



# L'apport de la culture à l'économie en France

DÉCEMBRE 2013

SERGE **KANCEL**  
JÉRÔME **ITTY** • MORGANE **WEILL**  
BRUNO **DURIEUX**

**IGF**

INSPECTION GÉNÉRALE DES FINANCES

INSPECTION GÉNÉRALE  
DES AFFAIRES CULTURELLES





Inspection générale  
des finances

N° 2013-M-067-02

Inspection générale  
des affaires culturelles

N°2013-40

## RAPPORT

# L'apport de la culture à l'économie en France

Établi par

**JÉRÔME ITTY**  
Inspecteur des finances

**MORGANE WEILL**  
Inspectrice des finances

Sous la supervision de  
**BRUNO DURIEUX**  
Inspecteur général des finances

**SERGE KANCEL**  
Inspecteur général  
des affaires culturelles

- DÉCEMBRE 2013 -



# SOMMAIRE

<b>INTRODUCTION.....</b>	<b>1</b>
<b>1. LES BRANCHES CULTURELLES CONTRIBUENT À 3,2 % DE LA RICHESSE NATIONALE ET EMPLOIENT 670 000 PERSONNES.....</b>	<b>1</b>
1.1. Un cadre conceptuel et statistique inspiré des initiatives de l'Unesco et de l'Union européenne.....	1
1.2. Une valeur ajoutée culturelle de 57,8 Md€ en 2011, mais dont la part dans la valeur ajoutée nationale est en diminution depuis 2005.....	3
1.2.1. <i>La valeur ajoutée des entreprises culturelles : 57,8 Md€ en 2011.....</i>	<i>3</i>
1.2.2. <i>Après avoir crû entre 1995 et 2005, la part des activités culturelles dans la valeur ajoutée nationale diminue régulièrement depuis lors.....</i>	<i>5</i>
1.3. Une empreinte plus large de la culture dans l'économie à travers des consommations intermédiaires et des emplois.....	7
1.3.1. <i>Une production culturelle de 129,8 Md€ et l'apport de la culture à l'économie de 104,5 Md€ en 2011.....</i>	<i>7</i>
1.3.2. <i>Si les entreprises culturelles emploient 670 000 personnes dans des professions culturelles et non culturelles, les professions culturelles (870 000 personnes) irriguent également les entreprises non culturelles.....</i>	<i>9</i>
1.4. L'intervention de l'État dans l'économie de la culture, une intensité et des modalités variées selon les secteurs.....	10
<b>2. LES SECTEURS CRÉATIFS DU JEU VIDÉO, DE L'AUDIOVISUEL, DU CINÉMA ET DE LA MODE PRÉSENTENT UNE STRUCTURATION DE LA VALEUR AJOUTÉE PROCHE, MAIS DES DÉFIS DIFFÉRENTS À L'INTERNATIONAL.....</b>	<b>12</b>
2.1. Des poids économiques différents, mais une structuration de la chaîne de valeur similaire.....	13
2.2. Une intensité et des modalités d'intervention publique variées, mais aux finalités convergentes dans les quatre secteurs.....	14
2.3. La compétitivité à l'export et le caractère « disruptif » du numérique, des défis structurants pour les quatre secteurs.....	15
<b>3. L'ANALYSE DE L'IMPACT D'UNE IMPLANTATION CULTURELLE SUR LE DYNAMISME SOCIO-ÉCONOMIQUE D'UN TERRITOIRE TEND À DÉMONTRER UNE CORRÉLATION POSITIVE ENTRE CULTURE ET DÉVELOPPEMENT LOCAL.....</b>	<b>17</b>
3.1. Une initiative récente de formalisation de méthodologies d'analyse d'impact conjoncturel de manifestations culturelles.....	17
3.2. Une méthodologie visant à analyser l'impact structurel d'une implantation culturelle sur le développement local.....	19
3.3. Des résultats indiquant une corrélation plausible entre implantation culturelle et dynamisme socioéconomique d'un territoire.....	20
<b>CONCLUSION.....</b>	<b>22</b>



## INTRODUCTION

Par lettre de mission signée du ministre de l'économie et des finances et de la ministre de la culture et de la communication en date du 17 juin 2013, l'inspection générale des affaires culturelles et l'inspection générale des finances ont été chargées d'une mission conjointe sur les agrégats économiques de la culture. Constatant que les statistiques culturelles, si elles se sont enrichies ces dernières années, ne permettent pas de mesurer pleinement la place du secteur culturel dans l'économie ni d'appréhender de façon complète et cohérente les enjeux du secteur, les deux ministres souhaitaient que la mission puisse permettre de mieux mesurer le poids de la culture dans l'économie et déterminer les leviers d'action permettant d'utiliser pleinement le potentiel de croissance des industries culturelles et créatives.

La mission a articulé ses travaux en trois volets. Dans un premier temps, elle s'est attachée à mesurer le poids de la culture dans l'économie du pays, ainsi que l'intensité et les modalités d'intervention financière de l'État et des collectivités territoriales dans l'économie des différents secteurs de la culture (chapitre 1 du rapport). Dans un deuxième temps, elle a analysé plus particulièrement la structure et le dynamisme économique, notamment à l'international, de cinq secteurs culturels : l'audiovisuel, le cinéma, le jeu vidéo, le marché de l'art et la mode (chapitre 2 du rapport). Enfin, la mission a déployé une méthodologie visant à mesurer l'impact de l'implantation d'événements et d'équipements culturels sur le développement économique d'un territoire (chapitre 3 du rapport).

### 1. Les branches culturelles contribuent à 3,2 % de la richesse nationale et emploient 670 000 personnes

L'un des objectifs de la mission était de mesurer le « poids économique » de la culture en termes de valeur ajoutée, de production et d'emplois.

**La mission a d'emblée été confrontée à la question de l'étendue du champ à prendre en considération.** Au-delà d'un « noyau dur » intuitif centré sur les biens et les services culturels, elle s'est, notamment, interrogée sur l'opportunité d'intégrer des domaines de créativité « élargie » (y compris par exemple les arts décoratifs, le luxe, la gastronomie), et de prendre en compte tous les segments de la chaîne économique des biens et des services culturels (y compris par exemple les industries de fabrication, les appareils de lecture, la grande distribution...).

#### 1.1. Un cadre conceptuel et statistique inspiré des initiatives de l'Unesco et de l'Union européenne

**La mission a choisi de se fonder sur les données de comptabilité nationale produites par l'Institut national de la statistique et des études économiques (Insee).** Cette source de données a été privilégiée à d'autres sources pour trois raisons principales : d'abord, ces données permettent d'obtenir des informations chiffrées sur l'ensemble des activités réalisées en France, que ces activités soient marchandes ou non marchandes (une partie non négligeable des activités culturelles est réalisée par les administrations et vendue à un prix non économiquement significatif) ; ensuite, les données de comptabilité nationale fournissent un ensemble cohérent d'indicateurs (notamment sur la production, la valeur ajoutée et les consommations intermédiaires) qui permettent d'analyser les interactions entre les différentes activités économiques (notamment entre amont et aval) ; enfin, ces données sont disponibles sur longue période, ce qui permet de mesurer l'évolution du poids de la culture dans le PIB depuis 1995.

**Ce choix impliquait de déterminer, au sein de l'économie nationale, les activités considérées comme « culturelles ».** Au sein des statistiques publiées par l'Insee, les différentes activités économiques réalisées par les entreprises, les administrations publiques, les associations, etc., sont généralement identifiées en référence à un poste de la nomenclature d'activités française (NAF). Au niveau le plus détaillé, cette nomenclature compte 732 codes<sup>1</sup>. Si certains pans de l'économie sont aisément appréhendés par des postes de cette nomenclature (industrie automobile ou de chimie par exemple), ce n'est pas le cas pour le secteur de la culture. En conséquence, dans la mesure où il n'existe pas de catégorie spécifique à la culture, l'une des premières tâches réalisée par la mission a été d'identifier au sein de ces 732 codes d'activité lesquels étaient susceptibles de contenir des activités de nature culturelle. C'est la raison pour laquelle elle s'est inspirée des cadres statistiques développés par l'Unesco et au sein de l'Union européenne.

### **Encadré 1 : Les cadres conceptuels et statistiques de l'économie de la culture de l'Unesco et de l'Union européenne**

**Dans le cadre de l'Unesco (cadre pour les statistiques culturelles, 2009) et de l'Union européenne (projet ESSnet-Culture, 2011), des initiatives ont été menées afin de favoriser la comparaison internationale de données statistiques relatives à l'économie de la culture.** Ces travaux ont conduit à la sélection de différents domaines culturels, largement convergents, mais avec quelques spécificités (par exemple, le domaine du « patrimoine culturel immatériel » pour l'Unesco, dont la sauvegarde a fait l'objet d'une convention majeure en 2003). L'initiative menée par le groupe de travail ESSnet-Culture a conduit à isoler un noyau resserré de 29 des 732 activités de la nomenclature européenne (NACE Rév.2, 2008), comme étant de nature incontestablement culturelle et comme ayant vocation à faire l'objet d'un suivi statistique coordonné dans les États-membres, à raison de 22 activités « totalement culturelles », et 7 autres qui ne sont que « principalement » culturelles mais suffisamment pour être versées intégralement dans le périmètre de suivi.

**Ces travaux ont été prolongés en France par le département des études, de la prospective et des statistiques (DEPS) du ministère de la culture et de la communication, qui s'est approprié la démarche européenne en intégrant les 22 codes NACE « totalement culturels » et en incluant, parmi les 7 codes « principalement » culturels, la publicité et la photographie, mais ni les commerces de détail de vente et de location des biens culturels, ni la traduction et l'interprétation.** Sur cette base, le DEPS a publié une première synthèse économique en septembre 2013<sup>2</sup>, évaluant à 40 Md€ la valeur ajoutée des branches culturelles correspondant au périmètre (soit 2,2 % de la valeur ajoutée de l'ensemble des branches) et à 85 Md€ leur production<sup>3</sup>.

**La méthodologie déployée par la mission pour mesurer le « poids » de la culture dans l'économie nationale s'inspire des travaux du DEPS, tant quant à la définition du périmètre des activités retenues que quant à la méthode de comptabilisation des valeurs ajoutées et des autres agrégats économiques.**

**Elle s'en distingue cependant au regard de quatre choix méthodologiques différents et structurants.**

---

<sup>1</sup> La mission a fondé sa définition du périmètre culturel en référence à la nomenclature d'activités françaises (NAF) en vigueur depuis le 1er janvier 2008. À son niveau le plus fin, cette nomenclature comprend 732 postes identifiés par un code à cinq caractères (quatre chiffres et une lettre). Les quatre premiers caractères de ce code correspondent à une classe de la nomenclature des activités de la communauté européenne (NACE). Le cinquième caractère correspond à un éclatement supplémentaire de cette classe au niveau français, matérialisé par une lettre (par exemple 2086Z). Dans la nomenclature d'activité française, une activité repérée par un code de cinq caractères est nommée « une sous-classe ». Si elle est repérée par un code sur deux chiffres, elle est appelée « division ».

<sup>2</sup> Le poids économique direct de la culture, Yves Jauneau, Culture-chiffres n° 2013-3, septembre 2013 : <http://www.culturecommunication.gouv.fr/Politiques-ministerielles/Etudes-et-statistiques/L-actualite-du-DEPS/Le-poids-economique-direct-de-la-culture-CC-2013-3>

<sup>3</sup> À titre d'exemple, le cadre canadien pour les statistiques de la culture (CCSC) avait mené une démarche similaire en valorisant à 33 Md CAD le poids économique des secteurs culturels en 2001, soit 3,8% du produit intérieur brut canadien.



**En premier lieu, la mission a cherché à saisir l'intégralité des activités culturelles**, en incluant également les activités culturelles présentes au sein de codes NAF qui ne sont pas composés uniquement d'activités culturelles. En effet, certains sont exclusivement culturels (par exemple, le NAF 9102Z relatif à la gestion des musées), d'autres sont partiellement composés d'activités culturelles (par exemple, le NAF 4711F relatif aux hypermarchés, qui comprend entre autres la vente de produits culturels). En ce sens, la mission a dû procéder à des proratisations des valeurs ajoutées de certains codes NAF partiellement culturels<sup>4</sup>.

**En deuxième lieu, la mission a adopté une définition plus large des activités culturelles**, d'une part en étendant le champ des activités spécifiquement culturelles<sup>5</sup>, mais en incluant également des activités indirectement culturelles<sup>6</sup>, qui ne sont pas culturelles en elles-mêmes, mais dont l'activité est intimement et indissociablement liée à l'existence d'activités culturelles (par exemple, le secteur de la construction spécialisé dans la réhabilitation de monuments historiques). L'addition des activités spécifiquement culturelles et des activités indirectement culturelles correspond au périmètre des activités culturelles retenu par la mission.

**En troisième lieu, la mission a analysé les « effets induits » des activités culturelles**, c'est-à-dire la part de l'activité générée par les activités culturelles auprès d'activités non-culturelles : il s'agit par exemple de la consommation d'énergie de l'industrie audiovisuelle<sup>7</sup>.

Les activités culturelles ont été classées en onze secteurs cohérents économiquement qui servent de cadre au travail descriptif du présent rapport : spectacle vivant, patrimoine, arts visuels, presse, livre, audiovisuel, publicité, architecture, cinéma, industries de l'image et du son, accès aux savoirs et à la culture. Dans la mesure où les codes de la nomenclature sont relativement précis pour ces différentes activités, la mission n'a pas rencontré de difficultés majeures de périmètre pour ces onze secteurs culturels.

## **1.2. Une valeur ajoutée culturelle de 57,8 Md€ en 2011, mais dont la part dans la valeur ajoutée nationale est en diminution depuis 2005**

### **1.2.1. La valeur ajoutée des entreprises culturelles : 57,8 Md€ en 2011**

**La valeur ajoutée des activités culturelles en France s'établit à 57,8 Md€, soit 44,5 Md€ d'activités spécifiquement culturelles et 13,3 Md€ d'activités indirectement culturelles.** Cette somme, qui définit la « valeur ajoutée de la culture en France », représente 3,2 % de la somme des valeurs ajoutées de l'économie française. C'est l'évaluation la plus proche de ce que l'on pourrait appeler le « PIB culturel » si ce dernier terme ne soulevait certaines réserves méthodologiques de définition.

---

<sup>4</sup> Sur 136 codes NAF, 58 ont fait l'objet de proratisations visant à identifier la part des activités culturelles au sein de la branche d'activités. Pour la grande majorité des codes (41), cette répartition s'est appuyée sur les données sectorielles obtenues auprès des fédérations ou à partir de leurs travaux (par exemple pour la construction, le papier ou le commerce). Dans les cas où ces données n'étaient pas disponibles (17 codes), une extrapolation a été réalisée à partir de l'analyse de la définition et de la composition de la classe telle que décrite par l'Insee.

<sup>5</sup> Outre les 29 codes du noyau statistique choisi par le DEPS, 20 codes supplémentaires ont été intégrés à cette catégorie (commerces de détail des produits culturels, instruments de musique, traduction et interprétation, etc.).

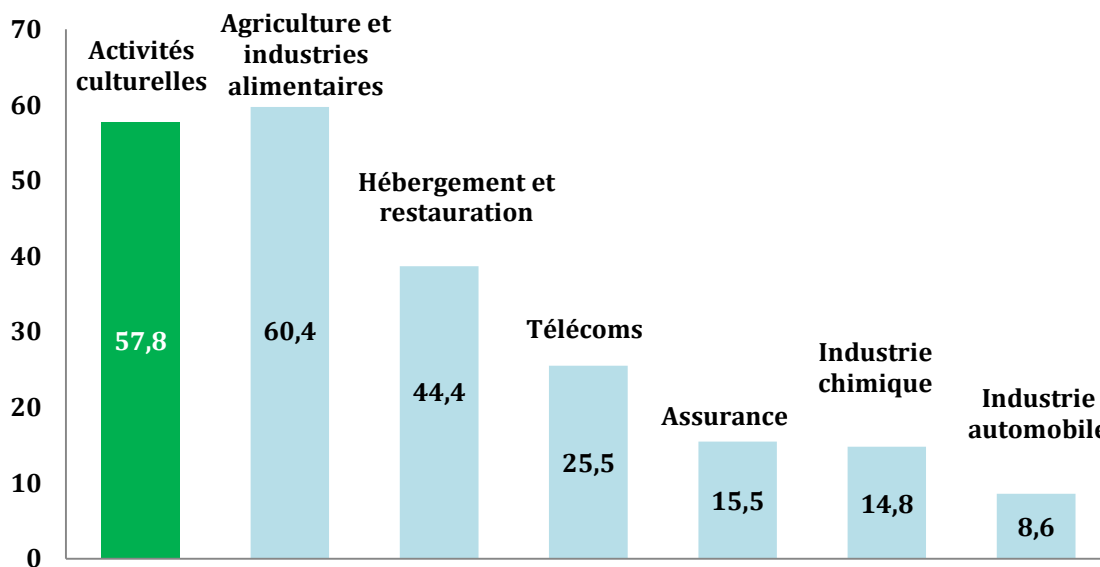
<sup>6</sup> 50 codes ont été pris en compte à ce titre, qu'ils concernent l'amont de la production (fabrication, impression, etc.) ou l'aval (commerce de gros, grande distribution, etc.).

<sup>7</sup> Les activités induites par la culture ont été identifiées au moyen du « tableau des entrées intermédiaires » de l'Insee (qui comptabilise l'ensemble des consommations mutuelles de produits entre branches), en leur appliquant les mêmes proratisations que pour les activités culturelles et en déduisant les activités induites par les consommations intra-branches (consommation de prestations d'entreprises du secteur cinéma par d'autres entreprises du cinéma, par exemple). Afin de ne pas élargir abusivement par effets de cascades successifs le champ de la culture pris en compte, la mission a décidé de ne prendre en compte que les activités induites par les activités « directement » culturelles décrites ci-dessus.

## Rapport

La valeur ajoutée des activités culturelles est équivalente en 2011 à la valeur ajoutée de l'agriculture et des industries alimentaires (60,4 Md€)<sup>8</sup>. Elle représente sept fois l'industrie automobile (8,6 Md€ en 2011), quatre fois l'industrie chimique (14,8 Md€) ou l'assurance (15,5 Md€) et plus de deux fois les télécommunications (25,5 Md€)<sup>9</sup>.

**Graphique 1 : Comparaison de la valeur ajoutée des activités culturelles avec la valeur ajoutée d'autres branches de l'économie en 2011 ( Md€)**



*Source : Mission.*

<sup>8</sup> Agriculture, sylviculture et pêche (34,2 Md€) et industries alimentaires (26,2 Md€).

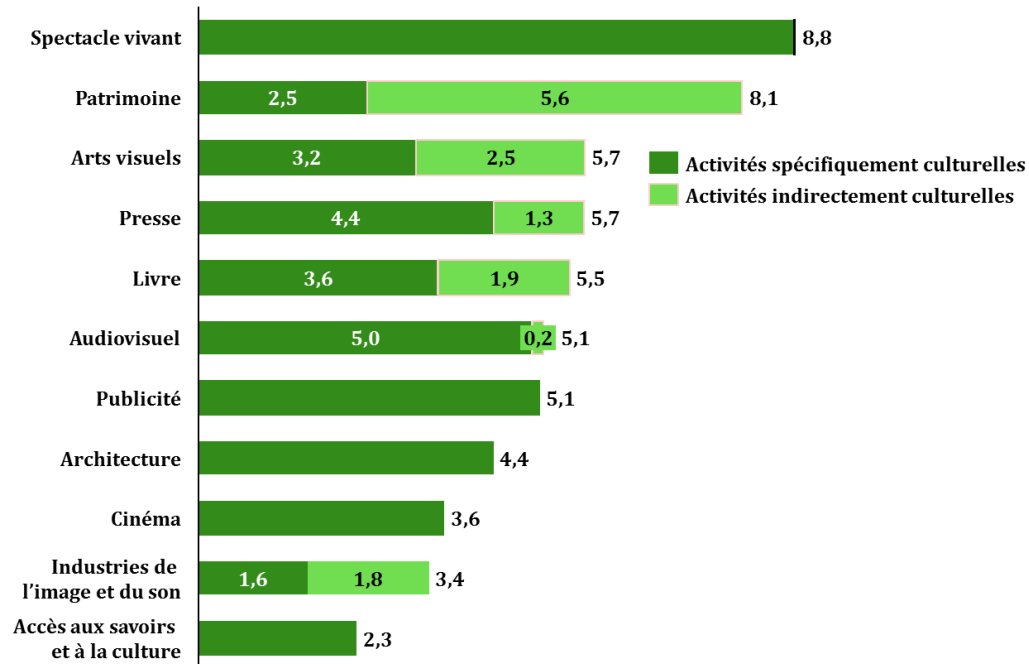
<sup>9</sup> La notion d'activités culturelles recouvre les activités spécifiquement culturelles et les activités indirectement culturelles. Les autres ensembles de valeur ajoutée auxquels elle est comparée recouvre les activités répertoriées dans la nomenclature de l'Insee comme appartenant aux différentes branches identifiées. Aucune activités induites n'est prise en compte, ni pour les activités culturelles, ni pour les autres branches présentées.

## Rapport

**Au sein de la valeur ajoutée culturelle (57,8 Md€), les onze secteurs se répartissent en trois groupes.**

**Deux secteurs contribuent à eux deux pour près d'un tiers du total** : il s'agit du spectacle vivant (8,8 Md€ de valeur ajoutée) et du patrimoine (musées et patrimoine monumental : 8,1 Md€), dont une part essentielle (5,6 Md€) vient de l'activité indirecte liée notamment au secteur de la restauration du patrimoine bâti.

**Graphique 2 : Valeur ajoutée des activités culturelles en 2011 ( Md€)**



*Source : Mission.*

**Viennent ensuite quatre secteurs qui en commun un volume relativement conséquent (3,4 à 5,7 Md€ de valeur ajoutée) et des liens de dépendance réciproques avec des activités indirectes** : les arts visuels, à savoir les arts plastiques, le design et le stylisme, le marché de l'art et la photographie, ce dernier secteur dépendant de la fabrication, de la distribution et de la réparation des matériels ; la presse et le livre, deux secteurs industriels dépendants d'activités indirectes liées à leur processus de fabrication (papier, imprimerie) et à leur distribution en magasin spécialisé ou généraliste. La valeur ajoutée du secteur des industries de l'image et du son, c'est-à-dire des biens culturels industriels (musique enregistrée, vidéo, jeux vidéo) auxquels s'ajoutent les partitions et instruments de musique, est structurée de façon comparable, à un montant moindre (3,4 Md€).

**Enfin, cinq secteurs ont la caractéristique d'impliquer pas ou peu d'activités culturelles indirectes**, autrement dit de traiter en autonomie interne l'essentiel du cycle de fabrication/diffusion des services culturels proposés : l'audiovisuel, le cinéma, la publicité, l'architecture et le secteur non-marchand de l'accès aux savoirs et à la culture (bibliothèques et archives, enseignement culturel spécialisé).

### 1.2.2. Après avoir crû entre 1995 et 2005, la part des activités culturelles dans la valeur ajoutée nationale diminue régulièrement depuis lors

Après une augmentation régulière entre 1995 et 2005 (de 3,3 à 3,5 % de la somme des valeurs ajoutées), la part de la valeur ajoutée a diminué en volume à partir de 2005 : elle passe de 3,5 % de la somme des valeurs ajoutées à 3,2 % de la somme des valeurs ajoutées en 2011.

## Rapport

### Encadré 2 : Évolution de la valeur ajoutée à prix courants et à prix constants (1995/2011)

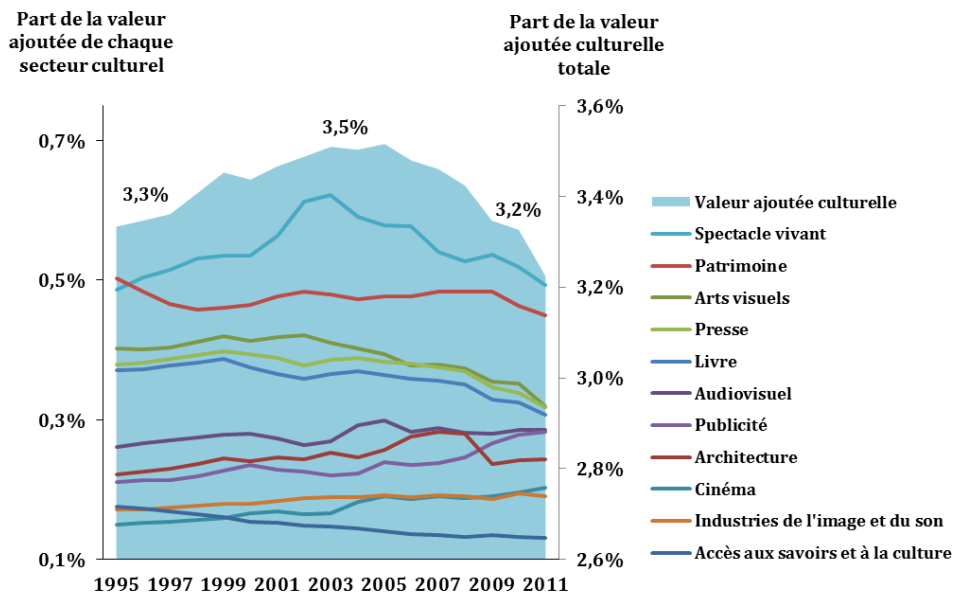
La mesure de la valeur ajoutée s'établit dans la comptabilité nationale en prix courants. Afin d'établir des comparaisons historiques, il est cependant nécessaire de neutraliser l'effet de l'évolution des prix, afin d'obtenir les valeurs ajoutées à prix constants, c'est-à-dire « en volume ». L'évolution des prix a été plus ou moins importante selon les secteurs au cours de la période 1995/2011. Ainsi, pour les secteurs du patrimoine (+63 %), de l'accès aux savoirs et à la culture (+71 %), du spectacle vivant (+43 %) et de l'architecture (+43 %), cette évolution a été particulièrement soutenue.

**Tableau 1 : Évolution du prix de la valeur ajoutée entre 1995 et 2011 par secteur**

	Valeur ajoutée en euros courants (valeur, M€)			Valeur ajoutée en euros constants (volume, M€)			Indice des prix (base 1 : 2011)			Évolution des prix 1995/2011
	1995	2004	2011	1995	2004	2011	1995	2004	2011	
Spectacle vivant	4 688	8 261	8 848	6 694	9 858	8 848	0,7	0,8	1,0	+42,8
Patrimoine	4 233	6 111	8 070	6 918	7 880	8 070	0,6	0,8	1,0	+63,4
Arts visuels	4 772	6 265	5 724	5 546	6 706	5 724	0,9	0,9	1,0	+16,2
Presse	4 822	6 291	5 710	5 216	6 486	5 710	0,9	1,0	1,0	+8,2
Livre	4 761	5 958	5 511	5 101	6 166	5 511	0,9	1,0	1,0	+7,1
Audiovisuel	3 240	5 154	5 128	3 604	4 875	5 128	0,9	1,1	1,0	+11,2
Publicité	2 964	4 226	5 068	2 912	3 734	5 068	1,0	1,1	1,0	-1,7
Archi-tecture	2 140	3 575	4 368	3 060	4 114	4 368	0,7	0,9	1,0	+43,0
Cinéma	1 838	3 210	3 649	2 067	3 046	3 649	0,9	1,1	1,0	+12,4
Industries de l'image et du son	2 166	3 092	3 415	2 360	3 158	3 415	0,9	1,0	1,0	+9,0
Accès aux savoirs et à la culture	1 414	1 900	2 344	2 411	2 407	2 344	0,6	0,8	1,0	+70,6
<b>Total général</b>	<b>37 038</b>	<b>54 042</b>	<b>57 835</b>	<b>45 890</b>	<b>58 429</b>	<b>57 835</b>	<b>0,8</b>	<b>0,9</b>	<b>1,0</b>	<b>+23,9</b>

Source : Mission.

**Graphique 3 : Évolution de la valeur ajoutée des secteurs culturels entre 1995 et 2011 en part de la somme des valeurs ajoutées (en %, prix constants)**



Source : Mission.

**Outre le spectacle vivant, qui a connu une diminution en volume sensible depuis 2003, trois secteurs au poids et à l'évolution semblables (arts visuels, presse, livre) expliquent une part importante de la diminution de la valeur ajoutée culturelle globale<sup>10</sup>.** La diminution de la valeur ajoutée constatée pour certains secteurs peut avoir diverses origines. D'abord, des raisons structurelles et technologiques peuvent expliquer cette baisse : ainsi, les mutations structurelles du lectorat de la presse et du livre, l'effondrement du secteur de la musique enregistrée (contrebalancé, au sein du secteur « industrie de l'image et du son », par l'augmentation de la part des jeux vidéo) et la baisse des prix des équipements technologiques culturels (photo, vidéo et appareils électro-acoustiques) bouleversent les secteurs de la presse, du livre, des arts visuels et des industries de l'image et du son. Ensuite, de manière plus conjoncturelle, la crise économique à l'œuvre depuis 2008 explique l'orientation à la baisse en fin de période de certains secteurs fortement exposés au cycle économique, comme la publicité et l'architecture, tout en accélérant les transformations dans les secteurs fortement soumis à des changements structurels (presse, livre, musique).

### **1.3. Une empreinte plus large de la culture dans l'économie à travers des consommations intermédiaires et des emplois**

En complément de la valeur ajoutée, deux autres agrégats économiques témoignent de l'empreinte de la culture dans l'économie nationale : la production culturelle et les emplois, que ces derniers soient dans les entreprises culturelles ou qu'il s'agisse d'emplois culturels.

#### **1.3.1. Une production culturelle de 129,8 Md€ et l'apport de la culture à l'économie de 104,5 Md€ en 2011**

**La production culturelle s'élève en 2011 à 129,8 Md€<sup>11</sup>, dont 111,7 Md€ de production marchande et 14,0 Md€ de production non-marchande, c'est-à-dire les services fournis (notamment par les administrations) gratuitement ou à un prix de vente inférieur à 50 % des coûts de production<sup>12</sup>.** Le spectacle vivant (17,5 Md€), l'audiovisuel (15,2 Md€) et la publicité (11,7 Md€) sont les trois secteurs spécifiquement culturels dont la production est la plus importante. La production dite non-marchande se concentre dans les secteurs de forte intervention publique que sont le spectacle vivant (10 Md€), le patrimoine (2 Md€) et l'accès aux savoirs et à la culture (2 Md€).

**La production culturelle est composée de 57,8 Md€ de valeur ajoutée (cf. supra) et de 72,0 Md€ de consommations intermédiaires,** conformément à la définition classique de la comptabilité nationale. Appartenant à un secteur produisant à la fois des biens et des services, les activités culturelles sont des activités à forte valeur ajoutée dans la production (45 %), à mi-chemin entre celle des services marchands (56 %) ou non-marchands (74 %) et celle des branches industrielles (27 %).

**Parmi les secteurs culturels, l'analyse de la structure sous-jacente de la production permet de distinguer deux grands types de secteurs.**

<sup>10</sup> Il faut rappeler que ces chiffres mesurent la valeur ajoutée des secteurs (distinctement, par exemple, des chiffres de la production ou du chiffre d'affaires) et ne fournissent que des indications sur un secteur, dans la mesure où ils peuvent dépendre d'évolutions structurelles au sein même de la production (part de la masse salariale, évolution des marges, rentabilité...), évolutions qui mériteraient une étude en elles-mêmes.

<sup>11</sup> Contrairement à la valeur ajoutée, qui n'est comptabilisée qu'une seule fois pour chaque entreprise et peut donc être aisément additionnée sans risque de double-compte, la somme des productions est plus délicate méthodologiquement, dans la mesure où des double-comptes sont susceptibles d'exister entre deux entreprises qui commercent entre elles.

<sup>12</sup> Le reliquat, soit 4,1 Md€, est composé, en comptabilité nationale, de la « production pour emploi final propre » c'est-à-dire les biens ou services qu'une unité de production conserve pour sa consommation finale ou sa formation brute de capital fixe.

## Rapport

**D'une part, certains secteurs se caractérisent par un poids de la valeur ajoutée important au sein de leur production.** C'est le cas de l'accès aux savoirs et à la culture (activité non-marchande, ratio de valeur ajoutée/production de 82 %), l'architecture (70 %) et le spectacle vivant (51 %) pour lesquels les activités de création et de production concentrent l'essentiel de la valeur.

**D'autre part, certains secteurs culturels s'illustrent par de forts effets d'entraînement sur le reste de l'économie.** Ainsi, les consommations intermédiaires élevées en part de la production dans les secteurs de l'audiovisuel (66 %) et du cinéma (58 %) sont les signes de secteur avec de forts effets d'entraînement.

### Encadré 3 : L'apport de la culture à l'économie : 104,5 Md€

Pour mesurer l'apport global de la culture à l'économie, la mission a ajouté au périmètre défini plus haut (57,8 Md€), les effets « induits » par les activités culturelles, en s'en tenant toutefois aux effets induits par les seules activités « spécifiquement » culturelles<sup>13</sup>. Les activités induites, c'est-à-dire l'activité générée auprès d'autres entreprises par l'existence d'entreprises culturelles, représentent 49 % de la production spécifiquement culturelle. Parmi les activités spécifiquement culturelles, l'audiovisuel (65 %), le livre (57 %) et la presse (55 %) se caractérisent par de forts effets induits, s'agissant de secteurs industriels qui mobilisent fortement d'autres entreprises en dehors de leur secteur.

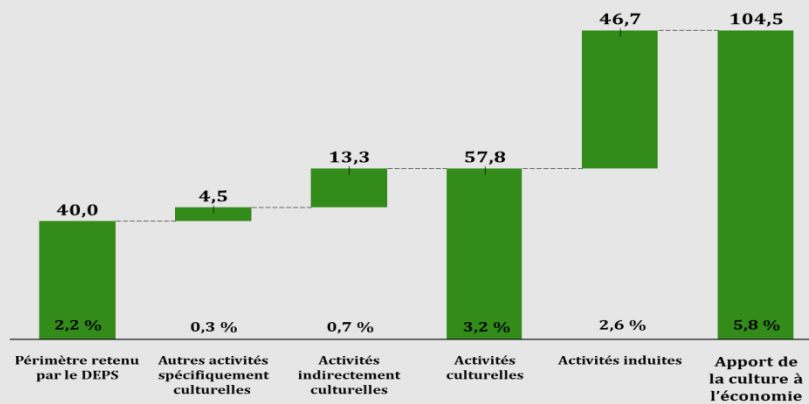
**Tableau 2 : Apport de la culture à l'économie (2011, en Md€)**

	Exemples	Valeur ajoutée	Activités induites*	Total
Activités spécifiquement culturelles	Librairies, sociétés de production audiovisuelle, salles de cinéma, photographes, marchands d'art, bibliothèques	44,5	46,7	-
Activités indirectement culturelles	Imprimeries travaillant pour la presse et le livre, ouvriers du bâtiment spécialisés dans la réhabilitation de monuments historiques, centres culturels des grandes surfaces	13,3	-	-
<b>Total</b>		<b>57,8</b>	<b>46,7</b>	<b>104,5</b>

Source : Mission. \* : par exemple consommation d'électricité, de loyers, de matériaux des activités spécifiquement culturelles.

« L'apport de la culture à l'économie » ainsi défini par la mission représente un total de 104,5 Md€, soit l'équivalent de 5,8 % de la somme des valeurs ajoutées.

**Graphique 4 : L'apport de la culture à l'économie (en M€/en % de la somme des valeurs ajoutées – prix de 2011)**



Source : Mission.

<sup>13</sup> Les activités induites par les activités spécifiquement culturelles correspondent aux consommations intermédiaires de ces activités, auxquelles ont été soustraites les consommations intra-branches, afin d'éviter des double-comptes.

### Encadré 4 : Poids économique des secteurs liés au rayonnement culturel de la France

La mission a également évalué les agrégats économiques relatifs à activités liées au rayonnement et à l'attractivité de la France (luxe, mode, gastronomie et arts décoratifs), mais sans avoir été intégrés dans le périmètre des activités culturelles tel que retenu par la mission.

**Au sein de ces activités, la mission n'a pas cherché à proratiser artificiellement ce qui serait d'ordre culturel** de ce qui ne le serait pas (par exemple dissocier la mode de l'habillement, le design de l'ameublement, ou la gastronomie de la restauration). À l'exception de la part que représentent ces produits dans le chiffre de la distribution en grandes et petites surfaces, qui est mesurable et a été intégrée comme tel, les activités NAF de ces secteurs ont été intégralement prises en compte, ce qui explique que la valeur ajoutée de ce troisième champ sectoriel soit pratiquement équivalent à l'ensemble des activités spécifiquement culturelles.

**La valeur ajoutée du « rayonnement culturel » représente en effet 40,3 Md€ en 2011.** La gastronomie (22,3 Md€) représente la part la plus forte (dont la restauration traditionnelle à hauteur de 18,2 Md€), suivie des arts appliqués et décoratifs (6,8 Md€), du luxe (6,5 Md€) et de la mode (4,7 Md€).

**La production de ces activités, qui est exclusivement de type marchand, s'élève à 89,7 Md€ en 2011.** Elles employaient 1 034 070 personnes en 2010 (dont 389 732 emplois dans la restauration traditionnelle) soit une progression de 1,0 % entre 2008 et 2010.

### 1.3.2. Si les entreprises culturelles emploient 670 000 personnes dans des professions culturelles et non culturelles, les professions culturelles (870 000 personnes) irriguent également les entreprises non culturelles

**L'emploi dans les entreprises culturelles d'une part, et les professions culturelles d'autre part, correspondent à deux mesures différentes de l'emploi :** la première consiste à retracer les emplois dans les entreprises culturelles (que ces emplois soient de nature culturelle ou non), par l'intermédiaire des données issues des enquêtes sur les entreprises de chaque code NAF ; la seconde vise à retracer les emplois culturels dans toutes les entreprises, à travers les déclarations des ménages à l'occasion du recensement (il s'agit par exemple du *designer* de l'industrie automobile, ou bien de l'interprète d'une entreprise pharmaceutique).

**Les activités culturelles (spécifiquement et indirectement) employaient près de 670 000 personnes en 2010,** qu'il s'agisse de fonctions culturelles ou non culturelles. L'emploi dans les activités culturelles représente donc 2,5 % de l'emploi total en France (26 700 000 actifs en emploi en 2010). Le secteur culturel le plus pourvoyeur d'emplois est le spectacle vivant (150 000 emplois, soit 22 % du total de ces emplois), devant la publicité (100 000) et la presse (87 000). L'emploi dans les activités culturelles a progressé de 2,0 % entre 2008 et 2010, soit 13 000 emplois créés : cette création nette a été particulièrement forte (de l'ordre de 3 000 ou 4 000 emplois créés en deux ans pour chacun des secteurs) dans la publicité, l'accès aux savoirs et à la culture, les arts visuels et le spectacle vivant. A l'inverse certains secteurs ont supprimé des emplois comme le livre ou la restauration du patrimoine et, surtout, le secteur des industries de l'image et du son (800 emplois perdus entre 2008 et 2010) et celui de la presse (6 000 emplois).

**En 2010, 870 000 personnes occupaient un emploi de type culturel (dans une entreprise culturelle ou non)<sup>14</sup>**, dont 770 000 emplois correspondant au champ d'activité considéré ci-dessus comme spécifiquement culturel (32 professions) et 100 000 emplois correspondant au champ indirectement culturel (20 professions). En conséquence, il existe plus de personnes ayant un emploi culturel en dehors d'entreprises culturelles (par exemple un photographe dans une entreprise agroalimentaire) que de personnes ayant un emploi non culturel dans une entreprise culturelle (par exemple un standardiste dans une chaîne de télévision).

### **1.4. L'intervention de l'État dans l'économie de la culture, une intensité et des modalités variées selon les secteurs**

**Le total de l'intervention financière de l'État dans le domaine de la culture et de la communication s'établit en 2012 à 13,9 Md€, dont 11,6 Md€ en crédits budgétaires, 1,4 Md€ en dépenses fiscales et 0,9 Md€ en taxes affectées<sup>15</sup>.**

**Trois principaux pôles concentrent les trois quarts des crédits budgétaires en faveur de la culture.** Il s'agit en premier lieu des sept programmes budgétaires gérés par le ministère de la culture de la communication, pour un total de 3,9 Md€ : création, patrimoine, transmission des savoirs, presse, contribution à l'audiovisuel et la diversité radiophonique, livre, industries culturelles, recherche culturelle et recherche scientifique. Les autres principaux postes du budget général sont les avances à l'audiovisuel public (contribution pour l'audiovisuel public : 3,3 Md€) et l'enseignement scolaire (éducation artistique et culturelle à l'école : 2,1 Md€).

**A ces dépenses budgétaires, il convient d'ajouter les dépenses fiscales en faveur de la culture, qui représentaient un montant total de 1,4 Md€ en 2012.** Les dépenses fiscales concernent en premier lieu le secteur de l'audiovisuel (dégrèvements de contribution pour l'audiovisuel public et déduction de TVA par les chaînes publiques, soit 47 % du total), le secteur de la presse (taux super réduit de TVA, soit 18 % du total) et le spectacle vivant (taux super réduit de TVA, soit 7 % du total).

**Enfin, l'intervention publique prend également la forme de ressources fiscales affectées aux dépenses des différents organismes et fonds de soutien culturels :** centre national du cinéma et de l'image animée (CNC), association pour le soutien du théâtre privé, centre national de la chanson, des variétés et du jazz, centre national du livre, centre des monuments nationaux et institut national de recherche en archéologie préventive. Le montant des dépenses de ces organismes s'établissait en 2012 à un total de 897 M€.

---

<sup>14</sup> Les emplois culturels ont été identifiés au sein de la nomenclature « professions catégories socioprofessionnelles » (PCS). Il s'agit par exemple des artistes plasticiens, des détaillants en biens culturels, des cadres de la publicité, des journalistes ou des photographes. 32 professions spécifiquement culturelles et 20 professions indirectement culturelles (dont le nombre d'emplois a été proratisé en conséquence) ont été identifiées dans la nomenclature PCS.

<sup>15</sup> Par ailleurs, l'intervention de l'État en faveur de certaines professions culturelles est aussi un mode de soutien au secteur de la culture. Compte tenu du caractère précaire et discontinu propre à une partie de l'activité culturelle, certaines populations ont en effet bénéficié « historiquement » d'aménagements des dispositifs généraux, dont le régime propre aux artistes-auteurs et celui des intermittents du spectacle.



### Encadré 5 : Interventions des collectivités territoriales en faveur de la culture

**En partant des comptes administratifs (CA) des collectivités, le DEPS synthétise à intervalle régulier les données sur les dépenses culturelles des collectivités locales** en procédant à une enquête nationale auprès d'un échantillon représentatif, ce qui lui permet notamment d'évaluer et d'éviter que soient comptés deux fois les flux croisés existant entre les différents niveaux notamment sous forme de subventions d'une collectivité à une autre.

**L'effort total des collectivités territoriales en faveur de la culture (pour la métropole et les départements d'outre-mer) est de 7,6 Md€ en 2010** selon les chiffres provisoires du DEPS, chiffre à rapprocher de l'intervention de l'État synthétisé plus haut pour 2012, soit 13,9 Md€<sup>16</sup>. Les chiffres provisoires fournis par le DEPS pour 2010 indiquent que les communes de plus de 10 000 habitants ont dépensé 4,5 Md€ dans le domaine culturel (en poids relatif, ces dépenses avaient en 2006 représenté en moyenne 8,1 % de l'ensemble du budget des communes). De leur côté, les établissements publics de coopération intercommunale (EPCI) ayant reçu la compétence culture ont dépensé 1 Md€ en faveur du secteur en 2010 (en 2006, ces dépenses représentaient 5,7 % de leur budget global). En 2010, enfin, les départements ont dépensé 1,4 Md€ (2,2 % de leur budget global pour les chiffres 2006) et les régions 0,7 Md€ (2,5 % de leur budget).

**Une certaine évolution à la hausse se fait globalement sentir entre 2006 et 2010, de l'ordre de 12 %, et plus particulièrement de la part des régions et des groupements de communes.**

**Sur les 13,9 Md€ totaux d'intervention financière de l'État en faveur de la culture, 9,3 Md€ ont été retenus par la mission comme des interventions ayant un impact sur l'économie de la culture**<sup>17</sup>. L'ensemble se situe à un montant équivalant à 16,1 % de la valeur ajoutée du champ économique de la culture défini plus haut (57,8 Md€), et à 7,2 % de la production de ces secteurs (129,8 Md€), ces deux pourcentages pouvant être considérés comme une première approche de « l'impact » sectoriel de la dépense de l'État.

**L'analyse des modalités d'intervention révèle trois grandes formes d'impact possible de l'État dans l'économie d'un secteur culturel** : l'État en tant qu'**accompagnateur** et incitateur auprès des acteurs culturels (aides, subventions, fonds de soutien), l'État en tant qu'**acteur** à part entière de l'offre culturelle (opérateurs de l'État sur des marchés totalement ou partiellement concurrentiels) et l'État en tant qu'**acheteur** de biens et services culturels. Selon cette grille d'analyse, trois grandes catégories de secteurs culturels se dégagent en termes de poids relatif de l'intervention publique.

**D'abord, l'audiovisuel et l'accès aux savoirs et à la culture sont massivement investis par une dépense publique structurante**, qui correspond à 35,7 % de la valeur ajoutée pour l'accès à la culture et au savoir, secteur structuré par la présence dominante d'opérateurs de l'État (bibliothèques, archives, établissements d'enseignement culturel...) et à 97,6 % pour l'audiovisuel (33,5 % hors redevance)<sup>18</sup>, secteur dans lequel des mécanismes diversifiés d'aides aux entreprises sont complétés, pour les chaînes publiques, par la contribution à l'audiovisuel public (redevance audiovisuelle) et par la compensation du manque-à-gagner publicitaire en *prime time*.

<sup>16</sup> Il ne serait pas toutefois pas cohérent d'ajouter ces deux chiffres, d'une part du fait de définitions différentes du périmètre de la culture, d'autre part du fait de la part non négligeable des dépenses de l'État prenant la forme de subventions aux collectivités (une large composante de l'offre culturelle locale étant gérée en régie directe), qu'une simple addition compterait deux fois.

<sup>17</sup> Pour obtenir le périmètre des dépenses de l'État ayant une incidence effective sur les acteurs économiques, ont été retranchées les dépenses générales de personnel non ventilables et les dépenses hors périmètre économique (action extérieure de l'État, éducation artistique et culturelle à l'école, centres de documentation et bibliothèques universitaires).

<sup>18</sup> Ce chiffrage tient compte de la comptabilisation des dégrèvements de contribution à l'audiovisuel public (CAP) pour les ménages modestes (dépense fiscale de 0,5 Md€) et de la dotation versée par l'État à l'audiovisuel public afin de compenser ce manque-à-gagner au titre de la CAP (0,5 Md€), qui s'ajoute donc au montant net de la CAP (2,7 Md€).

**A l'opposé, cinq secteurs ne sont que faiblement impactés par la dépense publique :** outre la publicité qui ne dispose pas de dispositif de soutien propre, le rapport entre les dépenses publiques et la valeur ajoutée ne dépasse pas 2 % pour les arts visuels et reste dans une fourchette comprise entre 0,6 et 1,1 % pour le livre, l'architecture (hors les écoles d'architecture qui sont intégrées au secteur « accès aux savoirs »), et les industries de l'image et du son. L'intervention de l'État est, en effet, assez logiquement, faible dans ces secteurs fondamentalement concurrentiels que sont le marché de l'art, les industries culturelles (hors audiovisuel) ou les services d'architecture et, s'il peut exister des dispositifs de soutien ciblés (via des organismes comme le centre national du livre ou le CNC pour le jeu vidéo ou le CNC, ou des crédits d'impôt...), ils restent dans une marge qualitative au regard de l'économie des secteurs.

**Les quatre autres secteurs se situent entre ces deux extrêmes :** ce sont le cinéma, le patrimoine, la presse et le spectacle vivant, les dépenses publiques se situant de façon homogène dans une fourchette équivalant à 9,4 à 14,8 % de la valeur ajoutée. Il s'agit donc de secteurs intermédiaires qui, sans être structurés par les fonds publics, sont néanmoins investis par eux de façon significative. Par ce mélange d'implication financière lourde et de relative « extériorité » (absence d'opérateur public), on peut considérer que l'on est ici au cœur de la notion « d'impact » de la dépense publique.

## **2. Les secteurs créatifs du jeu vidéo, de l'audiovisuel, du cinéma et de la mode présentent une structuration de la valeur ajoutée proche, mais des défis différents à l'international**

Conformément aux objectifs fixés par la lettre de mission, la mission a analysé la structuration et les dynamiques économiques des quatre secteurs culturels identifiés par les commanditaires (**l'industrie vidéoludique, le cinéma, la mode et l'audiovisuel**)<sup>19</sup>.

**Pour chacun de ces secteurs, la mission a analysé successivement la chaîne de valeur, c'est-à-dire les acteurs économiques intervenant depuis la création jusqu'à la diffusion ou la distribution des produits concernés, les soutiens publics** dont ils bénéficient et enfin **leur compétitivité**, notamment dans un contexte international, tout en esquissant les **enjeux et les perspectives** propres et communes à chaque secteur.

---

<sup>19</sup> A été également analysé le secteur du marché de l'art, secteur essentiel de la culture dont la position est en recul sur la plan international et dont les caractéristiques économiques ne peuvent être appréhendées de manière satisfaisante à travers les données de l'Insee, en l'absence de code NAF spécifique, cf. *infra*.

**Encadré 6 : Quatre secteurs inégalement couverts par les données publiques**

**Un périmètre relativement consensuel pour les secteurs de l'audiovisuel et du cinéma.**

L'audiovisuel et le cinéma correspondent à des codes d'activités spécifiques au sens de l'Insee et constituent des secteurs particulièrement investis et donc délimités et définis par la puissance publique.

Les seules interrogations relèvent de l'inclusion éventuelle des industries techniques, des programmes radiophoniques et des radios et de l'éventuelle prise en compte des programmes audiovisuels non aidés (programmes de « flux » et non-œuvres audiovisuelles). À la lumière de ces options, la mission a retenu les périmètres suivants : pour le cinéma, ont été analysées les activités de production de films, leur distribution, leur exploitation et leur exportation ; pour l'audiovisuel, la mission a choisi d'analyser la production télévisuelle aidée et l'économie des chaînes de télévision.

**Une définition complexe des périmètres de la mode et de l'industrie du jeu vidéo.**

Contrairement à tous les autres secteurs étudiés par la mission, la mode ne dispose pas d'un code d'activité clairement établi dans la nomenclature de l'Insee. Les interrogations sont dès lors potentiellement plus substantielles, le secteur de la mode pouvant être défini *stricto sensu* uniquement par l'activité des maisons de haute-couture et au sens le plus large comme la création, la production et la distribution de tous les textiles, chaussures, maroquineries, parfums et bijoux.

Quant à l'industrie du jeu vidéo, celle-ci n'est pas encore structurée pour permettre une classification de toutes les entreprises dans les codes d'activités spécifiques au jeu vidéo : les entreprises de jeux vidéo se déclarent dans plusieurs codes d'activité non spécifiques à leur industrie (programmation informatique par exemple).

En conséquence, dans ces deux secteurs, la mission a fait le choix de se reposer sur des définitions de périmètre données par des acteurs représentatifs de chaque secteur, sur la base de recensements d'entreprises qui y appartiennent. Ainsi, pour la mode, ont été analysées les activités des couturiers et créateurs, des donneurs d'ordre et fabricants, des façonniers et des structures de distribution généralistes ou spécialisées. Pour le jeu vidéo, ont été analysées les activités des studios de développement, des éditeurs, des acteurs spécialisés (concepteurs de logiciels, fabricants d'accessoires, presse spécialisée) et des distributeurs.

**Les données économiques relatives à ces secteurs ne sont pas toujours disponibles et complètes.**

Dans les secteurs du cinéma et de la production audiovisuelle aidée, où l'intervention publique est structurante, tant du point de vue réglementaire que financier, les données sont largement disponibles et tenues régulièrement à jour par le centre national du cinéma et de l'image animée (CNC), qui publie chaque année des rapports détaillés sur tous les aspects de ces industries.

En revanche, pour le jeu vidéo et la mode, les informations sont plus difficilement accessibles et plus parcellaires, de sorte que la mission a dû procéder, en lien avec les organismes professionnels de chaque secteur (comité de développement et de promotion de l'habillement (DEFI), Institut de formation de la mode (IFM), agence nationale du jeu vidéo (ANJV), syndicat national du jeu vidéo (SNJV)), à l'identification et l'exploitation de données spécifiques<sup>20</sup>.

**2.1. Des poids économiques différents, mais une structuration de la chaîne de valeur similaire**

**Le poids économique des secteurs étudiés est très différent.** Si les productions audiovisuelles aidées et cinématographiques représentent des montants proches (1,4 Md€ de devis pour les programmes audiovisuels aidés en 2012 et 1,3 Md€ d'investissements dans les films agréés par le CNC en 2012), les entités de diffusion et de distribution de ces œuvres ne sont pas comparables : le chiffre d'affaires total des chaînes de télévision s'établit autour de 9,5 Md€, alors que celui des distributeurs de films est de 1,8 Md€ et de 1,4 Md€ pour les exploitants de salles de cinéma. Selon le périmètre retenu par la mission, le chiffre d'affaires

<sup>20</sup> Dans la mesure où les périmètres retenus diffèrent entre les parties 1 et 2 du rapport (en particulier pour le jeu vidéo et la mode), les données économiques relatives à ces secteurs sont susceptibles de présenter des différences.

## Rapport

de la mode s'établit à 43,7 Md€ en 2011, dont 33,6 Md€ pour l'habillement, pour 10 Md€ de valeur ajoutée. Quant à l'industrie vidéoludique en France, son chiffre d'affaires est de 4,8 Md€, pour 1,1 Md€ de valeur ajoutée.

**La créativité de ces secteurs est le fait d'une multitude de petites entités** (les créateurs dans la mode, les studios de développement dans le jeu vidéo, les sociétés de production dans l'audiovisuel) qui se caractérisent par équilibre financier délicat, dépendant d'une économie de prototypes (un nombre limité de collections par an pour les créateurs de mode, un grand jeu produit tous les trois ans pour les studios de développement, un ou deux films par an dans le cinéma), dont le processus créatif n'est par nature pas aisément « industrialisable ».

**La gestion des droits est essentielle pour ces créateurs** (lutte contre le piratage et les contrefaçons), y compris dans leur rapport avec les segments en aval de la chaîne de valeur (cession des droits aux éditeurs dans le jeu vidéo).

**Dès lors, le financement de la création repose en grande partie sur le secteur aval qui exerce un contrôle plus ou moins important sur la création.** Dans l'audiovisuel comme dans le jeu vidéo, et dans une certaine mesure dans le cinéma, le financement de la création repose en grande partie sur le segment des « éditeurs » et « diffuseurs » (éditeurs de jeux vidéo, chaînes de télévision). Pour les programmes audiovisuels et les films, cette contribution de l'aval est obligatoire ; elle constitue le cœur de l'intervention publique (taxes affectées aux interventions du CNC, obligations d'investissement des chaînes dans les œuvres audiovisuelles), mais s'accompagne également de conditions d'indépendance de la création (en matière audiovisuelle par exemple) pour éviter la production « de commande ». En revanche, dans le jeu vidéo, les studios de développement qui ne peuvent se bâtir une indépendance financière sont « captifs » des éditeurs pour lesquels ils deviennent des prestataires rémunérés au forfait, après cession de tous les droits (« IP »).

**Enfin, des acteurs français majeurs ont émergé par l'intégration progressive de différents segments de la chaîne de valeur.** Le cas est particulièrement frappant dans le domaine de la mode, avec les acteurs du luxe qui ont entrepris de réinvestir l'intégralité du processus de confection et de distribution pour contrôler tous les processus de qualité et sécuriser leur marque. D'autres grands groupes français dans ces secteurs constituent des acteurs majeurs (Europacorp, Gaumont, TF1, France Télévisions, par exemple).

## 2.2. Une intensité et des modalités d'intervention publique variées, mais aux finalités convergentes dans les quatre secteurs

**Dans les secteurs du cinéma et de l'audiovisuel, tous les leviers de l'intervention publique sont mobilisés :** obligations légales (quotas de diffusion pour la télévision, quotas d'investissement des chaînes de télévision dans la production d'œuvres audiovisuelles : 835,9 M€ en 2011, dont 794,7 M€ au titre des œuvres patrimoniales), mécanismes de taxes affectées finançant la création à travers une entité publique qui intervient en gestionnaire (soutien automatique : 161,9 M€ au cinéma et 199,6 M€ à la production audiovisuelle aidée en 2012) ou en contribuable des aides (soutiens sélectifs : 161,4 M€ au cinéma et 91,6 M€ à la production audiovisuelle aidée en 2012), crédits d'impôts en faveur des entreprises du secteur (coût estimé pour 2014 de 82 M€ pour le cinéma et 62 M€ pour l'audiovisuel) et des particuliers souhaitant investir dans la production audiovisuelle ou cinématographique (SOFICA : coût estimé pour 2012 de 26 M€) et garanties publiques (IFCIC).

**L'ensemble de ces interventions en faveur du cinéma et de la production audiovisuelle aidée représente des montants substantiels,** auxquels il conviendrait d'ajouter le financement des chaînes publiques (France Télévisions, Arte) par les deniers publics (notamment la contribution pour l'audiovisuel public, soit 2,5 Md€ en 2012 pour les chaînes de télévision), dans la mesure où ces dernières contribuent très largement au financement de la production audiovisuelle et cinématographique, soit directement (respectivement 398 M€

et 79 M€ pour France Télévisions), soit à travers leur contribution au titre des taxes affectées (139 M€ pour France Télévisions).

**Dans les secteurs du jeu vidéo et de la mode, cette intervention est plus récente et plus limitée.** Les incitations fiscales sont utilisées dans ces deux domaines (crédit d'impôt pour les entreprises de création de jeux vidéo, d'un coût de 4 M€ pour 2012 ; crédit d'impôt collection, intégré dans le crédit d'impôt recherche pour le secteur de la mode). Par ailleurs, la mode bénéficie d'un financement par taxes affectées de centres professionnels de développement économique (CPDE), qui mènent des initiatives à caractère collectif (26 M€). Quant au secteur du jeu vidéo, ses entreprises sont éligibles aux soutiens du fonds d'aide au jeu vidéo (FAJV) géré par le CNC (aides à la pré-production, aides à la création de propriétés intellectuelles, aides aux opérations à caractère collectif, pour un montant total de près de 5 M€ en 2012).

**Si leur intensité et leurs modalités varient entre les quatre secteurs analysés, les interventions publiques visent certaines finalités communes.** Il s'agit en premier lieu de renforcer l'équilibre financier des structures de création, qui sont les plus fragiles, à travers une forme de commande forcée (obligations d'investissement des chaînes de télévision), une contribution de l'aval à la création (taxes sur les places de cinéma, sur les services de télévision et sur les fournisseurs d'accès à internet finançant la création cinématographique et audiovisuelle) ou encore sous forme de dépenses fiscales. En deuxième lieu, ces soutiens cherchent à promouvoir une qualité et une diversité dans la production : à travers les obligations d'indépendance des producteurs en matière audiovisuelle, à travers la sélectivité des soutiens attribués par le CNC ou à travers des agréments délivrés par le CNC ouvrant droit à certains crédits d'impôt. En troisième lieu, ces interventions visent à consolider l'activité en France : certains crédits d'impôt sont conditionnés à la réalisation d'une partie de la production en France, d'autres sont conçus afin d'attirer des investissements étrangers en France (« crédit d'impôt international » pour le cinéma) ou pour renforcer la compétitivité de l'industrie française (crédit d'impôt pour les entreprises de création de jeux vidéo).

### 2.3. La compétitivité à l'export et le caractère « disruptif » du numérique, des défis structurants pour les quatre secteurs

**Pour le cinéma et l'audiovisuel, l'export au sens strict, c'est-à-dire la vente de droits de distribution et de diffusion à l'étranger, constitue une modalité supplémentaire, non indispensable, de rentabiliser l'œuvre<sup>21</sup>.** En 2012, cette vente représente 127 M€ pour l'audiovisuel (dont 100 M€ de programmes aidés, soit 7 % rapportés au total de 1,4 Md€ de devis de programmes aidés) et 301 M€ pour le cinéma (dont 211 M€ pour les films d'initiative française, soit 18 % rapportés au total de 1,1 Md€ d'investissements dans les films français). Ces exportations, confiées la plupart du temps à des mandataires chargés de démarcher des diffuseurs et distributeurs étrangers, répondent à une économie différente du marché domestique. Sur le marché domestique, grâce au système de financement reposant sur les obligations d'investissement des chaînes et les aides transitant par le CNC, la production aidée n'est pas soumise à des contraintes de rentabilité fondées sur l'audience attendue des programmes et films. A l'inverse, sur le marché international, les ventes de droits sont directement indexées sur le succès escompté par l'acheteur de la diffusion des programmes et films à l'étranger – indépendamment des coûts engagés pour leur réalisation. Dès lors, ce ne sont pas les coûts de production qui déterminent la compétitivité de ces deux secteurs à l'international, mais leur capacité à s'adresser à des spectateurs étrangers, soit en valorisant des spécificités françaises (par exemple le patrimoine français ou la tradition française du documentaire exigeant), soit en concevant des films « taillés » pour être des succès mondiaux, selon des « recettes » communes aux *blockbusters*.

---

<sup>21</sup> À la différence des participations de partenaires étrangers au financement de l'œuvre *ab initio*, sous forme de préventes, apports ou coproductions.

**À l'inverse, pour les secteurs des jeux vidéo et de la mode, qui opèrent sur des marchés mondiaux, le développement à l'international est une partie intégrante de leur modèle d'affaires.** Les entreprises de ces deux secteurs sont pleinement insérées dans le commerce mondial : pour les jeux vidéo, le chiffre d'affaires à l'export pour 2011 des studios de développement s'établit à 55 M€ (soit 31 % de leur chiffre d'affaires) et celui des éditeurs à 668 M€ (soit 36 % de leur chiffre d'affaires). Quant au secteur de la mode, son chiffre d'affaires à l'international s'élève à 12,1 Md€ (soit 28 % du chiffre d'affaires total) dans le périmètre retenu par la mission. De plus, les entreprises vidéoludiques et de la mode s'adressent directement à une clientèle mondiale, ces marchés étant pleinement globalisés (défilés, sortie mondiale de consoles ou de jeux vidéo). Ici, la question des coûts de production est déterminante, même si elle se pose de manière différente dans des domaines fortement concernés par la concurrence sur les prix (certains jeux vidéo, mode à bas coût) et dans des domaines qui y échappent en partie (luxe).

**Le caractère « disruptif » du numérique bouleverse de manière transversale tous les secteurs culturels analysés.**

**En modifiant les technologies, le numérique transforme en profondeur les usages et les modes de consommation des produits culturels.** La multiplication des plateformes de consommation culturelle (ordiphones, tablettes, télévisions connectées) offrent aux consommateurs de nouvelles expériences (nomadisme et ubiquité de la consommation dématérialisée, programmes en trois dimensions) et élargissent les choix disponibles (délinéarisation des contenus, accès à une offre mondiale). Cette évolution des modes de consommation influence le format (programmes plus courts, séries) et le contenu des produits culturels (par exemple, développement des *casual* et *social games* au détriment des jeux AAA).

**Cette ligne de force transforme la chaîne de valeur en redéfinissant les rôles respectifs des différents segments.** Le premier segment impacté par la révolution numérique est celui de la distribution/diffusion : avec la généralisation des jeux dématérialisés, les chaînes de vente de jeux vidéo physiques doivent réinventer leur modèle économique ; avec la consommation en ligne de programmes audiovisuels ou cinématographiques, les chaînes de télévision sont susceptibles de faire face à une baisse potentielle de leurs recettes publicitaires. Le deuxième segment est celui de la création : dès lors que les créateurs de séries télévisées ou de jeux vidéo peuvent s'adresser directement à leurs consommateurs *via* des plateformes numériques (Netflix, Facebook, AppStore), la définition d'un nouveau modèle économique (abonnements, *freemium*, paiement à l'acte) leur permettrait de s'affranchir du financement par les « éditeurs » (chaînes de télévision, éditeurs de jeux vidéo). Cette redéfinition de la chaîne de valeur pose la question de la **nouvelle répartition de la valeur ajoutée**, qui sera désormais captée par les plateformes numériques chargées de l'intermédiation entre les créateurs et les consommateurs et qui se trouvent de ce fait désormais en position de force pour attirer les ressources publicitaires, pour « éditer » les créations, c'est-à-dire mettre en valeur les contenus qu'elles choisissent, et pour imposer leurs conditions aux créateurs.

### 3. L'analyse de l'impact d'une implantation culturelle sur le dynamisme socio-économique d'un territoire tend à démontrer une corrélation positive entre culture et développement local

La mission a choisi d'aborder cette question sous deux angles : **sous un angle conjoncturel**, par la synthèse de plusieurs études ayant mesuré l'impact de manifestations culturelles de ces dernières années, et par l'analyse de tentatives récentes de créer une méthodologie en la matière ; et sous un **angle plus structurel** par le suivi sur la durée d'indicateurs de développement économique et social sur des territoires concernés par l'implantation ou le développement d'une manifestation, d'un monument ou d'un équipement culturels au cours des quinze dernières années.

#### 3.1. Une initiative récente de formalisation de méthodologies d'analyse d'impact conjoncturel de manifestations culturelles

**Le panorama des études d'impact réalisées en France depuis une dizaine d'années montre qu'en l'absence de cadre méthodologique partagé, elles ont opté pour des modes opératoires parfois très différents**, synonymes d'une grande disparité en termes de résultats et de pertinence, et rendant difficile une capitalisation des savoir-faire et une comparaison des résultats obtenus. Même si elles font partie de celles qui ont bénéficié des progrès méthodologiques engrangés avec le temps, les trois études que la mission a choisi d'analyser à titre d'exemples (Francofolies de La Rochelle en 2005, musées du Nord-Pas-de-Calais en 2007 et Jazz in Marciac en 2007) n'échappent pas à ce constat, en étant marquées par plusieurs incertitudes : l'incertitude, y compris en termes de définition, entre ce qui doit être considéré comme un impact direct et comme un impact indirect ; l'incertitude quant au territoire d'analyse, qui peut être défini de façon différente selon que l'on considère le public analysé, les acteurs économiques bénéficiaires ou les collectivités partenaires (y compris en termes de subvention accordée) ; l'imprécision des instruments de mesure disparates, au-delà des simples dépenses des visiteurs.

**C'est sur le fondement de ce constat qu'un travail de consolidation méthodologique a été réalisé** sous le pilotage de la direction générale de la compétitivité, de l'industrie et des services (DGCIS) et associant les services de l'État (notamment le DEPS) et des collectivités territoriales afin de mesurer l'impact économique d'un événement touristique. Plusieurs avancées méthodologiques ont été permises par ce travail commun. D'abord, l'étude rappelle que mesurer un impact consiste à mesurer un différentiel, c'est-à-dire un écart entre deux situations (avec et sans l'évènement) et donc à ne prendre en compte que les phénomènes qui ne se seraient pas manifestés en l'absence de l'évènement considéré. De plus, l'étude souligne que pour mesurer un impact sur un « territoire », ne doivent être pris en compte que les échanges entre des acteurs dudit territoire et des acteurs extérieurs<sup>22</sup>. Enfin, l'étude distingue les effets primaires et secondaires d'une manifestation : l'impact primaire est lié aux achats effectués auprès des entreprises par les organisateurs de l'évènement, d'une part (achat de biens et services nécessaires à l'organisation de l'évènement), et par les visiteurs d'autre part (public et participants) ; l'impact secondaire est lié aux échanges interentreprises (achats que les entreprises bénéficiaires de la manifestation effectuent elles-mêmes auprès de fournisseurs sur le territoire considéré), d'une part, et aux achats effectués localement par les personnes ayant perçu une rémunération en lien avec l'évènement, d'autre part.

---

<sup>22</sup> La délimitation du territoire à l'échelle duquel les impacts seront mesurés revêt donc une importance capitale : plus le périmètre de mesure de l'impact est large, plus les interactions endogènes donc neutres seront importantes, plus le périmètre est limité, plus le nombre d'acteurs économiques potentiellement générateurs d'impact sera grand.

**Cette méthode a été notamment mise en œuvre pour évaluer l'impact de cinq manifestations culturelles en 2011 et 2012**, examinées par la mission<sup>23</sup>. La première conclusion de la revue de ces études d'impact est que l'évaluation des retombées effectuée selon cette méthodologie est nettement plus mesurée, notamment parce qu'elle prend en compte une définition économiquement plus précise du territoire concerné et qu'elle comptabilise les flux économiques « sortant » hors du territoire. Même si le panel de ces études est encore restreint, il donne quelques indications. Ainsi, un visiteur d'un festival venant de l'extérieur du territoire de référence peut engendrer des retombées de l'ordre de 30 à 40 € pour l'économie locale, ce chiffre pouvant être plus élevé s'il vient de loin et doit s'héberger sur place (Vieilles Charrues), plus faible s'il vient en voisin et/ou si la manifestation dure peu de temps (Médiévales de Provins). Quant aux retombées économiques d'un festival « par habitant » du territoire impacté, elles peuvent s'élever à 20 €, voire bien au-delà lorsque le rapport est particulièrement élevé entre les visiteurs affluant vers le festival et la population du territoire (Vieilles Charrues, Médiévales de Provins). Enfin, un festival peut générer plausiblement des retombées économiques directes équivalant au tiers ou à la moitié de son budget global, chiffre pouvant monter ou descendre sensiblement selon que les frais de production sont relativement élevés (Cognac Blues) ou faibles (Médiévales de Provins). À cet impact économique direct, les études montrent que l'on peut appliquer un coefficient multiplicateur de 1,3 à 1,8 pour intégrer l'impact indirect de la manifestation.

**L'analyse des effets économiques d'une manifestation invite à regarder avec circonspection l'approche par « l'effet de levier » entre les subventions publiques et les retombées économiques.** D'abord, il serait paradoxal que chaque collectivité partenaire revendique sa propre subvention comme étant à l'origine des retombées observées : la sagesse est de retenir comme référence le montant global de l'ensemble des subventions publiques. De plus, parler d'un « effet de levier » n'a pas grand sens, une collectivité pouvant renforcer mécaniquement ce levier en décidant simplement de baisser sa subvention. Enfin, les retombées économiques ne sont pas la seule justification d'une subvention publique : la subvention peut être, précisément, la conséquence d'une programmation artistique courageuse, moins directement « grand public », dont le résultat pour la collectivité (et la justification vis-à-vis des électeurs) est plutôt à attendre en termes de prestige et de « positionnement » culturel que d'impact économique direct.

Au total, la mission préconise une systématisation de cette méthode rigoureuse dans les études d'impact conjoncturel des manifestations culturelles que des organismes publics ou semi-publics auront à commander ou à accompagner dans l'avenir.

---

<sup>23</sup> Festival Blues Passion de Cognac (2011), festival des Vieilles-Charrues de Carhaix (2011), festival Django Reinhardt (2011), festival des arts et traditions populaires de Confolens (2012) et Médiévales de Provins (2012).



### 3.2. Une méthodologie visant à analyser l'impact structurel d'une implantation culturelle sur le développement local

Au-delà d'études d'impact conjoncturelles comme celles évoquées ci-dessus, **l'existence d'une corrélation structurelle entre la présence d'une implantation culturelle et le développement économique et social d'un territoire à long terme n'a jamais été démontrée** au moyen d'une étude de synthèse partant d'un panel diversifié d'équipements. Pour effectuer cette démonstration, la mission a choisi de sélectionner des territoires ayant bénéficié d'implantations culturelles et de comparer l'évolution de variables socioéconomiques dans ces territoires à des territoires aux caractéristiques similaires mais dépourvus d'une telle implantation. Cette démarche s'inspire librement de la méthodologie que l'Insee a mise en place pour évaluer l'impact à venir de l'implantation du Louvre-Lens sur son environnement territorial<sup>24</sup>.

**Dans un premier temps, la mission a cherché à identifier des territoires ayant bénéficié d'implantations culturelles au cours de la dernière décennie.** Pour cette première phase, la mission s'est reposée de manière extensive sur le réseau des directions régionales de l'action culturelle (DRAC), afin d'identifier des territoires dotés d'équipements culturels, de monuments ou de manifestations récurrentes (musée, ouverture au public d'un monument, salle de spectacle y compris de musiques actuelles, médiathèque, cinéma, grand magasin spécialisé, festival, etc., qu'ils soient privés ou publics) créés, implantés ou ayant bénéficié d'un essor particulier entre 1996 et 2008 dans des territoires suffisamment identifiables (ville petite ou moyenne, y compris en agglomérations, zone rurale à identité géographique forte) et suffisamment éloignés d'une offre culturelle abondante pour qu'une éventuelle évolution des indicateurs socioéconomiques puisse plausiblement être attribuée au moins partiellement à la dite implantation, ce qui a conduit à un effectif d'étude centré sur des communes petites et moyennes.

**L'échelon territorial pertinent d'analyse retenu a été le « bassin de vie », c'est-à-dire le plus petit territoire sur lequel les habitants ont accès aux équipements et services les plus courants.** Au total, 43 bassins de vie « culturels » ont été sélectionnés : cet échantillon ne se prétend donc pas représentatif, mais il reste une base solide de travail. Une fois la liste établie, la mission a classé les bassins selon une typologie croisant la taille (petit/moyen) et la localisation (littoral, montagne, urbain, rural).

**Dans un deuxième temps, la mission a procédé à l'identification des territoires « témoins », c'est-à-dire ceux auxquels les territoires culturels devraient être comparés.** Ces territoires ont été sélectionnés en deux temps. D'abord, la mission a calculé, sur la base du référentiel d'analyse territoriale fourni par l'Insee<sup>25</sup>, les bassins de vie les plus « proches » au regard de 25 critères démographiques, géographiques et économiques. Ensuite, la mission s'est assuré, en lien avec les DRAC, que ces territoires n'avaient pas bénéficié d'équipements ou de manifestations culturels. Au total, pour chacun des 43 bassins de vie « culturels », cinq bassins de vie « témoins » ont été identifiés, aux caractéristiques similaires, mais dépourvus d'une implantation d'équipements ou de manifestations culturels significatifs au cours de la dernière décennie<sup>26</sup>.

---

<sup>24</sup> La démarche de l'Insee et celle de la mission sont toutefois différentes : celle de l'Insee a un caractère prospectif avec la mise en place d'un dispositif d'indicateurs qui sera suivi sur plusieurs années ; la démarche de la mission est rétrospective puisqu'elle vise à évaluer aujourd'hui l'impact qu'a pu avoir la présence d'un équipement depuis qu'il s'est implanté. Étude de l'Insee: [http://www.insee.fr/fr/themes/document.asp?ref\\_id=19089](http://www.insee.fr/fr/themes/document.asp?ref_id=19089).

<sup>25</sup> Outil de construction d'un référentiel géographique - 2012.

<sup>26</sup> Cette méthode ne garantit pas à elle seule un raisonnement toute chose égale par ailleurs. En effet, le site testé et le site témoin ont pu subir des chocs exogènes différents au cours de la période d'étude. De plus l'installation d'un site culturel pourrait être également corrélée à un autre facteur externe non étudié et qui expliquerait l'évolution constatée.

**Dans un troisième temps, la mission a déterminé les variables socioéconomiques permettant de comparer l'évolution relative des bassins de vie culturels et de leurs témoins.** Les six variables choisies concernent à la fois l'activité du bassin de vie (évolution du salaire net horaire moyen, évolution de la part des actifs occupés travaillant dans la commune de résidence, évolution de la part des actifs sans emploi) et son attractivité (évolution de la population totale, évolution du prix du mètre carré des maisons et évolution du nombre de créations d'entreprises)<sup>27</sup>.

### 3.3. Des résultats indiquant une corrélation plausible entre implantation culturelle et dynamisme socioéconomique d'un territoire

**Un relatif surcroît de dynamisme dans les territoires ayant bénéficié d'une implantation culturelle ressort de l'analyse** de la différence de performances entre les territoires culturels et les territoires témoins au regard des six variables socioéconomiques étudiées.

**Ainsi, pour quatre variables, les bassins de vie « culturels » enregistrent une performance supérieure à leurs témoins.** Les différences sont les plus marquées pour l'évolution du nombre de créations d'entreprises (3,8 points de pourcentage de différence en moyenne, 23 bassins « culturels » sur 43 plus performants que leurs témoins, soit 53 %) et pour l'évolution du prix du mètre carré (2,3 points, 18 sur 34, soit 53 %). Elle est plus modeste mais plus répandue pour la part des actifs occupés (1,1 point, 28 sur 43, soit 65 %) et pour le salaire net horaire moyen (1,0 point, 25 sur 40, soit 63 %).

**En revanche, pour deux variables, la différence moyenne est en défaveur des territoires ayant bénéficié d'une implantation culturelle.** C'est le cas pour l'évolution de la part de chômeurs (différence négative de 0,4 point, 19 bassins « culturels » plus performants sur 43, soit 44 %) et l'évolution de la population totale (différence négative de 0,5 point, 21 sur 43, soit 49 %). Toutefois, pour ces variables, les différences sont moins importantes en valeur que les différences positives des autres variables, de sorte que le constat de la performance des bassins de vie culturels par rapport à leurs témoins ne serait donc pas fondamentalement remis en cause par ces deux variables.

**L'analyse des bassins de vie « culturels » les plus performants apporte des éléments d'interprétation complémentaires.** Les dix bassins culturels les plus performants au regard de leurs familles de témoins ont été sélectionnés afin d'identifier si des caractéristiques communes permettaient de déterminer les conditions d'une corrélation positive entre l'existence d'une implantation culturelle et le développement socioéconomique d'un territoire<sup>28</sup>. Au sein de cet ensemble de territoires performants, ceux qui avaient été sélectionnés pour la présence d'une « manifestation culturelle » sont surreprésentés par rapport à leur part dans l'effectif total (30 % contre 20 %), contrairement à ceux choisis pour la présence d'un « équipement culturel ». Il s'agit également de bassins de vie de taille relativement modeste : la présence d'une implantation culturelle serait d'autant plus déterminante que le bassin de vie est plus modeste en termes de population.

---

<sup>27</sup> Les variables issues du recensement (actifs, chômeurs, population totale) sont disponibles pour les années 1999 et 2010 pour l'intégralité des bassins. Les données de l'administration fiscale (créations d'entreprises, prix du mètre carré) sont disponibles respectivement pour les périodes 2006 à 2010 et 2004 à 2012, pour respectivement 43 et 34 bassins. Les données relatives au salaire net sont disponibles pour la période 2004 à 2010, pour 40 bassins.

<sup>28</sup> Il s'agit des bassins de Rethel, Albert, Riez, Caudry, Pontchâteau, Crozon, Eymoutiers, Valréas, Bar-sur-Aube et Bourbourg.

## Rapport

**Au total, si l'étude des six variables semble bien indiquer l'existence d'une corrélation positive entre la présence d'une implantation culturelle et le dynamisme d'un territoire,** l'existence d'un véritable lien de causalité entre l'investissement culturel et la performance socio-économique ne peut être prouvée à ce stade. Les variables testées par la mission ne permettent pas de déterminer si c'est la présence d'une implantation culturelle qui conditionne une performance relative plus importante d'un territoire, ou si c'est parce qu'il est relativement plus dynamique que des territoires comparables qu'un territoire a tendance à investir dans une implantation culturelle. À tout le moins, l'étude tend à constater qu'un territoire qui investit dans une implantation culturelle est plus dynamique que ses bassins de vie témoins, et donc que la « prise d'initiative » dans le champ culturel est sans doute une des composantes d'une dynamique de performance socio-économique.

## CONCLUSION

En évaluant la valeur ajoutée des activités culturelles, la mission a pu constater les **difficultés inhérentes à la construction d'un périmètre cohérent**, homogène, fondé sur des données objectives, pour apprécier l'apport de la culture à l'économie. Ce travail de compilation est **fortement corrélé aux choix méthodologiques** et conceptuels de la mission, qui a souhaité évaluer la part du produit intérieur brut (PIB) attribuable à la culture en s'appuyant sur des approches complémentaires du champ culturel.

**Ce travail permet d'obtenir une appréciation objective de l'apport macroéconomique de la culture** et s'appuie sur un périmètre culturel cohérent. À ce titre, **il devrait permettre à l'avenir, par une actualisation régulière, d'assurer un suivi cohérent de l'évolution des activités culturelles**. Pour autant, la mission n'a pas considéré que se justifie **la mise en place d'une structure permanente** pour alimenter un éventuel « compte satellite ». Le suivi souhaitable sera d'autant plus précis par l'incitation faite à certaines entreprises culturelles de participer à l'effort d'inventaire en adoptant plus systématiquement le code d'activité spécifique à leur secteur (jeu vidéo), ou par la création de nouveaux codes NAF afin d'appréhender des activités mal identifiées : c'est notamment ce que préconise la mission s'agissant du marché de l'art, aujourd'hui confondu au sein d'ensembles trop vastes (« autres commerce de détail » ou « commerce de détail de biens d'occasion »).

**L'analyse macroéconomique conduite par la mission doit être appréciée à l'aune des conclusions tracées dans la partie du rapport relative aux cinq secteurs culturels étudiés sous l'angle de la structuration et de la compétitivité économiques**. En effet, si l'évaluation statistique de la culture permet d'obtenir un apport brut dans le PIB, c'est bien la capacité des **politiques publiques à anticiper et à suivre les mutations sectorielles** qui conditionnent la réussite des activités culturelles et leur compétitivité à l'international.

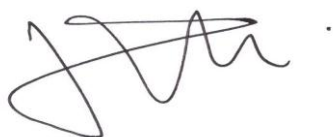
**La création d'une méthodologie statistique pour évaluer l'impact d'un investissement culturel sur un territoire est la première étape de la démonstration de l'existence d'un lien de causalité entre culture et développement**. Loin des discours convenus sur l'intérêt pour un territoire d'investir dans un événement ou un équipement culturel, la mission a pu démontrer que les territoires ayant bénéficié d'une implantation culturelle étaient en moyenne plus performants au regard de données socioéconomiques que des territoires comparables. **La mission a établi une corrélation positive entre la présence d'une implantation culturelle et le développement socio-économique d'un territoire**.

## Rapport

**Compte tenu des exigences d'efficience imposées à toute politique publique**, la méthodologie d'évaluation de l'impact d'un investissement culturel pourra, à terme, permettre d'éclairer les décideurs afin de **dégager les profils culturels ayant le plus d'effets sur le développement des territoires**, et éventuellement de privilégier le financement d'un certain type d'implantation, afin de maximiser à la fois l'apport culturel et son impact économique.

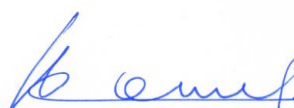
A Paris, le 20 décembre 2013

Les inspecteurs des finances



Jérôme ITTY

L'inspecteur général de l'administration  
des affaires culturelles



Serge KANCEL



Morgane WEILL



**PIÈCE JOINTE**

**Lettre de mission**





**PIÈCE JOINTE**



*Liberté • Égalité • Fraternité*  
RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

**MINISTÈRE DE L'ÉCONOMIE  
ET DES FINANCES**

**MINISTÈRE DE LA CULTURE  
ET DE LA COMMUNICATION**

Le Ministre de l'Économie et des Finances  
La Ministre de la Culture et de la  
Communication

à

Madame Marie-Christine LEPETIT  
Chef du service de l'Inspection Générale  
des Finances

et

Madame Ann-José ARLOT  
Chef du service de l'Inspection Générale  
des Affaires Culturelles

Nos réf. : TR/555/CAM

**Objet : mission conjointe sur les agrégats économiques de la culture, et notamment sur le "PIB culturel".**

Dans le contexte de crise économique que nous traversons, la France a la chance de disposer, à travers son activité et son patrimoine culturels, d'atouts précieux en termes de croissance et d'emplois. Par là même, les dispositifs politiques visant à dynamiser le développement de ce secteur économique, revêtent une importance singulière pour conforter la position et l'avenir économiques du pays.

Il importe pour cela de disposer d'une connaissance économique fine du secteur culturel. Si les statistiques économiques se sont enrichies ces dernières années, elles ne permettent pas encore de mesurer pleinement la place du secteur culturel dans l'économie ni d'appréhender de façon complète et cohérente les enjeux de ce secteur. Il en résulte une difficulté à cibler les actions publiques à mener dans les années à venir pour faire de la culture un levier de croissance et d'activité économique. Nous souhaitons que les deux inspections générales mènent une mission conjointe afin de mieux mesurer le poids de la culture dans l'économie et déterminer les leviers d'action qui permettraient d'utiliser pleinement le potentiel de croissance des industries culturelles.

.../...

## PIÈCE JOINTE

Dans un premier temps, et après avoir défini le champ des activités économiques pertinentes, la mission visera à évaluer ce que représente aujourd'hui le "PIB culturel" pour mieux mesurer le poids de la culture dans l'économie, et si possible, son évolution au cours du temps, en recensant les principaux agrégats économiques du secteur actuellement disponibles.

Dans cette perspective, la mission établira sur le périmètre défini un panorama des données économiques actuellement disponibles sur le secteur culturel et identifiera les améliorations statistiques ou méthodologiques à y apporter.

Elle visera à établir les grands agrégats économiques (investissement, consommation, importations, exportations, chiffre d'affaire, valeur ajoutée, emplois directs, emplois indirects, ...) du secteur culturel par principaux sous-secteurs permettant de situer leur place au sein de l'économie française et leur contribution à l'activité économique. Elle cherchera également à établir les grandes caractéristiques économiques de chacun des sous-secteurs, notamment afin de cerner l'organisation du tissu économique (entreprise, secteur associatif, ...) et son interaction avec d'autres secteurs (tourisme, numérique, ...). Une partie des activités du secteur culturel relève du secteur non marchand : la mission attachera une importance particulière à cette spécificité du secteur culturel.

Dans un deuxième temps, la mission identifiera les leviers d'action qui permettraient de maximiser le potentiel économique des industries culturelles. Deux angles d'analyse pourraient notamment être abordés : le développement des exportations de biens et services culturels et le tourisme.

Dans ce cadre, la mission analysera de manière approfondie les spécialisations de la France en termes de secteur et de zone d'échanges, ainsi que les points forts et points faibles des principaux secteurs et des outils de soutien à l'export qui leur sont destinés et établira des recommandations en vue d'améliorer ces derniers. Les secteurs du cinéma, de l'audiovisuel, du jeu vidéo et de la mode, feront l'objet d'une analyse ciblée, ainsi que la valorisation des actifs immatériels. La mission pourra le cas échéant étendre ses travaux à d'autres secteurs sur la base du panorama réalisé en première phase.

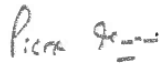
S'agissant du tourisme, la mission analysera plus précisément, à partir d'exemples concrets, le rôle joué par la culture dans la dynamique touristique des territoires et du pays et identifiera les points clés qui contribuent à cette dynamique en s'attachant plus particulièrement à la qualité de l'offre culturelle (intensité, variété, renouvellement, ...). Sur cette base, la mission identifiera les leviers d'action qui devraient être mobilisés pour que le secteur culturel contribue plus activement encore au développement du tourisme.

.../...

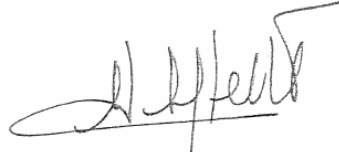
## PIÈCE JOINTE

Pour mener à bien ces travaux, et notamment leur première phase, vous vous appuyerez sur le Département des études, de la prospective et des statistiques (Deps) au Secrétariat général du ministère de la culture ainsi que sur l'Institut national de la statistique et des études économiques (Insee), auxquels nous demandons de mettre à votre disposition toutes les informations nécessaires, ainsi que sur les trois directions générales du ministère de la culture et de la communication.

La première phase des travaux devra être réalisée avant le 30 juin 2013, et intégrer une proposition de cadrage et de calendrier de réalisation de la deuxième phase des travaux.



Pierre MOSCOVICI



Aurélie FILIPPETTI