

Entreprises culturelles

Près de 150 000 entreprises interviennent dans les secteurs culturels marchands en 2019. Elles représentent 6,4 % de l'ensemble des entreprises, et leurs salariés comptent pour 3,1 % des salariés en équivalent temps plein (ETP)¹. Leur chiffre d'affaires s'élève à 102 milliards d'euros, soit 2,6 % du chiffre d'affaires des secteurs marchands², tandis que leur valeur ajoutée³ représente 3,4 % de la valeur ajoutée des secteurs marchands (tableau 1).

Un secteur morcelé, avec de très grandes entreprises

La part des entreprises de plus de 250 salariés est plus faible dans les secteurs culturels marchands que dans l'ensemble de l'économie, mais ces entreprises réalisent un important chiffre d'affaires : représentant 0,1 % des entreprises culturelles, elles produisent un peu plus de la moitié du chiffre d'affaires du champ marchand de la culture (54 %). Dans l'ensemble de l'économie, les entreprises de plus de 250 salariés représentent 0,2 % des entreprises et produisent près de 58 % du chiffre d'affaires. À l'inverse, plus des deux tiers des entreprises culturelles (69 %) ne comptent aucun salarié, une proportion bien plus élevée que dans l'ensemble de l'économie (53 %). Ces entreprises réalisent 6 % du chiffre d'affaires culture (graphique 1), un résultat légèrement supérieur à celui de la moyenne nationale (4 %).

Les très petites entreprises de 1 à 9 salariés sont en moyenne nettement moins présentes dans les secteurs culturels marchands que dans l'économie française : elles y représentent en effet seulement 28 % des entreprises, contre 41 % dans l'ensemble des secteurs marchands.

Des résultats économiques différents selon les domaines

Si les plus forts contributeurs à la valeur ajoutée produite par le secteur marchand de la culture sont l'audiovisuel et le multimédia (37 %), ainsi que le livre et la presse (26 %), les résultats économiques des secteurs culturels diffèrent selon les indicateurs mesurés (graphique 2). L'audiovisuel et le multimédia disposent d'un taux de marge⁴ plus élevé que la moyenne (graphique 3). Ces activités capitalistiques affectent une part importante de la valeur ajoutée au financement du capital. Les activités du livre ou de la presse et les agences de publicité en particulier, dont la valeur ajoutée contribue pour 39 % à la valeur ajoutée culturelle marchande, utilisent quant à elles moins de capital

1. L'emploi peut se mesurer en nombre de personnes ayant travaillé, même pendant une durée limitée, comme c'est le cas dans la fiche « Emploi culturel » de cet ouvrage. Cette mesure a pour inconvénient de comptabiliser de manière identique des emplois dont le nombre d'heures travaillées peut se révéler très différent. Les emplois en équivalent temps plein, concept retenu ici, corrigent ce biais. Les emplois à temps partiel sont convertis en une fraction d'emplois à plein temps. Le nombre total d'heures travaillées dans l'activité considérée est divisé par la moyenne annuelle des heures travaillées dans des emplois à plein temps sur le territoire économique. Ce concept est utile pour les calculs de productivité et les comparaisons sectorielles (données d'entreprises).

2. Hors auto-entrepreneurs.

3. La valeur ajoutée est mesurée ici par le prisme des secteurs d'activité et ne comptabilise pas les activités non marchandes, dans lesquelles les biens et services culturels sont proposés aux ménages à un prix économiquement non significatif, car bénéficiant de l'apport de dépenses publiques. C'est pourquoi elle diffère de l'analyse comptable (voir fiche « Poids économique direct de la culture »).

4. Le taux de marge est le rapport de l'excédent brut d'exploitation (EBE) à la valeur ajoutée (VA).

dans leur processus de production ; c'est une des raisons pour lesquelles leur taux de marge est relativement moins élevé que la moyenne (18 % et 11 % respectivement).

De leur côté, les entreprises de l'enseignement culturel et des arts visuels, dont la part dans la valeur ajoutée n'excède pas 6 %, ont un taux de marge élevé (respectivement 37 % et 43 %). Cela est lié à la taille moyenne de ces entreprises, en particulier à la présence plus forte d'entrepreneurs individuels dans ces domaines d'activité. En effet, le taux de marge d'une entreprise individuelle peut atteindre 100 % si l'entrepreneur individuel décide de ne s'octroyer aucun salaire.

Le taux de valeur ajoutée⁵ des secteurs culturels est significativement supérieur à celui des secteurs marchands. Il est particulièrement élevé dans les secteurs de la production audiovisuelle, dont nombre d'entreprises font relativement peu appel à la sous-traitance. Inversement, le taux de valeur ajoutée est plus faible dans les activités de commerce et de distribution, car ces activités consomment plus de produits intermédiaires.

La musique et le jeu vidéo rayonnent à travers le monde

Le taux d'exportation des activités culturelles est inférieur de quatre points à celui de l'ensemble des secteurs marchands car de nombreux secteurs, tels que l'enseignement culturel, le patrimoine ou bien le spectacle vivant, exercent leurs activités sur le territoire national.

Toutefois, plusieurs secteurs se singularisent, tels les métiers d'art, les jeux vidéo ou la musique. Ainsi, le chiffre d'affaires de la fabrication d'instruments de musique est majoritairement réalisé à l'international (69 %) mais il s'agit d'une activité de niche, le chiffre d'affaires de ces entreprises étant relativement faible (240 M€). Les éditeurs de jeux vidéo, dont le chiffre d'affaires représente en revanche 8 % de l'audiovisuel et du multimédia, en exportent 60 %.

La filière musicale réalise également une part importante de son chiffre d'affaires à l'exportation (32 % pour la reproduction d'enregistrements et 34 %, en nette augmentation, pour l'enregistrement sonore et l'édition musicale), ce qui confirme le succès de la *french touch* sur la scène internationale.

Les industries culturelles françaises, au cœur de l'activité européenne

Dans l'Union européenne à 27, la valeur ajoutée des industries culturelles représente 2,1 % de la valeur ajoutée des secteurs marchands (graphique 4). Les industries culturelles françaises, tirées par les activités de programmation et de diffusion audiovisuelle, sont à la deuxième place européenne après l'Allemagne (graphique 5). Elles étaient auparavant devancées également par le Royaume-Uni qui n'est plus compté dans ce palmarès depuis le Brexit. Près de la moitié de la valeur ajoutée des industries culturelles européennes est produite par deux pays : l'Allemagne (29 %) et la France (20 %) (graphique 5). La position de l'Allemagne est spécifique sur marché européen du livre et de la presse avec la production de près d'un tiers de la valeur ajoutée marchande de cet ensemble. Sur ce secteur, la France est en deuxième position avec 16 % de la valeur ajoutée européenne.

Les meilleures performances françaises se situent dans l'audiovisuel et le multimédia. La part de la France dans la valeur ajoutée européenne de ces secteurs est de 27 %, supérieure à son poids (20 %) dans la valeur ajoutée des industries culturelles européennes et à celui dans l'économie de l'Union à 27 (15 %).

5. Le taux de valeur ajoutée (statistique d'entreprises) est le rapport de la valeur ajoutée (VA) au chiffre d'affaires (CA).

Tableau 1 – Caractéristiques économiques des secteurs culturels marchands en 2019

Domaine culturel	Libellé du secteur d'activité	Code NAF 2008	Nombre d'entreprises marchandes	Effectif salarié ETP
Patrimoine	Gestion des bibliothèques et des archives	91.01Z	32	224
	Gestion des musées	91.02Z	173	704
	Gestion des sites et monuments historiques et des attractions touristiques similaires	91.03Z	278	2 950
			483	3 878
Livre et presse			28 157	120 123
	Imprimerie de journaux	18.11Z	21	551
	Autre imprimerie (labeur)	18.12Z	3 789	30 414
	Activités de prépresse	18.13Z	4 106	8 405
	Édition de livres	58.11Z	2 746	18 154
	Édition de journaux	58.13Z	699	19 694
	Édition de revues et périodiques	58.14Z	2 496	19 245
	Agences de presse	63.91Z	1 014	2 080
	Commerce de détail de livres en magasin spécialisé	47.61Z	2 749	10 642
	Commerce de détail de journaux et papeterie en magasin spécialisé	47.62Z	6 912	8 759
Traduction et interprétation	74.30Z	3 625	2 179	
Métiers d'art			2 359	12 110
	Reliure et activités connexes	18.14Z	294	1 449
	Fabrication d'articles de joaillerie et bijouterie	32.12Z	1 649	9 078
	Fabrication d'instruments de musique	32.20Z	416	1 583
Arts visuels			45 447	147 226
	Création artistique relevant des arts plastiques	90.03A	1 8625	819
	Autre création artistique	90.03B	9 698	851
	Activités photographiques	74.20Z	6 012	4 916
Activités spécialisées de design	74.10Z	11 112	8 140	
Activités d'architecture		71.11Z	24 389	33 197
Spectacle vivant			11 574	28 820
	Arts du spectacle vivant	90.01Z	8 240	14 494
	Activités de soutien au spectacle vivant ¹	90.02Z	3 007	10 507
	Gestion de salles de spectacles	90.04Z	327	3 819
Audiovisuel/multimédia			19 883	111 922
	Production de films et de programmes pour la télévision	59.11A	4 656	17 920
	Production de films institutionnels et publicitaires	59.11B	3 955	6 683
	Production de films pour le cinéma	59.11C	3 701	9 765
	Postproduction de films cinématographiques, de vidéos et de programmes de télévision	59.12Z	1 173	7 327
	Distribution de films cinématographiques	59.13A	250	1 313
	Édition et distribution de vidéos	59.13B	195	334
	Projection de films cinématographiques	59.14Z	620	9 616
	Édition de jeux électroniques	58.21Z	360	4 911
	Reproduction d'enregistrements	18.20Z	115	590
	Enregistrement sonore et édition musicale	59.20Z	4 190	2 854
	Édition et diffusion de programmes radio	60.10Z	291	7 867
	Édition de chaînes généralistes	60.20A	24	40 683
	Édition de chaînes thématiques	60.20B	81	1 831
	Commerce de détail d'enregistrements musicaux et de vidéos en magasin spécialisé	47.63Z	212	198
Location de vidéocassettes et disques vidéo	77.22Z	60	30	
Activités des agences de publicité		73.11Z	12 978	64 096
Enseignement culturel		85.52Z	2 335	1 229
Total secteurs culturels marchands			147 605	390 101
Tous secteurs marchands (hors agriculture, services financiers et d'assurance)			2 306 640	12 435 659
Part des secteurs culturels marchands dans l'ensemble des secteurs marchands (%)			6,4	3,1

Note : s.o. : sans objet.

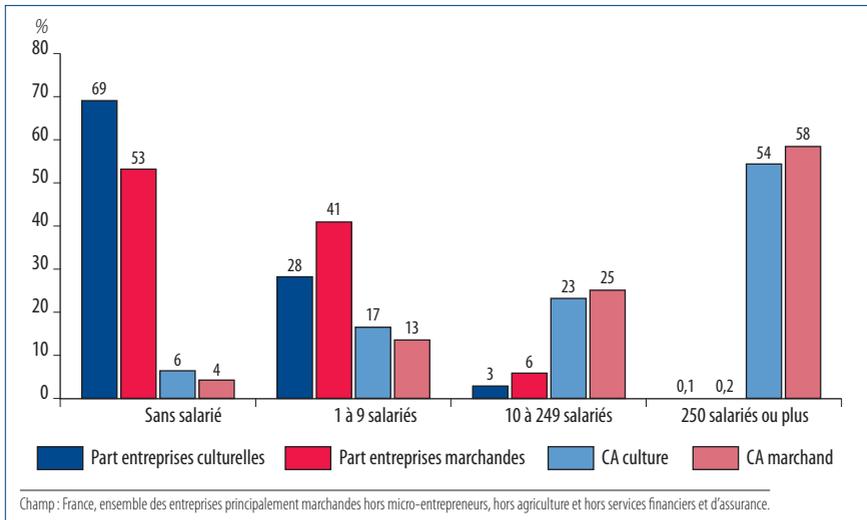
1. Y compris organismes de gestion collective.

Champ : France, ensemble des entreprises principalement marchandes hors micro-entrepreneurs, hors agriculture et hors services financiers et d'assurance.

Chiffre d'affaires (millions d'euros hors taxes)	Subventions d'exploitation (millions d'euros hors taxes)	Masse salariale (millions d'euros hors taxes)	Valeur ajoutée (secteur marchand) (millions d'euros hors taxes)	Taux de marge (EBE/VACF) (%)	Taux de valeur ajoutée (VA/CA) (%)	Part du chiffre d'affaires à l'export (%)
405	20	150	186	23	46	2
25	0	8	10	14	42	1
62	0	25	23	-10	38	8
319	20	117	152	28	48	0
30 540	119	8 056	10 143	18	33	10
133	3	56	46	-21	35	1
6 256	7	1 758	2 130	14	34	9
1 401	2	522	651	17	46	5
8 549	18	1 610	2 000	16	23	17
4 125	47	1 336	1 496	9	36	5
4 647	24	1 482	1 972	23	42	9
627	10	337	371	9	59	35
2 409	5	403	538	22	22	1
1 903	4	391	663	39	35	1
491	0	161	275	39	56	20
2 727	1	828	1 082	20	40	47
156	0	73	79	3	51	6
2 331	1	666	879	21	38	48
240	0	88	125	26	52	69
4 977	7	1 187	2 167	43	44	10
962	0	89	497	81	52	2
589	2	108	342	66	58	6
999	1	304	367	14	37	11
2 427	4	685	961	27	40	14
6 697	5	2 904	3 905	23	58	3
5 424	444	1 836	1 987	21	37	7
2 846	249	982	1 039	20	37	7
2 261	21	667	905	26	40	7
317	173	187	42	8	13	1
37 944	532	8 801	14 285	37	38	21
2 818	118	1 231	2 069	43	73	14
1 545	14	532	677	21	44	10
1 138	48	545	920	43	81	19
1 141	3	587	650	6	57	22
1 218	13	129	237	46	19	13
185	3	30	41	28	22	10
2 330	62	483	794	39	34	3
2 997	1	433	875	49	29	60
97	0	26	27	0	28	32
951	18	215	336	38	35	34
1 510	5	570	705	14	47	2
20 874	185	3 788	6 800	40	33	19
1 096	62	223	142	-17	13	55
40	0	7	9	23	23	4
5	0	1	2	12	32	5
13 406	5	4 276	4 987	11	37	13
168	20	56	75	37	45	1
102 289	1 154	28 094	38 817	26	38	15
3 960 845	16 925	773 683	1 125 293	27	28	19
2,6	6,8	3,6	3,4	s.o.	s.o.	s.o.

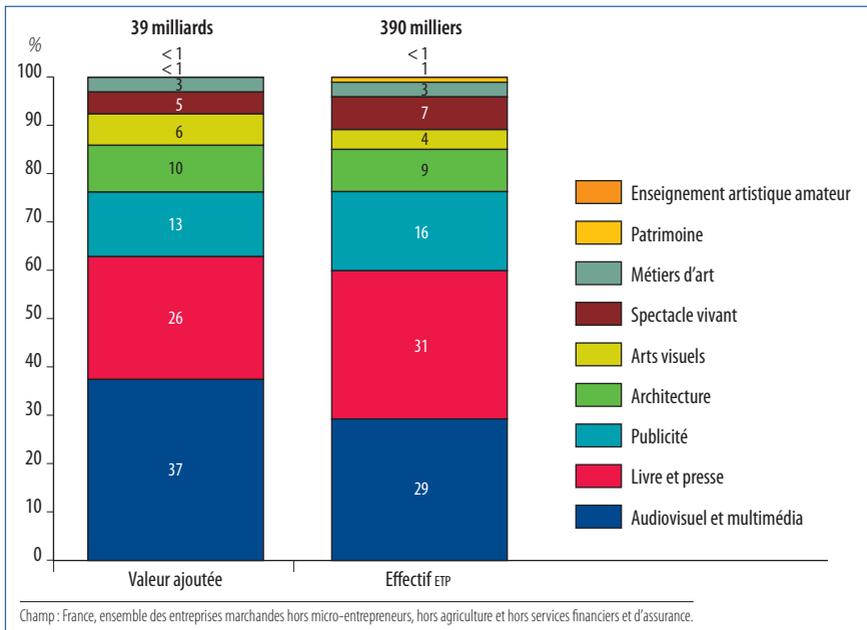
Source : Insee, Esane 2019/DEPS, Ministère de la Culture, 2022

Graphique 1 – Répartition du nombre d’entreprises et du chiffre d’affaires par taille d’entreprise en 2019

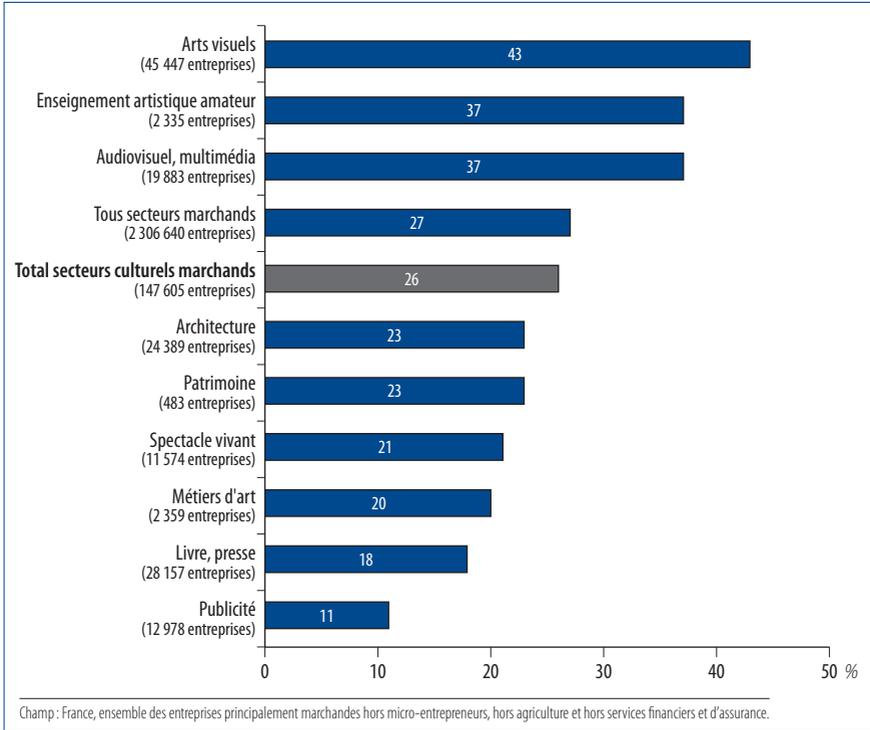


Source : Insee, Esane 2019/DEPS, Ministère de la Culture, 2022

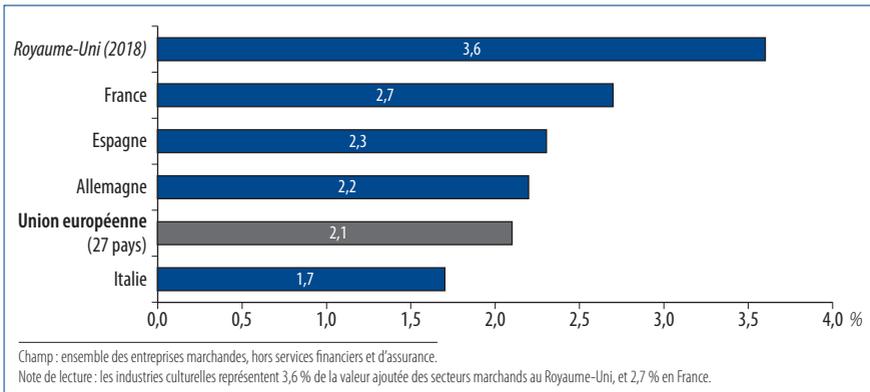
Graphique 2 – Répartition de la valeur ajoutée et des effectifs des secteurs culturels marchands en 2019



Source : Insee, Esane 2019/DEPS, Ministère de la Culture, 2022

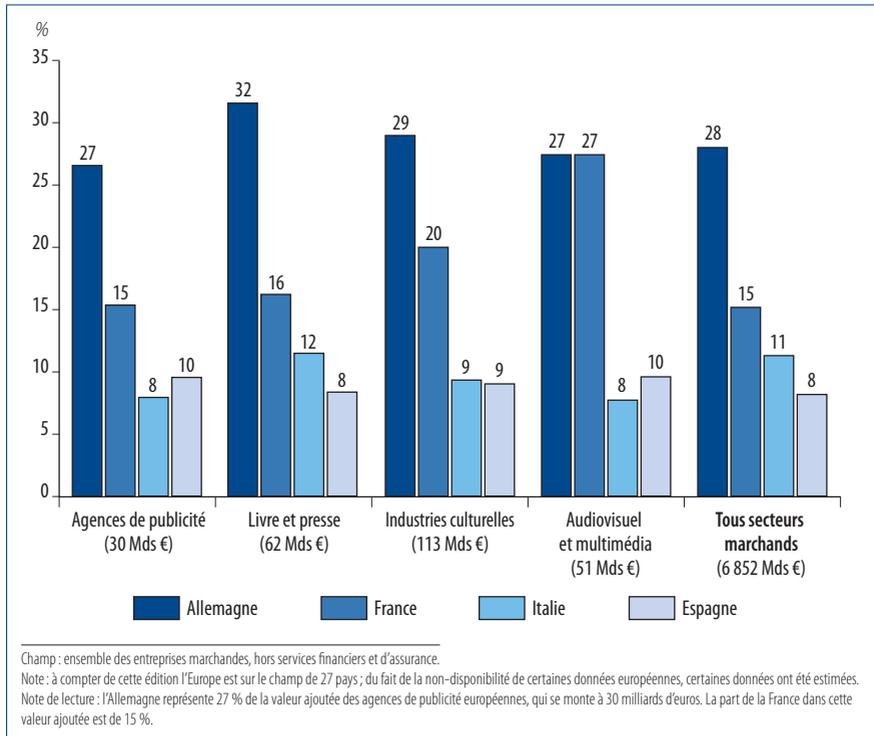
Graphique 3 – Taux de marge des entreprises culturelles marchandes en 2019


Source : Insee, Esane 2019/DEPS, Ministère de la Culture, 2022

Graphique 4 – Part de la valeur ajoutée des industries culturelles dans le secteur marchand en Europe en 2019


Source : Eurostat/DEPS, Ministère de la Culture, 2022

Graphique 5 – Part des pays dans la valeur ajoutée européenne des domaines culturels en 2019



Source : Eurostat/DEPS, Ministère de la Culture, 2022