



CULTURE

Chiffres

Le poids économique direct de la culture en 2014

Tristan Picard



2016-1
Ministère de la Culture
et de la Communication
Département des études,
de la prospective
et des statistiques

Le poids économique direct de la culture en 2014

Tristan Picard*

En 2014, le poids économique direct de la culture, c'est-à-dire la valeur ajoutée de l'ensemble des branches culturelles, est de 44 milliards d'euros. La part de la culture dans l'ensemble de l'économie (2,3 %) est en baisse et renoue avec son niveau de 1995, après avoir culminé à 2,6 % en 2003. À titre de comparaison, la branche de l'industrie automobile réalisait une valeur ajoutée de 9,8 milliards d'euros en 2013.

À l'origine de cette baisse, la presse, l'architecture et le livre confirment, en 2014, leur déclin économique. Affecté par le poids croissant de l'offre numérique, le commerce de détail se stabilise, mais à un niveau très inférieur à celui de 2007, date à laquelle cette branche amorçait sa chute. L'audiovisuel, le spectacle vivant et le patrimoine connaissent une croissance continue depuis 1995, au point que le spectacle vivant est devenu, après l'audiovisuel, la deuxième branche culturelle en termes de poids économique – devant la presse qui occupait encore cette place au début des années 2000.

Accompagnant ce repli économique, l'emploi est en baisse (-5 %) par rapport à 2013 dans les branches culturelles, avec un repli des effectifs particulièrement marqué dans le livre et la presse. Totalisant 615 000 emplois en 2014, les branches culturelles représentent 2,4 % de la population active en emploi.

* Département des études, de la prospective et des statistiques.

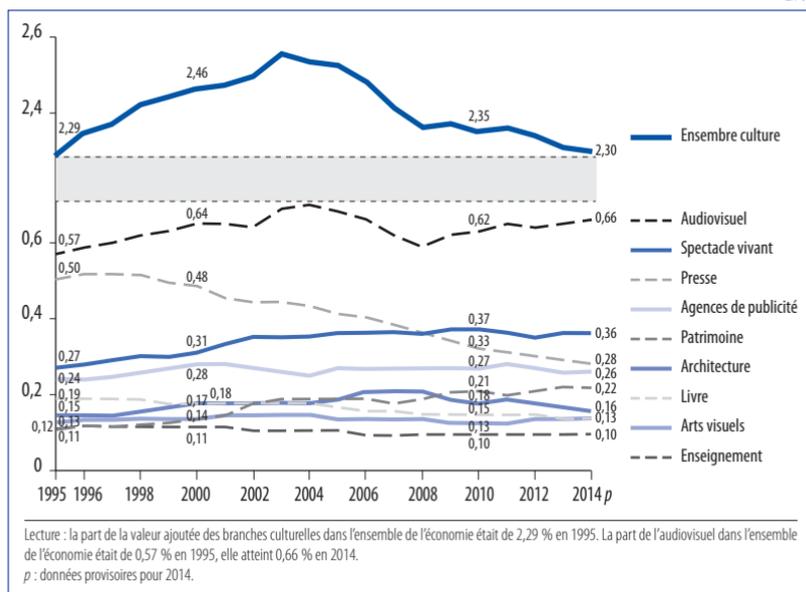
Une valeur ajoutée culturelle de 44 milliards d'euros en 2014

En 2014, le poids économique direct de la culture, c'est-à-dire la valeur ajoutée des branches culturelles (Annexe), est de 44 milliards d'euros¹ et représente 2,3 % de l'économie française en 2014 (graphique 1 et tableau 1). Somme des valeurs de tous les biens et services produits et proposés par les branches culturelles, la production totale s'établit quant à elle à 87 milliards d'euros. Ces branches culturelles (agences de publicité, arts visuels, architecture, audiovisuel, enseignement culturel, livre et presse, patrimoine et spectacle vivant) sont définies selon un périmètre harmonisé au niveau européen (Annexe). Par conséquent, cette estimation du poids de la culture ne prend pas en compte les retombées économiques indirectes ou induites par la culture comme, par exemple, le tourisme (voir « Le tourisme, exemple de retombées économiques indirectes de la culture », p. 3).

Les branches contribuant le plus au poids économique de la culture en 2014 sont l'audiovisuel (29 % de l'ensemble des branches culturelles), le spectacle vivant (16 %) puis la presse (12 %). La répartition était relativement similaire en 1995, si ce n'est que la presse était bien plus présente (22 % de l'ensemble des branches culturelles en 1995) et le spectacle vivant moins important (12 %).

Graphique 1 – Part des différentes branches culturelles dans la valeur ajoutée de l'ensemble de l'économie, 1995-2014

En %



Source : Insee, comptes nationaux – base 2010/DEFS, Ministère de la Culture et de Communication, 2015

1. Les données présentées dans cette étude sont issues d'une méthode d'estimation mise au point en 2013 par le DEFS (Jauneau, 2013). Les données précédemment publiées ont toutefois été révisées : les séries de la comptabilité nationale pour 2013 étaient provisoires lors de la publication précédente, celles de 2012 semi-définitives. Les résultats présentés ici annulent donc et remplacent les données publiées précédemment. Les tendances mises en évidence, notamment en termes d'évolution du poids économique de la culture, ne sont toutefois que très peu affectées par cette révision.

Tableau 1 – Poids (en valeur ajoutée) et part relative des branches culturelles dans le champ de la culture et dans l'ensemble de l'économie, 1995-2014

	Valeur ajoutée			Part dans l'ensemble de l'économie			Part dans l'ensemble des branches culturelles		
	(en milliards d'euros courants)			(en %)			(en %)		
	1995	2013	2014 p	1995	2013	2014 p	1995	2013	2014 p
Audiovisuel	6,3	12,3	12,6	0,57	0,65	0,66	25,0	28,0	28,6
Spectacle vivant	3,0	6,8	6,9	0,27	0,36	0,36	11,9	15,6	15,7
Presse	5,5	5,5	5,3	0,50	0,29	0,28	22,1	12,5	12,1
Agences de publicité	2,6	4,9	4,9	0,24	0,26	0,26	10,6	11,2	11,2
Patrimoine	1,2	4,1	4,2	0,11	0,22	0,22	4,8	9,4	9,6
Architecture	1,6	3,2	3,0	0,15	0,17	0,16	6,4	7,3	6,9
Arts visuels	1,4	2,6	2,6	0,13	0,14	0,13	5,7	5,9	5,9
Livre	2,1	2,7	2,6	0,19	0,14	0,13	8,3	6,0	5,9
Enseignement	1,3	1,8	1,8	0,12	0,10	0,10	5,2	4,1	4,2
Ensemble culture	25,1	43,8	43,9	2,29	2,31	2,30	100,0	100,0	100,0
Ensemble de l'économie	1 097,4	1 899,3	1 910,2	100,0	100,0	100,0			

p : données provisoires pour 2014.

Source : Insee, comptes nationaux – base 2010/DEPS, Ministère de la Culture et de Communication, 2015

Le tourisme, un exemple de retombées économiques indirectes de la culture

Outre le poids économique direct de la culture, dont le champ statistiquement mesurable est défini par le système statistique public, un intérêt est souvent exprimé pour les retombées économiques que les activités culturelles génèrent, souvent au-delà du seul champ de la culture. Ainsi le tourisme est-il souvent désigné comme contribuant à créer de la richesse, et il peut être tentant de le considérer comme un impact économique indirect de la culture. En 2014, la visite de sites culturels compte parmi les activités déclarées par la moitié (51 %) des touristes étrangers séjournant en France, deuxième activité citée après les vacances et les loisirs², et 17 % des séjours touristiques de Français dans l'Hexagone ont donné lieu à une activité culturelle (hors visite de ville)³.

Si les dépenses engagées par ces touristes auprès des institutions culturelles (billetterie de musée ou de festival par exemple) sont bien comptabilisées dans le poids économique direct de la culture, on pourrait aussi être tenté d'élargir à l'ensemble des dépenses environnant ces activités : nuitées d'hôtel, frais de bouche, transports, etc. Au regard de l'importance du poids économique direct du tourisme en France, estimé à 51,9 milliards d'euros pour les non-résidents et à 106,4 milliards d'euros pour les résidents en 2014⁴, ces retombées indirectes de la culture pourraient être non négligeables pour l'économie française.

Il n'existe pas de méthodologie stabilisée pour mesurer ces retombées indirectes. En effet, les motifs de dépenses ne sont pas qualifiables de manière univoque et invalident leur usage pour attribuer la part des dépenses touristiques imputables à la culture. Les touristes étrangers séjournant en France et déclarant un intérêt particulier pour la culture ont certainement effectué des dépenses motivées par d'autres intérêts tandis que, inversement, la moitié des touristes étrangers qui n'ont pas placé la culture parmi leurs motifs de séjour en France ont pu néanmoins fréquenter des sites culturels. Si la consommation

2. *Mémento du tourisme*, édition 2015, Paris, Direction générale des entreprises, Ministère de l'Économie, de l'Industrie et du Numérique, p. 122.

3. *Le Tourisme, un moyen important d'accès à la culture*, Paris, Direction générale des entreprises, Ministère de l'Économie, de l'Industrie et du Numérique, coll. « Les 4 pages de la DGE », n° 48, novembre 2015.

4. *Mémento du tourisme*, édition 2015, op. cit., p. 24.

d'un bien ou d'un service culturel est identifiable (et entre dans la mesure du poids économique direct), les dépenses environnantes relèvent en général de motifs multiples, variables selon les individus et les contextes. L'alimentation et la restauration, par exemple, concentrent 20 % de la consommation touristique intérieure, mais peut-on réellement considérer un repas pris après une visite de musée comme une retombée indirecte de la culture, et comment distinguer la part de l'alimentation liée à la sortie culturelle de l'ensemble des frais de ce poste ?

En l'absence d'une définition claire du champ des retombées indirectes et de méthodologies robustes permettant de les approcher, le système statistique public recommande la plus grande prudence concernant les tentatives de chiffrage existantes. Seul le poids économique direct de la culture, certes restreint aux seules activités culturelles, constitue une mesure objective du PIB de la culture, tout en permettant la comparabilité avec le reste de l'économie.

Une évolution dans la continuité des années précédentes

Pour la plupart des branches culturelles, l'année 2014 est dans la continuité des évolutions observées depuis 2008 (tableau 2). Ainsi, les branches qui affichent une croissance positive en 2014 comme l'audiovisuel, le spectacle vivant et le patrimoine connaissaient déjà une croissance importante en 2013, tandis que les branches en difficulté comme la presse, l'architecture et le livre l'étaient déjà en 2013.

Au total, l'ensemble des branches culturelles a, comme en 2013, une croissance inférieure (+ 0,1 %) à celle de l'ensemble de l'économie (+ 0,6 %), ce qui se traduit par une légère diminution du poids de la culture dans l'économie. Observé dès 2004, ce recul fait passer la part relative de la culture dans l'ensemble de l'économie de 2,55 % en 2003 à 2,30 % en 2014.

Tableau 2 – Taux de croissance de la valeur ajoutée entre 2008 et 2014

En %

	2012-2013	2013-2014 <i>p</i>	2008-2014 <i>p</i> (taux annuel moyen)
Audiovisuel	2,4	2,5	2,9
Spectacle vivant	3,0	1,3	1,1
Presse	- 3,2	- 3,2	- 3,2
Agences de publicité	- 3,4	- 0,4	0,0
Patrimoine	3,6	2,2	3,9
Architecture	- 6,5	- 5,1	- 3,8
Arts visuels	1,8	- 0,5	1,4
Livre	- 3,7	- 3,1	- 0,9
Enseignement	3,4	0,9	1,8
Ensemble culture	0,1	0,1	0,6
Ensemble de l'économie	1,4	0,6	1,0

p : données provisoires pour 2014.

Source : Insee, comptes nationaux – base 2010/bEPS, Ministère de la Culture et de Communication, 2015

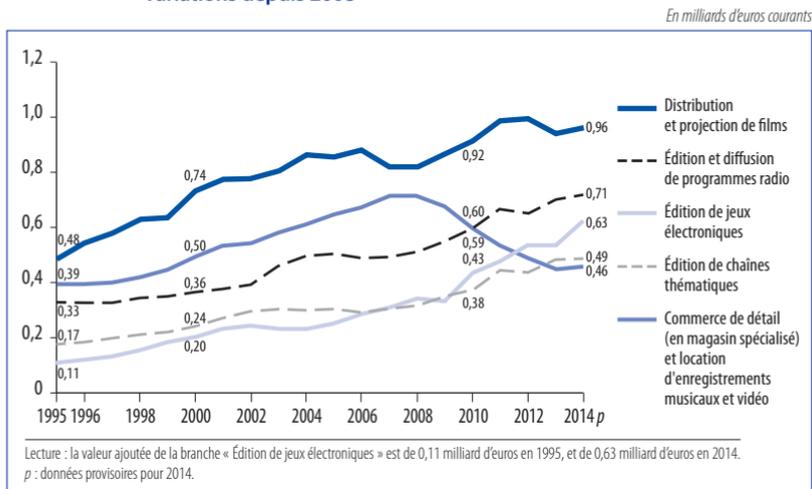
Audiovisuel : une année faste pour le cinéma et les jeux vidéo, tandis que la crise se poursuit pour le commerce de détail

L'audiovisuel constitue la principale branche d'activité culturelle, et concentre plus du quart de sa valeur ajoutée (tableau 1), une part relative en progression en 2014. Les différents segments de l'audiovisuel (radio, télévision, cinéma, vidéo ou

musique) peuvent être difficiles à distinguer à partir des nomenclatures d'activités. En effet, les activités de production et de postproduction peuvent s'appliquer à la fois au cinéma, à la télévision ou à la vidéo, tandis que les vidéos ne concernent plus seulement les films mais également les séries, etc. On peut cependant constater que les activités de production et de postproduction se développent en 2014 (+ 1,5 %) pour s'établir à 5,7 milliards d'euros de valeur ajoutée, ce qui en fait l'activité la plus importante de la branche audiovisuelle (45 % de la valeur ajoutée de la branche). Deuxième activité de la branche (24 % de la valeur ajoutée), l'édition de chaînes généralistes est en nette croissance en 2014 (+ 2,5 %).

Après une mauvaise année 2013, la distribution et la projection de films reprennent des couleurs en 2014 (graphique 2). La fréquentation des salles de cinéma a augmenté de 7,7 % par rapport à 2013 pour atteindre 208 millions d'entrées, ce qui fait de 2014 la meilleure année depuis 2011⁵.

Graphique 2 – Valeur ajoutée des branches de l'audiovisuel présentant les plus fortes variations depuis 2008



Source : Insee, comptes nationaux – base 2010/DEPS, Ministère de la Culture et de Communication, 2015

Parmi les activités à très forte croissance, l'édition de jeux vidéo ne cesse de progresser (+ 18,3 % en 2014, + 10,9 % par an en moyenne depuis 2008). Encore marginale en 2000, cette activité a vu son poids dans l'audiovisuel doubler en quinze ans. Enfin, l'édition et la diffusion de programmes radiophoniques ainsi que l'édition de chaînes thématiques sont également en forte croissance depuis 2008.

Contrairement à ces branches en forte croissance, le commerce de détail en magasin spécialisé et la location d'enregistrements musicaux et vidéo sont en crise et enregistrent une évolution de - 7,3 % par an en moyenne. L'année 2014 permet une légère stabilisation de l'activité (+ 1,3 %) qui ne suffit pas à effacer la baisse de 2013 (- 7,6 %). Le commerce de détail en magasin spécialisé subit la concurrence du commerce en ligne et de nouveaux modes d'écoute et de consommation de la musique et de films (téléchargement en flux).

Les activités d'édition musicales et vidéos se redressent légèrement (respectivement + 1,1 % et + 2,2 % par rapport à 2013), en particulier grâce au développement

5. *Les Principaux chiffres du cinéma en 2014*, Paris, Centre national du cinéma et de l'image animée, mai 2015.

du téléchargement en flux, par abonnement ou financé par la publicité. Par rapport à 2008, la valeur ajoutée a très légèrement diminué (-0,1 % par an en moyenne) pour ces deux branches.

Livre et presse en crise structurelle : des branches victimes de la crise économique, de la concurrence de l'internet et de la baisse du lectorat

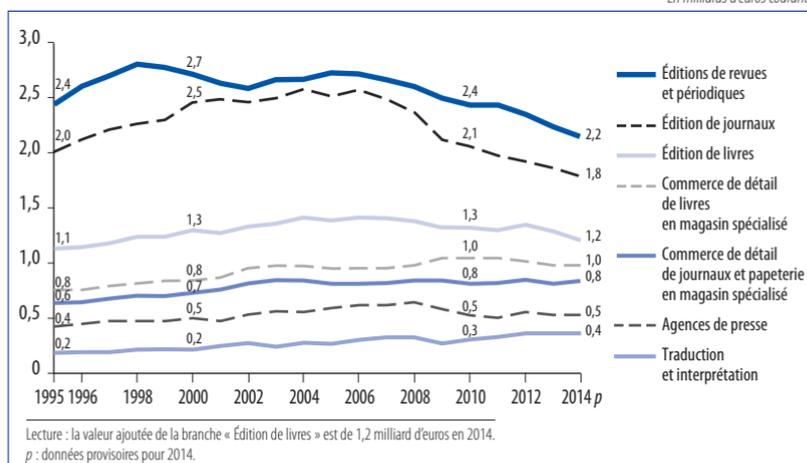
Depuis 2008, la valeur ajoutée des branches du livre et de la presse a diminué en moyenne de 2,5 % par an, une chute qui ne semble pas s'arrêter : en 2014, la baisse fut de 3,2 %. L'imprimé, avec le livre et la presse, qui constituait autrefois la première activité économique culturelle (30 % de la valeur ajoutée culturelle en 1995), n'en représentent plus que 18 % en 2014, loin derrière l'audiovisuel. Les situations sont néanmoins différentes pour le livre et pour la presse.

En 2014, la valeur ajoutée de la presse est de 5,3 milliards d'euros, soit le double de celle du livre (2,6 milliards d'euros). La presse est soumise à un double mouvement de baisse, du nombre de lecteurs des supports payants d'une part, et des recettes publicitaires d'autre part. La montée en puissance des agrégateurs de contenus en ligne a considérablement modifié le lien entre le lecteur et les journaux, ce qui se traduit notamment par une difficulté, pour le secteur de la presse, à mettre en place un modèle économique fondé sur le support numérique. La baisse de l'activité est générale pour toutes les branches de la presse, que ce soit l'édition de revues et périodiques, de journaux, des agences de presse ou du commerce de détail de journaux et papeterie en magasin spécialisé (graphique 3).

Si le secteur du livre, contrairement à d'autres secteurs culturels marchands, semble avoir relativement bien résisté à la crise économique de 2008 (-0,9 % en moyenne annuelle depuis 2008), l'activité est en revanche en récession pour la deuxième année consécutive (-3,7 % en 2013 puis -3,1 % en 2014). Ainsi, le chiffre d'affaires des éditeurs du livre est passé de 2,80 milliards d'euros en 2011 à 2,65 milliards d'euros en 2014⁶. Comme pour la presse, le secteur développe son offre numérique

Graphique 3 – Activités de la presse et du livre : valeur ajoutée des différentes branches

En milliards d'euros courants



Source : Insee, comptes nationaux – base 2010/DEPS, Ministère de la Culture et de Communication, 2015

6. L'Édition de livres en France, repères statistiques 2015, Syndicat national de l'édition.

qui génère des revenus modestes pour les éditeurs, tous secteurs confondus (6 % du chiffre d'affaires des éditeurs de livres).

Spectacle vivant : la croissance marque le pas

En 2014, la valeur ajoutée du spectacle vivant continue de croître (+ 1,3 %), une croissance toutefois plus faible qu'en 2013 (+ 3,0 %). Contrairement à d'autres branches culturelles dont la production est quasi exclusivement non marchande (patrimoine et enseignement ; tableau 3), le spectacle vivant associe une production marchande significative (4,9 milliards d'euros, soit 43 % de la production de la branche) à sa production non marchande (6,5 milliards d'euros). La part relative du spectacle vivant dans l'ensemble des branches culturelles est passé de 11,9 % en 1995 à 15,7 % en 2014 (tableau 1). Le spectacle vivant est désormais la deuxième branche culturelle en termes de croissance sur cette période, derrière le patrimoine. Cette augmentation est en grande partie liée à un changement de comportement de la part des ménages : en volume, la consommation de spectacles vivants a plus que doublé entre 1995 et 2014, un effet possible de la diversification de l'offre de spectacles.

Agences de publicité : les prix en chute libre

Tous les groupes de travail internationaux ayant travaillé sur les nomenclatures culturelles considèrent que les agences de publicité ont une activité créative et sont, par conséquent, classées parmi les activités culturelles. Les recettes des régies publicitaires n'en font en revanche pas partie. Les agences de publicité représentent 11 % de la valeur ajoutée culturelle en 2014, ce qui en fait la quatrième branche culturelle, en particulier devant le patrimoine et l'architecture. Modérément affectée par la crise, la valeur ajoutée de cette branche est désormais égale en 2014 à celle de 2008 (4,9 milliards d'euros). Cependant l'évolution des dernières années est préoccupante : après une baisse de 3,4 % en 2013, la valeur ajoutée a encore diminué de 0,4 % en 2014.

En effet, les agences de publicité ont réagi à la crise en baissant de manière très sensible leurs prix : entre 2008 et 2014, les prix ont diminué de 27 %, soit en moyenne 5,3 % par an. Cette évolution résulte probablement du développement de l'internet sur la période et des nouvelles stratégies de publicité (moins de publicité dans la presse écrite, marketing viral, etc.).

Patrimoine : la croissance se poursuit

En vingt ans, la part relative du patrimoine dans l'ensemble des branches culturelles a doublé : elle est passée de 4,8 % en 1995 à 9,6 % en 2014 et la valeur ajoutée de la branche s'établit à 4,2 milliards d'euros en 2014 (graphique 4). Cette forte progression est à rapprocher de la hausse de fréquentation des musées : entre 2004 et 2013, les entrées sont passées de 46 millions en 2004 à 64 millions en 2013, dont une progression de 18 % des entrées payantes.

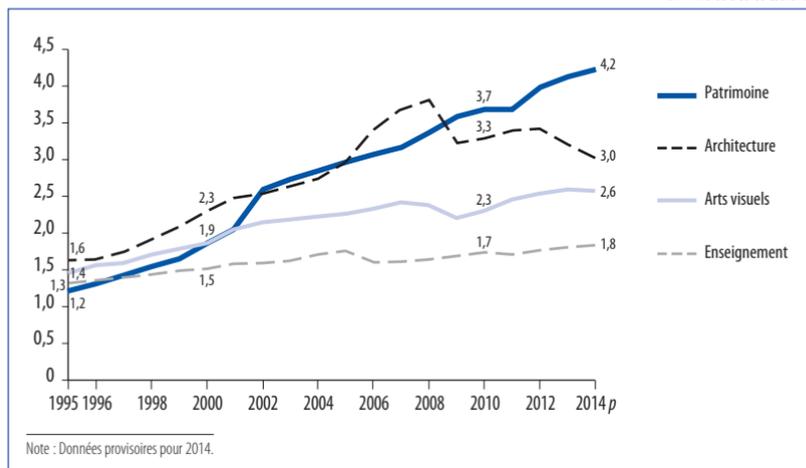
Cette hausse est une conséquence de la part importante des touristes étrangers : dans les quatre premiers musées français en termes de fréquentation (Louvre, château de Versailles, Centre Pompidou, Orsay), qui rassemblent plus de 40 % de la fréquentation des musées de France, deux visiteurs sur trois sont étrangers.

Architecture : la crise continue

L'architecture est une branche dont l'activité est très liée à celle du logement. Or, depuis 2011, le nombre de mises en chantiers diminue : - 11,7 % en 2014 d'après le compte du logement du Service de l'observation et des statistiques. Ce ralentissement de l'activité se retrouve dans la valeur ajoutée de la branche architecture qui s'établit

Graphique 4 – Valeur ajoutée des branches du patrimoine, de l'architecture, des arts visuels et de l'enseignement artistique, 1995-2014

En milliards d'euros courants



Source : Insee, comptes nationaux – base 2010/DEPS, Ministère de la Culture et de Communication, 2015

à 3 milliards d'euros en 2014, soit une baisse de 5,1 % par rapport à 2013 (graphique 4). En moyenne, la branche recule de 3,8 % par an depuis 2008.

L'avenir de la profession pourrait venir des particuliers, qui constituent la clientèle la plus importante des architectes (64 % en 2014 contre 58 % en 2011 d'après l'ordre des architectes). De plus, le projet de loi « Liberté de création, architecture et patrimoine » prévoit l'abaissement du seuil de surface à partir duquel il devient obligatoire de faire appel à un architecte, ce qui pourrait contribuer à relancer l'activité dans les années à venir.

Arts visuels : mauvaise année pour la photographie

Les arts visuels regroupent les arts plastiques, la photographie et le *design*. Ces activités rassemblent 6 % de la valeur ajoutée des branches culturelles, une part stable depuis 1995. En 2014, la valeur ajoutée de cette branche s'établit à 2,6 milliards d'euros (graphique 4). Si les arts plastiques et le *design* sont dans une phase de croissance sur longue période, qui n'a été que légèrement affectée par la crise de 2008, la photographie, en revanche, est en net déclin depuis 2003, un recul qui s'explique par le développement des technologies numériques et la mutation des usages professionnels et amateurs.

Stabilité de l'enseignement artistique

L'enseignement artistique représente 4 % de la valeur ajoutée culturelle, en légère baisse par rapport à 1995 (5 %), et la valeur ajoutée de cette branche est de 1,8 milliard d'euros en 2014 (graphique 4). Il couvre aussi bien les écoles privées que les conservatoires et les écoles supérieures artistiques et culturelles relevant du ministère de la Culture et de la Communication. Son activité étant principalement non marchande (84 % de sa production ; tableau 3), cette branche dépend plus des subventions que de la conjoncture économique. L'évolution de cette branche en 2014 (+ 0,9 %) est légèrement inférieure à son taux de croissance annuel moyen depuis 2008 (1,8 %).

La production non marchande représente 18 % de la production totale de la culture

En 2014, la production des branches culturelles se répartit en production marchande et non marchande (tableau 3). La production marchande culturelle correspond à la production de biens et services culturels destinée à être écoulee sur le marché à un prix économiquement significatif, c'est-à-dire couvrant plus de 50 % des coûts de production. La production non marchande culturelle correspond à des biens et services culturels proposés aux ménages à un prix représentant moins de 50 % des coûts de production, car bénéficiant de l'apport de dépenses publiques (partie du budget de l'État ou des collectivités territoriales, subventions versées à des associations, aides versées par les sociétés civiles).

Le poids de la production non marchande dans la culture (18 %) est plus important que dans le reste de l'économie (12 %), ce qui s'explique par la présence de branches où la production non marchande est très importante (patrimoine, enseignement et, dans une moindre mesure, le spectacle vivant). On observe que, malgré le contexte de baisse des financements publics, les branches culturelles où la production non marchande est significative affichent une croissance positive depuis la crise économique de 2008, probablement grâce à l'augmentation de la consommation des ménages dans ces branches.

Tableau 3 – Répartition de la production des branches culturelles, 2014

En milliards d'euros courants et %

	Production				
	Marchande		Non marchande		Totale
	Valeur	%	Valeur	%	Valeur
Audiovisuel	28,6	100,0	0,0	-	28,6
Spectacle vivant	4,9	43,0	6,5	57,0	11,4
Presse	11,3	100,0	0,0	-	11,3
Agences de publicité	9,0	100,0	0,0	-	9,0
Patrimoine	0,4	6,3	6,5	93,7	6,9
Architecture	5,5	100,0	0,0	-	5,5
Arts visuels	4,8	88,3	0,6	11,7	5,5
Livre	6,4	100,0	0,0	-	6,4
Enseignement	0,4	16,0	1,9	84,0	2,2
Ensemble culture	71,3	82,1	15,5	17,9	86,8
Ensemble de l'économie	3 334,5	88,2	444,3	11,8	3 778,8

Note : données provisoires pour 2014.

Source : Insee, comptes nationaux – base 2010/DEPS, Ministère de la Culture et de Communication, 2015

615 200 personnes travaillent dans les branches culturelles en 2014

En 2014, 615 200 personnes travaillent dans les branches culturelles, soit 2,4 % de l'ensemble de la population active en emploi. Cela représente une diminution de 30 000 emplois par rapport à 2013 (- 5 %) (tableau 4). L'architecture, le patrimoine et les arts visuels concentrent plus du tiers des emplois des branches culturelles, suivis par l'audiovisuel et les agences de publicité (27 %), le spectacle vivant et l'enseignement

Tableau 4 – Emploi dans les branches culturelles en 2013 et 2014

	2009*	2013**	2014 <i>p</i>	Évolution 2013/2014 (en %)
Architecture, patrimoine et arts visuels	193 400	218 519	218 558	0,0
Audiovisuel et agences de publicité	171 489	181 498	169 124	- 6,8
Spectacle vivant et enseignement	113 285	123 246	118 308	- 4,0
Livre et presse	154 517	122 121	109 204	- 10,6
Ensemble culture	632 691	645 384	615 194	- 4,7
Ensemble de la population active occupée	25 765 689	25 773 316	25 802 155	0,1

p : données provisoires pour 2014.
* Moyenne glissante sur les enquêtes Emploi 2008, 2009 et 2010.
** Moyenne glissante sur les enquêtes Emploi 2012, 2013 et 2014.
Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, enquêtes Emploi 2012 à 2014 pour la France métropolitaine/DEPS, Ministère de la Culture et de Communication, 2015

(19 %), et le livre et la presse. Dans un contexte de développement des technologies numériques, le livre et la presse sont les plus touchés par ce recul du nombre d'emplois (- 11 %), suivis par l'audiovisuel et les agences de publicité (- 7 %). Le livre et la presse ont perdu plus de 45 000 emplois en cinq ans.

Annexe

Comment mesurer le poids de la culture dans l'économie ?

Mesurer le poids de la culture dans l'économie nécessite, d'une part, de définir le contour statistique de la culture et, d'autre part, de réussir à résumer en un seul indicateur macroéconomique l'activité d'acteurs culturels pour le moins divers : des grandes entreprises de l'audiovisuel aux petites associations culturelles locales, ou encore des théâtres subventionnés aux architectes non salariés.

La définition du champ de la culture est à elle seule une question à part entière, à laquelle les réponses apportées n'ont cessé de diverger dans le temps ou selon les pays. Au-delà d'activités que tout le monde considérera comme indiscutablement culturelles (spectacle, lecture de livres, cinéma, etc.), doit-on prendre en compte toutes celles qui interviennent à un moment donné dans la chaîne de production des biens et services culturels (imprimerie pour un livre par exemple), ou encore toutes celles qui comportent un aspect artistique ou créatif (la gastronomie, la confection de chaussures) ? Ou, pour aller plus loin encore, toutes celles dont une partie du chiffre d'affaires n'existerait peut-être pas sans la culture (tourisme, BTP) ?

Se fonder sur une définition très extensive de la culture pose différents problèmes : elle implique des doubles comptes entre les différentes branches d'activités, ce qui rend inopérantes les comparaisons entre secteurs (les restaurants pourraient, par exemple, apparaître à la fois dans le tourisme et dans la culture), et elle nécessite des choix méthodologiques délicats, voire impossibles : quelle est la part culturelle (ou de création) dans la gastronomie ou la confection de chaussures ?

Une fois le champ défini, la valeur ajoutée de la culture est calculée à l'aide des données et selon les concepts de la comptabilité nationale qui servent à l'Insee à établir le produit intérieur brut (Jauneau, 2013). L'une des particularités de l'activité économique culturelle est la place non négligeable qu'y occupe le « non-marchand ». Rapporter le poids de la culture à celui de l'économie doit intégrer cette particularité.

1 – Le champ statistique de la culture défini de manière harmonisée au niveau européen

Les données présentées dans cet article se fondent sur une définition harmonisée de la culture, décidée de façon conjointe par les différents services statistiques européens de la culture en 2009, sous l'égide d'Eurostat, l'Office statistique de l'Union européenne (Deroin, 2011). Le champ de la culture est ici défini en référence à la nomenclature d'activités française (NAF), par la sélection de 34 codes parmi les 732 qui composent la nomenclature à son niveau le plus désagrégé (voir Activités culturelles). C'est un contour relativement large, qui englobe l'ensemble du périmètre de compétences du ministère de la Culture et de la Communication en France, ainsi que les agences de publicité, prises en compte dans le champ statistique de la culture pour leur aspect créatif ; les activités des régies publicitaires ne sont en revanche pas prises en compte, car non créatives. Le groupe de travail d'Eurostat a suivi en cela les pratiques de la plupart des autres travaux internationaux du même type.

N'ont en revanche pas été retenues par Eurostat les activités industrielles qui permettent la reproduction de produits culturels mais qui n'y apportent pas de valeur qu'on aurait pu considérer comme culturelle : l'imprimerie, les équipements et matériaux (depuis la fabrication des optiques jusqu'à celle des peintures ou autres encres et vernis d'imprimerie) et, pour les mêmes raisons, la reproduction et la fabrication d'instruments de musique.

Le champ harmonisé au niveau européen retenu ici correspond donc au poids direct des branches culturelles, à l'exclusion des activités indirectement culturelles (l'imprimerie par exemple) et des activités induites par ces branches (la part du BTP dédiée à la rénovation du patrimoine par exemple).

Tableau des activités culturelles

47.61Z – Commerce de détail de livres en magasin spécialisé [LIV]	60.20A – Édition de chaînes généralistes [AV]
47.62Z – Commerce de détail de journaux et papeterie en magasin spécialisé [PR]	60.20B – Édition de chaînes thématiques [AV]
47.63Z – Commerce de détail d'enregistrements musicaux et vidéo en magasin spécialisé [AV]	63.91Z – Activités des agences de presse [PR]
58.11Z – Édition de livres [LIV]	71.11Z – Activités d'architecture [ARCHI]
58.13Z – Édition de journaux [PR]	73.11Z – Activités des agences de publicité [PUB]
58.14Z – Édition de revues et périodiques [PR]	74.10Z – Activités spécialisées de <i>design</i> [ART]
58.21Z – Édition de jeux électroniques [AV]	74.20Z – Activités photographiques [ART]
59.11A – Production de films et de programmes pour la télévision [AV]	74.30Z – Traduction et interprétation [LIV]
59.11B – Production de films institutionnels et publicitaires [AV]	77.22Z – Location de vidéocassettes et disques vidéo [AV]
59.11C – Production de films pour le cinéma [AV]	85.52Z – Enseignement culturel [*] [EC]
59.12Z – Postproduction de films cinématographiques, de vidéos et de programmes de télévision [AV]	90.1Z – Arts du spectacle vivant [SV]
59.13A – Distribution de films cinématographiques [AV]	90.2Z – Activités de soutien au spectacle vivant [SV]
59.13B – Édition et distribution de vidéos [AV]	90.3A – Création artistique relevant des arts plastiques [ART]
59.14Z – Projection de films cinématographiques [AV]	90.3B – Autre création artistique [ART]
59.20Z – Enregistrement sonore et édition musicale [AV]	90.4Z – Gestion de salles de spectacles [SV]
60.10Z – Édition et diffusion de programmes radio [AV]	91.1Z – Gestion des bibliothèques et des archives [PAT]
	91.2Z – Gestion des musées [PAT]
	91.3Z – Gestion des sites et monuments historiques et des attractions touristiques similaires [PAT]

(*) Le code 85.52Z exclut les établissements d'enseignement supérieur (dont ceux relevant de la Culture), qui sont classés en code 85.42Z (Enseignement supérieur). Ces établissements (une centaine environ) sont ici pris en compte dans l'estimation de la valeur ajoutée.

Note : les activités culturelles sont regroupées en neuf domaines : AV : audiovisuel ; SV : spectacle vivant ; PAT : patrimoine ; EC : enseignement culturel ; LIV : livre ; PR : presse ; ART : arts visuels ; ARCHI : architecture ; PUB : agences de publicité.

2 – Estimation de la production des branches de la culture

En 2014, les branches culturelles (audiovisuel, spectacle vivant, livre, presse, agences de publicité, architecture, arts visuels, patrimoine, enseignement culturel) totalisent une production de 87 milliards d'euros. Cette production se divise en deux parties : la production marchande et la production non marchande (tableau 3).

La **production marchande** culturelle (71 milliards d'euros en 2014) correspond à la production de biens et services culturels destinée à être vendue sur le marché à un prix économiquement significatif, c'est-à-dire un prix couvrant plus de 50 % des coûts de production, par convention de la comptabilité nationale. Cette production marchande inclut la production immobilisée constituant un actif générateur de recettes ultérieures, par exemple les films ou les programmes de télévision réalisés dans l'année pour une diffusion ultérieure (de l'ordre de 4 à 5 milliards d'euros).

Les niveaux à deux chiffres de la NAF (« division ») sont les niveaux les plus fins disponibles pour lesquels les données comptables (valeur ajoutée, production) sont diffusées par la comptabilité nationale à l'Insee. Il est donc nécessaire, pour chacun des niveaux comportant au moins une activité culturelle, d'estimer la part culturelle et la part non culturelle pour parvenir à estimer la production de chacune des sous-classes de la NAF, niveau à 5 caractères (voir tableau des activités culturelles ci-dessus).

Pour ce faire, on part de la production marchande diffusée par la comptabilité nationale au niveau de la division (codes à 2 chiffres) et on calcule la production marchande au niveau de la sous-classe (codes à 5 caractères) en lui appliquant un coefficient calculé à partir des enquêtes sectorielles annuelles (ESA) de l'Insee. Ces enquêtes donnent en effet la décomposition du chiffre d'affaires des entreprises marchandes, décomposition détaillée par produits vendus, à un niveau très fin. Elles permettent donc d'obtenir la répartition d'une branche identifiée par une division (2 chiffres) en chacune des sous-classes (5 caractères) retenues pour définir le champ de la culture. Cette clé de répartition est ensuite appliquée à la production au sens de la comptabilité nationale diffusée par division (2 chiffres) et qui diffère légèrement de la somme des productions enquêtées par l'ESA, en raison de traitements spécifiques opérés par la comptabilité nationale. Les premiers résultats de l'ESA ont été publiés fin 2012 par l'Insee pour l'exercice comptable 2010, puis fin 2013 pour l'exercice 2011. On peut poursuivre ces estimations chaque année.

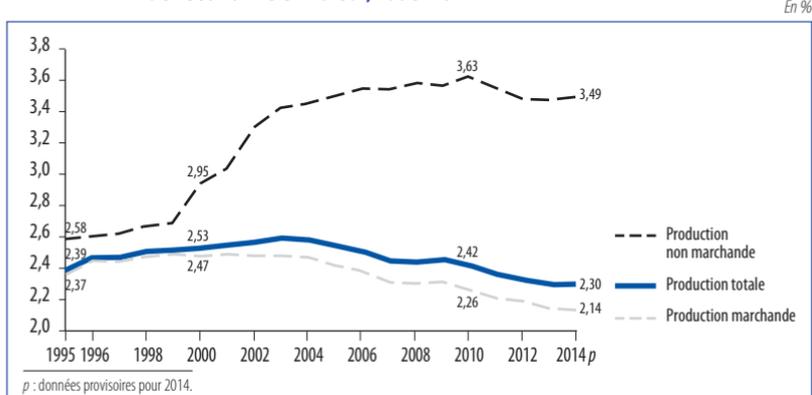
La **production non marchande** culturelle (16 milliards d'euros en 2014) correspond quant à elle à des biens et services culturels proposés aux ménages à un prix non économiquement significatif, car bénéficiant de l'apport de dépenses publiques : partie du budget issue de l'État ou des collectivités territoriales, subventions versées à des associations, aides versées par les sociétés civiles. La production non marchande est par convention évaluée à son coût de production, qui regroupe majoritairement trois types de dépenses : la rémunération des salariés, la consommation intermédiaire et les dépenses d'investissement.

Alors que la production marchande est exclusivement produite par les entreprises, la production non marchande provient des administrations, des établissements publics ou encore des associations. Pour estimer la production non marchande des divisions 90-91 (création artistique et patrimoine), on part du total de la production non marchande donnée par l'Insee (total 90-91). Afin de mieux situer les branches culturelles que ne le faisait la comptabilité nationale avant la révision de 2014, la méthode élaborée par le DEPS en 2013 a réparti ce total en trois domaines (spectacle vivant, arts plastiques, patrimoine) à l'aide de plusieurs sources du ministère de la Culture et de la Communication (enquêtes sur les dépenses culturelles des collectivités territoriales, budget des établissements publics culturels notamment) permettant de répartir la dépense publique culturelle (rémunérations, investissement). La révision des comptes nationaux par l'Insee en 2014 a ensuite permis de rapprocher les chiffres de l'Insee de ceux estimés par le DEPS.

Pour l'enseignement culturel, on établit la production non marchande comme la somme de la dépense des centres de formation artistique (conservatoires régionaux, etc.), donnés par les comptes de l'Éducation élaborés par le ministère de l'Éducation nationale et des dépenses du ministère de la Culture et de la Communication pour les établissements d'enseignement supérieur Culture dont la tutelle ne dépend pas de l'Éducation nationale.

En 2014, environ 18 % de la production culturelle est non marchande, soit davantage que la moyenne de l'ensemble de l'économie (12 %), mais beaucoup moins que dans d'autres branches économiques telles que l'action sociale et la santé (45 % de production non marchande) ou encore l'enseignement (82 %). L'activité non marchande culturelle est concentrée dans trois domaines : le patrimoine (94 % de la production y est non marchande), l'enseignement culturel (84 %) et le spectacle vivant (57 %). Les arts visuels (photographie, *design*, activités artistiques) comportent aussi une part non marchande, mais marginale.

Graphique A – Part des branches culturelles dans la production de l'ensemble de l'économie en valeur, 1995-2014



Source : Insee, comptes nationaux – base 2010/DEPS, Ministère de la Culture et de Communication, 2015

De 1995 à 2003, la part de la culture dans l'ensemble de l'économie a augmenté pour les deux composantes de la production, marchande et non marchande (graphique A).

À partir de 2003 en revanche, la part des branches culturelles marchandes a reculé. La part culturelle de la production non marchande n'a cependant pas suivi la même évolution : continuant à augmenter entre 2003 et 2008 (ce qui a permis de limiter le recul du poids économique de la culture sur cette période), elle s'est ensuite maintenue à environ 3,5 % de l'ensemble de la production non marchande en moyenne sur 2008-2014.

3 – Estimation de la valeur ajoutée des branches culturelles

À cette production culturelle totale de 87 milliards d'euros correspond une valeur ajoutée des branches culturelles de 44 milliards d'euros en 2014 (tableau 1). Cette valeur ajoutée correspond à la production totale culturelle diminuée des consommations intermédiaires, c'est-à-dire de l'ensemble des produits ou services transformés ou consommés au cours du processus de production (matières premières, électricité par exemple). Mais les données de consommations intermédiaires manquent au niveau fin de la nomenclature.

Pour calculer la valeur ajoutée, on utilise le ratio valeur ajoutée VA/production, issu là encore des enquêtes structurelles annuelles (ESA) de l'Insee auprès des entreprises

marchandes. Les valeurs ajoutées ainsi estimées par sous-classe (tous secteurs, y compris non culturels) sont ensuite sommées et calées au niveau de chaque division sur celles données par la comptabilité nationale (cette VA diffère en effet de celle issue de l'ESA à cause des traitements propres à la comptabilité nationale). La somme de ces valeurs ajoutées prises comme référence dans la comptabilité nationale ne donne pas tout à fait le PIB car il s'agit des valeurs ajoutées dites « aux prix de base », c'est-à-dire hors impôts et subventions sur les produits, qui ne sont pas diffusés par branche.

Pour les domaines partiellement non marchands (spectacle vivant, patrimoine, enseignement culturel), le ratio VA/production n'est pas fourni par l'ESA et on utilise, faute de mieux, le rapport VA/production donné au niveau de la division (2 chiffres) par la comptabilité nationale.

On estime ainsi une valeur ajoutée pour chacun des neuf domaines culturels, dont la somme donne la valeur ajoutée des branches culturelles pour 2014.

Cette méthode a le triple avantage d'être relativement simple à mettre en œuvre, d'être cohérente avec les données publiées à un niveau plus agrégé par la comptabilité nationale et d'être stable dans le temps. En revanche, elle est soumise aux règles propres à la comptabilité nationale, notamment en ce qui concerne le partage entre marchand et non marchand et elle ne permet pas de prendre en compte certaines spécificités de la culture. On ne peut donc pas lui préférer, avec les données dont on dispose, un partage entre les entreprises subventionnées et non subventionnées, ou moduler le critère des 50 % des coûts de production pour distinguer le secteur marchand du secteur non marchand.

4 – Estimation des trois années les plus récentes et rétropolation des séries chronologiques

L'enquête structurelle annuelle (ESA) nous permet d'estimer la valeur ajoutée pour l'année couverte par cette enquête ; on utilise l'enquête ESA sur les données de 2011 comme référence. Cette estimation se fait en mobilisant deux ratios : les décompositions des chiffres d'affaires des divisions en sous-classes détaillées, et le rapport entre valeur ajoutée et production pour chaque sous-classe.

Pour estimer le poids économique de la production marchande en 1995-2010 et 2012-2014, on fait évoluer ces coefficients à partir des évolutions annuelles de chiffre d'affaires (indices mensuels élaborés par l'Insee à partir des déclarations de TVA) pour chacune des sous-classes d'une division. Les données obtenues sont ensuite multipliées par un coefficient de redressement afin d'obtenir comme total la production marchande donnée par la comptabilité nationale au niveau de chaque division.

Pour la production non marchande des autres domaines, on actualise le partage entre spectacle vivant/arts plastiques/patrimoine en 1996, 2002, 2006 et 2010 à partir des sources précédemment évoquées (enquêtes sur les dépenses culturelles des collectivités territoriales, sources ministérielles sur le budget des écoles supérieures Culture, comptes de l'Éducation, etc.) et on fait évoluer ce partage sur les années manquantes. Le total de la production non marchande des branches 90-91 est toujours donné par la comptabilité nationale. Pour l'enseignement culturel non marchand, on estime directement chacune des deux composantes (centres de formation artistique et enseignement supérieur) à partir des données annuelles des sources déjà mentionnées.

On calcule ainsi une production marchande et non marchande par domaine et pour chaque année. Pour calculer la valeur ajoutée en euros courants (en « valeur »), on procède comme pour le calcul sur 2011.

5 – Estimation de la valeur ajoutée en volume

Pour estimer la valeur ajoutée des branches culturelles en euros constants (en volume), on divise la valeur ajoutée estimée en valeur au niveau le plus fin de la nomenclature d'activités, par un indice des prix de la valeur ajoutée. Les indices des prix utilisés

proviennent de deux sources : d'une part, les indices des prix de la valeur ajoutée par branche disponibles dans les comptes nationaux (au niveau division de la nomenclature, à 2 chiffres), d'autre part, pour les agences de publicité et les activités des divisions 58 et 59 (édition et une partie de l'audiovisuel), les indices des prix à la consommation des ménages du produit culturel se rapprochant le plus du poste considéré (par exemple, l'indice des prix à la consommation des journaux pour la branche 58.13Z – Édition de journaux). En effet, pour ces branches, il apparaît indispensable de scinder l'évolution des prix en sous-activités détaillées pour mieux considérer les comportements de chaque branche (par exemple, hausse des prix des billets de cinéma, baisse des prix des DVD et des disques sur la période considérée ; pour la division 73, évolutions très différentes des prix des activités créatives des agences publicitaires et de ceux des autres branches non culturelles comme les études de marché). Une voie d'amélioration de cette étape pourrait être d'utiliser les indices de prix de production des services, indices trimestriels diffusés par l'Insee depuis quelques années pour certains secteurs.

Enfin, la valeur ajoutée en volume ainsi obtenue est multipliée par un coefficient de redressement qui permet de retrouver, par sommation, la valeur ajoutée en volume publiée au niveau division par les comptes nationaux.

L'indice des prix de la valeur ajoutée des branches culturelles est alors obtenu en divisant la valeur ajoutée des branches culturelles en valeur (à prix courants) par celle en volume (à prix constants).

Éléments de bibliographie et données en ligne

Olivier DONNAT, *les Pratiques culturelles des Français à l'ère numérique. Éléments de synthèse 1997-2008*, Paris, Ministère de la Culture et de la Communication, DEPS, coll. « Culture études », 2009-5, octobre 2009.

—, *les Pratiques culturelles des Français à l'ère numérique*, Paris, Ministère de la Culture et de la Communication/La Découverte, 2009 – www.pratiquesculturelles.culture.gouv.fr

Satellite Account on Culture in Spain. Advance of 2000-2009 results – http://www.mcu.es/estadisticas/docs/CsCe/advance_results_csce-2010.pdf

Mélanie VANDERSCHULDEN, « La place du secteur associatif et de l'action sociale dans l'économie », *Insee Première*, n° 1356, juin 2011.

Valérie DEROIN, *Conceptualisation statistique du champ de la culture*, Paris, Ministère de la Culture et de la Communication, DEPS, coll. « Culture méthodes », 2011-3, décembre 2011.

“ESSnet Culture, Final report” (eurostat grant agreement n° 10401.2008.002-2009.352), octobre 2012 – http://ec.europa.eu/culture/news/20121026-ess-net_en.htm

Chiffres clés 2015, statistiques de la culture, Paris, Ministère de la Culture et de la Communication, diffusion La Documentation française, 2014.

Yves JAUNEAU et Xavier NIEL, « La culture : quel poids dans le PIB ? », *Cahiers français*, n° 382, août 2014, La Documentation française.

—, *le Poids économique direct de la culture en 2013*, Paris, Ministère de la Culture et de la Communication, DEPS, coll. « Culture chiffres », 2014-5, octobre 2014.

« Les services marchands en 2014 – rapport sur les comptes », Insee, Document de travail, E2015/05, juillet 2015.

Thierry MÉOT, « Les services marchands en 2014 – La croissance reste faible », *Insee Première*, n° 1561, juillet 2015.

Données et documents méthodologiques sur la comptabilité nationale

Données détaillées et répartition de la valeur ajoutée par branche :

http://www.insee.fr/fr/themes/theme.asp?theme=16&sous_theme=5.2

Données détaillées sur la consommation des ménages :

http://www.insee.fr/fr/themes/theme.asp?theme=16&sous_theme=2.3

Données détaillées sur la dépense des administrations publiques par fonction :

http://www.insee.fr/fr/themes/theme.asp?theme=16&sous_theme=3.3

Notes méthodologiques sur les concepts et les méthodes d'estimation :

http://www.insee.fr/fr/themes/comptes-nationaux/default.asp?page=base_2005/methodologie/methodologie.htm

Abstract

The Direct Economic Impact of Culture in 2014

In 2014, the direct economic impact of culture, i.e. the value-added of all areas of culture put together, was close to €44 billion. The proportional value of culture within the economy as a whole fell to 2.3%, taking it closer to 1995 levels (having risen to 2.6% in 2003). For the purposes of comparison, the value-added of the automotive industry was valued at €9.8 billion in 2013. The continued decline of the press, architecture and book publishing in 2014 were behind this fall. Against the rising popularity of digital offerings, retail sales held firm but at levels far lower than those seen in 2007, the year in which the decline of these sectors set in. The areas of audiovisual, live entertainment and cultural heritage have shown continued growth since 1995, to the extent that live entertainment and audiovisual were the highest ranking areas of the cultural industry in terms of economic impact, knocking the press off the top spot which it had held since the early 2000s.

Alongside this economic downturn, employment in the cultural sectors was also down by 5% compared with 2013, with the press and book publishing sectors being particularly badly hit. Totalling some 615,000 jobs in 2014, the cultural sectors represent 2.4% of the working population.

Directeur de la publication : Loup Wolff, chef du Département des études, de la prospection et des statistiques
Responsable de la publication : Edwige Millery

Retrouvez l'ensemble des publications du DEPS :
<http://www.culturecommunication.gouv.fr/Etudes-et-statistiques>
http://www.cairn.info/editeur.php?iD_EDITEUR=DEPS
<http://www.books.openedition.org/deps>

Le DEPS n'assurant pas de diffusion physique de ses collections de synthèse, nous vous proposons de vous informer régulièrement des parutions par message électronique.
Pour ce faire, merci de bien vouloir nous communiquer votre courriel à l'adresse
contact.deps@culture.gouv.fr



En 2014, le poids économique direct de la culture, c'est-à-dire la valeur ajoutée de l'ensemble des branches culturelles, est de 44 milliards d'euros. La part de la culture dans l'ensemble de l'économie (2,3 %) est en baisse et renoue avec son niveau de 1995, après avoir culminé à 2,6 % en 2003. À titre de comparaison, la branche de l'industrie automobile réalisait une valeur ajoutée de 9,8 milliards d'euros en 2013.

À l'origine de cette baisse, la presse, l'architecture et le livre confirment, en 2014, leur déclin économique. Affecté par le poids croissant de l'offre numérique, le commerce de détail se stabilise, mais à un niveau très inférieur à celui de 2007, date à laquelle cette branche amorçait sa chute. L'audiovisuel, le spectacle vivant et le patrimoine connaissent une croissance continue depuis 1995, au point que le spectacle vivant est devenu, après l'audiovisuel, la deuxième branche culturelle en termes de poids économique – devant la presse qui occupait encore cette place au début des années 2000.

Accompagnant ce repli économique, l'emploi est en baisse (- 5%) par rapport à 2013 dans les branches culturelles, avec un repli des effectifs particulièrement marqué dans le livre et la presse. Totalisant 615000 emplois en 2014, les branches culturelles représentent 2,4 % de la population active en emploi.

Téléchargeable sur le site :
www.culturecommunication.gouv.fr/Etudes-et-statistiques
et sur
www.cairn.info