



**MINISTÈRE
DE LA CULTURE**

*Liberté
Égalité
Fraternité*

Culture Chiffres

Le poids économique direct de la culture en 2023

Nicolas Pietrzyk

2025-2

Le poids économique direct de la culture en 2023

Nicolas Pietrzyk*

En 2023, le poids économique direct de la culture, c'est-à-dire la valeur ajoutée de l'ensemble des branches culturelles, s'établit à 49,5 milliards d'euros, soit 2,0 % de l'ensemble de l'économie, un taux identique à celui de 2022. La production totale est évaluée à 108,8 milliards d'euros.

Après les périodes de crise sanitaire (2020-2021) puis de rattrapage de l'activité (2021-2022), l'année 2023 marque le retour d'une croissance d'activité modérée. En volume, la valeur ajoutée culturelle augmente de 1,6 %, soit une hausse très légèrement supérieure à celle de l'économie (1,4 %). En valeur, elle progresse de 4,1 %, un rythme inférieur à celui de l'ensemble des branches de l'économie (7,0 %).

La croissance des branches culturelles est portée par la progression de l'audiovisuel (+ 8 % en volume en 2023) et du spectacle vivant (+ 6 %), mais ralentie par le recul de la publicité (- 8 %), de l'architecture (- 4 %) et de la presse (- 3 %).

En 2023, l'audiovisuel reste la première branche culturelle en matière de poids économique, suivi par le spectacle vivant, la publicité et le patrimoine. Au cours des vingt dernières années, le recul structurel de la branche de la presse est l'évolution la plus notable.

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

Un poids économique direct de la culture de 49,5 milliards d'euros en 2023

En 2023, l'ensemble des branches du champ statistique de la culture¹ – l'audiovisuel, le spectacle vivant, le livre, la presse, les agences de publicité, l'architecture, les arts visuels, le patrimoine et l'enseignement artistique et culturel – réalisent une production totale² de 108,8 milliards d'euros et génèrent une valeur ajoutée³ de 49,5 milliards d'euros (voir tableau 1).

Mesuré comme la part de la valeur ajoutée des branches culturelles dans l'ensemble de l'économie, le poids économique direct de la culture s'établit à 2,0 % en 2023, soit le même taux qu'en 2022. Après avoir atteint un plafond entre 2001 et 2006 (2,4 %), il est resté stable à 2,3 % de 2007 à 2012, puis à 2,2 % de 2013 à 2019, avant d'osciller autour des 2,0 % depuis 2020⁴.

Cette estimation du poids économique direct de la culture correspond à la richesse créée par les activités directement culturelles, telles que définies dans le champ harmonisé au niveau européen. Ce champ exclut les activités industrielles qui se limitent à reproduire des produits culturels sans leur apporter de valeur proprement culturelle (comme l'imprimerie), les activités non culturelles mais conditionnées par l'existence d'activités culturelles (telles que les travaux de rénovation de monuments historiques), ainsi que les effets induits par le secteur culturel (comme le tourisme). Enfin, l'activité des acteurs du numérique échappe en partie à la comptabilité nationale (voir encadré 3 « Enjeux statistiques de la mesure des activités culturelles à l'ère numérique », p. 15). Le champ de la culture est en cours de réforme, en concordance avec celle des nomenclatures d'activités européenne (NACE) et française (NAF)⁵.

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

2. Les données présentées dans cette étude sont issues d'une méthode d'estimation mise au point en 2013 par le DEPS (Yves JAUNEAU, « La culture : quel poids dans le PIB ? », *Cahiers français*, n° 382, septembre-octobre 2014). Chaque année, au mois de mai, les comptes nationaux annuels sont révisés sur les trois dernières années pour tenir compte des informations nouvelles parvenues depuis l'année précédente. Les comptes nationaux passent de plus de la base 2014 à la base 2020 (voir encadré 2 « Révision des données 2022 », p. 13-14 et annexe).

3. La 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).

4. Les données sont révisées par rapport aux publications précédentes (voir encadré 2, p. 13-14).

5. Voir : <https://www.insee.fr/fr/information/8181066>

Tableau 1 – Poids des branches culturelles et évolution de la valeur ajoutée en 2023

En milliards d'euros courants et constants (aux prix de l'année précédente chaînés, base 100 en 2019) et en %

Répartition par domaine culturel	Production totale (marchande et non marchande)		Valeur ajoutée (VA)		Évolution de la VA en volume (en %)			
	Valeur (en milliards d'euros courants)	Poids (en %)	Valeur (en milliards d'euros courants)	Poids (en %)	En 2023*	En 2022*	En 2021	Entre 2019 et 2023*
Audiovisuel	38,6	35,5	13,2	26,6	8	2	13	25
<i>dont projection cinématographique</i>	2,3	2,1	0,5	1,1	24	121	120	-7
<i>dont jeux vidéo</i>	2,7	2,5	1,0	2,0	2	-13	-20	66
<i>dont radio</i>	1,5	1,3	0,9	1,8	10	20	48	76
Spectacle vivant	15,3	14,0	8,6	17,4	6	39	32	-1
Publicité	11,7	10,7	5,2	10,4	-8	16	13	9
Patrimoine	8,5	7,8	4,8	9,7	2	6	22	-13
Architecture	7,5	6,9	4,5	9,2	-4	-7	10	-11
Presse	8,5	7,8	3,8	7,7	-3	-14	16	-25
Arts visuels	9,0	8,3	3,8	7,7	-1	14	18	-11
<i>dont design</i>	4,8	4,4	1,7	3,5	-1	21	23	27
Livre	6,4	5,8	2,9	5,9	0	14	26	19
Enseignement artistique et culturel	3,3	3,0	2,7	5,4	0	10	6	8
Total culture	108,8	100,0	49,5	100,0	2	7	16	3

Note : données provisoires pour 2023 et 2022.
* Données révisées par rapport aux publications précédentes. Voir encadré 2 « Révision des données 2022 », p. 13-14.

Source : Insee, comptes nationaux – base 2020/DEPS, ministère de la Culture, 2024

En 2023, la valeur ajoutée culturelle augmente de 4,1 % en valeur et de 1,6 % en volume

L'année 2023 marque le retour d'une croissance normale de l'activité, après les périodes de crise sanitaire (2020-2021) puis de rattrapage de l'activité (2021-2022). La valeur ajoutée culturelle progresse de 4,1 % en valeur à 49,5 milliards d'euros. Il s'agit d'une croissance moins importante que celle de l'ensemble des branches de l'économie⁶ (7,0 %), mais le poids économique de la culture reste stable à 2,0 %.

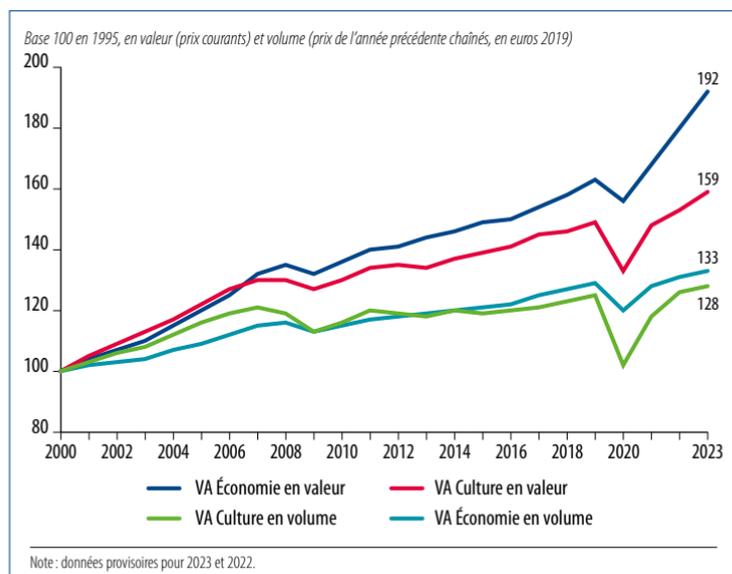
En volume, la valeur ajoutée culturelle augmente de 1,6 %, soit une hausse très légèrement supérieure à celle de l'économie dans son

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

ensemble (1,4 %). La croissance des branches culturelles en volume est inférieure à l'évolution en valeur du fait de la hausse des prix⁷ (+ 2,4 %, un taux inférieur à celui de l'ensemble de l'économie, + 5,5 %, voir encadré 1).

Sur le long terme, la progression en volume⁸ de la valeur ajoutée culturelle s'est faite au même rythme que celle de l'économie dans son ensemble de 2009 à 2019 (respectivement + 1,0 % et 1,4 % par an sur la période). L'année 2023 marque la reprise de cette croissance modérée de l'activité (graphique 1); celle-ci atteint en 2023 un niveau supérieur de 2,6 % à celui de 2019 pour les branches culturelles et de 3,0 % pour l'économie dans son ensemble.

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



Source : Insee, comptes nationaux – base 2020/DEPS, ministère de la Culture, 2024

7. Plus précisément de l'indice de prix de la valeur ajoutée brute par branche, qui dépend elle-même des prix des biens et services culturels, des prix des consommations intermédiaires et des conventions comptables adoptées pour le secteur non marchand.

8. Les évolutions de la valeur ajoutée brute sont mesurées en volume aux prix de l'année précédente chaînés, base 100 en 2019.

Encadré 1

Focus méthodologique : écart valeur-volume de la valeur ajoutée

L'écart entre les évolutions de la valeur ajoutée en valeur et en volume provient de l'évolution des prix, et notamment de la spécificité du secteur non marchand, qui fait l'objet par les comptes nationaux de modes de calculs adaptés et conventionnels.

Dans le secteur marchand, l'indice des prix est donné par le marché, et les données en volume s'obtiennent par division des données en valeur par cet indice des prix.

Cette méthode ne s'applique pas au secteur non marchand dans lequel, par définition, les biens et services culturels sont proposés aux ménages à un prix économiquement non significatif, car bénéficiant de l'apport de dépenses publiques (voir détails en annexe). La valeur ajoutée issue de la production non marchande est, par convention, évaluée en valeur à la somme des coûts, qui comprend principalement la rémunération des salariés et la consommation de capital fixe (amortissement). En volume, elle est évaluée selon le service rendu à la population, donc selon des quantités mesurables, comme la fréquentation des lieux culturels par les ménages ou leurs dépenses culturelles. Cela concerne principalement la division RZ « Arts, spectacles et activités récréatives » de la nomenclature, qui regroupe notamment le spectacle vivant, les arts visuels, le patrimoine et le sport, des activités à la fois marchandes et non marchandes.

En cas de forts chocs sur l'activité ou sur les prix, cette différence dans les méthodes de calcul entre les secteurs marchands et non marchands peut entraîner des différences importantes entre les évolutions en valeur et en volume de la valeur ajoutée. C'est ce qui s'est produit lors de la crise sanitaire (graphique 1). En effet, durant les années 2020, 2021 et 2022, les rémunérations des employés du secteur non marchand sont restées relativement stables, ce qui explique une moindre baisse de la valeur ajoutée en valeur¹. En revanche, la fréquentation des lieux de spectacle vivant et de patrimoine ayant fortement chuté, notamment avec la fermeture des lieux culturels, l'évolution de la valeur ajoutée en volume a été beaucoup plus marquée. Les indices de prix de la valeur ajoutée brute par branche de la division RZ, calculés comme le ratio entre valeur et volume, ont donc évolué de + 49 %, - 11 % et - 20 % durant ces trois années. En 2023, ils progressent seulement de 4 %.

Ainsi, les évolutions de la valeur ajoutée culturelle en valeur et en volume sont différentes entre 2022 et 2023. En 2022, la progression en volume (+ 7,1 %) est plus importante qu'en valeur (+ 3,1 %), alors qu'elle a davantage progressé en valeur (+ 4,1 %) qu'en volume (+ 1,6 %) en 2023.

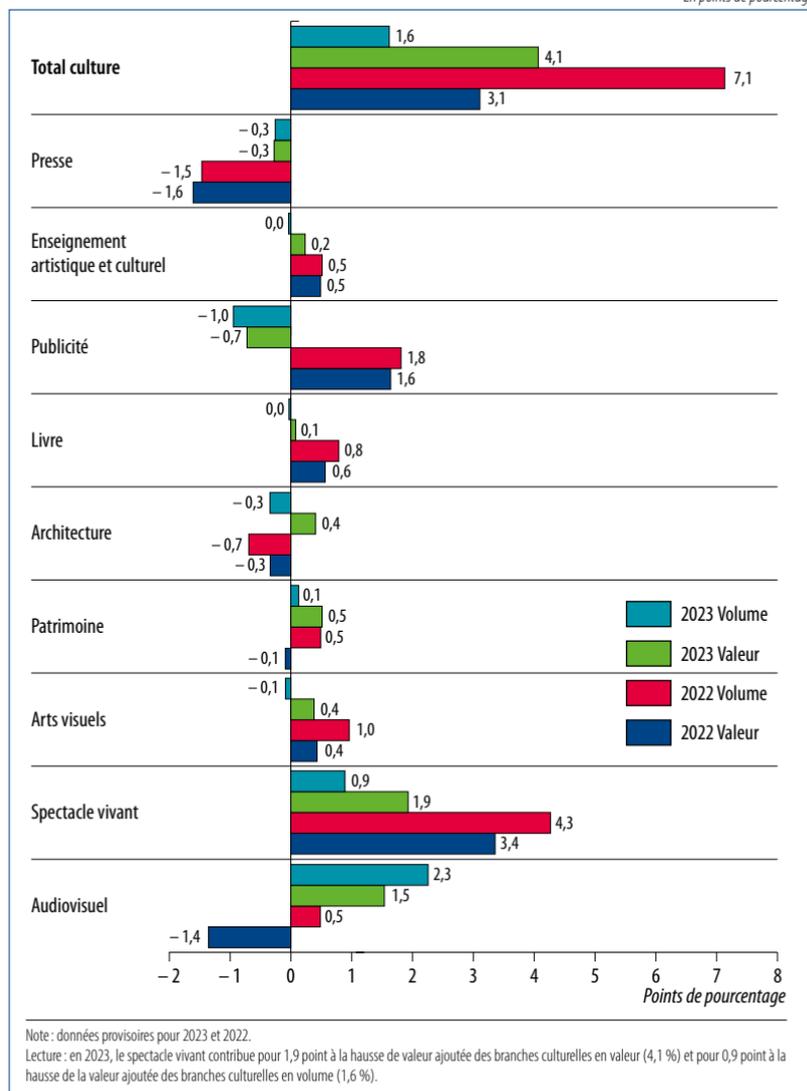
En 2023, la contribution à la hausse de 4,1 % en valeur de la valeur ajoutée s'explique principalement par la croissance de deux branches : le spectacle vivant, qui contribue pour 1,9 point, et l'audiovisuel pour 1,5 point. La publicité a une contribution négative de 0,7 point et la presse de 0,3 point. En volume, la hausse

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

de 1,6 % s'explique également par la contribution de l'audiovisuel (+ 2,3 points), du spectacle vivant (+ 0,9 point) et du patrimoine (+ 0,1 point), et négativement par la publicité (- 1 point), la presse et l'architecture (- 0,3 point chacune), ainsi que les arts visuels (- 0,1 point).

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

En points de pourcentage



Source : Insee, comptes nationaux – base 2020/DEPS, ministère de la Culture, 2024

Les branches de l'audiovisuel et du spectacle vivant connaissent une croissance importante en 2023, à l'opposé de celles de la publicité, de l'architecture et de la presse

Les premières branches culturelles, au regard de la valeur ajoutée générée, sont l'audiovisuel (13,2 milliards d'euros, soit 26,6 % du total du champ), devant le spectacle vivant (8,6 milliards d'euros, 17,4 %), la publicité (5,2 milliards d'euros, 10,4 %) et le patrimoine (4,8 milliards d'euros, 9,7 %) (tableau 1, p. 3).

En 2023, les évolutions de la valeur ajoutée en volume sont moins marquées qu'en 2022 et 2021

Certaines branches affichent tout de même une augmentation importante de leur richesse générée. La branche de l'audiovisuel progresse de 8 % (après 2 % en 2022 et 13 % en 2021), celle du spectacle vivant de 6 %. L'audiovisuel dépasse son niveau de création de richesse de 2019 de 25 %, tandis que celui du spectacle vivant reste très légèrement inférieur (- 1 %) à son niveau d'avant-crise.

Après deux années de croissance importante de leur valeur ajoutée en volume, certaines branches culturelles connaissent en 2023 des évolutions plus modérées.

Les branches de l'enseignement artistique et culturel, du livre et des arts visuels connaissent une stagnation de leur création de richesse, après deux années de croissance importante (+ 10 % en 2022 et + 6 % en 2021 pour l'enseignement, + 14 % et + 26 % pour le livre, + 14 % et + 18 % pour les arts visuels). La croissance de la valeur ajoutée du patrimoine ralentit à 2 % en 2023 contre 6 % en 2022 et 22 % en 2021.

Enfin, la publicité connaît un recul important de sa valeur ajoutée en volume (- 8 %). L'architecture et la presse reculent plus modérément (- 4 % et - 3 %) et dans la continuité de 2022 (respectivement - 7 % et - 14 %).

Au sein de la branche audiovisuelle, la production et la projection de films cinématographiques progressent davantage que la vidéo

En 2023, la valeur ajoutée de la branche de l'audiovisuel progresse de 8 % en volume pour s'établir à 13,2 milliards d'euros. Elle connaît une progression régulière depuis 2015 de 4 % en moyenne chaque année. Cependant, les différents secteurs composant la branche audiovisuelle évoluent de manière hétérogène.

Les secteurs de l'audiovisuel connaissent pour la plupart une croissance plus ou moins rapide de leur valeur ajoutée, à l'exception de deux d'entre eux (tableau 2) : l'édition de chaînes thématiques, qui recule de 5 % mais reste en croissance sur longue période (+ 15 % depuis 2019), et l'édition et la distribution vidéo (- 1 %) en recul structurel (- 74 % depuis 2019).

Les plus fortes progressions de la valeur ajoutée s'observent dans l'activité de production (+ 19 %) et de projection (+ 24 %) de films cinématographiques. Mais si la production a largement dépassé son niveau d'avant-crise (+ 29 % depuis 2019), la projection, elle, ne l'a

Tableau 2 – Évolution de la valeur ajoutée des secteurs de l'audiovisuel en 2023 et par rapport à 2019

En milliards d'euros et en %

	Valeur ajoutée en 2023 (en milliards d'euros)	2023/2022 (en %)	2023/2019 (en %)
Édition de chaînes thématiques	0,6	- 5	15
Édition et distribution vidéo	0,0	- 1	- 74
Commerce de détail d'enregistrements musicaux et vidéo en magasin spécialisé	0,0	0	32
Location de vidéocassettes et disques vidéo	0,0	0	- 53
Distribution de films cinématographiques	0,7	0	85
Post-production de films cinématographiques, de vidéo et de programmes de télévision	1,2	1	17
Édition de jeux électroniques	1,0	2	66
Enregistrement sonore et édition musicale	0,6	5	16
Production de films institutionnels et publicitaires	1,1	6	50
Édition de chaînes généralistes	2,7	6	2
Édition et diffusion de programmes radio	0,9	10	76
Production de films et de programmes pour la télévision	2,7	12	32
Production de films pour le cinéma	1,2	19	29
Projection de films cinématographiques	0,5	24	- 7

Note : données provisoires pour 2023 et 2022.

Source : Insee, comptes nationaux – base 2020/DEPS, ministère de la Culture, 2024

toujours pas retrouvé (- 7 %). La production de films et de programmes pour la télévision (+ 12 %) et l'édition de chaînes généralistes (+ 6 %), qui sont les deux secteurs créant le plus de valeur ajoutée (2,7 milliards d'euros chacun), connaissent une croissance importante.

La valeur ajoutée en volume de l'édition et diffusion de programmes radio progresse de 10 % en 2023 par rapport à 2022 et de 76 % par rapport à 2019. La production de films institutionnels et publicitaires (+ 6 %) et l'enregistrement sonore et édition musicale (+ 5 %) poursuivent leur croissance.

L'édition de jeux électroniques (+ 2 %) connaît une croissance modérée mais dans un contexte de forte progression durant les quatre dernières années (+ 66 % depuis 2019). La post-production de films (+ 1 %), la distribution de films cinématographiques, la location de vidéocassettes et de disques vidéo et le commerce de détail d'enregistrements musicaux et vidéo en magasin spécialisé sont proches de la stagnation en 2023.

Au sein des branches culturelles, le recul de long terme de la presse contraste avec le dynamisme du spectacle vivant

Au cours des deux décennies passées, le recul de la part de la presse dans la valeur ajoutée culturelle constitue la transformation la plus notable parmi les branches culturelles. Celle-ci diminue de 11 points entre 2000 et 2023, passant de 19 % à 8 % (graphique 2). La place croissante du numérique dans le secteur de la presse est l'une des explications principales de cette crise structurelle. Elle se traduit par une baisse du nombre moyen de tirages⁹, du nombre de points de vente (- 32 %¹⁰ entre 2013 et 2023), des recettes publicitaires¹¹ et une moindre audience. En effet, selon la dernière enquête *Pratiques culturelles*¹², 51 % des Français ont lu un journal en 2018 contre 77 % en 1973, tandis que les réseaux sociaux deviennent une source d'information croissante pour les plus jeunes. Le secteur de la presse connaît une baisse de la consommation des ménages de l'ordre de 63 % au cours des vingt dernières années (graphique 3).

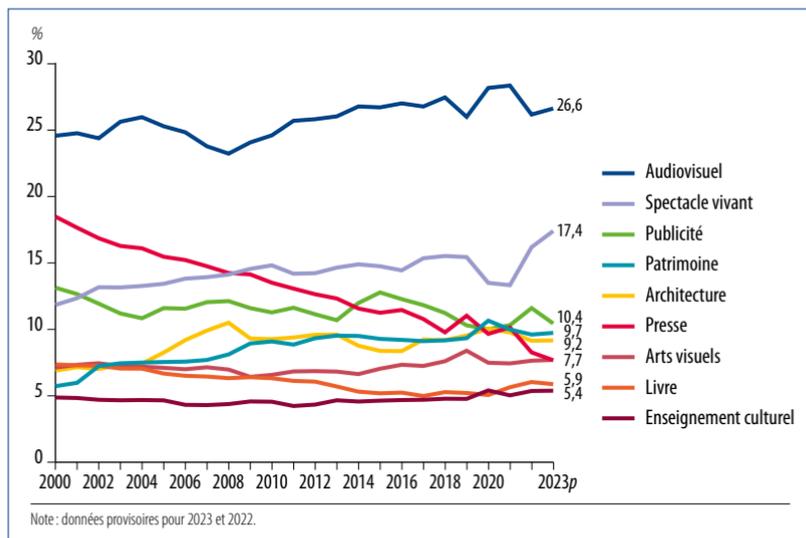
9. Entre 2013 et 2023, le tirage total moyen est passé de 1,5 million à 523 000 (- 64 %) pour la presse nationale et de 5,2 à 3,0 millions (- 43 %) pour la presse régionale. Voir la fiche « Presse écrite », dans *Chiffres clés 2024. Statistiques de la culture et de la communication*, Paris, Ministère de la Culture, DEPS, 2025, p. 297.

10. *Ibid.*, p. 298.

11. Les recettes publicitaires de la presse écrite ont reculé de 51 % entre 2013 et 2023. Voir la fiche « Financement de la culture », dans *Chiffres clés 2024, op. cit.*, p. 30.

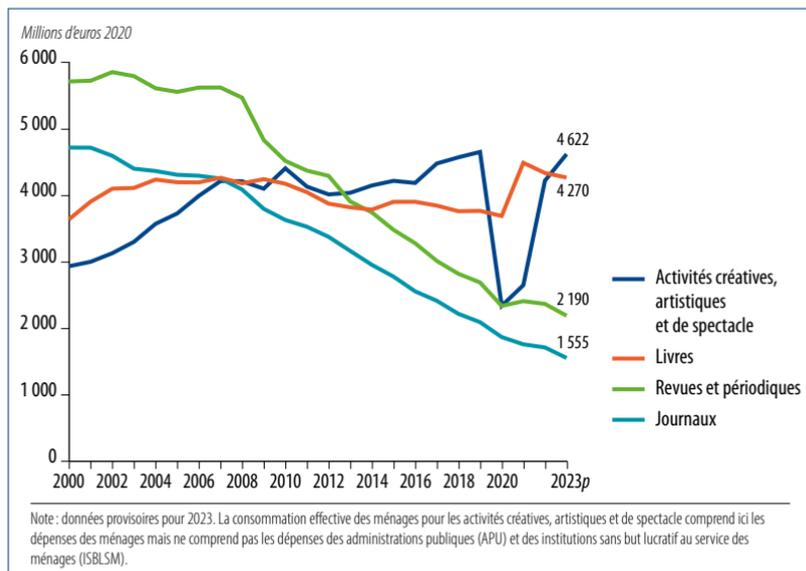
12. Loup WOLFF et Philippe LOMBARDO, *Cinquante ans de pratiques culturelles en France*, Paris, Ministère de la Culture, DEPS, coll. « Culture études », 2020-2.

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



Source : Insee, comptes nationaux – base 2020/DEPS, ministère de la Culture, 2024

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



Source : Insee, comptes nationaux – base 2020/DEPS, ministère de la Culture, 2024

Entre 2000 et 2023, la part de la branche audiovisuelle dans la valeur ajoutée culturelle progresse de 2 points, pour s'établir à 27 %. Entre 2019 et 2021, la part de l'audiovisuel a progressé du fait du recul des autres branches culturelles lors de la crise sanitaire, mais on observe un retour à la normale depuis 2022. Cette évolution est portée par le dynamisme de l'édition de chaînes thématiques (+ 16 % par an), l'édition de jeux électroniques (en croissance structurelle en volume de 11 % par an entre 2010 et 2023), l'édition et diffusion de programmes radio (+ 8 % par an) et la production de films institutionnels et publicitaires (+ 5 % par an). À l'inverse, le marché de la vidéo physique connaît des difficultés, avec un recul en volume du commerce de détail d'enregistrements musicaux et vidéo en magasin spécialisé, de l'édition et distribution de vidéo et de la location de vidéocassettes et disques vidéo, de respectivement - 5 %, - 11 % et - 18 % par an en moyenne entre 2010 et 2023.

Après un rattrapage important en 2022 à la suite de la crise sanitaire, le spectacle vivant, deuxième branche culturelle la plus créatrice de richesse, poursuit sa dynamique pour atteindre 17 % de la valeur ajoutée culturelle en 2023, soit son taux le plus élevé depuis le début d'observation de la série (+ 13 % en 2000, + 16 % en 2018). Cette augmentation en 2023 peut notamment s'expliquer par l'accroissement des recettes de billetterie¹³ (+ 17 %).

La branche du patrimoine connaît depuis trois ans une stagnation de son poids dans la valeur ajoutée créée par les branches culturelles (10 %).

Le poids de l'architecture dans la valeur ajoutée culturelle passe de 7 % en 2000 à 9 % en 2023 avec deux pics en 2008 et 2020 à 10 %. Celui de la publicité diminue quant à lui de 3 points en vingt-deux ans, passant de 13 % à 10 % en 2023¹⁴.

Trois branches culturelles ont un poids relativement stable sur longue période. Le poids des arts visuels augmente d'un point entre 2000 et 2023, pour atteindre 8 %, tout comme celui de l'enseignement culturel, qui passe à 5 %. En revanche, le poids de la branche du livre diminue d'un point, pour s'établir à 6 %.

13. Thibault CAÏE, Amandine SCHREIBER et Laure TURNER, *Billetterie du spectacle vivant en 2023*, Paris, DEPS, Ministère de la Culture, coll. « Culture chiffres », 2024-6.

14. Cela s'explique notamment par une relative stabilité de long terme de la valeur ajoutée, liée en partie à un recours important à la sous-traitance. Voir l'étude de l'Insee sur les agences de publicité publiée en 2020 : <https://www.insee.fr/fr/statistiques/4796297>

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

En 2023, l'ensemble des branches du champ statistique de la culture génère une production totale de 108,8 milliards d'euros courants (tableau 3). Celle-ci augmente de 4,1 % en valeur par rapport à 2022¹⁵, soit une hausse supérieure de 0,7 point à celle de l'économie (+ 3,4 %).

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

La production marchande, de 84,9 milliards d'euros, soit 78 % du total, provient de la vente de biens et services culturels par les entreprises culturelles à un prix économiquement significatif, c'est-à-dire couvrant plus de 50 % des coûts de production. Elle augmente entre 2022 et 2023 en valeur de 3,4 %.

Tableau 3 – Répartition de la production des branches culturelles en 2023

En milliards d'euros courants et en %

Répartition par domaine culturel	Production marchande		Production non marchande		Production totale
	Valeur (en milliards d'euros courants)	Part du total (en %)	Valeur (en milliards d'euros courants)	Part du total (en %)	Valeur (en milliards d'euros courants)
Audiovisuel	34,6	90	4,0	10	38,6
<i>dont projection cinématographique</i>	2,3	100	0,0	0	2,3
<i>dont jeux vidéo</i>	2,7	100	0,0	0	2,7
<i>dont radio</i>	1,5	100	0,0	0	1,5
Publicité	11,7	100	0,0	0	11,7
Spectacle vivant	6,9	45	8,3	55	15,3
Arts visuels	8,1	90	0,9	10	9,0
<i>dont design</i>	4,8	100	0,0	0	4,8
Presse	8,5	100	0,0	0	8,5
Patrimoine	0,9	10	7,7	90	8,5
Architecture	7,5	100	0,0	0	7,5
Livre	6,4	100	0,0	0	6,4
Enseignement artistique et culturel	0,4	11	2,9	89	3,3
Total culture	84,9	78	23,9	22	108,8

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

Source : Insee, comptes nationaux – base 2020 ; DEPS, ministère de la Culture, 2024

15. Les données de production de 2023 issues de la comptabilité nationale ont fait comme chaque année l'objet d'une révision et peuvent différer des publications passées sur le poids économique de la culture. L'ensemble des données de la comptabilité nationale sont de plus passées en « base 2020 » (voir encadré 2 « Révision des données 2022 »).

La production non marchande culturelle, de 23,9 milliards d'euros, correspond à des biens et services culturels proposés aux ménages à un prix représentant moins de 50 % des coûts de production, car bénéficiant de l'apport de dépenses publiques. Elle est mesurée par convention par la somme des coûts des facteurs des établissements publics et associations concernés. Le changement de base de la comptabilité nationale, en « base 2020 », a conduit à désormais considérer l'audiovisuel public comme relevant du périmètre non marchand. Ainsi, les 4 milliards d'euros de production non marchande représentent 10 % de la production totale de l'audiovisuel et 17 % de l'ensemble de la production non marchande culturelle. Le patrimoine et l'enseignement artistique et culturel ont une production quasi exclusivement non marchande (respectivement 90 % et 89 % en 2023) et le spectacle vivant est majoritairement non marchand (55 %). En revanche, 10 % de la production des arts visuels est non marchande. Ainsi, la part de la production non marchande culturelle est de 22 %. La production non marchande culturelle augmente en valeur de 5,1 % entre 2022 et 2023.

Encadré 2

Révision des données 2022

Chaque année, l'Insee révisé les séries de comptabilité nationale des années précédentes : les séries de la comptabilité nationale pour 2022 étaient provisoires lors de la publication précédente, celles de 2021 semi-définitives.

De plus, les comptes nationaux changent de « base ». De la base 2014, ils passent en base 2020¹. Le changement de base consiste à recalculer l'intégralité des séries des comptes nationaux sur de meilleures sources et à ajuster certaines méthodes afin de mieux décrire le fonctionnement de l'économie, sans changer les concepts. Le changement de base conduit à une rétropolation complète des comptes nationaux.

Concernant le champ culturel, le principal changement est le passage de l'audiovisuel public du périmètre marchand au périmètre non marchand. L'audiovisuel public correspond à l'ensemble des médias de radiodiffusion détenus par les administrations publiques : France Télévisions, Radio France, Arte France, France Médias Monde, TV5 MONDE et l'Institut national de l'audiovisuel (INA). En effet, à la suite d'un dialogue méthodologique avec l'Union européenne, la contribution à l'audiovisuel public a été considérée en 2016 comme un impôt et non comme un achat de services, car elle revêt un caractère obligatoire pour les propriétaires de téléviseur. En base 2014, le reclassement de l'audiovisuel public n'a été que partiel et s'est concentré sur les

1. Pour plus d'information, voir le site de l'Insee (<https://www.insee.fr/fr/information/7768619>) et les notes méthodologiques (<https://www.insee.fr/fr/metadonnees/source/serie/s2144/documentation-methodologique>).

prélèvements obligatoires. Le passage complet des unités du champ de l'audiovisuel public s'effectue en base 2020. Cela a également des conséquences dans les estimations et calculs faits au niveau des sous-classes (voir détails en annexe). D'autres ajustements en base 2020 ont pu être effectués².

Pour 2022, la révision entraîne une hausse du poids économique direct de la culture de 0,5 milliard d'euros (tableau A). Cela représente toujours 2,0 % de l'ensemble de l'économie, dont la valeur ajoutée est évaluée à 2 371 milliards d'euros.

Les branches les plus sujettes à une révision sont la publicité (+ 0,7 milliard d'euros), le livre (+ 0,6 milliard d'euros) et la presse (- 0,5 milliard d'euros).

Tableau A – Révision du poids économique direct de la culture pour 2022

En milliards d'euros courants et en %

	Estimation initiale	Effet des révisions des séries de comptabilité nationale et du changement de base	Nouvelle estimation
Audiovisuel	12,6	-0,2	12,5
Spectacle vivant	7,4	0,3	7,7
Patrimoine	4,6	0,0	4,6
Presse	4,5	-0,5	3,9
Publicité	4,8	0,7	5,5
Architecture	4,7	-0,3	4,4
Arts visuels	3,7	-0,1	3,6
Livre	2,3	0,6	2,9
Enseignement artistique et culturel	2,5	0,0	2,6
Ensemble culture	47,1	0,5	47,6
Ensemble de l'économie	2 361,2	10,1	2 371,3
Poids économique (%)	2,0		2,0

Note : La répartition de la production marchande entre les différentes branches et le coefficient de part de la valeur ajoutée sur la production sont désormais basés sur l'enquête *Esane* de chaque année entre 2013 et 2022 (alors que seule l'enquête *Esane* 2019 était utilisée dans la publication précédente) ; pour le partage entre le spectacle vivant, les arts plastiques et le patrimoine, voir annexe.

Source : Insee, comptes nationaux – base 2020/DEPS, ministère de la Culture, 2024

2. Par exemple, comme cela est indiqué dans la note méthodologique sur la réropolation des comptes (https://www.insee.fr/fr/metadonnees/source/fichier/fichemethodo17_B2020_retropolation.pdf) : « En base 2014, un montant de 324 M€ avait été enregistré en acquisitions moins cessions d'objet de valeur pour l'année 2014 dans les activités artistiques, récréatives et de spectacles. Or, du point de vue des concepts de comptabilité nationale, l'opération acquisitions moins cessions d'objet de valeur ne concerne pas ces activités de service. La suppression de ce montant en base 2020 joue directement sur les évolutions de la production en 2014 et 2015 par l'intermédiaire du rééquilibrage entre ressources et emplois. »

Encadré 3

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

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

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

Un premier problème est de mesurer exhaustivement le volume des activités marchandes qui s'exercent sur le territoire. Internet a modifié l'activité traditionnelle des entreprises : nouveau canal de vente, il complète ou concurrence le commerce physique de biens et services. En particulier, certains secteurs témoignent d'une forte substitution des ventes en ligne aux ventes physiques, comme la presse, le livre ou la musique et la vidéo. Les outils permettant de rendre compte du poids des ventes réalisées *via* Internet se développent, y compris en utilisant les possibilités que fournit l'exploitation des données massives (*big data*) collectées sur le Web, mais on peut citer au moins deux défis de mesure qui demeurent. Le premier est qu'une partie des achats des consommateurs se fait sur des sites étrangers ou localisant leurs bénéficiaires dans des maisons mères à l'étranger (notamment pour des questions d'optimisation fiscale), sans qu'il soit aisé de mesurer cette part puisque ces sites échappent en partie aux panels de distributeurs utilisés pour estimer les ventes en comptabilité nationale et que les comptes des filiales françaises ne retracent souvent pas les achats des consommateurs français. En second lieu, la numérisation brouille parfois les contours des nomenclatures d'activités sur lesquelles s'appuie la définition des secteurs. Par exemple, une entreprise comme Deezer exerce à titre principal une activité de programmation informatique mais, en pratique, elle vend du contenu musical : cette entreprise, située dans l'analyse de branche hors champ de la culture, concurrence en réalité les autres entreprises du secteur sur leur marché. Dans cet exemple, la dépense de consommation culturelle s'exerce en dehors du champ retenu pour décrire la culture. Ces porosités, avec l'étranger, avec d'autres secteurs, ne sont pas nouvelles, mais elles prennent avec le numérique et Internet une ampleur inédite. La prochaine nomenclature d'activités française (NAF), qui rentrera en vigueur dans les productions statistiques de l'Insee entre 2025 et 2028, devrait permettre de mieux appréhender les activités numériques des secteurs culturels.

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. De ce point de vue, l'enquête en population générale sur les pratiques culturelles est un outil de mesure indispensable pour compléter la compréhension de l'évolution de certains secteurs culturels sous l'effet du développement des pratiques numériques.

Le deuxième problème de mesure découle de l'atténuation de la frontière entre ce qui relève de la sphère marchande et ce qui relève des activités bénévoles ou informelles, comme celles de l'économie collaborative (des individus fournissent des biens et services à d'autres sans être eux-mêmes des professionnels de l'activité considérée), qui connaît un essor à la faveur du développement d'Internet. L'économie collaborative revêt divers modes de fonctionnement, de non marchand, faisant appel à des contributions des utilisateurs (Wikimedia Foundation), à des formes plus mixtes reposant sur des transactions entre individus mis en relation par Internet (Airbnb, BlaBlaCar, etc.). La production de services gratuits étant évaluée en comptabilité nationale sur la base des coûts de production encourus (rémunérations versées notamment), la production issue du travail des bénévoles n'est pas valorisée dans le PIB. Cependant, les sites d'information collaboratifs qui se financent grâce à la publicité ou aux abonnements voient leur production comptabilisée à hauteur des ventes d'espaces publicitaires en ligne et des recettes d'abonnement.

De manière générale, ces activités collaboratives ont actuellement moins d'impact sur l'estimation du PIB, hormis certaines situations d'évasion fiscale, que sur l'évaluation du bien-être des consommateurs, en procurant des substituts gratuits ou à faible coût à des produits existants, sauf dans la mesure où elles tireraient vers le bas le prix de ces biens.

Un troisième problème de mesure soulevé par l'article de D. Blanchet *et al.*, consacré à la croissance¹, ne sera pas développé ici. Sur un plan technique, la diversification croissante des produits et leur renouvellement rapide rendraient de moins en moins adaptées les techniques de partage volume-prix qui sont utilisées pour le calcul de la croissance.

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

Pour en savoir plus

- Christophe BELLÉGO et Ronan MAHIEU, « La place d'Internet dans la description et l'analyse de l'économie », dans Marie-Anne LE GARREC (coord.), *L'Économie française. Comptes et dossiers. Édition 2016*, Paris, Insee, coll. « Insee Références », 2016, p. 55-73.
- Philippe ASKÉNAZY, « La statistique publique sous pressions », dans *L'Économie numérique : enjeux pour la statistique publique. Actes du colloque du 7 mars 2018*, Paris, Conseil national de l'information statistique, 2018, p. 26-28.

1. Didier BLANCHET, Marie-Baïanne KHDER, Marie LECLAIR, Raphaël LEE, Hélène PONCET et Nicolas RAGACHE, « La croissance est-elle sous-estimée ? », dans Dominique DEMAILLY (coord.), *L'Économie française. Comptes et dossiers. Édition 2018*, Paris, Insee, coll. « Insee Références », 2018, p. 59-79.

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 généralement considérées comme artistiques (spectacle, édition de livres, cinéma, etc.), doit-on prendre en compte toutes celles qui interviennent à un moment donné dans la chaîne de production des biens et services culturels (imprimerie pour un livre par exemple), ou encore toutes celles qui comportent un aspect créatif (la gastronomie, la confection de chaussures) ? Ou, pour aller plus loin encore, toutes celles dont une partie du chiffre d'affaires n'existerait peut-être pas sans la culture (tourisme, BTP) ?

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

Une fois le champ défini, tel qu'il l'a été au niveau européen, la valeur ajoutée de la culture est calculée à l'aide des données et selon les concepts de la comptabilité nationale qui servent à l'Insee à établir le PIB. L'une des particularités de l'activité économique culturelle est la place non négligeable qu'y occupe le non-marchand. Rapporter le poids de la culture à celui de l'économie doit intégrer cette particularité.

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

Les données présentées dans cet article se fondent sur une définition harmonisée de la culture, décidée de façon conjointe par les différents services statistiques européens de la culture en 2009, sous l'égide d'Eurostat, l'Office statistique de l'Union européenne. 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, p. 18). C'est un contour relativement large, qui englobe l'ensemble du périmètre de compétences du ministère de la Culture en France, ainsi que les agences de publicité, prises en compte dans le champ statistique de la culture pour leur aspect créatif ; les activités des régies publicitaires ne sont en revanche pas prises en compte, car non créatives. Le groupe de travail d'Eurostat a suivi en cela les pratiques de la plupart des autres travaux internationaux du même type.

N'ont en revanche pas été retenues par Eurostat les activités industrielles qui ne permettent que la reproduction de produits culturels mais qui n'y apportent pas de valeur qu'on aurait pu considérer comme culturelle : l'imprimerie, les équipements et

matériaux (depuis la fabrication des optiques jusqu'à celle des peintures ou autres encres et vernis d'imprimerie) et, pour les mêmes raisons, la reproduction et la fabrication d'instruments de musique.

Cependant, ce périmètre est en train d'évoluer, sous l'influence de la refonte des nomenclatures d'activités française et européenne. La NAF 2025 entrera en vigueur dans les répertoires statistiques à partir de 2026¹, et le DEPS participe aux discussions sur la façon de définir le champ culturel à partir de cette nouvelle nomenclature. Dans l'intervalle, l'estimation du PIB est maintenue à périmètre constant par rapport aux années précédentes. La comparaison des séries dans le temps reste donc valable.

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

Tableau des activités culturelles

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

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

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

1. Voir la page sur le site de l'Insee : « Vers une nouvelle nomenclature : la NAF 2025 » (<https://www.insee.fr/fr/information/8181066>)

2 – Estimation de la production des branches de la culture

En 2023, les branches culturelles (audiovisuel, spectacle vivant, livre, presse, agences de publicité, architecture, arts visuels, patrimoine, enseignement culturel) totalisent une production de 108,8 milliards d'euros. Cette production se divise en deux parties : la production marchande et la production non marchande (tableau 3, p. 12).

La production marchande culturelle (84,9 milliards d'euros en 2023) correspond à la production de biens et services culturels destinée à être vendue sur le marché à un prix économiquement significatif, c'est-à-dire un prix couvrant plus de 50 % des coûts de production, par convention de la comptabilité nationale. Cette production marchande inclut la production immobilisée constituant un actif générateur de recettes ultérieures, par exemple les films ou des programmes de télévision réalisés dans l'année pour une diffusion ultérieure.

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

Pour ce faire, on part de la production marchande diffusée par la comptabilité nationale au niveau de la division (codes à deux chiffres) et on calcule la production marchande au niveau de la sous-classe (codes à cinq 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 (deux chiffres) en chacune des sous-classes (cinq 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 (deux chiffres) et qui diffère légèrement de la somme des productions enquêtées par l'ESA, en raison de traitements spécifiques opérés par la comptabilité nationale.

La production non marchande culturelle (23,9 milliards d'euros en 2023) correspond quant à elle à des biens et services culturels proposés aux ménages à un prix économiquement non significatif, car bénéficiant de l'apport de dépenses publiques : une partie du budget venant de l'État ou des collectivités territoriales, des subventions versées à des associations ou des 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 donné par l'Insee (total 90-91), notamment à partir de la consommation effective des ménages par produits, qui est la contrepartie de la production non marchande. Afin de mieux situer les branches culturelles que ne le faisait la comptabilité nationale avant la révision de 2014, la méthode élaborée par le DEPS en 2013 a réparti ce total en trois domaines (spectacle vivant, arts plastiques, patrimoine) à l'aide de plusieurs sources du ministère de la Culture (enquêtes sur les dépenses culturelles des collectivités

territoriales, budget des établissements publics culturels notamment) permettant de répartir la dépense publique culturelle (rémunérations, investissement). La révision des comptes nationaux par l'Insee en base 2014 puis en base 2020 a ensuite permis de rapprocher les chiffres de l'Insee de ceux estimés par le DEPS.

Pour l'enseignement culturel, on considère 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 pour les établissements d'enseignement supérieur Culture.

Enfin, avec le passage des comptes nationaux en base 2020, les entités de l'audiovisuel public sont considérées comme relevant du périmètre non marchand. La dépense de consommation collective des administrations publiques en audiovisuel est la contrepartie de leur production non marchande en comptabilité nationale.

En 2023, environ 22 % de la production culturelle est non marchande, soit davantage que la moyenne de l'ensemble de l'économie (11 %), mais beaucoup moins que d'autres branches économiques telles que les activités pour la santé humaine, l'hébergement médico-social et social et l'action sociale sans hébergement (43 % de production non marchande en 2022) ou encore l'enseignement (77 % en 2022). L'activité non marchande culturelle est concentrée dans trois domaines : le patrimoine (90 % de la production y est non marchande), l'enseignement culturel (89 %) et le spectacle vivant (55 %). Les arts visuels (photographie, design, arts plastiques) ont 10 % de production non marchande, ainsi que l'audiovisuel, du fait de l'intégration de l'audiovisuel dans le périmètre non marchand avec le passage des comptes nationaux en base 2020.

3 – Estimation de la valeur ajoutée des branches culturelles

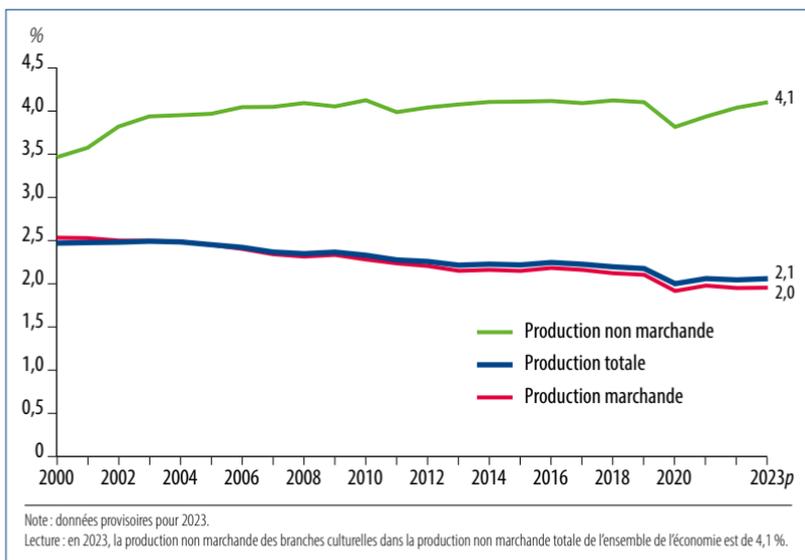
À cette production culturelle totale de 108,8 milliards d'euros correspond une valeur ajoutée des branches culturelles de 49,5 milliards d'euros en 2023 (tableau 1, p. 3). Cette valeur ajoutée correspond à la production totale culturelle diminuée des consommations intermédiaires, c'est-à-dire de l'ensemble 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 (VA), on utilise le ratio VA/Production, issu là encore des enquêtes structurelles annuelles de l'Insee auprès des entreprises marchandes (ESA). Les valeurs ajoutées ainsi estimées par sous-classe (tous secteurs, y compris non culturels) sont ensuite sommées et calées au niveau de chaque division sur celles données par la comptabilité nationale (cette valeur ajoutée diffère en effet de celle issue de l'ESA en raison des traitements propres à la comptabilité nationale). La somme de ces valeurs ajoutées prises comme référence dans la comptabilité nationale ne donne pas tout à fait le PIB car il s'agit des valeurs ajoutées dites « aux prix de base », c'est-à-dire hors impôts et subventions sur les produits, qui ne sont pas diffusés par branche.

Pour les domaines partiellement non marchands (spectacle vivant, patrimoine, enseignement culturel), le ratio VA/Production n'est pas fourni par l'ESA et on utilise, faute de mieux, le rapport VA/Production donné au niveau de la division (deux 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 2022.

Graphique B – Part des branches culturelles dans la production de l'ensemble de l'économie en valeur, 2000-2023



Source : Insee, comptes nationaux – base 2020/DEPS, ministère de la Culture, 2024

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

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

L'enquête structurelle annuelle (ESA) permet d'estimer la valeur ajoutée produite au cours de l'année couverte par l'enquête. On utilise les données des enquêtes *Esane* de chaque année entre 2013 et 2022 comme référence. Cette estimation se fait en mobilisant deux ratios : la répartition de la production marchande entre les différentes sous-classes au sein des branches, et le rapport entre valeur ajoutée et production pour chaque sous-classe.

Pour estimer le poids économique de la production marchande avant 2013 (de 2000 à 2012) et en 2023, on fait évoluer ces coefficients de décomposition de chiffre d'affaires à partir des évolutions annuelles de chiffre d'affaires (indices mensuels élaborés par l'Insee à partir des déclarations de TVA) pour chacune des sous-classes d'une division.

Les données obtenues sont ensuite multipliées par un coefficient de redressement afin d'obtenir comme total la production marchande donnée par la comptabilité nationale au niveau de chaque division. Concernant le rapport en valeur ajoutée et production pour chaque sous-classe entre 2000, 2012 et 2023, on prend comme référence l'année d'enquête *Esane* la plus proche (soit 2013 pour les années antérieures et 2022 pour l'année 2023). Pour l'audiovisuel, les entités de l'audiovisuel public ont été retirées des données *Esane* après 2013 pour le calcul de la répartition de la production marchande entre les différentes sous-classes de la branche audiovisuelle et du ratio VA/Production des différentes sous-classes (elles le sont *de facto* dès 2022 du fait du changement de base).

Les données sont également calées au niveau de chaque division sur celles données par la comptabilité nationale.

Pour la production non marchande des autres domaines, on actualise le partage entre le spectacle vivant, les arts plastiques et le patrimoine en 1996, 2002, 2006 et 2010, 2012 et 2019 à partir des sources précédemment évoquées (enquêtes sur les dépenses culturelles des collectivités territoriales, sources ministérielles sur le budget des écoles supérieures Culture, comptes de l'Éducation, etc.) et on fait évoluer ce partage sur les années manquantes. Le total de la production non marchande des branches patrimoine et création artistique est toujours donné par la comptabilité nationale. Pour l'enseignement culturel non marchand, on estime directement chacune des deux composantes (centres de formation artistique et enseignement supérieur) à partir des données annuelles des sources déjà mentionnées. Pour l'audiovisuel, le partage entre radio (6010Z) et chaînes généralistes (6020A) a pour année de référence l'année 2019.

On calcule ainsi une production marchande et non marchande par domaine et pour chaque année.

5 – Estimation de la valeur ajoutée en volume

Pour estimer la valeur ajoutée des branches culturelles en euros constants (en volume), on divise la valeur ajoutée estimée en valeur au niveau le plus fin de la nomenclature d'activités par un indice des prix issus des indices de chiffres d'affaires (à partir des indices des prix à la consommation ou à la production).

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

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

Éléments de bibliographie

Chiffres clés 2024. Statistiques de la culture et de la communication, Paris, Ministère de la Culture, DEPS, 2025.

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

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

Yves JAUNEAU et Xavier NIEL, *Le Poids économique direct de la culture en 2013*, Paris, Ministère de la Culture et de la Communication, DEPS, coll. « Culture chiffres », 2014-5.

Louis-Marie NINNIN et Yann NICOLAS, *Analyse conjoncturelle du chiffre d'affaires de la culture au 4^e trimestre 2024*, Paris, Ministère de la Culture, DEPS, coll. « Note de conjoncture », 2025-2.

Nicolas PIETRZYK, *Le Poids économique direct de la culture en 2022*, Paris, Ministère de la Culture, DEPS, coll. « Culture chiffres », 2024-4.

Abstract

The direct economic weight of culture in 2023

In 2023, the direct economic weight of culture, meaning the added value of all cultural sectors, amounts to 49.5 billion euros, representing 2.0% of the total economy, the same rate as in 2022. Total production is estimated at 108.8 billion euros.

After the periods of health crisis (2020-2021) and activity recovery (2021-2022), 2023 marks the return of moderate growth in activity. In volume, cultural added value increases by 1.6%, a slight rise above the overall economy (1.4%). In value, it progresses by 4.1%, a pace slower than that of the total economy (7.0%).

The growth of cultural sectors is driven by the increase in audiovisual (+8% in volume in 2023) and live performance (+6%), but is slowed down by the decline in advertising (-8%), architecture (-4%), and the press (-3%).

In 2023, audiovisual remains the largest cultural sector in terms of economic weight, followed by live performance, advertising, and heritage. Over the past twenty years, the structural decline of the press sector has been the most notable change.

Directrice de la publication : Amandine Schreiber,
cheffe du Département des études, de la prospective, des statistiques et de la documentation
Responsable de la publication : Laura Breidt

Date de publication : octobre 2025

Retrouvez l'ensemble des publications du DEPS :
<https://www.culture.gouv.fr/espace-documentation>
https://www.cairn.info/editeur.php?ID_EDITEUR=DEPS

Le DEPS n'assurant pas de diffusion physique de ses collections de synthèse, nous vous proposons de vous informer régulièrement des parutions par message électronique.

Pour ce faire, merci de bien vouloir nous communiquer votre courriel à l'adresse
contact.deps@culture.gouv.fr

En 2023, le poids économique direct de la culture, c'est-à-dire la valeur ajoutée de l'ensemble des branches culturelles, s'établit à 49,5 milliards d'euros, soit 2,0 % de l'ensemble de l'économie, un taux identique à celui de 2022. La production totale est évaluée à 108,8 milliards d'euros.

Après les périodes de crise sanitaire (2020-2021) puis de rattrapage de l'activité (2021-2022), l'année 2023 marque le retour d'une croissance d'activité modérée. En volume, la valeur ajoutée culturelle augmente de 1,6 %, soit une hausse très légèrement supérieure à celle de l'économie (1,4 %). En valeur, elle progresse de 4,1 %, un rythme inférieur à celui de l'ensemble des branches de l'économie (7,0 %).

La croissance des branches culturelles est portée par la progression de l'audiovisuel (+ 8 % en volume en 2023) et du spectacle vivant (+ 6 %), mais ralentie par le recul de la publicité (- 8 %), de l'architecture (- 4 %) et de la presse (- 3 %).

En 2023, l'audiovisuel reste la première branche culturelle en matière de poids économique, suivi par le spectacle vivant, la publicité et le patrimoine. Au cours des vingt dernières années, le recul structurel de la branche de la presse est l'évolution la plus notable.

Téléchargeable sur le site :
www.culture.gouv.fr/espace-documentation
et sur
www.cairn.info

ISBN : 978-2-11-179321-7

