



**MINISTÈRE
DE LA CULTURE**

*Liberté
Égalité
Fraternité*

Culture chiffres

Le poids économique direct de la culture en 2021

Nicolas Pietrzyk

2023-1

Le poids économique direct de la culture en 2021

Nicolas Pietrzyk*

En 2021, le poids économique direct de la culture, c'est-à-dire la valeur ajoutée de l'ensemble des branches culturelles, s'établit à 45,3 milliards d'euros, soit 2,0 % de l'ensemble de l'économie, contre 2,1 % en 2020.

2021 est une année de reprise modérée d'activité pour les branches culturelles. Les niveaux d'activité restent inférieurs à ceux d'avant-crise, l'amélioration de la situation sanitaire n'étant que partielle. La valeur ajoutée des branches culturelles progresse de 3,3 % en valeur, soit un rythme inférieur à celui de l'économie française dans son ensemble (+ 7,5 %). Mesuré en volume, le rebond de l'activité des branches culturelles est plus marqué (7,7 %), et supérieur de 1,1 point à celui de l'ensemble de l'économie française (+ 6,6 %). Cela ne suffit toutefois pas à combler la perte d'activité subie par les secteurs en 2020 : l'activité en volume reste en recul de 10,9 % en 2021 par rapport à l'année 2019 (contre - 1,8 % pour l'ensemble de l'économie). Cela se constate en particulier pour les secteurs les plus affectés par la crise sanitaire, comme la projection cinématographique (- 52 % en volume entre 2019 et 2021), le spectacle vivant (- 36 %) et le patrimoine (- 29 %). Toutefois, les branches de l'audiovisuel (+ 2 %), du livre (+ 4 %) ou de l'enseignement artistique et culturel (+ 4 %) dépassent leur niveau d'activité d'avant-crise.

En 2021, l'audiovisuel reste en tête s'agissant du poids économique, suivi par le spectacle vivant, la publicité et le patrimoine. Au cours des vingt dernières années, le recul structurel de la branche de la presse est l'évolution la plus notable.

* Chargé d'études au Département des études, de la prospective, des statistiques et de la documentation (DEPS) du ministère de la Culture.

Un poids économique direct de la culture de 45,3 milliards d'euros en 2021

En 2021, l'ensemble des branches du champ statistique¹ de la culture – l'audiovisuel, le spectacle vivant, le livre, la presse, les agences de publicité, l'architecture, les arts visuels, le patrimoine et l'enseignement artistique et culturel – réalise une production totale de 93,9 milliards d'euros et génère une valeur ajoutée² de 45,3 milliards d'euros (voir tableau 1, p. 7).

Mesuré comme la part de la valeur ajoutée des branches culturelles dans l'ensemble de l'économie, le poids économique direct de la culture s'établit à 2,0 % en 2021, en recul de 0,1 point par rapport à 2020 (2,1 %). Après avoir atteint un pic en 2003 (2,5 %), il était resté stable de 2013 à 2018 (2,3 %), avant de diminuer dès 2019 (2,2 %)³.

Cette estimation du poids économique direct de la culture correspond à la richesse créée par les activités directement culturelles, telles que définies dans le champ harmonisé au niveau européen. Ce champ ne prend pas en compte les activités industrielles qui ne permettent que la reproduction de produits culturels mais qui n'y apportent pas de valeur qu'on pourrait considérer comme culturelle (par exemple l'imprimerie), les activités non culturelles mais conditionnées par l'existence d'activités culturelles (par exemple les entreprises de construction intervenant pour la rénovation de monuments historiques), de même que les effets induits par le secteur culturel (comme le tourisme). Enfin, l'activité des acteurs du numérique échappe en partie à la comptabilité nationale (voir encadré 3 « Enjeux statistiques de la mesure des activités culturelles à l'ère numérique », p. 14).

1. Le champ statistique de la culture, harmonisé au niveau européen, est défini au niveau national par 34 codes de la nomenclature d'activité française qui permettent de mesurer l'activité économique des différentes branches culturelles.

2. 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).

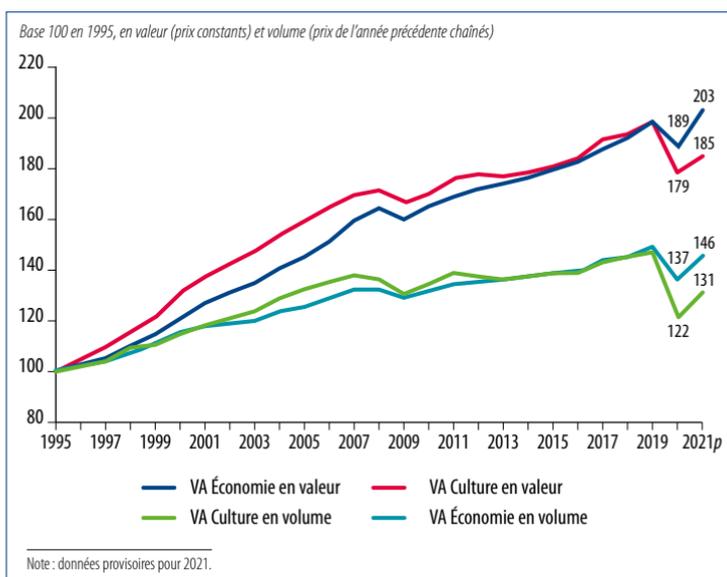
3. Les données présentées dans cette étude sont issues d'une méthode d'estimation mise au point en 2013 par le DEPS (Jauneau, 2014). Chaque année, au mois de mai, les comptes nationaux annuels sont révisés sur les trois dernières années pour tenir compte des informations nouvelles parvenues depuis l'année précédente.

La répartition de la production marchande entre les différentes branches ainsi que la part de la valeur ajoutée dans la production marchande des sous-classes, fondées pour l'estimation du poids économique de la culture en 2020 sur les statistiques annuelles d'entreprises produites par l'Insee pour 2016, sont ici calculées à partir des statistiques annuelles d'entreprises de 2019. Le partage de la production non marchande entre le spectacle vivant, le patrimoine et les arts visuels a été actualisé à partir des sources de données portant sur l'année 2019. L'ensemble de ces évolutions entraînent des révisions des chiffres publiés, commentées dans l'encadré 2 « Révision des données 2020 ». Les résultats présentés ici annulent donc et remplacent ceux publiés précédemment.

En 2021, la valeur ajoutée culturelle augmente de 3,3 % en valeur et de 7,7 % en volume

Après avoir été particulièrement touché par la crise sanitaire en 2020, le secteur culturel, toujours confronté à des mesures de restrictions sanitaires en 2021⁴, connaît une reprise d'activité par rapport à l'année 2020, mais sans pour autant retrouver les niveaux de richesse produite en 2019. En valeur, l'augmentation de la valeur ajoutée culturelle en 2021 (+ 3,3 %) est moins marquée que celle de l'économie dans son ensemble (+ 7,5 %)⁵, alors que la baisse de la valeur ajoutée des branches culturelles avait été au contraire plus forte en 2020. Le poids économique de la culture recule ainsi pour la seconde année consécutive, après avoir été stable au cours des cinq

Graphique 1 – Évolution comparée de la valeur ajoutée en valeur et en volume des branches culturelles et de l'ensemble des branches de l'économie



Source : Insee, comptes nationaux – base 2014/DEPS, ministère de la Culture, 2023

4. Elles comprennent les fermetures des établissements culturels (de mi-mars à juin 2020, de novembre 2020 à mai 2021), la mise en place de protocoles spécifiques adoptés lors de leur réouverture progressive (jauges, couvre-feux, réservations obligatoires, distanciation entre visiteurs ou spectateurs, port du masque obligatoire, mise en place du pass sanitaire à partir du 21 juillet 2021 avant le pass vaccinal de janvier à mars 2022).

5. Les différentes évolutions de valeur ajoutée sur l'ensemble de l'économie sont ici exprimées en valeur ajoutée brute au prix de base, c'est-à-dire hors impôts et subventions sur les produits (qui ne sont pas diffusés par branche). Cette évolution est donc différente de celle du produit intérieur brut (PIB), qui de son côté les inclut (voir annexe méthodologique).

années précédentes, les valeurs ajoutées des branches culturelles et de l'ensemble de l'économie progressant quasiment au même rythme entre 2013 et 2019 (graphique 1).

Comme en 2020, les évolutions diffèrent selon leur mesure en valeur ou en volume⁶ (voir encadré 1, p. 5). La hausse de la valeur ajoutée des branches culturelles en valeur, tout comme sa baisse en 2020, ont été atténuées par l'importance du secteur non marchand et des conventions d'estimation de la valeur ajoutée produite par ce secteur. En 2021, la valeur ajoutée des branches culturelles en volume progresse davantage qu'en valeur. En volume toujours, la valeur ajoutée augmente également plus que celle de l'ensemble de l'économie (7,7 % entre 2020 et 2021 contre 6,6 %).

Les branches les plus affectées par la crise sanitaire ne retrouvent pas en 2021 leur niveau d'avant-crise

Les premières branches culturelles, au regard de la valeur ajoutée générée, sont l'audiovisuel (12,4 milliards d'euros, soit 27,5 % du total du champ), devant le spectacle vivant (6,6 milliards d'euros, 14,5 %), la publicité et le patrimoine (chacun 4,4 milliards d'euros, 9,8 %) (tableau 1).

En 2021, les branches culturelles, dans leur très grande majorité, connaissent une croissance modérée de leur activité suite à une année de baisse en 2020. La branche des jeux vidéo voit sa situation évoluer défavorablement mais cela s'explique par un retour à la tendance après le boom de 2020.

Les branches les plus affectées en 2020 par la crise sanitaire, soit le spectacle vivant, le patrimoine et les arts visuels, voient leur valeur ajoutée progresser en volume en 2021 (respectivement de + 17 %, + 10 % et + 16 %), mais celle-ci reste toujours en recul par rapport à l'activité de l'année 2019 (- 36 %, - 29 % et - 14 %). Cela concerne également les branches de la publicité, de la presse et de l'architecture (respectivement + 4 %, 0 % et + 7 % en 2021 par rapport à 2020, mais - 10 %, - 13 % et - 1 % par rapport à 2019).

A contrario, on observe que certaines branches parviennent à dépasser en 2021 leur valeur ajoutée de 2019 : la branche livre, qui parvient à générer une croissance importante (+ 12 % par rapport à 2020 et + 4 % par rapport à 2019) et, de façon moins marquée, le secteur audiovisuel (+ 6 % par rapport à 2020 et + 2 % par rapport à 2019) et l'enseignement artistique et culturel (+ 2 % par rapport à 2020 et + 4 % par rapport à 2019).

6. Les évolutions de la valeur ajoutée brute sont mesurées en volume aux prix de l'année précédente chaînés.

Encadré 1

Focus méthodologique : écart valeur-volume de la valeur ajoutée en 2021

L'écart entre les évolutions de la valeur ajoutée en valeur et en volume provient de l'évolution des prix – dont la prise en compte est indispensable pour analyser les transformations sectorielles – et notamment de la spécificité du secteur non marchand, qui fait l'objet par les comptes nationaux de modes de calculs adaptés et conventionnels.

Dans le secteur marchand, l'indice des prix est donné par le marché et les données en volume s'obtiennent par division des données en valeur par cet indice des prix. Cette méthode ne s'applique pas au secteur non marchand dans lequel, par définition, les biens et services culturels sont proposés aux ménages à un prix économiquement non significatif, car bénéficiant de l'apport de dépenses publiques (voir détails en annexe). La valeur ajoutée issue de la production non marchande est, par convention, évaluée en valeur à la somme des coûts, qui comprend principalement la rémunération des salariés et la consommation de capital fixe (amortissement).

Durant les années 2020 et 2021, les rémunérations des employés du secteur non marchand évoluent de façon moins marquée que les évolutions d'activité observées dans le secteur marchand, ce qui explique que la valeur ajoutée non marchande ait été relativement moins affectée pendant cette période¹.

La valeur ajoutée en volume des branches non marchandes est quant à elle évaluée selon le service rendu à la population, donc selon des quantités mesurables, comme la fréquentation des lieux culturels par les ménages ou leurs dépenses culturelles. C'est la méthode retenue par la comptabilité nationale de l'Insee pour estimer les données publiées pour la division R, « Arts, spectacles et activités récréatives » de la nomenclature, qui regroupe notamment le spectacle vivant, les arts visuels, le patrimoine et le sport, des activités à la fois marchandes et non marchandes. Ce service rendu se rapproche davantage des évolutions d'activités rencontrées dans le secteur marchand.

Ainsi, la hausse de la valeur ajoutée (VA) en volume de la division R (+ 16 %) a été beaucoup plus importante en 2021 que celle constatée en valeur (+ 0,9 %), et le calcul d'indice des prix qui résulte du ratio VA en valeur/VA en volume a baissé (- 13 %), après une hausse de 40,3 % en 2020².

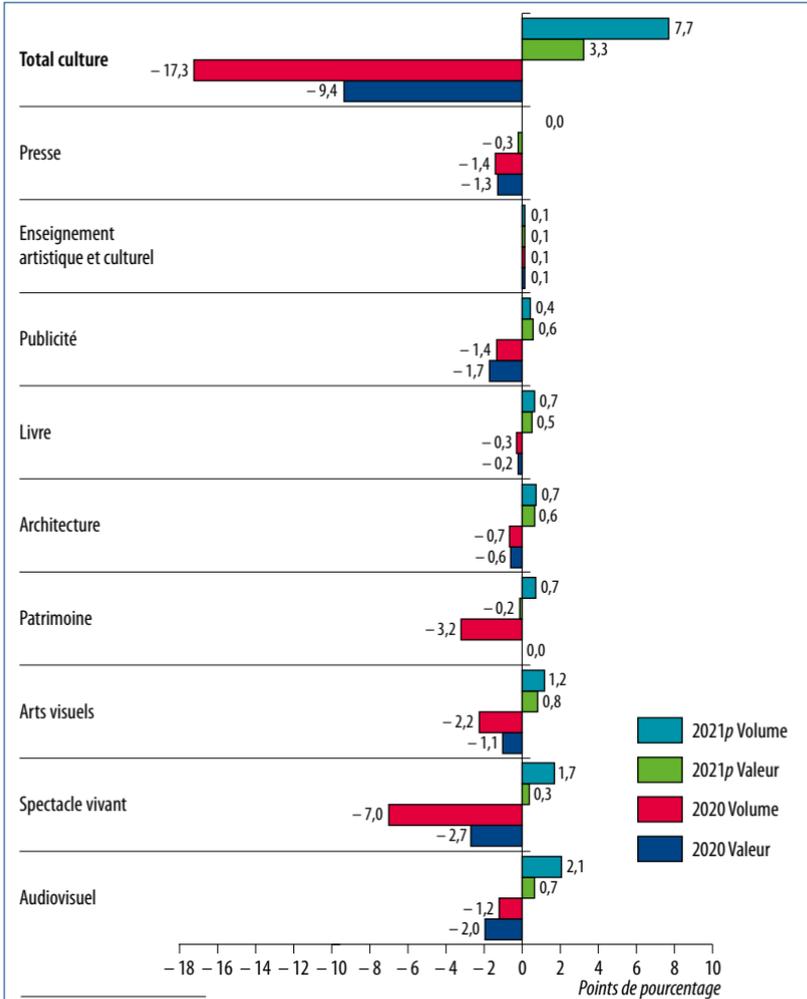
Parmi les branches culturelles, cet écart entre valeur et volume s'observe pour le spectacle vivant et le patrimoine, pour lesquels la part de l'activité non marchande est la plus importante. En valeur, en 2021, le spectacle vivant contribue pour 0,3 point à la hausse de la valeur ajoutée des branches culturelles (+ 3,3 %) alors qu'en volume, sa contribution à la hausse de la valeur ajoutée culturelle (+ 7,7 %) s'élève à 1,7 point. En valeur, la contribution du patrimoine

1. Voir : <https://blog.insee.fr/sante-education-services-administratifs-la-difficile-mesure-des-activites-non-marchandes-en-temps-de-crise-sanitaire/>

2. Résultats provisoires (voir encadré 2, p. 13).

est négative (- 0,2 point), alors qu'en volume, elle est de 0,7 point. Cet écart entre valeur et volume existe en 2021 également pour la branche audiovisuelle, la contribution à la valeur ajoutée culturelle étant respectivement de 0,7 point et 2,1 points (graphique A).

Graphique A – Contribution des branches à l'évolution de la valeur ajoutée culturelle



Source : Insee, comptes nationaux – base 2014/DEPS, ministère de la Culture, 2023

Tableau 1 – Poids des branches culturelles et évolution de la valeur ajoutée en 2021
En milliards d'euros courants et en %

Répartition par domaine culturel	Production totale (marchande et non marchande)		Valeur ajoutée (VA)		Évolution de la VA en volume (en %)		
	Valeur (en milliards d'euros courants)	Poids (en %)	Valeur (en milliards d'euros courants)	Poids (en %)	En 2021	En 2020*	Entre 2019 et 2021*
	Audiovisuel	30,8	32,8	12,4	27,5	6	-4
<i>dont projection cinématographique</i>	<i>1,1</i>	<i>1,1</i>	<i>0,3</i>	<i>0,7</i>	<i>32</i>	<i>-63</i>	<i>-52</i>
<i>dont jeux vidéo</i>	<i>2,7</i>	<i>2,9</i>	<i>0,8</i>	<i>1,7</i>	<i>-9</i>	<i>18</i>	<i>7</i>
<i>dont radio</i>	<i>1,3</i>	<i>1,4</i>	<i>0,8</i>	<i>1,7</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>8</i>
Spectacle vivant	11,1	11,8	6,6	14,5	17	-45	-36
Publicité	11,1	11,8	4,4	9,8	4	-13	-10
Patrimoine	7,5	8,0	4,4	9,8	10	-35	-29
Presse	8,9	9,4	4,3	9,4	0	-14	-13
Architecture	6,9	7,3	4,2	9,3	7	-8	-1
Arts visuels	9,1	9,6	4,1	9,1	16	-26	-14
<i>dont design</i>	<i>4,5</i>	<i>4,8</i>	<i>1,7</i>	<i>3,8</i>	<i>18</i>	<i>-12</i>	<i>4</i>
Livre	6,0	6,3	2,5	5,5	12	-7	4
Enseignement artistique et culturel	2,8	3,0	2,3	5,1	2	2	4
Total culture	93,9	100,0	45,3	100,0	8	-17	-11

Note : données provisoires pour 2021.
* Données révisées par rapport aux publications précédentes. Voir encadré 2 « Révision des données 2020 ».

Source : Insee, comptes nationaux – base 2014/DEPS, ministère de la Culture, 2023

Les différents secteurs de l'audiovisuel connaissent des situations économiques contrastées en 2021

Entre 2020 et 2021, la valeur ajoutée de la branche audiovisuelle progresse de 6 % en volume, pour s'établir à 12,4 Md€, en hausse de 2 % par rapport à l'année 2019. Cependant, les différents secteurs composant la branche audiovisuelle évoluent de manière hétérogène.

Certains secteurs dépassent en 2021 leur niveau d'avant-crise : c'est le cas de la production de films et de programmes pour la télévision (2,6 Md€, + 12 % en 2021 après - 6 % en 2020), la production de films institutionnels et publicitaires (0,9 Md€, + 33 % après - 17 %), la postproduction de films cinématographiques, de vidéos et de programmes de télévision (1,2 Md€, + 15 % après - 6 %), l'enregistrement sonore et l'édition musicale (0,6 Md€, + 14 % après 0 %) et l'édition et diffusion de programmes radio (0,8 Md€, + 3 % après + 4 %).

D'autres secteurs parviennent à générer une activité supérieure à la situation d'avant-crise malgré une diminution ou stagnation de leur valeur ajoutée en 2021. Il peut s'agir notamment d'un rééquilibrage suite à une année 2020 florissante marquée par une utilisation accrue de biens et services culturels numériques lors des périodes de confinement. On le constate pour l'édition des jeux électroniques (0,8 Md€, - 9 %, après + 18 %), l'édition et distribution vidéo (0,2 Md€, - 9 %, après + 14 %), l'édition de chaînes thématiques (0,5 Md€, - 6 % après + 26 %) et dans une moindre mesure l'édition de chaînes généralistes (3,2 Md€, 0 %, après + 4 %).

Enfin, des secteurs de la branche audiovisuelle liés au cinéma ne parviennent pas en 2021 à retrouver leur niveau d'activité d'avant-crise. Le plus touché est celui de la projection cinématographique (0,3 Md€), dont la valeur ajoutée, malgré une reprise de 32 % en volume en 2021, reste inférieure de moitié à celle de 2019 (- 52 %). La production de films pour le cinéma (1 Md€, + 1 %, après - 6 %) et leur distribution (0,3 Md€, + 1 %, après - 19 %) sont également touchées, mais dans une moindre mesure.

Au sein des branches culturelles, la presse connaît un recul structurel important sur longue période

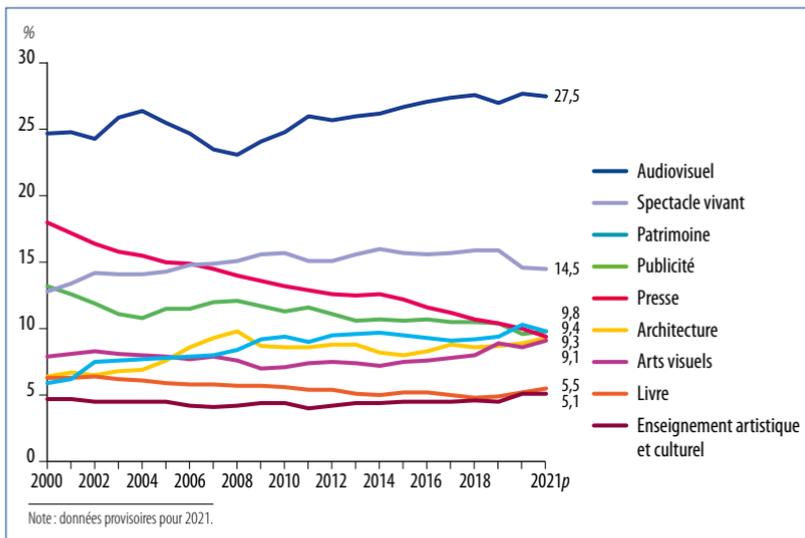
Au cours de ces vingt dernières années, le recul régulier de la part de la presse dans la valeur ajoutée culturelle constitue la transformation la plus notable du secteur culturel. Cette part diminue en effet de près de 9 points entre 2000 et 2021, le poids de la branche presse passant de 18 % à près de 9 % (graphique 2).

Le recul de la presse sur le long terme s'explique notamment par la baisse du nombre de points de vente (- 28 % entre 2011 et 2021⁷), et surtout par la baisse des recettes publicitaires, induite par le recul du support physique au profit de la presse en ligne et par une moindre audience. En effet, selon la dernière enquête « Pratiques culturelles »⁸, 51 % des Français ont lu un journal en 2018 contre 77 % en 1973, et les réseaux sociaux deviennent une source d'information croissante pour les plus jeunes. Le secteur de la presse connaît une baisse de la consommation des ménages, de l'ordre de 61 % au cours des vingt dernières années (graphique 3).

7. Source : Commission du réseau de la diffusion de la presse /France Messagerie, DEPS, ministère de la Culture.

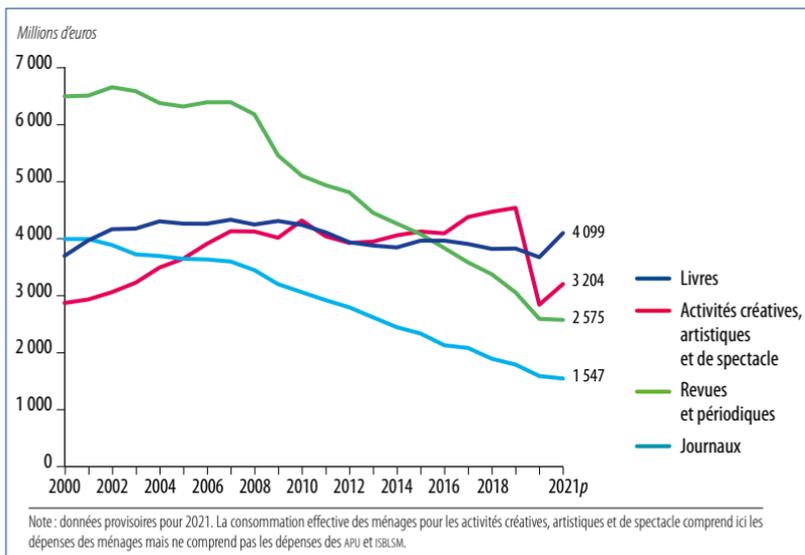
8. Loup WOLFF, Philippe LOMBARDO, *Cinquante ans de pratiques culturelles en France*, Paris, ministère de la Culture, DEPS, coll. « Culture études », 2020-2, juillet 2020.

Graphique 2 – Poids des branches dans la valeur ajoutée culturelle depuis 2000 en valeur



Source : Insee, comptes nationaux – base 2014/DEPS, ministère de la Culture, 2023

Graphique 3 – Consommation effective des ménages en volume aux prix de l'année précédente chaînés



Source : Insee, comptes nationaux – base 2014/DEPS, ministère de la Culture, 2023

Après un repli entre 2005 et 2008, l'audiovisuel voit sa part dans la valeur ajoutée progresser continuellement jusqu'à 2021, de l'ordre de 4 points. Un des principaux phénomènes à l'œuvre est le remplacement progressif du support physique par le numérique. Entre 2010 et 2021, la vente de produits audiovisuels physiques connaît des difficultés, avec un recul en volume du commerce de détail d'enregistrements musicaux et vidéo en magasin spécialisé et de la location de vidéocassettes et disques vidéo autour de 11 % par an en moyenne. En revanche, l'édition de jeux électroniques et l'édition de chaînes thématiques connaissent une croissance structurelle importante sur dix ans (avec un taux de croissance annuel moyen respectif de 9 % et de 8 % en volume).

Le spectacle vivant est à la deuxième place parmi les branches culturelles en 2021 (14 %). En termes nominaux, la part du non-marchand dans ce secteur amortit les effets de la crise sur l'évolution de la valeur ajoutée (encadré 1), mais en volume, le secteur enregistre une des baisses les plus fortes en 2020 (- 45 %). La reprise d'activité en 2021 (+ 17 %) ne permet pas de retrouver le niveau de 2019 (- 36 % d'activité en 2021 par rapport à 2019). La consommation par les ménages d'activités créatives, artistiques et de spectacle reste de fait en deçà de son niveau d'avant-crise (- 29 % entre 2019 et 2021, voir graphique 3), alors qu'elle avait connu une progression continue lors des deux décennies précédentes (+ 58 % entre 2000 et 2019).

La part du patrimoine dans la valeur ajoutée culturelle progresse continuellement en vingt ans, elle s'accroît de 4 points pour atteindre 10 % du total des branches culturelles en 2021. L'augmentation graduelle, et en particulier pendant la crise sanitaire, résulte notamment de la convention d'estimation de la valeur ajoutée du secteur non marchand, très majoritaire dans cette branche. En volume, la valeur ajoutée du patrimoine progresse de 10 % en 2021, après un recul de 35 % en 2020.

Le poids des arts visuels est passé de 7 % en 2010 à 9 % en 2021. Cette branche a en particulier connu une croissance annuelle de près de 5 % en moyenne entre 2014 et 2019 du fait d'un fort dynamisme de l'activité de design (+ 8 % par an sur la période).

La part de la branche du livre dans la valeur ajoutée est relativement stable sur 20 ans (- 1 point entre 2000 et 2021).

Le poids des agences de publicité a reculé de 3 points entre 2000 et 2021. Ceux de l'architecture et de l'enseignement supérieur ont augmenté respectivement de 3 points et de 0,4 point.

La production non marchande représente près d'un cinquième de la production de la culture

En 2021, l'ensemble des branches du champ statistique de la culture génère une production totale de 93,9 milliards d'euros courants (tableau 2). Elle augmente de 8,6 % en valeur par rapport à 2020 (86,5 milliards d'euros⁹), soit une hausse inférieure de 1,8 point à celle de l'économie (+ 10,4 %).

La production des branches culturelles se partage entre la production marchande et la production non marchande.

La production marchande, de 76,5 milliards d'euros, soit 81 % du total, provient de la vente de biens et services culturels par les entreprises culturelles à un prix économiquement significatif, c'est-à-dire couvrant plus de 50 % des coûts de production. Elle augmente

Tableau 2 – Répartition de la production des branches culturelles en 2021

En milliards d'euros courants et en %

Répartition par domaine culturel	Production marchande		Production non marchande		Production totale
	Valeur (en milliards d'euros courants)	Part du total (en %)	Valeur (en milliards d'euros courants)	Part du total (en %)	
Audiovisuel	30,8	100	0,0	0	30,8
<i>dont projection cinématographique</i>	1,1	100	0,0	0	1,1
<i>dont jeux vidéo</i>	2,7	100	0,0	0	2,7
<i>dont radio</i>	1,3	100	0,0	0	1,3
Publicité	11,1	100	0,0	0	11,1
Spectacle vivant	3,9	35	7,2	65	11,1
Arts visuels	8,2	91	0,8	9	9,1
<i>dont design</i>	4,5	100	0,0	0	4,5
Presse	8,9	100	0,0	0	8,9
Patrimoine	0,4	6	7,0	94	7,5
Architecture	6,9	100	0,0	0	6,9
Livre	6,0	100	0,0	0	6,0
Enseignement artistique et culturel	0,4	13	2,4	87	2,8
Total culture	76,5	81	17,5	19	93,9
Total économie	3 610,8		507,5		4 118,3

Note : données provisoires. La production totale s'entend hors production pour emploi propre.

Source : Insee, comptes nationaux – base 2014/DEPS, ministère de la Culture, 2023

9. Les données de production de 2020 issues de la comptabilité nationale ont fait comme chaque année l'objet d'une révision et peuvent différer des publications passées sur le poids économique de la culture (voir encadré 2).

entre 2020 et 2021 en valeur de 8,8 %, soit 3,4 points de moins que l'économie marchande dans son ensemble (+ 12,2 %) ¹⁰.

La production non marchande culturelle, de 17,5 milliards d'euros, correspond à des biens et des services culturels proposés aux ménages à un prix représentant moins de 50 % des coûts de production, car bénéficiant de l'apport de dépenses publiques. Elle est mesurée par convention par la somme des coûts des facteurs des établissements publics et associations concernés. Le patrimoine et l'enseignement artistique et culturel ont une production quasi exclusivement non marchande (respectivement 94 % et 87 % en 2021) et le spectacle vivant est majoritairement non marchand (65 %). Ainsi la part de la production non marchande culturelle (19 %) est-elle supérieure de 7 points à celle de l'économie. La production non marchande culturelle a augmenté de 7,7 % entre 2020 et 2021, soit une augmentation légèrement plus faible que la production marchande culturelle.

10. Source : tableau économique d'ensemble, « Les comptes de la Nation en 2021 », *Insee Première*, n° 1904, mai 2022, Insee <https://www.insee.fr/fr/statistiques/6438791?sommaire=6438793>

Encadré 2 Révision des données 2020

Chaque année, l'Insee révisé les séries de comptabilité nationale des années précédentes : les séries de la comptabilité nationale pour 2020 étaient provisoires lors de la publication précédente, celles de 2019 semi-définitives. Pour 2020, la révision entraîne une baisse du poids économique direct de la culture de 1,3 milliard d'euros, un écart plus important que les années précédentes du fait de la complexité d'estimer à court terme l'impact de la crise sanitaire sur les activités économiques. La répartition de la production marchande entre les différentes sous-classes au sein des branches et le coefficient de valeur ajoutée sur la production, fondés l'an passé sur les statistiques annuelles d'entreprises produites par l'Insee pour 2016, sont ici calculés à partir des statistiques annuelles d'entreprises de 2019. Le partage entre spectacle vivant, arts plastiques et patrimoine a été actualisé à partir de sources de données de l'année 2019. Ces actualisations des sources méthodologiques entraînent une baisse de la valeur ajoutée culturelle de 1 milliard d'euros (tableau A). La révision totale du poids économique de la culture est de - 2,3 milliards d'euros, faisant passer le poids économique au sein de l'économie française de 2,2 % à 2,1 % en 2020 (la valeur ajoutée brute de l'ensemble de l'économie étant de son côté révisée à la hausse par l'Insee, de 12,2 milliards d'euros).

Les révisions les plus importantes concernent la publicité (- 1 Md€) et le patrimoine (- 0,6 Md€), l'audiovisuel, le spectacle vivant et les arts visuels (- 0,3 Md€) ainsi que l'architecture (+ 0,3 Md€).

Tableau A – Révision du poids économique direct de la culture pour 2020

En milliards d'euros courants

	Estimation initiale	Effet des révisions des séries	Nouvelle estimation
Audiovisuel	12,5	- 0,3	12,1
Spectacle vivant	6,7	- 0,3	6,4
Patrimoine	5,1	- 0,6	4,5
Presse	4,4	- 0,1	4,4
Publicité	5,2	- 1,0	4,2
Architecture	3,6	0,3	3,9
Arts visuels	4,1	- 0,3	3,8
Livre	2,2	0,0	2,3
Enseignement artistique et culturel	2,3	0,0	2,2
Ensemble culture	46,1	- 2,3	43,8
<i>dont révisions des séries de comptabilité nationale</i>		<i>- 1,3</i>	
<i>dont actualisation de la méthodologie*</i>		<i>- 1,0</i>	
Ensemble de l'économie	2 157,1	12,2	2 169,3

* La répartition de la production marchande entre les différentes branches et le coefficient de part de la valeur ajoutée sur la production sont désormais basés sur Esane 2019 (avant Esane 2016) ; partage entre le spectacle vivant, les arts plastiques et le patrimoine avec des sources de données 2019 (voir annexes méthodologiques).

Source : Insee, comptes nationaux – base 2014/DEPS, ministère de la Culture, 2023

Encadré 3

Enjeux statistiques de la mesure des activités culturelles à l'ère numérique

Cette étude rend compte des activités culturelles appréhendées dans le cadre de référence pour la description de l'économie que constituent les comptes nationaux. Ainsi, selon les conventions de mesure du produit intérieur brut (PIB), la valeur ajoutée totale de ces activités est celle dégagée, sur le territoire national, par des unités institutionnelles résidentes (ménages, entreprises, administrations publiques, associations à but non lucratif) qui utilisent en intrant de leur activité du travail, du capital, et des biens et services. Les transactions – dont la production – sont évaluées au prix de marché ou, lorsque la production se fait dans un cadre non marchand, comme la somme des coûts liés à l'activité exercée (rémunérations versées, consommations intermédiaires, investissements).

Internet a facilité l'essor d'activités et de services qui brouillent les frontières traditionnelles, ce qui pose plusieurs types de problèmes pour la mesure du PIB. La croissance portée par le développement du numérique échapperait ainsi en partie aux instruments de mesure habituels de la comptabilité nationale.

Un premier problème est de mesurer exhaustivement le volume des activités marchandes qui s'exercent sur le territoire. Internet a modifié l'activité traditionnelle des entreprises: nouveau canal de vente, il complète ou concurrence le commerce physique de biens et services. En particulier, certains secteurs témoignent d'une forte substitution des ventes en ligne aux ventes physiques, comme la presse, le livre ou la musique et la vidéo. Les outils permettant de rendre compte du poids des ventes réalisées *via* Internet se développent, y compris en utilisant les possibilités que fournit l'exploitation des données massives collectées (*big data*) sur le Web, mais on peut citer au moins deux défis de mesure qui demeurent. Le premier est qu'une partie des achats des consommateurs se fait sur des sites étrangers ou localisant leurs bénéficiaires dans des maisons mères à l'étranger (notamment pour des questions d'optimisation fiscale), sans qu'il soit aisé de mesurer cette part puisque ces sites échappent en partie aux panels de distributeurs utilisés pour estimer les ventes en comptabilité nationale et que les comptes des filiales françaises ne retracent souvent pas les achats des consommateurs français. En second lieu, la numérisation brouille parfois les contours des nomenclatures d'activités sur lesquelles s'appuie la définition des secteurs. Par exemple, une entreprise comme Deezer exerce à titre principal une activité de programmation informatique mais, en pratique, elle vend du contenu musical: cette entreprise, située dans l'analyse de branche hors champ de la culture, concurrence en réalité les autres entreprises du secteur sur leur marché. Dans cet exemple, la dépense de consommation culturelle s'exerce en dehors du champ retenu pour décrire la culture. Ces porosités, avec l'étranger, avec d'autres secteurs, ne sont pas nouvelles mais elles prennent avec le numérique et Internet une ampleur inédite.

L'observation des dépenses de consommation des Français étant incomplète, il en découle, pour ce qui nous intéresse ici, que l'analyse de l'évolution des pratiques culturelles ne peut se fonder seulement sur le suivi

des dépenses de consommations culturelles : le repli d'un secteur pourrait ne refléter que le repli des ventes physiques et la difficulté à saisir celles portées par le développement du numérique. L'enquête en population générale sur les pratiques culturelles est un outil de mesure indispensable de ce point de vue, pour compléter la compréhension de l'évolution de certains secteurs culturels sous l'effet du développement des pratiques numériques.

Le deuxième problème de mesure découle de l'atténuation de la frontière entre ce qui relève de la sphère marchande et ce qui relève des activités bénévoles ou informelles, comme celles de l'économie collaborative (des individus fournissent des biens et services à d'autres sans être eux-mêmes des professionnels de l'activité considérée), qui connaît un essor à la faveur du développement d'Internet. L'économie collaborative revêt divers modes de fonctionnement, de non marchand, faisant appel à des contributions des utilisateurs (Wikimedia Foundation), à des formes plus mixtes reposant sur des transactions entre individus mis en relation par Internet (Airbnb, Blablacar, etc.). La production de services gratuits étant évaluée en comptabilité nationale sur la base des coûts de production encourus (rémunérations versées notamment), la production issue du travail des bénévoles n'est pas valorisée dans le PIB. Cependant, les sites d'information collaboratifs qui se financent grâce à la publicité ou aux abonnements voient leur production comptabilisée à hauteur des ventes d'espaces publicitaires en ligne et des recettes d'abonnement. De manière générale, ces activités collaboratives ont actuellement moins d'impact sur l'estimation du PIB, hormis certaines situations d'évasion fiscale, que sur l'évaluation du bien-être des consommateurs, en procurant des substituts gratuits ou à faible coût à des produits existants, sauf dans la mesure où elles tireraient vers le bas le prix de ces biens.

Un troisième problème de mesure soulevé par l'article de D. Blanchet *et al.*, consacré à la croissance, ne sera pas développé ici. Sur un plan technique, la diversification croissante des produits et leur renouvellement rapide rendraient de moins en moins adaptées les techniques de partage volume-prix qui sont utilisées pour le calcul de la croissance.

Les enjeux de mesure posés par le numérique s'étendent à d'autres domaines, comme celui de la mesure des transformations de l'emploi. Des recherches en cours et des approches multi-sources dans la statistique publique doivent permettre peu à peu de mieux apprécier le cumul d'activité, les activités très partielles, les changements fréquents d'emploi ou le travail gratuit.

Pour en savoir plus

- D. BLANCHET, M.-B. KHDER, M. LECLAIR, R. LEE, H. PONCET, N. RAGACHE, « La croissance est-elle sous-estimée ? », dans *L'Économie française, comptes et dossiers*, coll. « Insee Références », édition 2018.
- C. BELLEGO, R. MAHIEU, « La place d'Internet dans la description et l'analyse de l'économie », dans *L'Économie française, comptes et dossiers*, coll. « Insee Références », édition 2016.
- Ph. ASKÉNAZY, « La statistique publique sous pression », dans *L'Économie numérique : enjeux pour la statistique publique. Actes du colloque du 7 mars 2018*, Centre national de l'information statistique.

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 considèrera comme indiscutablement culturelles (spectacle, édition 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'activité, 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 dans la gastronomie ou la confection de chaussures et comment la mesurer de manière fiable et indiscutable ?

Une fois le champ défini, tel qu'il l'a été au niveau européen, 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 pour établir le PIB. 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 européenne¹. 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 désagrégué (voir tableau des activités culturelles). C'est un contour relativement large, qui englobe l'ensemble du périmètre de compétences du ministère de la Culture en France, ainsi que les agences de publicité, prises en compte dans le

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

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 design [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 vidéo 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.

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 ne permettent que 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. Cependant, ce périmètre est en train d'évoluer, sous l'influence des réflexions qui président à la refonte de la nomenclature d'activités française et européenne, qui devrait entrer en vigueur entre 2022 et 2024. Dans l'attente de la conclusion de cette refonte pour le champ culturel, l'estimation du PIB est maintenue à méthodologie et champ constants par rapport aux années précédentes. La comparaison des séries dans le temps reste donc valable.

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).

2 – Estimation de la production des branches de la culture

En 2021, les branches culturelles (audiovisuel, spectacle vivant, livre, presse, agences de publicité, architecture, arts visuels, patrimoine, enseignement culturel) totalisent une production de 93,9 milliards d'euros. Cette production se divise en deux parties : la production marchande et la production non marchande (voir tableau 2).

La **production marchande** culturelle (76,5 milliards d'euros en 2021) 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 des programmes de télévision réalisés dans l'année pour une diffusion ultérieure.

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, p. 17).

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 de disposer de 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.

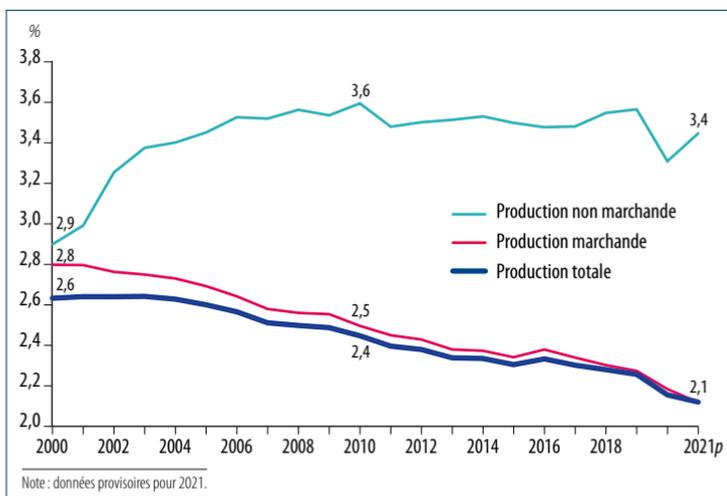
La **production non marchande** culturelle (17,5 milliards d'euros en 2021) correspond quant à elle à des biens et services culturels proposés aux ménages à un prix économiquement non significatif, car bénéficiant de l'apport de dépenses publiques : partie du budget venant de l'État ou des collectivités 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 (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.), donnée par les comptes de l'Éducation élaborés par le ministère de l'Éducation nationale, et des dépenses du ministère de la Culture pour les établissements d'enseignement supérieur Culture.

En 2021, environ 18,6 % de la production culturelle est non marchande, soit davantage que la moyenne de l'ensemble de l'économie (11,4 %), mais beaucoup moins que d'autres branches économiques telles que les activités pour la santé humaine, l'hébergement médico-social et social et l'action sociale sans hébergement (46 % de production non marchande en 2020) ou encore l'enseignement (81 % en 2020). L'activité non marchande culturelle est concentrée dans trois domaines : le patrimoine (94,2 % de la production y est

Graphique B – Part des branches culturelles dans la production de l'ensemble de l'économie en valeur, 2000-2021



Source : Insee, comptes nationaux – base 2014/DEPS ministère de la Culture, 2023

non marchande), l'enseignement culturel (87,1 %), le spectacle vivant (65 %). Les arts visuels (photographie, design, arts plastiques) comportent aussi une partie non marchande, néanmoins marginale.

À partir de 2001, la part des branches culturelles marchandes dans l'ensemble de l'économie a reculé. La part culturelle de la production non marchande n'a cependant pas suivi la même évolution : continuant à augmenter entre 2001 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 jusqu'en 2019, avant de connaître une baisse en 2020 puis remonter à 3,4 % en 2021.

3 – Estimation de la valeur ajoutée des branches culturelles

À cette production culturelle totale de 93,9 milliards d'euros correspond une valeur ajoutée des branches culturelles de 45,3 milliards d'euros en 2021 (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 de l'Insee auprès des entreprises marchandes (ESA). 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 valeur ajoutée diffère en effet de celle issue de l'ESA en raison 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 2021.

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 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 les données 2019 de l'enquête ESA 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 1995-2018 et en 2020-2021, 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. Ces séries présentaient le défaut de ne pas prendre en compte la démographie des entreprises (création, cessation) et elles pouvaient donc être très éloignées de la réalité pour certains secteurs en forte croissance ou en crise. Une nouvelle version de ces séries a été publiée par l'Insee en 2016 (projet Harmonica²), modifiant par conséquent les coefficients et donc la production et la valeur ajoutée. 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 le spectacle vivant, les arts plastiques et le patrimoine en 1996, 2002, 2006 et 2010, 2012 et 2019 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 patrimoine et création artistique 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.

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 de la 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

2. Harmonisation des indices de chiffres d'affaires.

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 de la 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

Ludovic BOURLÈS, Yann NICOLAS, *Analyse conjoncturelle du chiffre d'affaires de la culture au 4^e trimestre 2022*, Paris, ministère de la Culture, DEPS, coll. « Note de conjoncture », 2023-2, avril 2023.

Chiffres clés 2022, statistiques de la culture et de la communication, Paris, ministère de la Culture, <https://www.culture.gouv.fr/Thematiques/Etudes-et-statistiques/Publications/Collections-d-ouvrages/Chiffres-cles-statistiques-de-la-culture-et-de-la-communication-2012-2022/Chiffres-cles-2022>

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.

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

Yves JAUNEAU, Xavier NIEL, *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.

Nicolas PIETRZYK, *Le Poids économique direct de la culture en 2020*, Paris, ministère de la Culture, DEPS, coll. « Culture chiffres », 2022-1, mai 2022.

À lire aussi



28 pages, avril 2023
ISBN 978-2-11-141028-2
Téléchargeable sur le site :
<https://www.culture.gouv.fr/Thematiques/Etudes-et-statistiques/Publications>
et sur www.cairn.info

NOTE DE CONJONCTURE 2023-2

Analyse conjoncturelle du chiffre d'affaires de la culture au 4^e trimestre 2022

Ludovic Bourlès, Yann Nicolas

Cette note de conjoncture mesure l'activité économique du champ marchand de la culture au quatrième trimestre 2022 et pour l'année 2022 entière, à partir de l'évolution des indices de chiffres d'affaires par secteur tirés des déclarations de TVA faites par les entreprises auprès de la direction générale des Finances publiques.

Le chiffre d'affaires des secteurs culturels marchands au quatrième trimestre 2022 progresse sur un an de 1,3 milliard d'euros. En hausse de 5 % par rapport au quatrième trimestre 2021 et de 10 % par rapport au quatrième trimestre 2019, pour la cinquième fois consécutive, l'activité trimestrielle du champ marchand de la culture dépasse son niveau d'avant-crise de 2019. Pour l'ensemble de l'année 2022, le chiffre d'affaires annuel des secteurs culturels marchands progresse par ailleurs de 14 % par rapport à 2021 et de 8 % par rapport à 2019.

La situation contrastée des différents secteurs marchands (projection cinématographique, publicité, presse, audiovisuel et cinéma, radio, livre, musique enregistrée, jeu vidéo, spectacle vivant, arts visuels, architecture, gestion patrimoniale) est présentée.



340 pages, mars 2022
ISBN 978-2-11-141021-3
Téléchargeable sur le site :
<https://www.culture.gouv.fr/Thematiques/Etudes-et-statistiques/Publications>
et sur www.cairn.info

Chiffres clés, statistiques de la culture et de la communication 2022

Collectif

Les *Chiffres clés, statistiques de la culture et de la communication* présentent une analyse transversale du champ culturel en s'appuyant sur de nombreuses données issues de sources statistiques et administratives. Structuré en sept grands chapitres, l'ouvrage présente la morphologie de la culture (poids économique, entreprises et emploi culturel, etc.) et son financement, fournit des informations sur les représentations et les pratiques culturelles des Français et décrit les trois grandes branches de la culture : patrimoines, création et diffusion, médias et industries culturelles.

L'édition 2022 est enrichie de fiches inédites, notamment sur les festivals, les enfants et les écrans numériques, les pratiques culturelles dans les territoires ultramarins, les langues et usages des langues en France et les pratiques en amateur. Publié chaque année, cet ouvrage répond aux besoins d'information chiffrée des acteurs de la culture et constitue un outil essentiel pour penser les enjeux qui traversent le secteur après deux années de crise sanitaire.

Abstract

The Direct Economic Impact of Culture in 2021

In 2021, the direct economic impact of culture, i.e. the total value-added of all areas of culture, amounted to some 45.3 billion euros, i.e. 2.0% of the economy, as compared with 2.1% in 2020.

The cultural industries saw a moderate recovery in 2021. Activity levels remain below pre-crisis levels, with the health situation having not fully recovered. The value-added of the cultural sectors showed a 3.3% rise, slower than that of the French economy overall, which was up 7.5%. Viewed in terms of volume however, the cultural sectors showed a stronger recovery (7.7%), and 1.1 point higher than that of the French economy as a whole, (up by 6.6%). Nevertheless, this was not sufficient to make up for the sectors' diminished activity in 2020, with the volume of activity remaining 10.9% lower in 2021 relative to 2019 (as compared with - 1.8% for the economy as a whole). This is particularly the case for the sectors most affected by the health crisis, such as cinema screening (with volume down 52% in 2019 and 2021), the performing arts (down 36%) and cultural heritage (down 29%). However, activity in the audiovisual (+ 2%), book publishing (+ 4%) and artistic and cultural education (+ 4%) sectors is outstripping pre-crisis levels.

Audiovisual made the highest contribution to the economy in 2021, followed by the performing arts, advertising and cultural heritage. The most significant development over the last twenty years has been the structural decline of the press sector.

Directeur de la publication : Amandine Schreiber,
cheffe du Département des études, de la prospective, des statistiques et de la documentation
Responsable de la publication : Inès Cartier

Date de publication : juin 2023

Retrouvez l'ensemble des publications du DEPS :
<https://www.culture.gouv.fr/Sites-thematiques/Etudes-et-statistiques/Publications>
https://www.cairn.info/editeur.php?ID_EDITEUR=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 2021, le poids économique direct de la culture, c'est-à-dire la valeur ajoutée de l'ensemble des branches culturelles, s'établit à 45,3 milliards d'euros, soit 2,0 % de l'ensemble de l'économie, contre 2,1 % en 2020.

2021 est une année de reprise modérée d'activité pour les branches culturelles. Les niveaux d'activité restent inférieurs à ceux d'avant-crise, l'amélioration de la situation sanitaire n'étant que partielle. La valeur ajoutée des branches culturelles progresse de 3,3 % en valeur, soit un rythme inférieur à celui de l'économie française dans son ensemble (+ 7,5 %). Mesuré en volume, le rebond de l'activité des branches culturelles est plus marqué (7,7 %), et supérieur de 1,1 point à celui de l'ensemble de l'économie française (+ 6,6 %). Cela ne suffit toutefois pas à combler la perte d'activité subie par les secteurs en 2020 : l'activité en volume reste en recul de 10,9 % en 2021 par rapport à l'année 2019 (contre - 1,8 % pour l'ensemble de l'économie). Cela se constate en particulier pour les secteurs les plus affectés par la crise sanitaire, comme la projection cinématographique (- 52 % en volume entre 2019 et 2021), le spectacle vivant (- 36 %) et le patrimoine (- 29 %). Toutefois, les branches de l'audiovisuel (+ 2 %), du livre (+ 4 %) ou de l'enseignement artistique et culturel (+ 4 %) dépassent leur niveau d'activité d'avant-crise.

En 2021, l'audiovisuel reste en tête s'agissant du poids économique, suivi par le spectacle vivant, la publicité et le patrimoine. Au cours des vingt dernières années, le recul structurel de la branche de la presse est l'évolution la plus notable.

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

ISBN : 978-2-11-141029-9

