



**MINISTÈRE  
DE LA CULTURE**

*Liberté  
Égalité  
Fraternité*

Note de  
conjoncture

# **Analyse conjoncturelle du chiffre d'affaires de la culture au 1<sup>er</sup> trimestre 2022**

**2022#3**

Ludovic Bourlès  
Yann Nicolas

# Analyse conjoncturelle du chiffre d'affaires de la culture au 1<sup>er</sup> trimestre 2022\*

Ludovic Bourlès, Yann Nicolas\*\*

---

La crise sanitaire a eu un impact majeur sur les secteurs culturels. Entre mars 2020 et mars 2022, la population a connu trois confinements successifs, et plusieurs périodes de fermeture de commerces et de lieux accueillant du public ont été décrétées. Des protocoles sanitaires encadrant les activités et des jauges ont été mis en place, influant directement sur la fréquentation des lieux culturels. Cette note de conjoncture mesure la situation économique du champ marchand de la culture au premier trimestre 2022, à partir des chiffres d'affaires déclarés par les entreprises auprès de la direction générale des Finances publiques.

Au premier trimestre 2022, le chiffre d'affaires des secteurs culturels marchands progresse sur un an de 3,6 milliards d'euros. Pour la quatrième fois consécutive, les ventes trimestrielles dépassent leur valeur d'il y a un an (après + 3,3 milliards d'euros au deuxième trimestre 2021, + 2,5 milliards d'euros au trimestre suivant et + 2,6 milliards d'euros au quatrième trimestre 2021). En hausse de 20 % par rapport au premier trimestre 2021, le premier trimestre 2022 excède son niveau du premier trimestre 2019 d'avant-crise, enregistrant un gain de 1,2 milliard d'euros (+ 6 %) par rapport à ce trimestre équivalent d'une année « normale ». Comme au quatrième trimestre 2021, et pour la seconde fois consécutive en deux ans, l'activité trimestrielle du champ marchand de la culture dépasse son niveau d'avant-crise de 2019.

Les niveaux d'activité de la projection cinématographique et, dans une moindre mesure, de la gestion patrimoniale et du spectacle vivant progressent très fortement au premier trimestre 2022 par rapport au même trimestre de 2021, point bas en raison de la fermeture obligatoire de tout lieu culturel accueillant du public pendant toute la durée du premier trimestre 2021. L'activité de ces trois secteurs reste toutefois inférieure à celle du premier trimestre 2019 (- 37 %, - 6 % et - 3 %, respectivement).

À l'inverse, le livre est le seul secteur marchand à enregistrer au premier trimestre 2022 une baisse (légère) de son chiffre d'affaires sur un an, après six trimestres consécutifs de croissance relativement à leur valeur un an plus tôt. Par rapport au premier trimestre 2019 d'avant-crise, le livre connaît ce trimestre une hausse de 8 % de ses ventes. D'autres secteurs connaissent une situation similaire, dont le jeu vidéo (+ 33 %), la musique enregistrée (+ 29 %) et les arts visuels (+ 25 %).

---

\* Données arrêtées au 15 juin 2022.

\*\* Chargés d'études au Département des études, de la prospective, des statistiques et de la documentation (Deps-doc).

**Tableau 1 – Évolution annuelle et glissements trimestriels des chiffres d'affaires des secteurs culturels marchands, 2019-2022**

En M€, pour les années et en % pour les glissements

	2019		2020		2021		Glissements trimestriels T/I - 4												
							T1			T2			T3			T4			
							2020	2020	2021	2021	2020	2020	2021	2021	2020	2020	2021	2021	T1
Projection cinématographique	1 777	625	848			-29	-90	-61	-81	-81	-95	174	93	313	1 680				
Publicité	15 174	12 714	13 833			-7	-25	-23	-11	-11	-5	20	16	8	12				
Presse	11 459	9 954	10 358			-7	-24	-15	-8	-8	-8	13	6	7	10				
Audiovisuel et cinéma <i>(hors jeu vidéo, projection cinématographique et radio)</i>	21 172	19 656	21 238			-3	-19	-12	5	5	-6	19	21	3	22				
Radio	1 250	1 168	1 246			-4	-17	-4	-2	-2	-7	27	7	3	11				
Livre	8 382	7 888	9 194			-13	-27	4	3	3	25	52	0	9	-1				
Musique enregistrée	1 807	1 760	2 067			9	-13	-4	-3	-3	13	24	16	18	5				
Jeu vidéo	2 348	2 847	2 627			16	1	8	60	60	0	-12	-7	-12	14				
Spectacle vivant	5 687	3 257	3 623			-6	-61	-51	-50	-50	-57	25	46	83	142				
Arts visuels	8 120	7 279	8 568			-1	-23	-9	-8	-8	0	31	19	22	26				
Enseignement artistique et culturel <sup>1</sup>	868	629	630			n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.				
Architecture	6 351	5 816	6 339			-1	-16	-14	-3	-3	0	18	14	6	12				
Gestion patrimoniale	484	269	320			-13	-77	-24	-55	-55	-62	63	15	118	189				
<b>Total champ culturel</b>	<b>84 879</b>	<b>73 861</b>	<b>80 892</b>			<b>-5</b>	<b>-26</b>	<b>-16</b>	<b>-7</b>	<b>-7</b>	<b>-7</b>	<b>22</b>	<b>15</b>	<b>12</b>	<b>20</b>				

<sup>1</sup> Prévission du Deps-doc de juin 2020. Voir « Données et méthode », p. 18.

Note 1 : Les secteurs de la musique enregistrée et des arts visuels sont associés à d'autres activités dans la nomenclature de codes var. De ce fait, le suivi économique de ces secteurs doit être interprété avec prudence.

Note 2 : Le suivi des activités patrimoniales a été restreint aux trois codes de gestion patrimoniale (voir « Nomenclature d'activités culturelles », p. 19). Les totaux annuels sont donc moins élevés que dans la note précédente. Les évolutions ont été recalculées sur toute la période étudiée.

Note de lecture : en 2019, le chiffre d'affaires brut de la projection de films cinématographiques est de 1,78 milliard d'euros, contre 625 millions d'euros en 2020 et 848 millions d'euros en 2021. Au premier trimestre 2020, ce chiffre d'affaires est inférieur de 29 % à sa valeur du premier trimestre 2019 d'avant-crise (T1-4). Au premier trimestre 2021, ce chiffre d'affaires est inférieur de 95 % à sa valeur du premier trimestre 2020 de début de crise (T1-4). Au premier trimestre 2022, ce chiffre d'affaires est supérieur de 1 680 % à sa valeur du premier trimestre 2021 (T1-4).

Source : chiffres d'affaires (CA) Esane, indice de CA, Insee; Deps-doc, ministère de la Culture, 2022

**Tableau 2 – Glissements trimestriels des chiffres d'affaires des secteurs culturels marchands, 2019-2022**

En %

	Glissements trimestriels T/T-8					T/T-12	
	T1 2021	T2 2021	T3 2021	T4 2021	T1 2022	T1 2022	
Projection cinématographique	-96	-72	-24	-21	-11	-37	
Publicité	-12	-10	-10	-3	6	-1	
Presse	-15	-13	-10	-1	1	-6	
Audiovisuel et cinéma ( <i>hors jeu vidéo, projection cinématographique et radio</i> )	-10	-3	6	8	14	10	
Radio	-11	5	4	1	4	0	
Livre	9	11	5	13	24	8	
Musique enregistrée	23	8	12	15	18	29	
Jeu vidéo	16	-11	1	41	14	33	
Spectacle vivant	-60	-51	-29	-9	3	-3	
Arts visuels	-1	1	7	13	26	25	
Enseignement artistique et culturel	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	
Architecture	-1	-1	-2	3	11	10	
Gestion patrimoniale	-67	-63	-13	-3	9	-6	
<b>Total champ culturel</b>	<b>-12</b>	<b>-9</b>	<b>-3</b>	<b>4</b>	<b>11</b>	<b>6</b>	

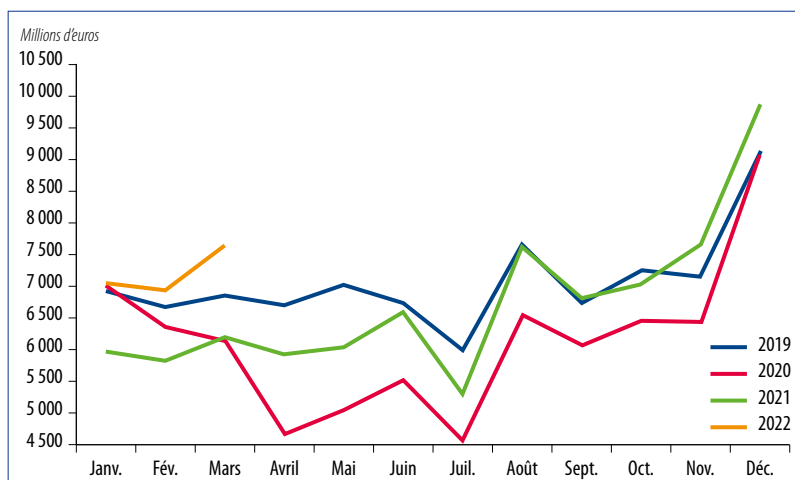
Note 1 : les secteurs de la musique enregistrée et des arts visuels sont associés à d'autres activités dans la nomenclature de codes NAF. De ce fait, le suivi économique de ces secteurs doit être interprété avec prudence.  
 Note 2 : le suivi des activités patrimoniales a été restreint aux trois codes de gestion patrimoniale (voir « Nomenclature d'activités culturelles », p. 19). Les totaux annuels sont donc moins élevés que dans la note précédente. Les évolutions ont été recalculées sur toute la période étudiée.  
 Note de lecture : au premier trimestre 2021, le chiffre d'affaires brut de la projection de films cinématographiques est inférieur de 96 % à sa valeur du premier trimestre 2019 d'avant-crise (T/T-8). Au premier trimestre 2022, il est inférieur de 11 % à sa valeur du premier trimestre 2020 de début de crise (T/T-8) et de 37 % à sa valeur du premier trimestre 2019 (T/T-12).

Source : chiffres d'affaires (CA) Esane, indice de CA, Insee ; Deps-doc, ministère de la Culture, 2022

## Champ total

Au premier trimestre 2022, le champ marchand de la culture affiche un net rebond de 20 % sur un an (+ 3,6 milliards d'euros) tout en franchissant pour la seconde fois consécutive son niveau correspondant d'avant-crise de 2019 – une comparaison « date à date » qui permet de rendre compte du gain ou de la perte d'activité que les secteurs enregistrent sous l'effet de la crise sanitaire due à la Covid-19 (voir « Données et méthode », p. 18 ; tableaux 1 et 2). Ce rebond correspond à une progression de tous les secteurs culturels sur un an (en particulier ceux de la projection cinématographique, de la gestion patrimoniale et du spectacle vivant), à l'exception du secteur du livre. La forte croissance sur un an de la projection en salles de cinéma, de la gestion patrimoniale et du spectacle vivant est due principalement à la fermeture un an plus tôt de tout lieu culturel accueillant du public pendant le premier trimestre 2021. Les principaux contributeurs au

Graphique 1 – Chiffre d'affaires de l'ensemble du champ culturel, 2019-2022



Source : chiffres d'affaires (CA) Esane, indice de CA, Insee ; Deps-doc, ministère de la Culture, 2022

gain global trimestriel de 3,6 milliards d'euros – en raison de leur taille ou de l'ampleur de la hausse de leurs recettes – sont d'abord le secteur de l'audiovisuel/cinéma (hors projection cinématographique, radio et jeu vidéo, qui sont traités séparément), à hauteur de 29 %, le secteur du spectacle vivant (21 %), puis les arts visuels et la publicité (contribution de 13 % et 12 % respectivement).

Au premier trimestre 2022, les recettes restent toutefois inférieures à celles du premier trimestre 2019 pour la projection cinématographique (- 37 %), la presse (- 6 %), la gestion patrimoniale (- 6 %) et le spectacle vivant (- 3 %). En revanche, le chiffre d'affaires du jeu vidéo progresse (+ 33 %) ainsi que celui de la musique enregistrée (+ 29 %) et des arts visuels (+ 25 %). Les principaux contributeurs au gain de 1,2 milliard d'euros ce trimestre par rapport à 2019 sont l'audiovisuel/cinéma, les arts visuels et le jeu vidéo.

## Médias et industries culturelles

### Projection cinématographique

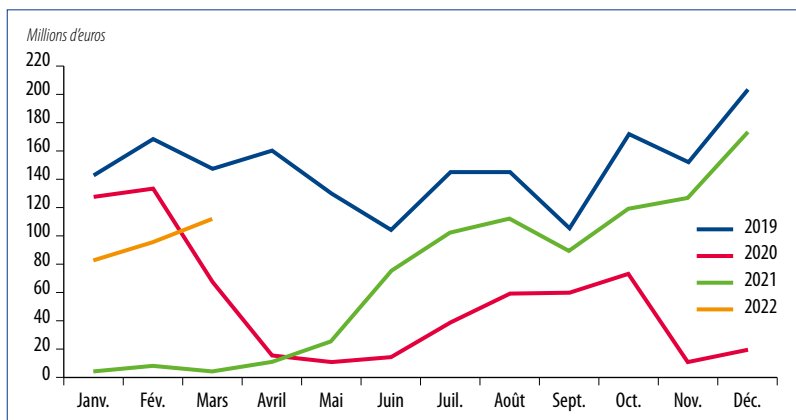
Au premier trimestre 2022, l'activité, en matière de chiffre d'affaires de la projection cinématographique, continue d'être en net retrait par rapport à son niveau d'avant-crise : - 37 % par rapport au premier trimestre 2019 (tableaux 1 et 2, graphique 2). L'écart avec 2019 est

même plus prononcé qu'aux deux trimestres précédents (- 24 % au troisième trimestre 2021 et - 21 % au quatrième trimestre 2021 par rapport aux troisième et quatrième trimestres 2019). Ce premier trimestre 2022 est encore marqué par certaines contraintes liées à la crise sanitaire, les dernières ayant été levées le 14 mars 2022. L'activité de la projection cinématographique paraît encore loin de retrouver son niveau d'avant-crise.

La fréquentation des cinémas, mesurée par le nombre d'entrées, est très en retrait par rapport au premier trimestre 2019: - 37 %<sup>1</sup>. La baisse est nettement plus forte pour les films américains (- 62 %) que pour les films français (- 30 %) par rapport au premier trimestre 2019. De ce fait, la part des films français augmente: elle est de 51 %, contre 46 % pour la même période en 2019.

Cette baisse de la fréquentation – ou du moins de son ampleur – comme celle du chiffre d'affaires s'expliquent notamment par la raréfaction des sorties de films à gros budget américains, à l'instar de *Morbius* dont la sortie a été retardée à la toute fin du trimestre, ainsi que par le décalage de sortie de certains films français attendus (*Rumba la vie, J'adore ce que vous faites* ou *Qu'est-ce qu'on a tous fait au bon Dieu ?*). La sortie de *Spider-Man: No Way Home* à la mi-décembre 2021 n'a pas suffi à maintenir la fréquentation au premier trimestre 2022. De ce fait, le nombre de films dépassant le million d'entrées baisse: 7 au premier trimestre 2022, contre 13 au premier trimestre 2019.

**Graphique 2 – Chiffre d'affaires du secteur de la projection cinématographique, 2019-2022**



Source: chiffres d'affaires (CA) Esane, indice de CA, Insee; Deps-doc, ministère de la Culture, 2022

1. <https://www.cnc.fr/cinema/etudes-et-rapports/statistiques/frequentation-cinematographique>, consulté le 15/06/2022.

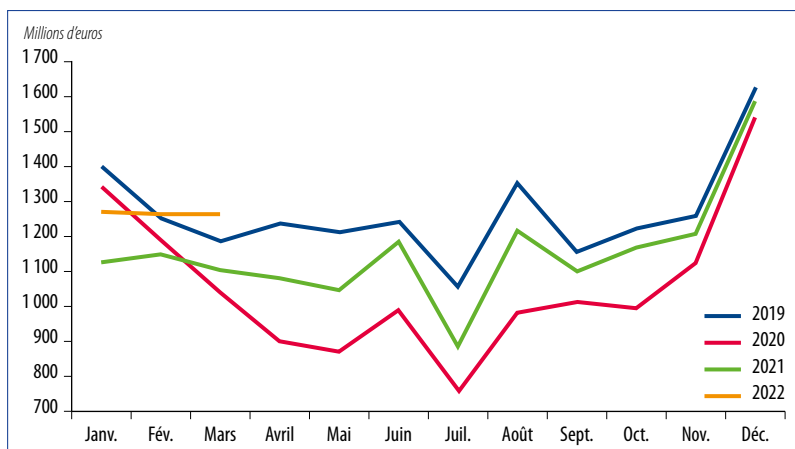
Du côté de la demande, les spectateurs modifient leurs comportements sans que l'on puisse dire si cela sera durable ou non. En effet, selon une enquête pour le Centre national du cinéma et de l'image animée (CNC)<sup>2</sup>, depuis la réouverture des salles le 19 mai 2021, les personnes interrogées sont 9 % à déclarer aller plus souvent au cinéma contre 48 % qui déclarent y aller moins souvent ou plus du tout. Parmi les raisons invoquées par ces dernières, deux sont liées à la crise sanitaire : la perte d'habitude d'aller au cinéma et la réticence à devoir porter un masque.

La situation est similaire dans l'ensemble des pays de l'Union européenne et au Royaume-Uni : en 2021, les recettes brutes y ont été inférieures de 58 %<sup>3</sup> en moyenne par rapport à la période 2017-2019 (- 50 % en France).

## Publicité

Au premier trimestre 2022, le chiffre d'affaires des agences de publicité dépasse de 12 % sa valeur du premier trimestre 2021 (+ 419 millions d'euros) et de 6 % celle du premier trimestre 2020 (+ 227 millions d'euros) ; il est inférieur de 1 % à sa valeur du premier trimestre 2019 (- 38 millions d'euros) (tableaux 1 et 2, graphique 3). Cette évolution des activités de conception et de réalisation de campagnes publicitaires et de marketing est analogue

Graphique 3 – Chiffre d'affaires du secteur de la publicité, 2019-2022



Source : chiffres d'affaires (CA) Esane, indice de CA, Insee ; Deps-doc, ministère de la Culture, 2022

2. Pourquoi les Français vont-ils moins souvent au cinéma ?, CNC, mai 2022.

3. Observatoire européen de l'audiovisuel, « Légère reprise des salles de cinéma dans l'UE et au Royaume-Uni en 2021 – la fréquentation augmente de 31,5 % par rapport à l'année précédente », communiqué de presse du 12 mai 2022.

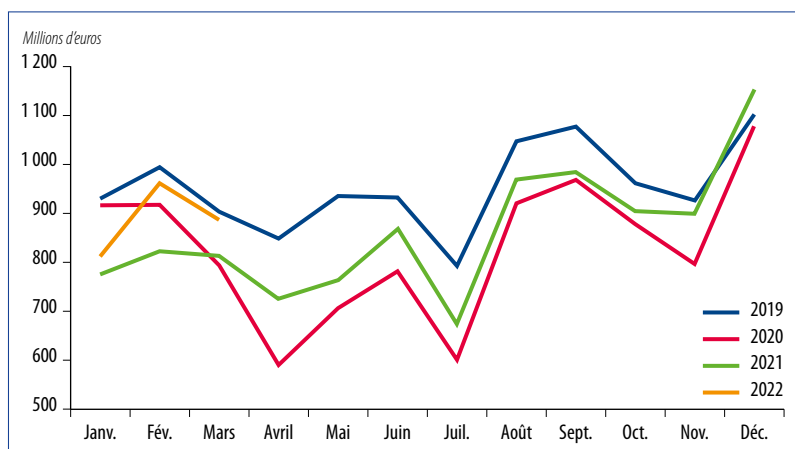
à celle des dépenses d'investissement de communication des annonceurs estimées pour l'ensemble des moyens médiatiques de communication à disposition sur le marché publicitaire (cinéma, presse, publicité extérieure, radio et télévision). Ces dépenses d'investissement incluent précisément les honoraires et les commissions versés aux agences de publicité. Elles progressent au premier trimestre 2022 par rapport aux mêmes trimestres de 2021 et 2020 (+ 12 % et + 8 %), mais restent inférieures à leur niveau du premier trimestre 2019 (- 7 %)⁴.

## Presse

Le secteur de la presse comprend les activités des agences de presse non audiovisuelle, l'édition de journaux, l'édition de magazines, revues et autres périodiques, l'impression de presse et le commerce de détail de journaux en magasin spécialisé.

Au premier trimestre 2022, les ventes de la presse progressent de 10 % sur un an (+ 248 millions d'euros) et de 1 % par rapport au premier trimestre 2020 (+ 32 millions d'euros) ; elles sont inférieures de 6 % à leur valeur du même trimestre 2019 (- 170 millions d'euros) (tableaux 1 et 2, graphique 4). Le surcroît de 10 % sur un an au premier trimestre 2022 résulte principalement de la hausse de 22 % des recettes du commerce de détail (qui pèse pour 17 % du secteur) et

Graphique 4 – Chiffre d'affaires du secteur de la presse, 2019-2022



Source : chiffres d'affaires (CA) Esane, indice de CA, Insee ; Deps-doc, ministère de la Culture, 2022

4. BUMP, « Le marché de la publicité, des médias et de la communication. 1<sup>er</sup> trimestre 2022 & prévisions annuelles », France Pub/Irep/Kantar, mai 2022. L'évolution au premier trimestre 2022 des recettes publicitaires des cinq médias en question au regard des premiers trimestres 2021, 2020 et 2019 est quasi identique (source : communiqué de presse BUMP, « Le marché publicitaire au 1<sup>er</sup> trimestre 2022 et prévisions », France Pub/Irep/Kantar, mai 2022).



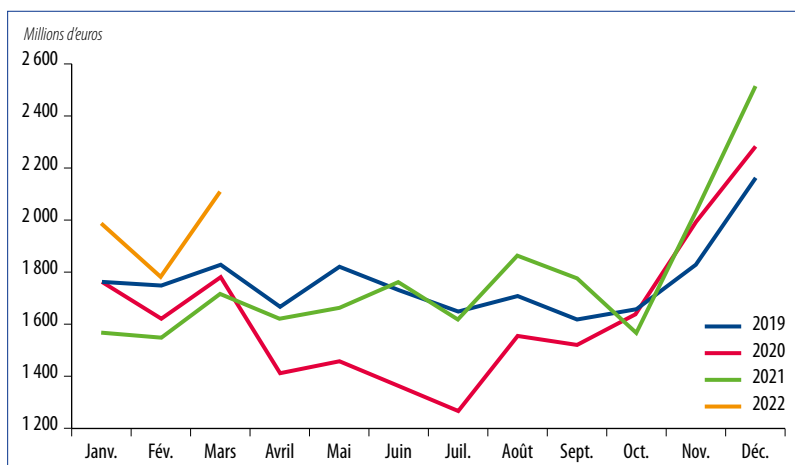
de la progression de 8 % de l'édition de magazines, revues et autres périodiques (40 %). La baisse d'activité du secteur de la presse sur trois ans au premier trimestre 2022 découle pour l'essentiel de la baisse du chiffre d'affaires du même segment d'édition, que ne compense pas la progression de près de 20 % du chiffre d'affaires des agences de presse, segment qui pèse pour 5 % du secteur (l'activité des autres segments est aussi orientée à la baisse).

L'évolution du chiffre d'affaires du secteur de la presse sur trois ans apparaît analogue à celle des recettes publicitaires (y compris numériques) des régies publicitaires travaillant pour la presse : ces recettes au premier trimestre 2022 dépassent respectivement de 6,5 % et 3 % leur valeur des premiers trimestres 2021 et 2020, et sont inférieures de 9 % à leur valeur du même trimestre 2019<sup>5</sup>.

### Audiovisuel et cinéma (hors jeu vidéo, projection cinématographique et radio)

Le secteur de l'audiovisuel et du cinéma regroupe les activités des agences de presse audiovisuelle, les productions et postproductions audiovisuelles et cinématographiques, la distribution de films cinématographiques, l'édition de chaînes de télévision ainsi que l'édition et la distribution de vidéos.

**Graphique 5 – Chiffre d'affaires du secteur de l'audiovisuel et du cinéma**  
(hors jeu vidéo, projection cinématographique et radio), 2019-2022



Source : chiffres d'affaires (CA) Esane, indice de CA, Insee ; Deps-doc, ministère de la Culture, 2022

5. Communiqué de presse BUMP, « Le marché publicitaire au 1<sup>er</sup> trimestre 2022 et prévisions », France Pub/Irep/Kantar, mai 2022.

Au premier trimestre 2022, l'activité du secteur est en hausse de 22 % sur an, de 14 % par rapport au premier trimestre 2020 et de 10 % par rapport au premier trimestre 2019 (tableaux 1 et 2, graphique 5). La première contribution à cette progression de 10 % vient de la production audiovisuelle, avec une augmentation du chiffre d'affaires au premier trimestre 2022 de 17 % par rapport au même trimestre 2019. La postproduction croît également nettement : + 22 % au premier trimestre 2022 par rapport au premier trimestre 2019, après une hausse de 12 % au quatrième trimestre 2021 par rapport au quatrième trimestre 2019. La production télévisuelle augmente aussi au premier trimestre 2022 par rapport au premier trimestre 2019 (+ 8 %), à la suite d'un quatrième trimestre 2021 équivalent au même trimestre 2019.

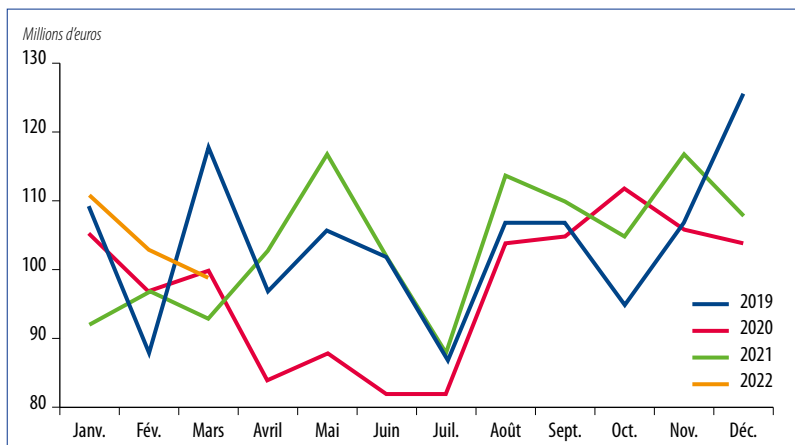
Au premier trimestre 2022, le chiffre d'affaires de la vidéo progresse de 14 % par rapport au premier trimestre 2021, de 41 % par rapport au premier trimestre 2020 et de 26 % par rapport à son niveau d'avant-crise, c'est-à-dire le premier trimestre 2019. Ce marché est porté notamment par la hausse de la consommation de vidéos par abonnement et par celle du chiffre d'affaires de l'édition/distribution de vidéos. Le renouvellement du fonds des vidéos physiques, après la réouverture des salles en 2021, contribue à cette progression.

## Radio

Le secteur de la radio regroupe l'édition et la diffusion de programmes radiophoniques. Il comprend les stations du groupe Radio France.

Au premier trimestre 2022, le chiffre d'affaires de la radio enregistre une hausse de 11 % par rapport à sa valeur du premier trimestre 2021

Graphique 6 – Chiffre d'affaires du secteur de la radio, 2019-2022



Source : chiffres d'affaires (CA) Esane, indice de CA, Insee ; Deps-doc, ministère de la Culture, 2022

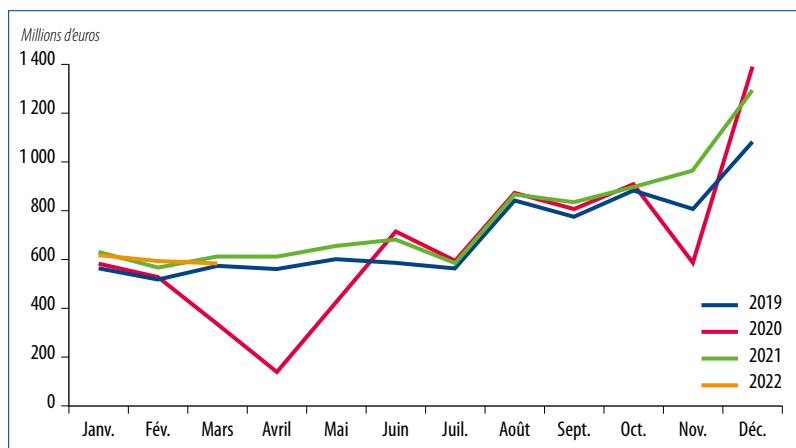
(+ 32 millions d'euros) et de 4 % par rapport au même trimestre 2020 (+ 12 millions d'euros) ; il est stable par rapport à sa valeur du premier trimestre 2019 (- 1 million d'euros) (tableaux 1 et 2, graphique 6). Les recettes publicitaires représentant la quasi-totalité des ressources des radios privées non associatives, cette stabilité du chiffre d'affaires du secteur de la radio est associée à un volume de recettes publicitaires pour ce média qui a précisément été qualifié par les professionnels de « proche du niveau » du premier trimestre 2019<sup>6</sup>.

## Livre

Le secteur du livre comprend l'édition de livres de toute nature (imprimés, électroniques, audio, etc.) et le commerce de détail de livres en magasin spécialisé<sup>7</sup>.

Au premier trimestre 2022, le chiffre d'affaires du livre baisse de 1 % par rapport à sa valeur du premier trimestre 2021 (- 15 millions d'euros), mais progresse de 24 % par rapport au même trimestre 2020 (+ 349 millions d'euros) et de 8 % par rapport au même trimestre 2019 (+ 140 millions d'euros) (tableaux 1 et 2, graphique 7). Au premier trimestre 2022, le livre est le seul secteur culturel à connaître une légère baisse de son chiffre d'affaires sur un an, celle-ci succédant au fort dynamisme du secteur constaté dès le troisième trimestre

Graphique 7 – Chiffre d'affaires du secteur livre, 2019-2022



Source : chiffres d'affaires (CA) Esane, indice de CA, Insee ; Deps-doc, ministère de la Culture, 2022

6. Communiqué de presse BUMP, « Le marché publicitaire au 1<sup>er</sup> trimestre 2022 et prévisions », France Pub/Irep/Kantar, mai 2022.

7. Ce segment ne comprend pas le commerce de détail de livres d'occasion, qui relève d'un autre code NAF.

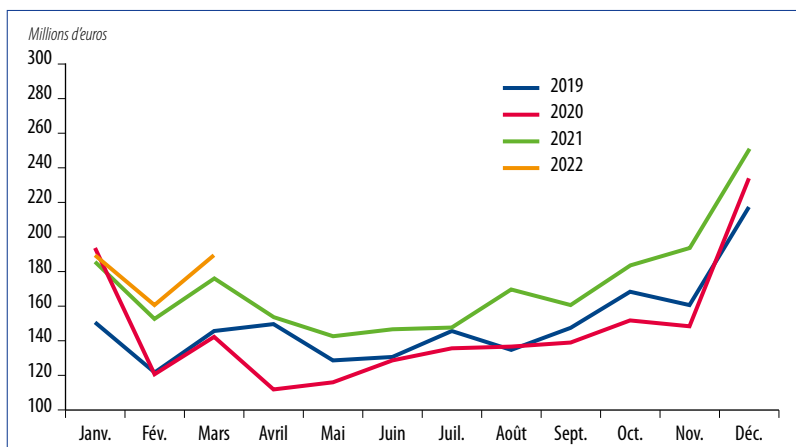
2020 et jusqu'au quatrième trimestre 2021. Les ventes globales de livres estimées chaque trimestre pour les professionnels<sup>8</sup> suivent une évolution analogue à celle du chiffre d'affaires du secteur du livre : au premier trimestre 2022, elles sont stables par rapport au premier trimestre 2021, mais progressent de 23 % par rapport au premier trimestre 2020 et de 10 % par rapport au premier trimestre 2019.

### Musique enregistrée

Le secteur de la musique enregistrée comprend la production, la distribution et l'édition d'enregistrements sonores, le commerce de détail de disques en magasin spécialisé et l'activité des plateformes de téléchargement et d'écoute en flux (*streaming*). Ce secteur est constitué de sous-classes de la nomenclature d'activités, dont certaines regroupent d'autres activités que les activités musicales. Il convient donc d'être prudent quant à l'interprétation de la variation de chiffres d'affaires qui peuvent concerner d'autres activités que celles directement liées à la musique enregistrée, comme la commercialisation d'enregistrements musicaux qui sont regroupés avec la vidéo.

Le chiffre d'affaires de la musique enregistrée poursuit sa trajectoire de croissance. Au premier trimestre 2022, la croissance est de 5 % par rapport au premier trimestre 2021, de 1 % par rapport au premier trimestre 2020 et s'établit à 29 % en comparaison avec le niveau

Graphique 8 – Chiffre d'affaires du secteur de la musique enregistrée, 2019-2022



Source : chiffres d'affaires (CA) Esane, indice de CA, Insee ; Deps-doc, ministère de la Culture, 2022

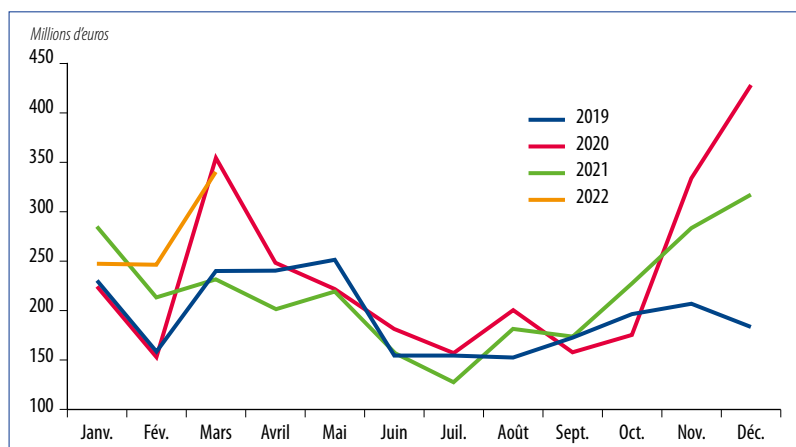
8. *Livres Hebdo*, « Les ventes par secteurs au 1<sup>er</sup> trimestre 2022 », « Les ventes par secteurs au 1<sup>er</sup> trimestre 2021 » et « Les ventes par secteurs au 1<sup>er</sup> trimestre 2020 », baromètre *Livres Hebdo/Xerfi I+C* et *Livres Hebdo/Xerfi Spécific*, juin 2020, juin 2021 et juin 2022.

d'avant-crise, c'est-à-dire le premier trimestre 2019 (tableaux 1 et 2, graphique 8). En particulier, les activités de production, de promotion, de distribution d'enregistrements sonores et d'édition musicale progressent de 24 % ce trimestre par rapport à son niveau du premier trimestre 2019, après une croissance de 13 % au quatrième trimestre 2021 par rapport au quatrième trimestre 2019. La dernière période est marquée par un essor du marché de la musique enregistrée, aussi bien physique que numérique. La hausse du physique concerne surtout le vinyle, la hausse du numérique, en premier lieu la diffusion en flux, et plus particulièrement les abonnements<sup>9</sup>.

## Jeu vidéo

Le chiffre d'affaires du secteur du jeu vidéo progresse très nettement au premier trimestre 2022 : la hausse est de 14 % par rapport au premier trimestre 2021, de 14 % par rapport au premier trimestre 2020 et de 33 % par rapport au premier trimestre 2019 (tableaux 1 et 2, graphique 9). Ce très bon premier trimestre 2022 fait suite à l'excellente performance du quatrième trimestre 2021, à + 41 % par rapport à son niveau d'avant-crise mesuré par le quatrième trimestre 2019. Des jeux attendus sont sortis au cours de ce trimestre : *Sifu* (8 février 2022, initialement prévu en 2021), *Tom Clancy's Rainbow Six: Extraction* (20 janvier 2022, dont la date de sortie avait été repoussée),

Graphique 9 – Chiffre d'affaires du secteur du jeu vidéo, 2019-2022



Source : chiffres d'affaires (CA) Esane, indice de CA, Insee ; Deps-doc, ministère de la Culture, 2022

9. <https://snepmusique.com/wp-content/uploads/2022/03/SNEP-DOSSIER-DE-PRESSE-V7-Version-finale.pdf>

*Assassin's Creed Valhalla* (10 mars 2022) ou encore *Far Cry 6* (11 janvier 2022). Cette concomitance de sorties joue favorablement sur l'activité du secteur.

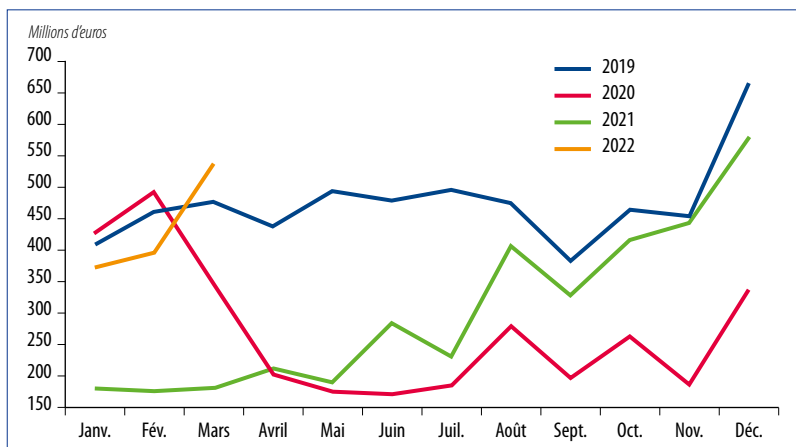
## Création et diffusion

### Spectacle vivant

Le secteur du spectacle vivant – dont une part importante de la production correspond à l'activité d'établissements publics ou d'associations non marchandes<sup>10</sup>, qui n'entre pas dans le champ d'analyse de cette note (voir « Données et méthode », p. 18) – regroupe principalement la production, l'organisation de tournées, la diffusion de spectacles, les activités de prestations techniques, de promotion et d'organisation de spectacles ainsi que l'exploitation ou la gestion de lieux de spectacle. Ainsi, l'activité des théâtres privés est prise en compte, mais pas celle des théâtres publics.

Au premier trimestre 2022, le chiffre d'affaires du spectacle vivant est multiplié par 2,4 par rapport à sa valeur du premier trimestre 2021 (+ 770 millions d'euros) (tableaux 1 et 2, graphique 10). Cette très forte croissance sur un an découle essentiellement de la fermeture

Graphique 10 – Chiffre d'affaires du secteur du spectacle vivant, 2019-2022



Source : chiffres d'affaires (CA) Esane, indice de CA, Insee ; Deps-doc, ministère de la Culture, 2022

10. En 2020, la production de la branche « Spectacle vivant » est non marchande à hauteur de 64 % (Deps-doc, *Culture chiffres*, 2022-1).

obligatoire de tout lieu de spectacle pendant la totalité du premier trimestre 2021, dans la continuité du deuxième confinement imposé à partir du 30 octobre 2020. Au premier trimestre 2021, le chiffre d'affaires du spectacle vivant est en effet au plus bas depuis début 2019. Le chiffre d'affaires du spectacle vivant au premier trimestre 2022 dépasse par ailleurs de 3 % sa valeur du premier trimestre 2020 de début de crise (+ 42 millions d'euros) et est inférieur de 3 % à sa valeur du même trimestre 2019 d'avant-crise (- 42 millions d'euros).

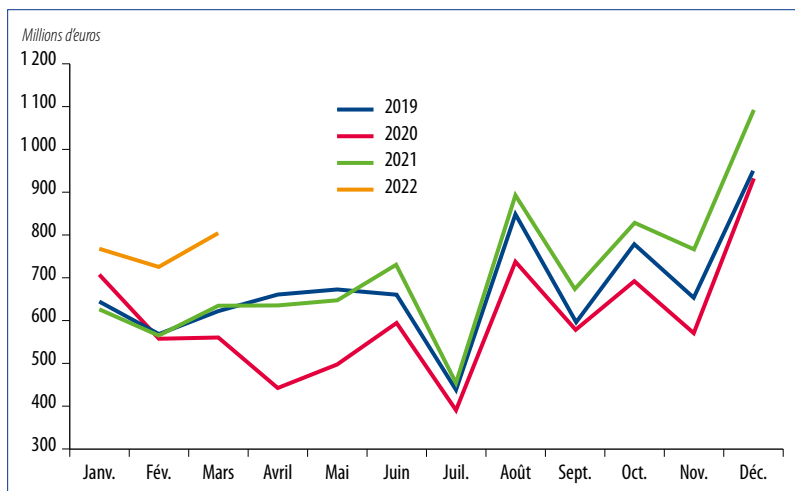
Au premier trimestre 2022, toutes les activités de spectacle vivant progressent très fortement sur un an, en particulier l'exploitation de lieux publics de spectacle et les activités de production, après un point bas un an plus tôt. Malgré cela, ces deux mêmes ensembles d'activités enregistrent au premier trimestre 2022 des chiffres d'affaires inférieurs à leur niveau correspondant de 2019, à l'inverse des activités de soutien au spectacle vivant.

### Arts visuels

Le secteur des arts visuels comprend les activités photographiques, celles des artistes indépendants, la restauration d'œuvres, les activités des galeries d'art commerciales, la vente aux enchères, le design et la mode. Comme pour la musique enregistrée, le secteur est assez mal couvert par les codes de la nomenclature d'activités.

Au premier trimestre 2022, le chiffre d'affaires des arts visuels progresse de 26 % sur un an (+ 470 millions d'euros), alors que son

Graphique 11 – Chiffre d'affaires du secteur des arts visuels, 2019-2022



Source : chiffres d'affaires (CA) Esane, indice de CA, Insee ; Deps-doc, ministère de la Culture, 2022

niveau au premier trimestre 2021 était proche de ceux des premiers trimestres 2019 et 2020 (tableaux 1 et 2, graphique 11). Cette forte progression du secteur est tirée par le bond du chiffre d'affaires des activités spécialisées de design (+ 41 %), segment qui pèse au premier trimestre 2022 pour près de la moitié du secteur. Le chiffre d'affaires trimestriel de ce segment avait précédemment connu une légère baisse de 1 % entre les premiers trimestres 2019 et 2020, puis entre les premiers trimestres 2020 et 2021.

Les activités photographiques (production diverse, traitement des films et activités des photojournalistes indépendants), qui pèsent pour 16 % du secteur des arts visuels, connaissent une évolution assez proche de celle du segment design et mode. Leur chiffre d'affaires baisse de 6 % entre les premiers trimestres 2019 et 2020, de 1 % entre les premiers trimestres 2020 et 2021, avant de croître de 23 % entre les premiers trimestres 2021 et 2022.

### Enseignement artistique et culturel

Le secteur de l'enseignement artistique et culturel regroupe les activités d'enseignement artistique et culturel, dont celles des établissements d'enseignement supérieur. La production de ce secteur est essentiellement non marchande<sup>11</sup> et n'est donc pas évaluée dans cette note. De plus, aucun indice de chiffre d'affaires n'est calculé pour la part marchande de l'enseignement artistique et culturel.

## Architecture et gestion patrimoniale

### Architecture

Au premier trimestre 2022, le volume d'affaires généré par les activités d'architecture (conception de bâtiments et de plans, architecture paysagère, activité de conseil et agences d'urbanisme) progresse de 12 % sur un an (+ 180 millions d'euros), de 11 % par rapport au premier trimestre 2020 (+ 173 millions d'euros) et de 10 % par rapport au même trimestre 2019 (+ 159 millions d'euros) (tableaux 1 et 2, graphique 12). Cette évolution sur trois ans est corroborée par celle – analogue – de l'indice synthétique du climat des affaires dans l'industrie du bâtiment<sup>12</sup>.

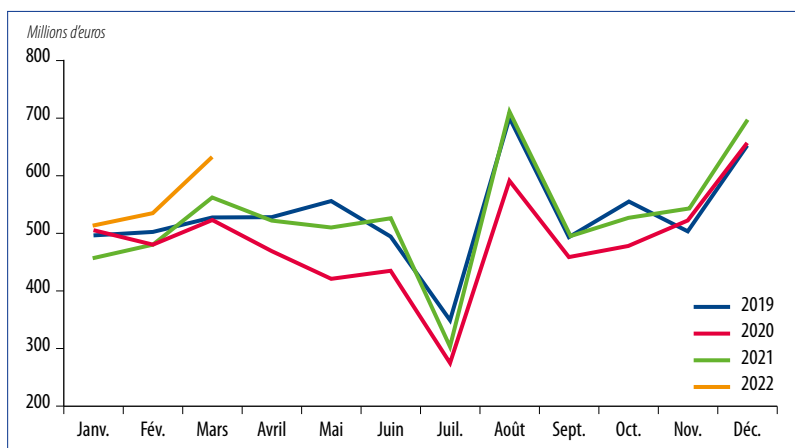
---

11. En 2020, la production de la branche « Enseignement artistique et culturel » est non marchande à hauteur de 87 % (Deps-doc, *Culture chiffres*, 2022-1).

12. Fichier de données de l'Insee, « En mai 2022, le climat des affaires dans l'industrie du bâtiment se détériore légèrement », *Informations rapides*, 24 mai 2022.



Graphique 12 – Chiffre d'affaires du secteur de l'architecture, 2019-2022



Source: chiffres d'affaires (CA) Esane, indice de CA, Insee; Deps-doc, ministère de la Culture, 2022

### Gestion patrimoniale

Le secteur de la gestion patrimoniale comprend la gestion des bibliothèques, des archives<sup>13</sup> et des musées<sup>14</sup> ainsi que la gestion et la préservation des sites et bâtiments historiques<sup>15</sup>, selon les termes de la nomenclature des activités françaises et pour la partie marchande de ces activités. À partir de la présente note, les activités des guides-conférenciers, de restauration du patrimoine ainsi que les opérations archéologiques ne sont plus suivies du fait des difficultés à les circonscrire au sein des indices de chiffre d'affaires publiés. Il convient de rappeler que seule une part très réduite des activités patrimoniales est marchande et prise en compte dans l'analyse<sup>16</sup>. Ainsi, l'activité du musée Grévin et des autres structures privées est retracée ici, mais pas celle des musées dont l'essentiel des ressources sont publiques. En outre, l'activité de certaines entreprises marchandes qui œuvrent sur les monuments n'entre pas dans la nomenclature du champ de la culture. Les restaurateurs du patrimoine, dispersés sous plusieurs codes de la nomenclature d'activités, ne sont pas retenus non plus.

Au premier trimestre 2022, l'activité de gestion patrimoniale est très nettement au-dessus de son niveau du premier trimestre 2021, marqué par les mesures de fermeture; l'augmentation est de 9 % par

13. Code APE 91.01Z: Gestion des bibliothèques et des archives.

14. Code APE 91.02Z: Gestion des musées.

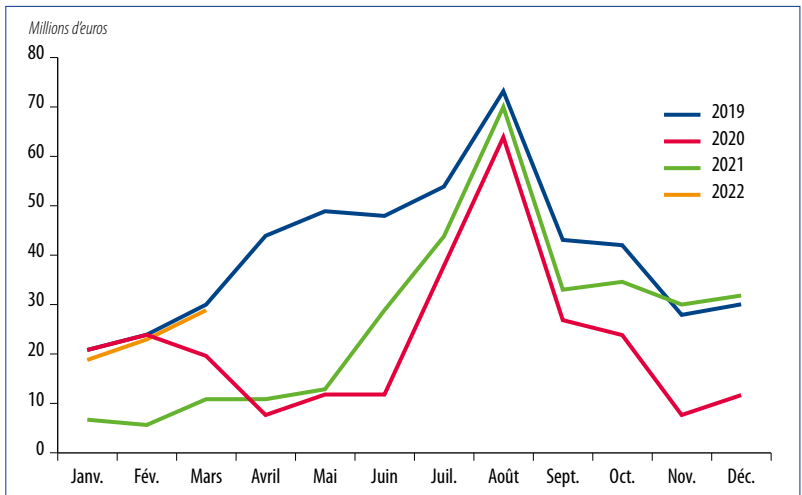
15. Code APE 91.03Z: Gestion des sites et monuments historiques et des attractions touristiques similaires.

16. En 2020, la production de la branche « Patrimoine » est non marchande à hauteur de 95 % (Deps-doc, *Culture chiffres*, 2022-1).

rapport au premier trimestre 2021 et elle recule de 6 % par rapport au premier trimestre 2019, référence d'avant-crise (tableaux 1 et 2, graphique 13). Les trimestres plus anciens étaient très nettement marqués par la crise sanitaire et les mesures de fermeture ou de restriction d'accès: au plus fort de la baisse, celle-ci était de - 77 % (deuxième trimestre 2020 comparé au deuxième trimestre 2019). La levée des mesures sanitaires a eu un effet rapide qui a permis à l'activité de gestion patrimoniale de retrouver un niveau comparable au niveau d'avant-crise, bien que légèrement inférieur.

Nous observons un contraste entre l'activité de gestion des bibliothèques et des archives ainsi que celle des musées, qui sont en hausse, et l'activité des sites et monuments artistiques, et celle des attractions touristiques similaires, qui sont en recul. Les mêmes tendances prévalaient au trimestre précédent.

**Graphique 13 – Chiffre d'affaires du secteur de la gestion patrimoniale, 2019-2022**



Source : chiffres d'affaires (CA) Esane, indice de CA, Insee ; Deps-doc, ministère de la Culture, 2022

---

## Données et méthode

La présente note repose sur les indices de chiffres d'affaires rendus disponibles chaque mois par l'Insee. Issus des déclarations mensuelles et trimestrielles de TVA par les entreprises auprès de la direction générale des Finances publiques (formulaire « CA3 »)<sup>1</sup>, ce sont les premières statistiques disponibles pour les secteurs marchands. Le champ des activités économiques retenu correspond à celui défini et utilisé en juin 2020 par le Deps-doc lorsqu'il a publié une estimation de l'impact économique de la crise sanitaire pour onze secteurs culturels (voir « Nomenclature d'activités culturelles », p. 19). Pour rappel :

- les chiffres portent sur le chiffre d'affaires, et non sur la valeur ajoutée (qui permet, contrairement aux données de chiffre d'affaires, d'éviter les doubles comptes, mais qui est disponible plus tardivement<sup>2</sup>);
- ils se limitent à la production culturelle marchande, qui constitue plus de 80 % de la production totale des branches culturelles<sup>3</sup>;
- ils sont répartis selon les codes NAF<sup>4</sup> d'activité économique principale des entreprises (l'activité d'un secteur donné reprend un ou plusieurs codes NAF, chaque code NAF pouvant être lui-même repris dans sa totalité ou seulement en partie<sup>5</sup>);
- ils proviennent des déclarations de TVA, or celles-ci « utilisées de façon privilégiée comme indicateur de l'activité dans les services sont sans doute, dans certains secteurs, un peu plus lissées que l'activité contemporaine effective<sup>6</sup> ».

À la différence des statistiques de valeur ajoutée ou de revenus, les chiffres d'affaires ne renseignent pas directement sur les revenus du capital et du travail, et sur les prélèvements obligatoires effectivement versés. Ils apportent toutefois un premier élément d'information sur la capacité des organisations productives marchandes à verser ces revenus et à payer ces charges.

Pour chaque secteur, le chiffre d'affaires brut (non corrigé des variations saisonnières et des jours ouvrables) hors taxes du dernier trimestre disponible est comparé à celui du trimestre correspondant

---

1. Les entreprises ne doivent inclure aucune aide financière publique Covid-19 dans leurs déclarations de TVA.

2. Les chiffres de valeur ajoutée pour l'année 2021 devraient être disponibles au printemps 2023.

3. En 2020, la production des branches culturelles était non marchande à hauteur de 19 %, contre 13 % pour l'ensemble de l'économie française (Deps-doc, *Culture chiffres*, 2022-1).

4. Nomenclature d'activités françaises, rév. 2.

5. Les secteurs de la musique enregistrée et des arts visuels comprennent ainsi plusieurs codes NAF repris partiellement. Pour cette raison, il convient d'être prudent quant à l'interprétation de l'évolution de leurs chiffres d'affaires, qui peuvent varier du fait des autres activités incluses dans ces codes NAF.

6. Insee, *Point de conjoncture*, 8 juillet 2020.

des trois années précédentes. Cette analyse « en glissement » opère une comparaison « date à date » de périodes similaires pour ce qui est des variations saisonnières connues susceptibles de les toucher avec régularité chaque année (fêtes de Noël, activité du mois d'août, etc.). L'évolution graphique du chiffre d'affaires du premier trimestre 2022 (**en orange**) peut être comparée à celles du trimestre correspondant de l'année 2021 (**en vert**), de l'année 2020 de début de crise (**en rouge**) et de l'année 2019 d'avant-crise (**en bleu**). Les autres trimestres sont disponibles pour ces trois dernières années. Ces comparaisons ne permettent pas de mettre en regard les évolutions observées avec les évolutions contrefactuelles qui auraient été observées sans la pandémie de Covid-19. Le mode de comparaison retenu a toutefois l'avantage de correspondre vraisemblablement à celui adopté par la plupart des acteurs culturels. Les commentaires explicatifs proposés reposent sur les informations disponibles secteur par secteur ainsi que sur l'expertise de spécialistes sectoriels.

Enfin, les chiffres présentés dans cette note reposent sur un rebasage des chiffres d'affaires sectoriels pour l'année 2019 et sur une légère révision des indices mensuels de chiffres d'affaires pour les années 2020, 2021 et 2022. Cette double mise à jour entraîne une révision relativement limitée de l'ensemble des évolutions sectorielles.

---

---

### Nomenclature d'activités culturelles

Les notes trimestrielles de conjoncture du Deps-doc qui portent sur le champ marchand de la culture reprennent la nomenclature d'activités des entreprises spécialement élaborée au printemps 2020 pour estimer l'impact économique de la crise sanitaire liée à la Covid-19<sup>1</sup>. Cette nomenclature *ad hoc* reprenait la nomenclature d'activités culturelles retenue chaque année pour évaluer le poids économique direct de la culture<sup>2</sup> et y ajoutait une part de plusieurs autres activités économiques, de manière à mieux couvrir les principaux secteurs d'intervention du ministère de la Culture. Les codes de la nomenclature d'activités française (NAF) utilisés et leur pondération sont précisés ci-dessous.

---

1. Voir *Analyse de l'impact de la crise du Covid-19 sur les secteurs culturels*, synthèse et résultats sectoriels, juillet 2020, <https://www.culture.gouv.fr/Thematiques/Etudes-et-statistiques/Publications/Collections-de-synthese/Culture-chiffres-2007-2021/L-impact-de-la-crise-du-Covid-19-sur-les-secteurs-culturels> (consulté le 3 février 2022).

2. Deps-doc, *Culture chiffres*, 2021-1.

## Médias et industries culturelles

*Projection cinématographique*: 59.14Z Projection de films cinématographiques (100 %).

*Publicité*: 73.11Z Activités des agences de publicité (100 %).

*Presse*:

- Agences de presse: 63.91Z Activités des agences de presse (85 %),
- Édition: 58.13Z Édition de journaux (100 %) + 58.14Z Édition de revues et périodiques (100 %),
- Impression: 18.11Z Imprimerie de journaux (100 %) + 18.12Z Autre imprimerie (labeur) (8,3 %),
- Commerce de détail: 47.62Z Commerce de détail de journaux et papeterie en magasin spécialisé (100 %).

*Audiovisuel et cinéma (hors jeu vidéo, projection cinématographique et radio)*:

- Production: 59.11A Production de films et de programmes pour la télévision (100 %) + 59.11B Production de films institutionnels et publicitaires (100 %) + 59.11C Production de films pour le cinéma (100 %),
- Postproduction: 59.12Z Postproduction de films cinématographiques, de vidéo et de programmes audiovisuels (100 %),
- Distribution: 59.13A Distribution de films cinématographiques (100 %),
- Agence de presse: 63.91Z Activités des agences de presse (15 %),
- Édition de chaînes: 60.20A Édition de chaînes généralistes (100 %) + 60.20B Édition de chaînes thématiques (100 %),
- Édition et distribution de vidéos: 59.13B Édition et distribution vidéo (100 %) + 77.22Z Location de vidéocassettes et disques vidéo (100 %) + 47.63Z Commerce de détail d'enregistrements musicaux et vidéo en magasin spécialisé (47,9 %).

*Radio*: 60.10Z Édition et diffusion de programmes radio (100 %).

*Livre*:

- Édition: 58.11Z Édition de livres (100 %),
- Commerce de détail: 47.61Z Commerce de détail de livres en magasin spécialisé (100 %).

*Musique enregistrée*:

- Production, édition et distribution: 59.20Z Enregistrement sonore et édition musicale (100 %),
- Téléchargement et *streaming*: 62.01Z Programmation informatique (2,2 %),
- Commerce de détail: 47.63Z Commerce de détail d'enregistrements musicaux et vidéo en magasin spécialisé (52,1 %) + 46.19A Centrales d'achat non alimentaires (0,8 %).

*Jeu vidéo*: 58.21Z Édition de jeux électroniques (100 %).

## **Création et diffusion**

### *Spectacle vivant :*

- Musique : 66 % de (90.01Z Arts du spectacle vivant + 90.02Z Activités de soutien au spectacle vivant + 90.04Z Gestion de salles de spectacles + 3,2 % de 90.03B Autre création artistique),
- Théâtre : 24 % de (90.01Z Arts du spectacle vivant + 90.02Z Activités de soutien au spectacle vivant + 90.04Z Gestion de salles de spectacles + 3,2 % de 90.03B Autre création artistique),
- Autre (arts de la rue, cirque, danse...) : 10 % de (90.01Z Arts du spectacle vivant + 90.02Z Activités de soutien au spectacle vivant + 90.04Z Gestion de salles de spectacles + 3,2 % de 90.03B Autre création artistique).

### *Arts visuels :*

- Création en arts visuels : 90.03A Création artistique relevant des arts plastiques (100 %) + 90.03B Autre création artistique (7,1 %),
- Photographie : 74.20Z Activités photographiques (100 %),
- Design et mode : 74.10Z Activités spécialisées de design (100 %),
- Galeries d'art : 47.78C Autres commerces de détail spécialisés divers (9,8 %),
- Enchères d'objets d'art : 46.18Z Intermédiaires spécialisés dans le commerce d'autres produits spécifiques (13,9 %).

*Enseignement artistique et culturel :* 85.52Z Enseignement culturel (100 %) + 85.42Z Enseignement supérieur (31 %).

## **Architecture et gestion patrimoniale**

*Architecture :* 71.11Z Activités d'architecture (100 %).

### *Gestion patrimoniale :*

- Gestion des bibliothèques et archives : 91.01Z Gestion des bibliothèques et des archives (104,1 %),
  - Gestion des musées : 91.02Z Gestion des musées (100 %),
  - Gestion des sites et monuments historiques : 91.03Z Gestion des sites et monuments historiques et des attractions touristiques similaires (100 %).
-

## À lire aussi



36 pages.

Téléchargeable sur le site :

[www.culture.gouv.fr/](http://www.culture.gouv.fr/)

[Sites-thematiques/Etudes-et-statistiques/Publications](http://Sites-thematiques/Etudes-et-statistiques/Publications)

et sur [www.cairn.info](http://www.cairn.info)

CULTURE ÉTUDES 2022-1

### ***Crise sanitaire dans le secteur culturel*** ***Impact de la pandémie de Covid-19*** ***et des mesures de soutien sur l'activité et la situation*** ***financière des entreprises culturelles en 2020***

Julien Giorgi et Suzanne Scott

En 2020, la pandémie de Covid-19 et les mesures de restrictions sanitaires mises en place pour l'endiguer ont considérablement ralenti l'activité économique et affecté la trésorerie des entreprises. Le secteur culturel, comptant un grand nombre d'établissements accueillant du public s'est ainsi retrouvé particulièrement affecté par cette nouvelle conjoncture.

Cette étude s'appuie sur des données individuelles et présente les résultats de modèles de microsimulation permettant d'une part d'estimer les pertes d'activité subies par les entreprises culturelles par rapport à un scénario où la crise n'aurait pas eu lieu, d'autre part d'évaluer les conséquences d'un an de crise sur la situation financière de ces entreprises. L'impact des mesures publiques de soutien sur l'évolution de leur besoin d'endettement est examiné.

Les pertes d'activité attribuables à la crise ont été importantes et plus prononcées dans le secteur culturel que dans le reste de l'économie. L'hétérogénéité des situations est toutefois prononcée entre les domaines culturels, mais également entre les entreprises d'un même domaine. Cette diversité des situations illustre l'inégale capacité qu'ont eue les entreprises à réorganiser leur activité et diversifier leur offre de biens et services, en s'appropriant notamment les outils numériques. Malgré les mesures publiques de soutien et l'adaptation du comportement des entreprises, les pertes d'activité se sont traduites par une tension financière prononcée sur le secteur. À la fin de l'année 2020, une entreprise culturelle sur quatre rencontre un besoin de financement d'un montant supérieur au chiffre d'affaires qu'elle réalise sur un mois d'activité.



24 pages.

Téléchargeable sur le site :

[www.culture.gouv.fr/](http://www.culture.gouv.fr/)

[Sites-thematiques/Etudes-et-statistiques/Publications](http://Sites-thematiques/Etudes-et-statistiques/Publications)

et sur [www.cairn.info](http://www.cairn.info)

CULTURE CHIFFRES 2022-1

## ***Le poids économique direct de la culture en 2020***

Nicolas Pietrzyk

En 2020, le poids économique direct de la culture, c'est-à-dire la valeur ajoutée de l'ensemble des branches culturelles, s'établit à 46,1 milliards d'euros, soit 2,2 % du produit intérieur brut (PIB) de l'ensemble de l'économie.

Durant l'année 2020, la culture est particulièrement touchée par la crise sanitaire. Le PIB culturel recule de 7,1 % en valeur, soit une baisse plus marquée que celle de l'économie française dans son ensemble (-5,3 %). Mais ce recul en valeur est amorti par l'importance du secteur non marchand et des conventions d'estimation de la valeur ajoutée produite par ce secteur. Mesurée en volume, l'activité des branches culturelles s'est fortement contractée, la valeur ajoutée culturelle diminuant de 15 % en volume, soit une baisse supérieure de 7 points à celle de l'ensemble de l'économie française (-8 %).

En 2020, l'audiovisuel reste en tête en termes de poids économique, suivi par le spectacle vivant et par le livre et la presse.

En 2019, 720 700 personnes travaillent dans les secteurs culturels (2,7 % de la population active). Le secteur audiovisuel est le principal employeur (16 %), suivi de près par le spectacle vivant (15 %) et les arts visuels (15 %). Parmi les professionnels de la culture, 31 % sont des non-salariés, contre 12 % des actifs en emploi dans l'ensemble de l'économie.



---

## Abstract

### **Economic analysis of culture turnover for 1st Quarter 2022**

*The pandemic has had a serious impact on the cultural sectors. Between March 2020 and March 2022, three consecutive lockdowns were imposed on the public, and businesses and public spaces were subject to several periods of closure. Health protocols for activities were put in place and venue capacities were limited, having a direct impact on attendance of cultural spaces. This economic report measures the commercial cultural sector's financial situation for the first quarter of 2022, based on business turnover figures as reported to the Directorate General of Public Finance.*

*In the first quarter 2022, turnover for the commercial cultural sector was up 3.6bn euros on the previous year. For the fourth quarter in a row, sales for the period exceeded their previous year's value (up 3.3 billion euros in the second quarter of 2021, 2.5 billion euros in the third and 2.6 billion euros in the fourth quarter of 2021). Up 20% on the first quarter of 2021, the first quarter 2022 outstripped pre-crisis figures for the first (pre-crisis) quarter of 2019, showing an increase of 1.2 billion euros (+6%) compared to the same quarter in any 'normal' year. Just as for the final quarter 2021, and for the second consecutive time in two years, quarterly activity for the commercial cultural sector has exceeded its 2019 pre-pandemic levels.*

*Activity levels in cinema and, to a lesser extent, the live performance and heritage management sectors saw a steep rise in the first quarter 2022 compared to the same quarter 2021, which hit a low point with the mandatory closure of all cultural spaces and venues for the entirety of the first quarter 2021. Activity in these three sectors is still however below that for the first quarter 2019 (down 37%, 6% and 3%, respectively). Conversely the book publishing sector is the only one to show a (slight) fall in turnover for the first quarter of 2022 compared with the same quarter one year previously, after six consecutive quarters of growth compared with the previous year. Compared to the pre-crisis first quarter of 2019, book sales were up 8% this quarter. Similar patterns were observed in other sectors such as video games (+33%), recorded music (+29%) and the visual arts (+25%).*

---

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

**Retrouvez l'ensemble des publications du Deps-doc :**

**<https://www.culture.gouv.fr/Sites-thematiques/Etudes-et-statistiques/Publications>**

**[https://www.cairn.info/editeur.php?ID\\_EDITEUR=DEPS](https://www.cairn.info/editeur.php?ID_EDITEUR=DEPS)**

Le Deps-doc 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](mailto:contact.deps@culture.gouv.fr)

Cette note de conjoncture mesure l'activité économique des secteurs culturels marchands au premier trimestre 2022, à partir des chiffres d'affaires déclarés par les entreprises auprès de la Direction générale des Finances publiques.

Au premier trimestre 2022, le chiffre d'affaires du champ marchand de la culture progresse de 3,6 milliards d'euros au regard du premier trimestre 2021, soit une hausse de 20 %. Il dépasse par ailleurs son niveau d'avant-crise pour la seconde fois consécutive, enregistrant un gain de 1,2 milliard d'euros (+ 6 %) par rapport au premier trimestre 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.

Téléchargeable sur le site :  
[www.culture.gouv.fr/Etudes-et-statistiques](http://www.culture.gouv.fr/Etudes-et-statistiques)  
ISBN : 978-2-11-141017-6

