс. рабочих мест до 77 тыс. рабочих мест в 2020 году, а затем рост до 85 тыс. рабочих мест. Строительство учреждений культуры и искусства - снижение занятости с 132 тыс. рабочих мест в 2019 году до 83 тыс. рабочих мест в 2020-2021 годах.
- Количество артистов исполнительских искусств снизилось со 125 тыс. рабочих мест в 2019 до 67 тыс. рабочих мест в 2020 году и выросло до 80 тыс. рабочих мест в 2021. Количество независимых художников, писателей, артистов исполнительских искусств (танцоры, актеры, музыканты) снизилось с 54 тыс. рабочих мест в 2019 году до 44 тыс. рабочих мест в 2020, а затем выросло до 50 тыс. рабочих мест в 2021 году. Количество рабочих мест для агентов и менеджеров в креативной индустрии снизилось с 16 тыс. в 2019 до 13 тыс. в 2020, а затем увеличилось до 14 тыс. в 2021.

Креативные индустрии в ВВП в США



The Arts and Cultural Production Satellite Account (ACPSA) & Bureau of Economic Analysis (BEA), 2021

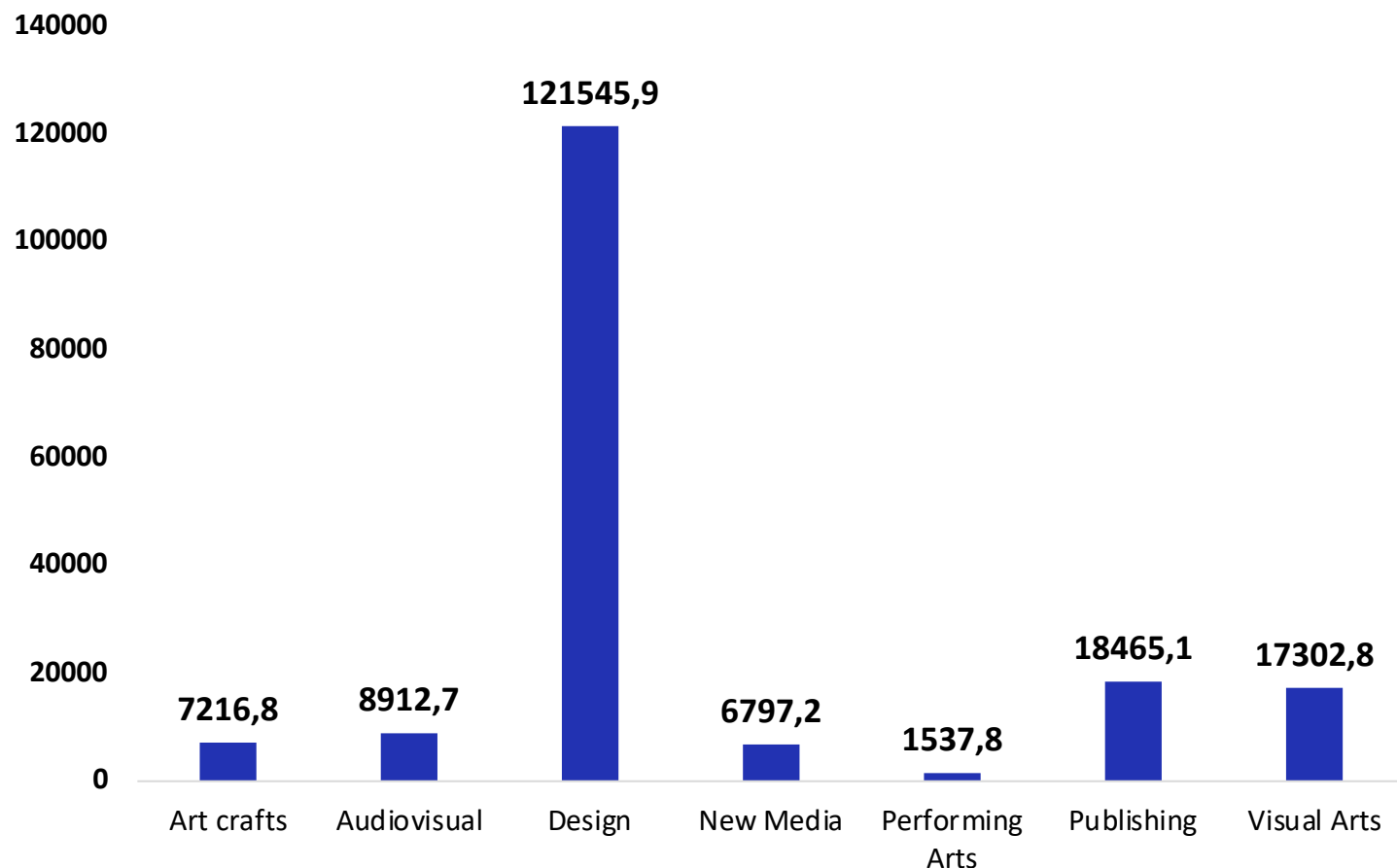
Креативные индустрии в ВВП в США

- Креативная реклама в США находится на 5 месте по величине вклада в ВВП среди всех креативных индустрий США (48 млрд долларов);

Вклад:

- цифрового издательского дела в ВВП США увеличился с 128 в 2019 до 172 млрд долларов;
- издательского дела увеличился со 103 в 2019 до 132 млрд долларов;
- государственного финансирования креативных индустрий уменьшился с 94 до 92 млрд;
- кино и видеопроизводства увеличился до 69 млрд долларов в 2021;
- продажи произведений искусства увеличилась до 45 млрд;
- индустрии дизайна увеличилась до 28 млрд долларов;
- индустрии исполнительских искусств (музыка, танец, театр) в 21 году - 14,3 млрд;
- негосударственных музеев - 7,8 млрд долларов.

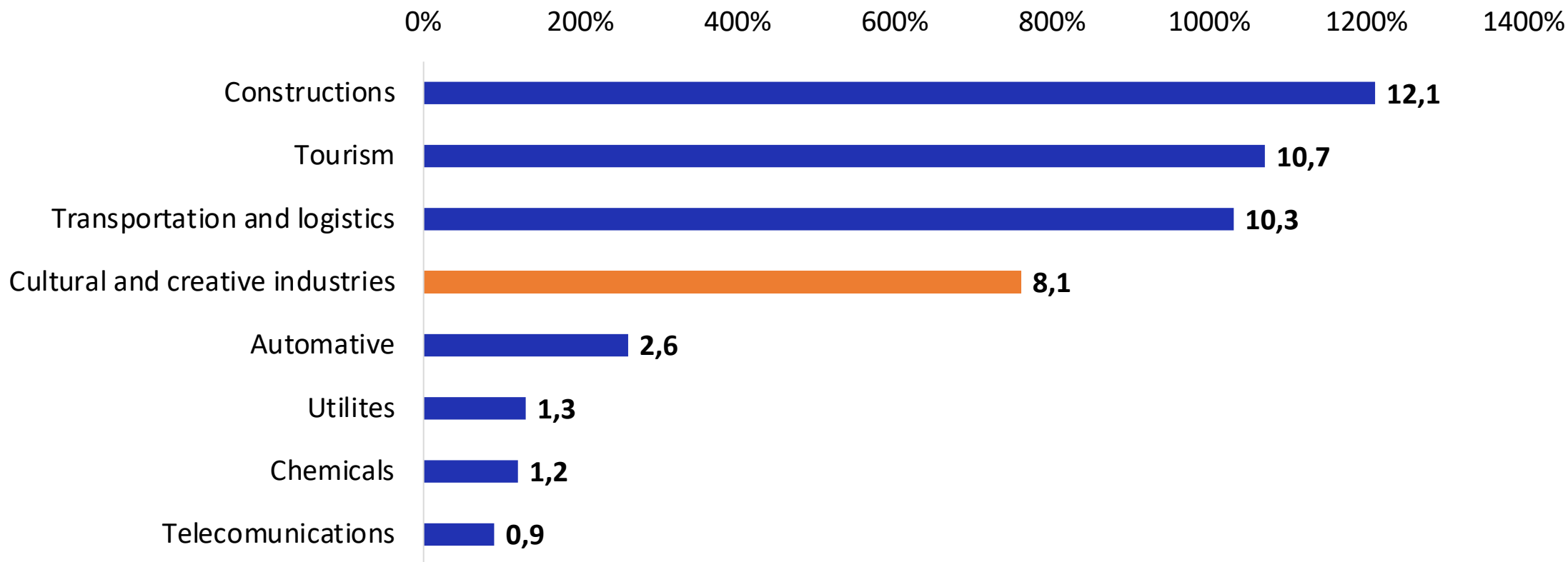
Экспорт креативных продуктов по категориям продуктов, Европа



- Основной категорией креативного экспорта в Европе является дизайн – 14,946 млрд долларов;
- На втором месте визуальные искусства - 7,809 млрд долларов);
- На третьем месте продукты издательского дела - 5,292 млрд долларов;
- Объем экспорта новых медиа - 2,853 млрд долларов;
- Объем экспорта аудиовизуального искусства - 1,868 млрд долларов;
- Объем экспорта декоративно-прикладного искусства - 1,269 млрд долларов;
- Объем экспорта продуктов исполнительского искусства - 544,6 млн долларов.

Занятость в креативной индустрии в сравнении с другими отраслями экономики ЕС

Занятость по секторам экономики ЕС (в млн. человек, в 2019)

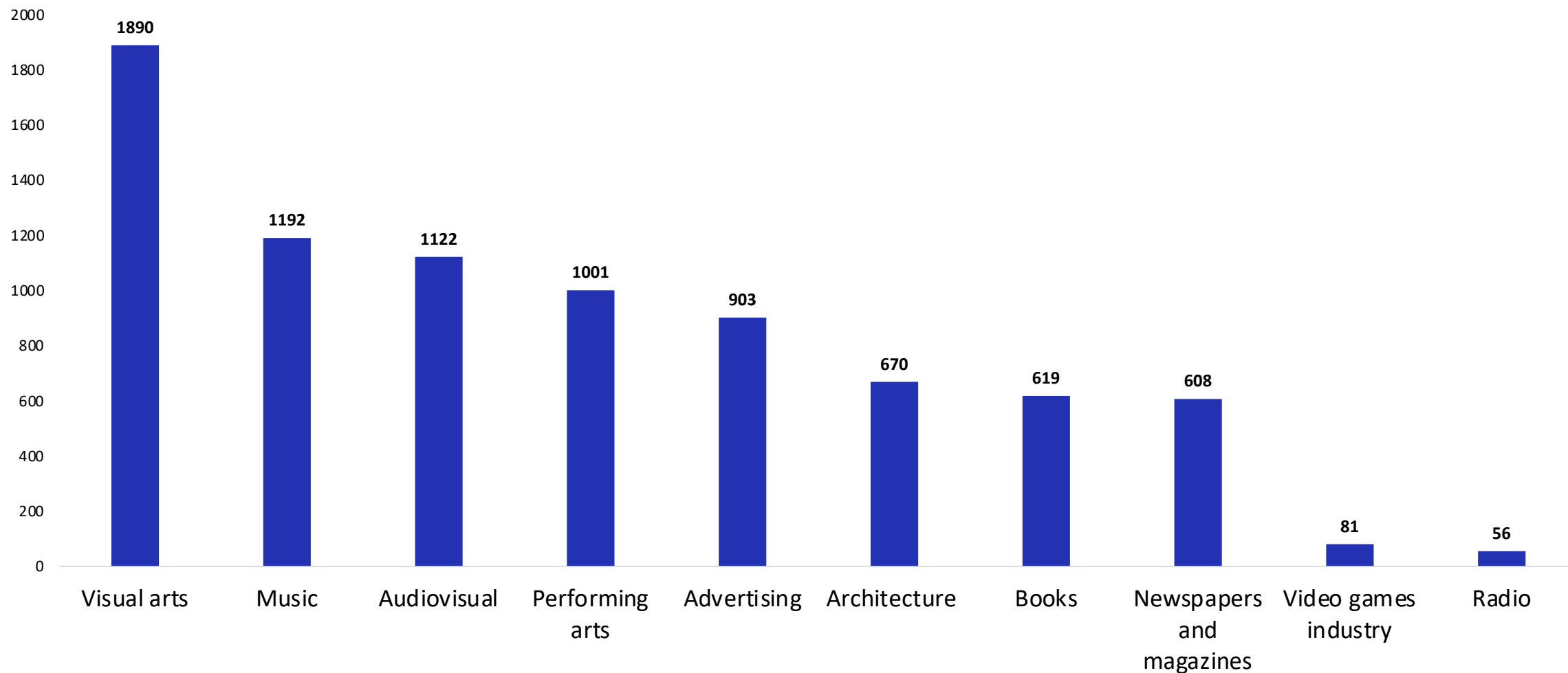


EY Consulting, 2021

Занятость в креативной индустрии в сравнении с другими отраслями экономики ЕС

- Занятость в креативных индустриях в ЕС - 8,1 млн человек;
- Креативные индустрии занимают четвертое место после строительства (12,1 млн человек), туризма (10,3 млн человек), транспорта и логистики (10,3 млн);
- Занятость в автомобильной промышленности ЕС - 2,6 млн человек;
- Занятость в ЖКХ - 1,3 млн человек;
- Занятость в химической промышленности - 1,2 млн человек;
- Занятость в телекоммуникациях - 0,9 млн человек.

Занятость по креативным индустриям в ЕС



EY Consulting, 2021

Занятость в креативной индустрии по отраслям в ЕС

- Занятость в рекламе составляла 0,9 млн рабочих мест. Это сотрудники рекламных агентств и рекламных служб. Это пятое место по креативным индустриям в Европе. На первом месте стоит занятость в индустрии визуальных искусств (живопись, дизайн, керамика, скульптура, фотография, декоративно-прикладное искусство) в ЕС - 1,9 млн рабочих мест. Это самая многочисленная креативная индустрия;
- За ней следует музыкальная индустрия (1,2 млн рабочих мест) и индустрия аудиовизуального искусства (кинематограф, анимация, сериалы) – 1,1 млн рабочих мест, занятость в исполнительских искусствах (театр, танец, опера, балет, стендап, перформанс и.т.д) - 1 млн;
- Занятость в архитектуре 0,7 млн, а в книгоиздательстве 0,6 млн рабочих мест;
- Занятость в издательстве газет и журналов в ЕС – 0,6 млн, в индустрии видеоигр 0,081 млн, а в радио индустрии 0,056 млн.

Рост креативных индустрий в ЕС

Обороты по креативным индустриям ЕС (в млрд. евро , в 2013-2019)

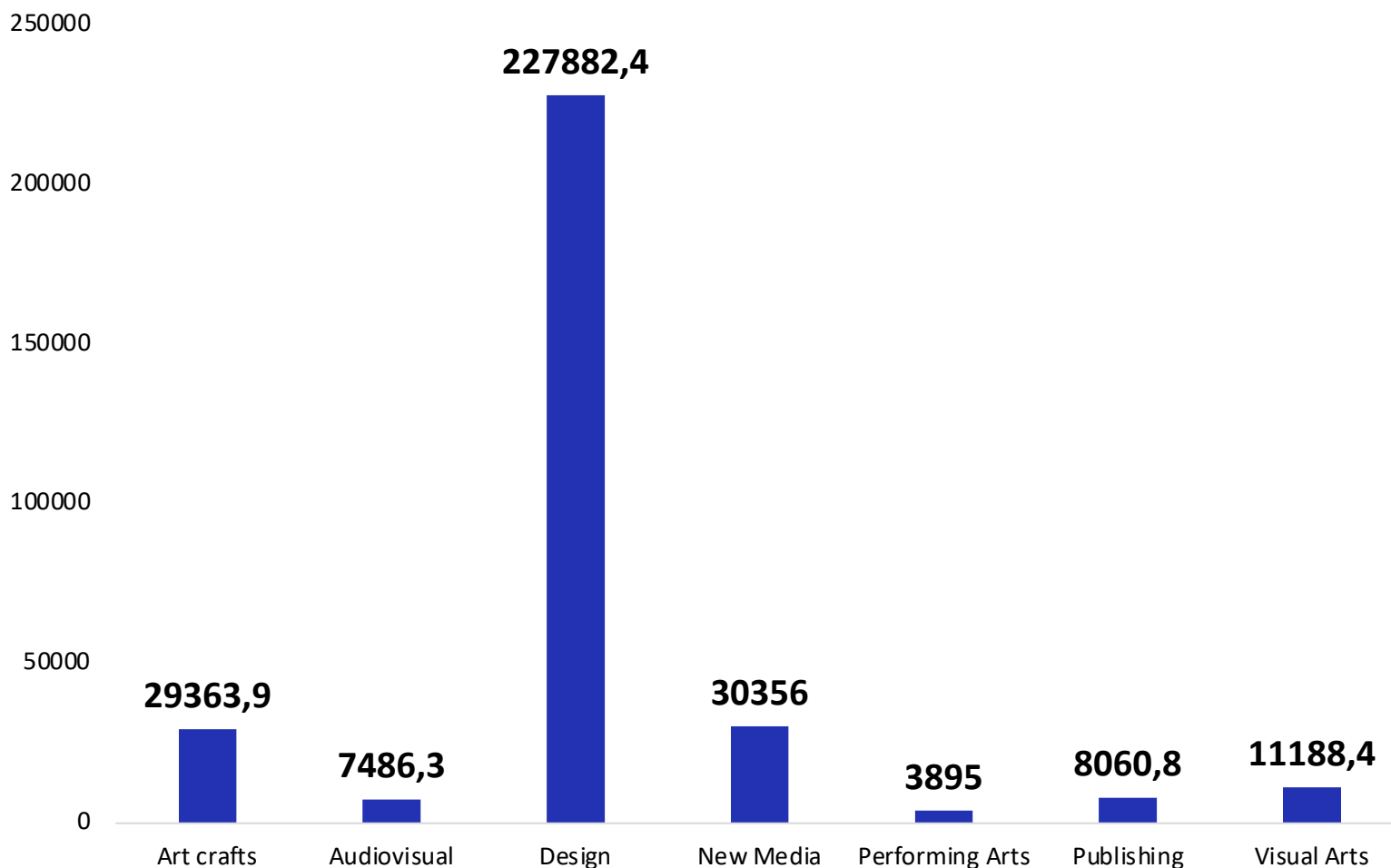


EY Consulting, 2021

Рост креативных индустрий в ЕС

- Реклама находится на втором месте по объемам денежных средств. Оборот рекламной индустрии вырос с 94 млрд евро в 2013 до 129 млрд евро. Рекламная индустрия на втором месте по урону роста (на 38%);
- На первом месте по оборотам, превышая объемы рекламной индустрии на 9 млрд, находится индустрия визуального искусства, которая выросла в ЕС с 122 млрд евро в 2013 до 138 млрд (на 14%);
- На первом месте по уровню роста - оборот музыкальной индустрии 24 млрд. евро (на 152%);
- На третьем месте по уровню роста находится архитектура. Оборот архитектуры увеличился с 39 млрд. евро в 2013 году до 52 млрд. евро в 2019 млрд. евро (на 36%);
- Оборот музыкальной индустрии увеличился с 24 млрд евро в 2013 до 31 млрд. евро в 2019 (на 26%);
- Оборот исполнительских искусств увеличился с 33 млрд. евро в 2013 до 41 млрд. евро (на 24%). Оборот индустрии аудиовизуального искусства 129 млрд евро (на 11%), радио индустрия – на 7%;
- Хуже всего дело обстоит с книгоизданием и прессой. Оборот книжной индустрии увеличился всего лишь на 1%, а оборот прессы упал с 97 млрд. евро в 2013 до 88 млрд. евро в 2019 году (-10%).

Экспорт креативных продуктов по категориям продуктов, Азия



- Основной категорией креативного экспорта в Азии является дизайн – 227,882 млрд долларов;
- На втором месте новые медиа - 30,356 млрд долларов);
- На третьем месте декоративно-прикладное искусство - 29,363 млрд долларов);
- Объем экспорта продуктов издательского дела - 80,608 млрд долларов
- Объем экспорта аудиовизуального искусства - 74,863 млрд долларов;
- Объем экспорта визуального искусства - 11,884 млрд долларов;
- Объем экспорта продуктов исполнительского искусства составляет 3,895 млрд долларов.