

Le poids économique direct de la culture en 2015

Tristan Picard*

En 2015, le poids économique direct de la culture, c'est-à-dire la valeur ajoutée de l'ensemble des branches culturelles, est de 43 milliards d'euros. La part de la culture dans l'ensemble de l'économie (2,2 %) est en baisse et représente la valeur minimale de ce poids en vingt ans. À titre de comparaison, la branche hébergement et restauration réalise une valeur ajoutée de 55 milliards d'euros en 2015.

Par rapport à 2008, la croissance des branches culturelles est nulle, ce qui s'explique par les différentes crises structurelles touchant l'architecture (-2,3 % par an depuis 2008), la presse et le livre (respectivement -2,1 % et -1,7 % par an) ainsi que les agences de publicité (-1,5 % par an). À l'inverse, certains secteurs sont en pleine croissance, notamment l'audiovisuel (+1,7 % par an) et le patrimoine (+2,8 % par an). L'audiovisuel et le spectacle vivant restent les deux premières branches culturelles en termes de poids économique et représentent, ensemble, 44 % de la valeur ajoutée des branches culturelles.

Conséquence de cette croissance en berne, l'emploi culturel continue de baisser (-3,6 % par rapport à 2014) et passe sous les 600 000 emplois. Depuis 2011, les branches culturelles ont perdu 80 000 emplois.

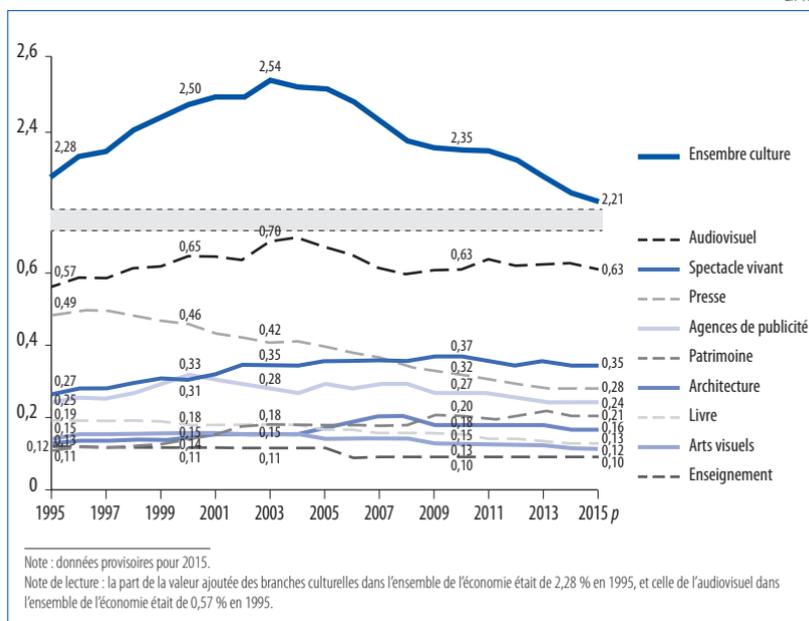
* Département des études, de la prospective et des statistiques.

La culture, un poids économique direct de 43 milliards d'euros en 2015

En 2015, le poids économique direct de la culture, c'est-à-dire la somme des valeurs ajoutées des branches culturelles (voir « Comment mesurer le poids de la culture dans l'économie ? », p. 12), est de 43 milliards d'euros¹ et représente 2,2 % de l'économie française en 2015 (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 (voir « Comment mesurer le poids de la culture dans l'économie ? », p. 12). Cette estimation du poids de la culture ne prend pas en compte les retombées économiques indirectes, en particulier le tourisme.

Graphique 1 – Part des différentes branches culturelles dans la valeur ajoutée de l'ensemble de l'économie, 1995-2015

En %



Source : Insee, comptes nationaux – base 2010/DEPS, Ministère de la Culture et de la Communication, 2016

1. Les données présentées dans cette étude sont issues d'une méthode d'estimation mise au point en 2013 par le DEPS (JAUNEAU, 2013). Les données précédemment publiées ont toutefois été révisées : les séries de la comptabilité nationale pour 2014 étaient provisoires lors de la publication précédente, celles de 2013 semi-définitives. Les résultats présentés ici annulent donc et remplacent les données publiées précédemment. Ces révisions sont commentées dans l'encadré « Révision des données 2014, moins 1,1 milliard pour la culture », p. 4.

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, 1995-2015

En milliards d'euros courants et %

	Valeur ajoutée			Part dans l'ensemble de l'économie			Part dans l'ensemble des branches culturelles		
	(en milliards d'euros courants)			(%)			(%)		
	1995	2014	2015 <i>p</i>	1995	2014	2015 <i>p</i>	1995	2014	2015 <i>p</i>
Audiovisuel	6,2	12,1	12,2	0,57	0,63	0,63	25,0	28,2	28,4
Spectacle vivant	2,9	6,7	6,7	0,27	0,35	0,35	11,7	15,6	15,7
Presse	5,4	5,5	5,4	0,49	0,29	0,28	21,6	12,8	12,6
Agences de publicité	2,8	4,7	4,7	0,25	0,24	0,24	11,0	10,9	10,9
Patrimoine	1,2	4,1	4,1	0,11	0,21	0,21	4,9	9,5	9,4
Architecture	1,4	3,3	3,2	0,13	0,17	0,16	5,8	7,6	7,4
Livre	2,1	2,5	2,5	0,19	0,13	0,13	8,4	5,8	5,7
Arts visuels	1,6	2,3	2,4	0,15	0,13	0,13	6,4	5,8	5,7
Enseignement	1,3	1,8	1,9	0,12	0,10	0,10	5,2	4,3	4,4
Ensemble culture	25,0	42,8	43,1	2,28	2,23	2,21	100,0	100,0	100,0
Ensemble de l'économie	1 097,4	1 917,7	1 949,8	100,00	100,00	100,00			

p : données provisoires pour 2015.

Source : Insee, comptes nationaux – base 2010/DEFS, Ministère de la Culture et de la Communication, 2016

Les branches contribuant le plus au poids économique de la culture en 2015 sont l'audiovisuel (28 % de l'ensemble des branches culturelles), le spectacle vivant (16 %) puis la presse (13 %). Cette répartition est similaire à celle de 1995, à l'exception du poids de la presse, passé de 22 % à 13 % en vingt ans.

Une croissance nulle depuis 2008

Depuis 2008, le poids économique direct de la culture stagne : il a progressé de 300 millions d'euros en sept ans, soit un taux de croissance annuel moyen de 0,1 % (tableau 2). À titre de comparaison, le taux de croissance annuel moyen de l'économie sur cette période est de 1,2 %. Ainsi, le poids de la culture dans le PIB est passé de 2,38 % en 2008 à 2,21 % en 2015. Cette forte diminution touche particulièrement l'architecture, la presse, l'édition de livres et les agences de publicité. Elle est la conséquence de plusieurs facteurs : la crise économique de 2008, la révolution numérique mais aussi l'évolution des pratiques.

Face à ces branches en crise, les branches culturelles liées aux activités non marchandes (spectacle vivant, patrimoine et enseignement) se maintiennent ou ont connu une réelle croissance au cours de ces dernières années. Moins dépendantes de la conjoncture économique, elles ont pu faire face à la crise et, jusqu'à présent, l'attrait des consommateurs pour les musées ou le spectacle vivant ne s'est pas démenti. Toutefois, les attentats de novembre 2015 et la baisse du tourisme qui en résulte pourraient avoir un impact significatif sur ces branches en 2016.

Enfin, l'audiovisuel continue de profiter d'une croissance solide (+ 1,7 % en moyenne annuelle depuis 2008) et confirme donc son statut de première branche culturelle.

Révision des données 2014, moins 1,1 milliard pour la culture

Chaque année, l'Insee révisé les séries de comptabilité nationale des années précédentes : les séries de la comptabilité nationale pour 2014 étaient provisoires lors de la publication précédente, celles de 2013 semi-définitives. Ces révisions ont en général peu d'impact sur le montant total du poids économique de la culture.

Pour 2014, ces révisions impliquent une diminution du poids économique direct de la culture de 450 millions d'euros à 43,5 milliards d'euros, notamment en raison d'une correction de près de 300 millions d'euros pour l'audiovisuel.

Cependant, l'Insee a également procédé à une refonte de ses séries d'indice d'évolution annuelles de chiffres d'affaires (voir « Comment mesurer le poids de la culture dans l'économie ? », p. 12) qui sont utilisées dans cette étude pour calculer la production marchande et la valeur ajoutée à un niveau fin. Cette refonte majeure permet de disposer de séries prenant mieux en compte la démographie des entreprises dans les différents secteurs, mais elle a un impact non négligeable sur l'estimation du poids économique direct de la culture.

En effet, en prenant en compte ces nouvelles séries, le poids économique direct de la culture pour 2014 passe ainsi de 43,5 milliards d'euros à 42,8 milliards d'euros, soit une diminution supplémentaire de 640 millions d'euros. La baisse totale par rapport à l'édition précédente de l'étude est donc de 1,1 milliard d'euros (tableau de l'encadré).

Les branches les plus touchées par cette révision sont l'audiovisuel (- 490 millions d'euros), les arts visuels (- 290 millions d'euros) et la publicité (- 240 millions d'euros). À contre-courant, l'architecture bénéficie d'une correction de + 250 millions d'euros.

Révision du poids économique direct de la culture pour 2014

En milliards d'euros courants

	Estimation initiale	Effet des révisions des séries de comptabilité nationale	Effet de la prise en compte des nouveaux indices de chiffres d'affaires	Nouvelle estimation
Audiovisuel	12,6	- 0,3	- 0,2	12,1
Spectacle vivant	6,9	- 0,2	0,0	6,7
Presse	5,3	0,2	0,0	5,5
Agences de publicité	4,9	- 0,1	- 0,2	4,7
Patrimoine	4,2	- 0,2	0,0	4,1
Architecture	3,0	0,2	0,1	3,3
Livre	2,6	0,0	- 0,1	2,5
Arts visuels	2,6	- 0,1	- 0,2	2,3
Enseignement	1,8	0,0	0,0	1,8
Ensemble culture	43,9	- 0,4	- 0,6	42,8
Ensemble de l'économie	1 910,2	7,4	0,0	1 917,7

Source : Insee, comptes nationaux – base 2010/DPS, Ministère de la Culture et de la Communication, 2016

La nouvelle estimation pour les données 2013 est de - 600 millions d'euros, ce qui a un impact sur les évolutions décrites entre 2013 et 2014 dans la publication précédente. Les nouveaux taux d'évolution sont disponibles dans le tableau 2.

Tableau 2 – Taux de croissance de la valeur ajoutée entre 2008 et 2015

En %

	2013-2014	2014-2015	2008-2015 (taux annuel moyen)
Audiovisuel	1,2	1,2	1,7
Spectacle vivant	-1,4	0,7	0,6
Presse	0,4	-0,8	-2,1
Agences de publicité	-1,0	1,2	-1,5
Patrimoine	-1,7	-0,2	2,8
Architecture	-5,2	-2,4	-2,3
Livre	-2,4	-0,1	-1,7
Arts visuels	-6,1	3,3	-0,5
Enseignement	0,9	3,3	2,0
Ensemble culture	-1,0	0,6	0,1
Ensemble de l'économie	1,0	1,7	1,2

Note : données provisoires pour 2015.

Source : Insee, comptes nationaux – base 2010/DEPS, Ministère de la Culture et de la Communication, 2016

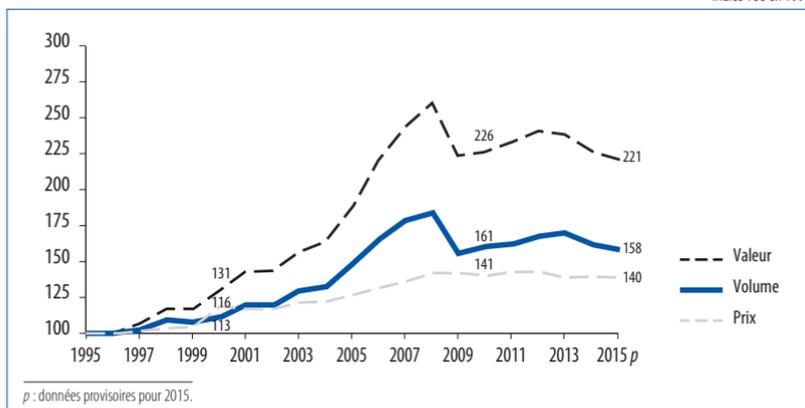
L'architecture, sept ans de crise

Très liée à la conjoncture économique de l'immobilier, l'architecture est la branche culturelle qui a le plus subi la crise économique de 2008. Sa valeur ajoutée a diminué de 14 % entre 2008 et 2009. Depuis ce décrochage massif, l'activité peine à redémarrer : après une brève embellie de 2009 à 2012, la branche est revenue à son niveau de 2009 suite à une baisse de 2,4 % entre 2014 et 2015 (graphique 2).

Parmi les possibles voies d'amélioration de la branche, la loi 2016-925 du 7 juillet 2016 relative à la liberté de la création, à l'architecture et au patrimoine a baissé le seuil de surface à partir duquel il devient obligatoire de faire appel à un architecte, désormais fixé à 150 m² au lieu de 170 m² antérieurement.

Graphique 2 – Valeur ajoutée de la branche architecture, 1995-2015

Indice 100 en 1995



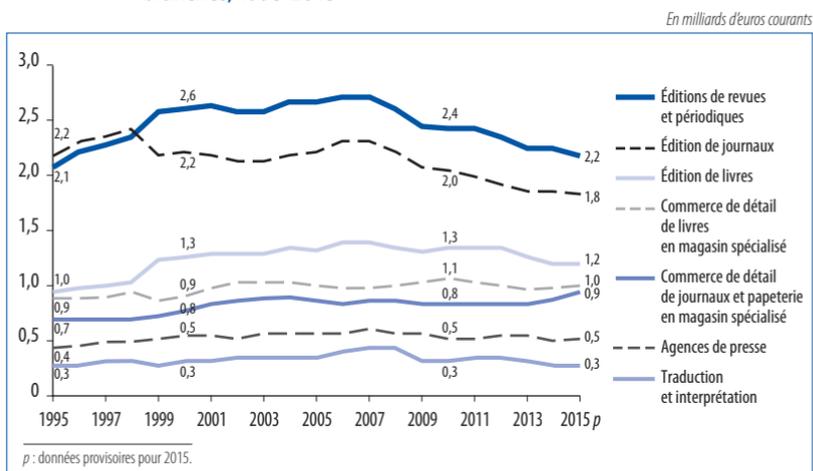
Source : Insee, comptes nationaux – base 2010/DEPS, Ministère de la Culture et de la Communication, 2016

En crise structurelle, la presse revient à son niveau de 1995

La presse n'en finit plus de chuter. Depuis 2008, le taux de croissance annuel moyen est de $-2,1\%$ (graphique 3). La valeur ajoutée de la branche est passée de 6,3 milliards d'euros en 2008 à 5,4 milliards d'euros en 2015, ce qui correspond, en euros courants, à son niveau de 1995. Très fortement touchée par la diminution du nombre de lecteurs d'exemplaires papier payants, la chute des revenus publicitaires et la difficulté à rentabiliser l'activité numérique (la presse numérique représente 5 % du chiffre d'affaires en 2014), la branche est confrontée à une crise structurelle qui risque de se poursuivre dans les années à venir.

En volume², la baisse est encore plus brutale ($-5,4\%$ par an depuis 2008). En effet, même si la diffusion de la presse nationale et locale reste relativement stable, la presse gratuite d'annonces est en voie de disparition : de 1,7 milliard d'exemplaires en 2008, elle est passée à 185 millions en 2013. Conséquence logique de cette disparition, l'indice de prix de la branche est à la hausse ($+2,9\%$ par an depuis 2008).

Graphique 3 – Activités de la presse et du livre : valeur ajoutée des différentes branches, 1995-2015



Source : Insee, comptes nationaux – base 2010/OEPS, Ministère de la Culture et de la Communication, 2016

Le livre, stabilisation après trois ans de chute

Autre branche concernée par l'évolution des pratiques culturelles, la branche livre se stabilise après trois années de chute ($-0,1\%$ entre 2014 et 2015, $-4,5\%$ par an entre 2012 et 2014, graphique 3). Au sein de cette branche, ce sont les activités de traduction et d'interprétation qui sont le plus en difficulté ($-6,3\%$ par an depuis 2008), tandis que le secteur des librairies résiste ($-0,2\%$ par an depuis 2008) et que l'édition de livres s'érode ($-1,6\%$ par an depuis 2008).

Le support numérique progresse fortement dans l'édition ($+53\%$ de chiffre d'affaires en un an) mais reste encore très largement minoritaire puisqu'il ne représente

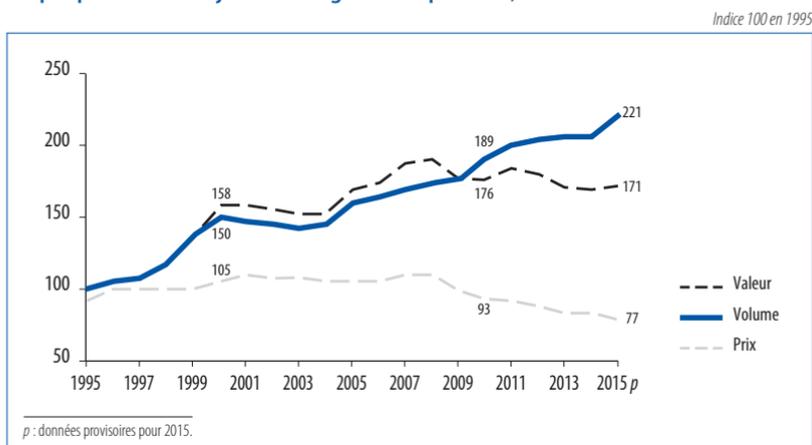
2. La mesure de la valeur ajoutée en valeur se fait en euros courants, alors que la mesure de la valeur ajoutée en volume ou en euros constants tient compte de l'évolution des prix de la branche.

encore que 6 % du chiffre d'affaires des éditeurs. Certains secteurs ont, toutefois, fortement investi le support numérique pour leur diffusion. Ainsi, les éditions de sciences humaines réalisent, en 2014, 40 % de leur chiffre d'affaires dans ce format.

Les agences de publicité, une embellie qui n'efface pas la crise

L'activité des agences de publicité progresse légèrement en 2015 (+ 1,2 %, graphique 4) mais le secteur reste en deçà de son niveau de 2008 (4,7 milliards d'euros en 2015 contre 5,2 milliards d'euros en 2008). La branche est confrontée à une chute massive de ses prix (- 4,7 % par an depuis 2008) qui s'accélère en 2015 (- 5,6 %). La montée en puissance de la publicité sur Internet et les mobiles ne parvient pas, pour l'instant, à compenser la perte de revenus sur les médias traditionnels, et ce, même si ces deux supports sont de plus en plus prisés des investisseurs publicitaires.

Graphique 4 – Valeur ajoutée des agences de publicité, 1995-2015



Source : Insee, comptes nationaux – base 2010/BEPS, Ministère de la Culture et de la Communication, 2016

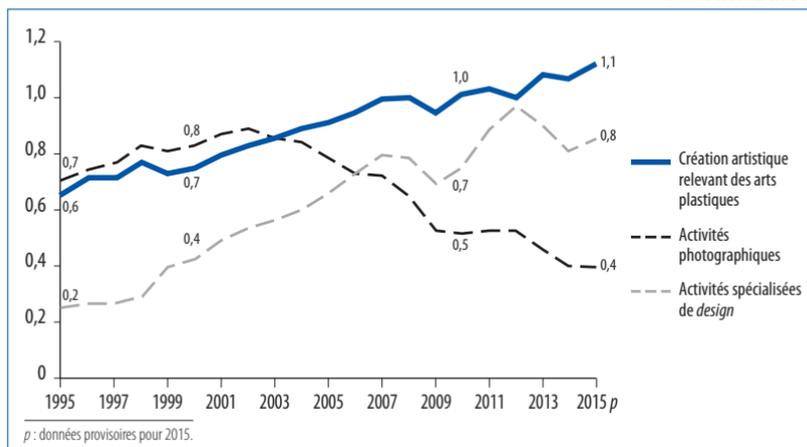
Les arts visuels portés par le *design* et les arts plastiques

Affectées par la crise économique de 2008, les activités des arts visuels s'étaient progressivement relancées jusqu'en 2012 (2,5 milliards d'euros contre 2,4 milliards d'euros en 2008), mais la période 2012-2014 a été marquée par une crise des activités photographiques et de *design* qui a provoqué une chute de près de 10 % de la valeur ajoutée de la branche. Après une année 2014 catastrophique (- 6,1 %), la branche renoue avec la croissance en 2015 (+ 3,3 %, graphique 5).

Cette embellie est le fait des arts plastiques (+ 4,5 %) ainsi que des activités de *design* (+ 4,6 %). La chute des activités photographiques ralentit (- 2,6 % contre - 12 % en 2014 et - 13,5 % en 2013) mais le secteur reste très fragilisé par le développement du support et de la technologie numérique.

Graphique 5 – Valeur ajoutée des branches des arts visuels, 1995-2015

En milliards d'euros courants



Source : Insee, comptes nationaux – base 2010/DEPS, Ministère de la Culture et de la Communication, 2016

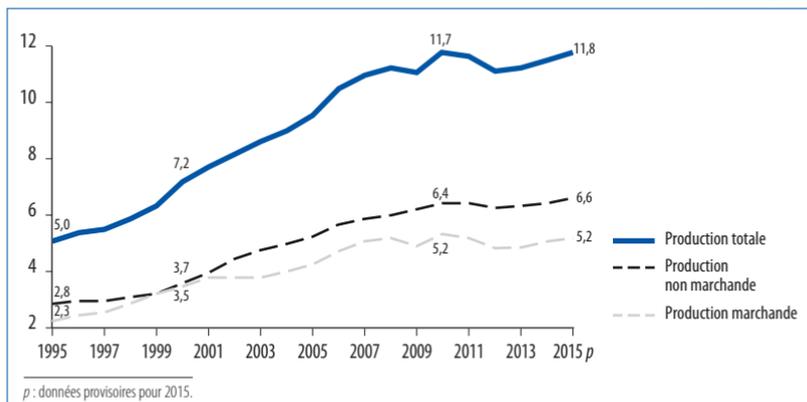
Le spectacle vivant stable depuis 2008

Après une période de très forte croissance entre 1995 et 2008 (+ 6,3 % par an en moyenne) qui a placé ce secteur au deuxième rang des branches culturelles par ordre d'importance économique, le spectacle vivant s'est stabilisé ces dernières années (+ 0,6 % par an depuis 2008). Cette stabilisation est le reflet de la consommation des ménages en activités créatives, artistiques et de spectacles, qui, après avoir atteint un pic en 2010 est restée stable jusqu'à une nette progression en 2015 (+ 4,5 % par rapport à 2014).

Le spectacle vivant associe une production marchande significative (5,2 milliards d'euros, soit 44 % de la production de la branche) à une production non marchande

Graphique 6 – Production du spectacle vivant, 1995-2015

En milliards d'euros courants



Source : Insee, comptes nationaux – base 2010/DEPS, Ministère de la Culture et de la Communication, 2016

(6,6 milliards d'euros). Depuis 2008, la croissance de la production est portée par la production non marchande (+ 1,2 % par an en moyenne) tandis que la production marchande stagne à son niveau de 2008 (5,2 milliards d'euros, graphique 6).

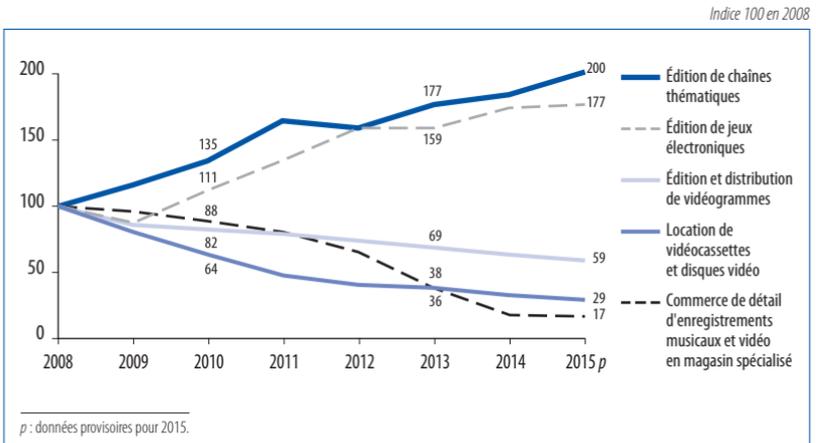
L'audiovisuel poursuit sa croissance

La première branche culturelle continue sa croissance à un rythme légèrement plus faible que sa moyenne depuis 2008 (+ 1,2 % en 2015 contre + 1,7 % par an en moyenne depuis 2008), mais, ce faisant, elle continue d'être le moteur principal de la croissance du poids économique de la culture. Les secteurs principaux de la branche sont l'édition de chaînes généralistes (2,8 milliards d'euros), la production de films et de programmes pour la télévision (2,6 milliards d'euros) et la production de films pour le cinéma (1,2 milliard d'euros).

Au sein de la branche, trois secteurs sont en très grande difficulté, voire en voie de disparition : le commerce de détail d'enregistrements musicaux et vidéo en magasin spécialisé (- 83 % depuis 2008), la location de vidéo (- 71 %) et l'édition et la distribution de vidéogrammes (- 41 %, graphique 7). Le modèle économique de ces trois secteurs a subi de plein fouet la concurrence directe des offres de téléchargement et de diffusion en flux sur Internet. Également contraint de s'adapter à la transition numérique, le secteur de l'enregistrement sonore et de l'édition musicale a réussi à se stabiliser depuis 2008, après une chute de 41 % entre 2000 et 2008.

À l'inverse, certains secteurs sont en très forte croissance, comme l'édition de chaînes thématiques (+ 100 % depuis 2008), un secteur qui inclut les services de télévision à la demande, mais aussi l'édition de jeux vidéo (+ 77 %) et la projection de films (+ 37 %).

Graphique 7 – Branches de l'audiovisuel présentant les plus fortes variations depuis 2008

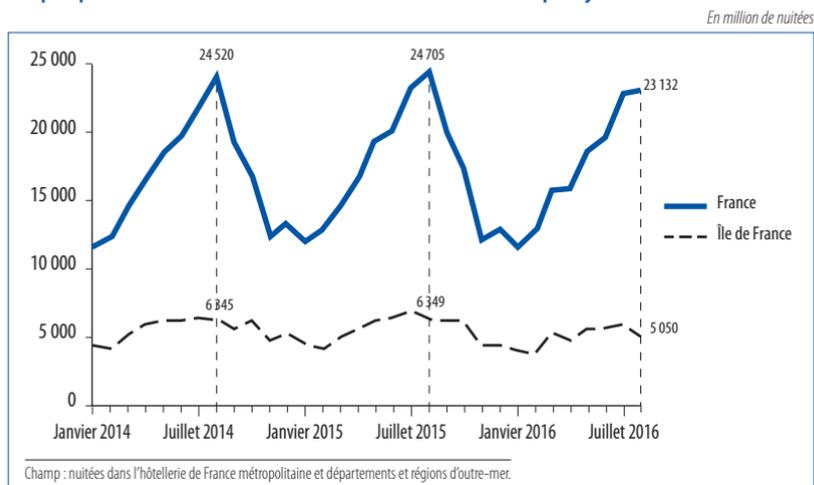


Source : Insee, comptes nationaux – base 2010/DEFS, Ministère de la Culture et de la Communication, 2016

Le patrimoine reste stable en 2015, mais suscite des inquiétudes pour 2016

Portée par une forte croissance depuis 2008 (+ 2,8 % par an en moyenne), la branche du patrimoine marquait un coup d'arrêt en 2014 (- 1,7 %) qui se confirme en 2015 (- 0,2 %). Les perspectives pour 2016 sont inquiétantes car le secteur dépend très fortement du tourisme, notamment étranger, qui a brutalement chuté après les attentats de novembre 2015 : on compte 11 % de nuitées hôtelières en moins en région parisienne sur les neuf premiers mois de 2016 par rapport à la même période en 2015 (graphique 8). Toutefois, cette baisse de la fréquentation touristique est moins marquée sur l'ensemble de la France (- 2 % par rapport à 2015), ce qui laisse espérer un impact moindre sur le patrimoine à l'échelle nationale.

Graphique 8 – Nombre de nuitées hôtelières en France depuis janvier 2014



Source : Insee, en partenariat avec les comités régionaux du tourisme (CRT) et la DGE/DEPS, Ministère de la Culture et de la Communication, 2016

Un cinquième de la production de la culture est non marchande

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 de 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 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 (partie du budget de l'État ou des collectivités territoriales, subventions versées à des associations, aides versées par les sociétés civiles).

Plus important dans la culture (18 %) que dans le reste de l'économie (12 %), le poids de la production non marchande s'explique par la présence de branches où la

Tableau 3 – Répartition de la production des branches culturelles, 2015
En milliards d'euros courants et %

	Production				
	Marchande		Non marchande		Totale
	Valeur	%	Valeur	%	Valeur
Audiovisuel	28,8	100,0	0,0	-	28,8
Spectacle vivant	5,2	44,0	6,6	56,0	11,8
Presse	11,5	100,0	0,0	-	11,5
Agences de publicité	8,7	100,0	0,0	-	8,7
Patrimoine	0,5	6,9	6,6	93,1	7,1
Architecture	5,6	100,0	0,0	-	5,6
Livre	6,3	100,0	0,0	-	6,3
Arts visuels	4,4	87,1	0,6	12,9	5,0
Enseignement	0,4	15,7	1,9	84,3	2,3
Ensemble culture	71,3	81,9	15,8	18,1	87,1
Ensemble de l'économie	3 374,9	88,3	449,2	11,7	3 824,1

Note : données provisoires pour 2015.

Source : Insee, comptes nationaux – base 2010/DEPS, Ministère de la Culture et de la Communication, 2016

production non marchande est très importante (patrimoine, enseignement et, dans une moindre mesure, spectacle vivant). Ces branches affichent une croissance positive depuis 2008 même si le constat est plus mitigé depuis 2014.

Moins de 600 000 personnes travaillent dans les branches culturelles en 2015

En 2015, 597 000 personnes travaillent dans les branches culturelles, soit 20 000 de moins qu'en 2014 (- 3,6 %, tableau 4). Cette réduction du nombre d'emplois s'inscrit dans le prolongement de ce que l'on observe depuis 2011 : les branches culturelles ont perdu 80 000 emplois en quatre ans (- 12 %). L'année 2015 est marquée par un repli

Tableau 4 – Emploi dans les branches culturelles en 2014 et 2015
En unités et %

	2011*	2014**	2015 <i>p</i>	Évolution (%)	
				2014/2015	2011/2015
Architecture, patrimoine et arts visuels	215 107	219 072	205 964	- 6,0	- 4,3
Audiovisuel et agences de publicité	188 593	172 503	166 291	- 3,6	- 11,8
Spectacle vivant et enseignement	123 325	117 928	119 524	1,4	- 3,1
Livre et presse	151 809	110 080	105 696	- 4,0	- 30,4
Ensemble culture	678 833	619 583	597 475	- 3,6	- 12,0
Ensemble de la population active occupée	25 726 924	25 803 272	25 844 079	0,2	0,5

p : données provisoires pour 2015.
 * Moyenne glissante sur les enquêtes *Emploi* 2010, 2011 et 2012.
 ** Moyenne glissante sur les enquêtes *Emploi* 2013, 2014 et 2015.
 Champ : France métropolitaine.

 Source : Insee, enquêtes *Emploi* 2010 à 2015 pour la France métropolitaine/DEPS, Ministère de la Culture et de la Communication, 2016

généralisé de l'emploi dans les différentes branches culturelles ; seuls le spectacle vivant et l'enseignement présentent une évolution positive (+ 1,4 %).

L'architecture, le patrimoine et les arts visuels concentrent le tiers de l'emploi des branches culturelles, suivies de près par l'audiovisuel et les agences de publicité (28 % de l'emploi culturel). Ces proportions étaient similaires en 2011, à l'exception des branches livre et presse qui ont perdu près d'un tiers de leurs emplois en quatre ans (- 46 000 emplois). L'audiovisuel et les agences de publicité perdent 20 000 emplois depuis 2011 (- 12 %), principalement en raison de la crise dans le secteur de la publicité.

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 des 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, 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 PIB (Jauneau, 2013). L'une des particularités de l'activité économique culturelle est la place non négligeable qu'y occupe le non-marchand. Rappporter 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 « Tableau des 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 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.

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]	60.10Z – Édition et diffusion de programmes radio [AV]
47.62Z – Commerce de détail de journaux et papeterie en magasin spécialisé [PR]	60.20A – Édition de chaînes généralistes [AV]
47.63Z – Commerce de détail d'enregistrements musicaux et vidéo en magasin spécialisé [AV]	60.20B – Édition de chaînes thématiques [AV]
58.11Z – Édition de livres [LIV]	63.91Z – Activités des agences de presse [PR]
58.13Z – Édition de journaux [PR]	71.11Z – Activités d'architecture [ARCHI]
58.14Z – Édition de revues et périodiques [PR]	73.11Z – Activités des agences de publicité [PUB]
58.21Z – Édition de jeux électroniques [AV]	74.10Z – Activités spécialisées de <i>design</i> [ART]
59.11A – Production de films et de programmes pour la télévision [AV]	74.20Z – Activités photographiques [ART]
59.11B – Production de films institutionnels et publicitaires [AV]	74.30Z – Traduction et interprétation [LIV]
59.11C – Production de films pour le cinéma [AV]	77.22Z – Location de vidéocassettes et disques vidéo [AV]
59.12Z – Postproduction de films cinématographiques, de vidéo et de programmes de télévision [AV]	85.52Z – Enseignement culturel [*] [EC]
59.13A – Distribution de films cinématographiques [AV]	90.1Z – Arts du spectacle vivant [SV]
59.13B – Édition et distribution de vidéos [AV]	90.2Z – Activités de soutien au spectacle vivant [SV]
59.14Z – Projection de films cinématographiques [AV]	90.3A – Création artistique relevant des arts plastiques [ART]
59.20Z – Enregistrement sonore et édition musicale [AV]	90.3B – Autre création artistique [ART]
	90.4Z – Gestion de salles de spectacles [SV]
	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 2015, 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 2).

La **production marchande** culturelle (71 milliards d'euros en 2015) correspond à la production de biens et de 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 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 (16 milliards d'euros en 2015) correspond quant à elle à des biens et des 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.

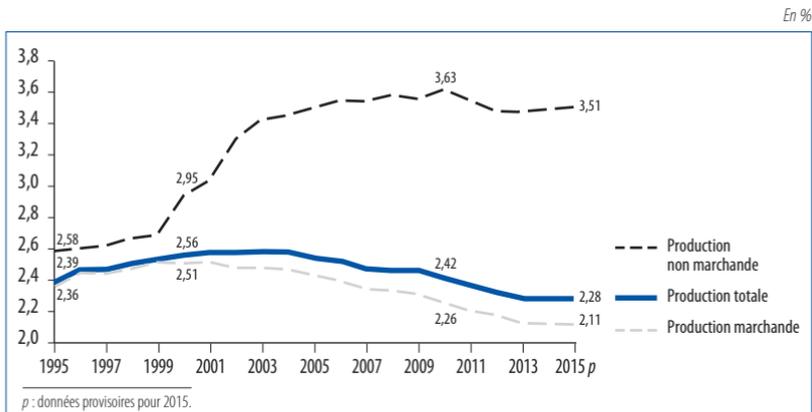
Alors que la production marchande est exclusivement produite par les entreprises, la production non marchande provient des administrations, des établissements publics ou encore des associations. Pour estimer la production non marchande des divisions 90-91 (création artistique et patrimoine), on part 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 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.

En 2015, 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 (93 % de la production y est non marchande), l'enseignement culturel (84 %), le spectacle vivant (56 %). Les arts visuels (photographie, design, activités artistiques) comportent aussi une partie non marchande, néanmoins marginale.

Graphique A – Part des branches culturelles dans la production de l'ensemble de l'économie en valeur, 1995-2015



Source : Insee, comptes nationaux – base 2010/DEPS, Ministère de la Culture et de la Communication, 2016

De 1995 à 2001, 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 2001 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 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 sur 2008-2015.

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 43 milliards d'euros en 2015 (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 (ESA) 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 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 2015.

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 quatre 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 2011 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 1995-2010 et en 2012-2015, 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 sur des secteurs en forte croissance ou en crise. Une nouvelle version de ces séries a été publiée par l'Insee en 2016 (projet Harmonica³), modifiant par conséquent les coefficients et donc la production et la valeur ajoutée (encadré : Révision des données 2014, p. 4). 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.

3. Harmonisation des indices de chiffres d'affaires.

Pour la production non marchande des autres domaines, le partage entre spectacle vivant/arts plastiques/patrimoine en 1996, en 2002, en 2006 et en 2010 est actualisé 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, la hausse des prix des billets de cinéma ou la baisse des prix des DVD et des disques sur la période considérée ; pour la division 73, des 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).

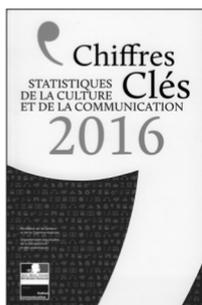
Éléments de bibliographie et données en ligne

- 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
- Mélanie VANDERSCHULDEN, « La place du secteur associatif et de l'action sociale dans l'économie. Deux dimensions de la vie sociale à l'aune des comptes nationaux », *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
- 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.
- Chiffres clés 2016, statistiques de la culture*, Paris, Ministère de la Culture et de la Communication, diffusion La Documentation française, 2016.
- Thierry MÉOT, « Les services marchands en 2015. La croissance s'affermi », *Insee Première*, n° 1609, juillet 2016.
-

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
-

À lire aussi :



Diffusion :
La Documentation française
256 pages, 12 €
ISBN 978-2-11-128158-5

Chiffres clés, statistiques de la culture et de la communication 2016

Combien de musées, de festivals de musique, de bibliothèques ou de librairies en France ?

Combien de visiteurs de monuments historiques, combien de spectateurs au théâtre et au cinéma et combien de grands lecteurs parmi les Français ? Combien d'auditeurs de radio, d'internautes et de joueurs de jeux vidéo ?

Avec plus de 344 000 entreprises, 265 000 associations culturelles et 645 000 emplois, la culture a aussi une dimension économique : elle pèse 2,3 % du PIB de la France. Attractive, elle est un motif de séjour touristique pour 42 millions d'étrangers.

Si le financement de la culture par l'État et les collectivités territoriales est important, les ménages et les entreprises contribuent aussi, par leurs dépenses et le mécénat, à soutenir une offre de qualité.

Pour tout savoir de l'offre culturelle extrêmement riche et variée de l'Hexagone, connaître la fréquentation des sites et la participation culturelle des Français, l'annuaire statistique de la culture et de la communication fournit des données de cadrage et des éléments précis. Cartes et graphiques accompagnent une fiche d'analyse pour chacun des secteurs de la culture : archives, architecture, musées, spectacles musicaux, théâtre et spectacles, radio, télévision, Internet, livre, presse, etc.

L'ensemble apporte des repères objectifs pour la connaissance du champ culturel.



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

CULTURE ÉTUDES 2016-2

La lente féminisation des professions culturelles

Marie Gouyon, Frédérique Patureau, Gwendoline Volat

Depuis les années 1960, la croissance du taux d'activité féminine est l'une des transformations majeures du monde du travail, et les professions culturelles n'y font pas exception : la part des femmes au sein de ces professions est ainsi passée de 39 % à 43 % de 1991 à 2013. Presque tous les métiers fortement masculins au début des années 1990, comme les métiers d'art, l'architecture et la photographie, par exemple, se sont ouverts aux femmes. Pour autant, la part des femmes demeure inférieure à la moyenne nationale, où l'activité féminine atteint 48 % de l'ensemble des professions, un constat qui peut surprendre au regard de la surreprésentation des femmes en termes de participation culturelle.

En se développant, l'emploi féminin a largement épousé les spécificités de l'emploi propres aux professions culturelles, notamment leur plus grande flexibilité : les professionnelles de la culture sont, plus souvent que l'ensemble des actives, non salariées ou salariées sur contrats à durée limitée. Elles travaillent plus souvent à temps partiel, avec des horaires variables et atypiques, en soirée et le week-end.

Surtout, leur accès aux professions artistiques et culturelles conforte la règle de la surqualification des femmes en termes de niveau de diplôme : en 2013, plus d'une active de ces professions sur deux est titulaire d'un diplôme égal ou supérieur à bac + 3, contre 40 % de leurs homologues masculins – une surqualification d'autant plus forte qu'il s'agit de métiers traditionnellement exercés par des hommes.

Abstract

The Direct Economic Impact of Culture in 2015

In 2015, the direct economic impact of culture, i.e. the total value-added of all areas of culture, amounted to some 43 billion euros. The proportional value of culture within the economy as a whole fell to 2.2%, the lowest it has been for twenty years. For the purposes of comparison, the value-added of the hotel and catering industry was worth 55 billion euros in 2015.

Compared with 2008, there has been zero growth across all areas of culture, which is due to the various ongoing economic crises affecting the sectors of architecture (down 2.3% year-on-year since 2008), press and book publishing (down 2.1% and 1.7% respectively, year-on-year) and advertising agencies (down 1.5% year-on-year). Conversely, sectors such as audiovisual (up 1.7% year-on-year) and cultural heritage (up 2.8% year-on-year) are experiencing a boom. Audiovisual and the performing arts are the two biggest cultural sectors in terms of their contribution to the cultural economy and, together, represent 44% of the value-added of all the cultural sectors combined.

As a result of this sluggish economic situation, employment in the cultural sector continues its downward trajectory (down 3.6% on 2014) and has fallen below 600,000 jobs. The cultural sector has lost 80,000 jobs since 2011.

Directeur de la publication : Loup Wolff, chef du Département des études, de la prospective 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