

La mesure des activités culturelles : un enjeu statistique

Les *Chiffres clés de la culture* rendent 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 *inputs* de leur activité du travail, du capital, et des biens et services (fiche Poids économique direct de la culture). Les transactions, dont la production, sont évaluées au prix de marché ou, lorsque la production se fait dans un cadre non marchand, elle est évaluée comme la somme des coûts liés à l'activité exercée (rémunérations versées, consommations intermédiaires, investissements). Or Internet a facilité l'essor d'activités et de services qui brouillent les frontières traditionnelles et 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 bénéfices dans des maisons mères à l'étranger (notamment pour des considérations fiscales), 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, le contenu vendu est de la musique : 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 (fiche Consommations culturelles). L'enquête en population générale sur les Pratiques culturelles (fiche 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 (Wikimédia Fondation), à des formes plus mixtes reposant sur des transactions entre individus mis en relation par Internet (Airbnb, Blablacar...). 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 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 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.

Laure TURNER, adjointe en charge du département des études,
de la prospective et des statistiques

Pour en savoir plus

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