

Entreprises culturelles

Plus de 145 000 entreprises interviennent dans les secteurs culturels marchands en 2020. Elles représentent 6,3 % de l'ensemble des entreprises, et leurs salariés comptent pour 2,7 % des salariés en équivalent temps plein (ETP)¹. Le nombre de salariés est en baisse notable en 2020 par rapport à 2019: - 12 % alors que l'ensemble des entreprises des secteurs marchands a connu une hausse de l'emploi salarié de 2 % au cours de la même période. La crise sanitaire a ainsi affecté plus fortement l'emploi salarié dans les secteurs culturels que dans le reste de l'économie. Le chiffre d'affaires des entreprises culturelles s'élève à 86 milliards d'euros, soit 2,4 % du chiffre d'affaires des secteurs marchands², tandis que leur valeur ajoutée³ représente 3,2 % de la valeur ajoutée des secteurs marchands (tableau 1). Ces deux grandeurs économiques ont baissé respectivement de 16 et 15 % en 2020 alors que dans l'ensemble de l'économie marchande, ces variables économiques baissaient chacune de 8 %. Là encore, la crise sanitaire a affecté plus durement les activités économiques culturelles. Le taux de subvention est plus élevé en général dans les secteurs culturels que dans le reste de l'économie. En revanche, il a moins augmenté en 2020 dans les secteurs culturels que dans les autres secteurs de l'économie.

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 %, sans changement par rapport à 2019). 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 (sans changement par rapport à 2019). À l'inverse, les trois quarts des entreprises culturelles (75 %, après 69 % en 2019) ne comptent aucun salarié, une proportion bien plus élevée que dans l'ensemble de l'économie (59 %, après 53 % en 2019). Ces entreprises réalisent 7 % (après 6 % en 2019) du chiffre d'affaires culturel (graphique 1), un résultat légèrement supérieur à celui de la moyenne nationale (4 %, sans changement).

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 23 % des entreprises en 2020 (après 28 % en 2019), contre 36 % (après 41 %) dans l'ensemble des secteurs marchands.

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, corrigeant 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 »).

Des résultats économiques plus ou moins affectés par la crise sanitaire

Les plus forts contributeurs à la valeur ajoutée produite par le secteur marchand de la culture sont l'audiovisuel et le multimédia (40 % en 2020 après 37 % en 2019), ainsi que le livre et la presse (27 %, après 26 %). Le spectacle vivant, durement touché par le contexte de la crise sanitaire, représente 3 % de la valeur ajoutée en 2020 après 5 % en 2019. Les résultats économiques des secteurs culturels diffèrent selon les indicateurs mesurés (tableau 1, graphiques 2 et 3) : le taux de marge ou le taux de valeur ajoutée. 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 % (inchangé par rapport à 2019) à la valeur ajoutée culturelle marchande, utilisent quant à elles moins de capital dans leur processus de production ; c'est l'une des raisons pour lesquelles leur taux de marge est relativement moins élevé que la moyenne (15 % après 18 % et 6 % après 11 % respectivement). Dans l'ensemble, le taux de marge des entreprises culturelles a reculé de 7 points de pourcentage, soit presque autant que dans l'ensemble des secteurs marchands (- 8 points).

De leur côté, les entreprises de l'enseignement culturel et des arts visuels, dont la part dans la valeur ajoutée n'excède pas 6 % (inchangé par rapport à 2019), ont un taux de marge élevé (respectivement 38 % après 37 % et 44 % après 43 %). Cela est lié à la taille 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. Ce taux de valeur ajoutée a peu varié avec la crise sanitaire dans les secteurs culturels (+1 point) tout comme dans l'ensemble de l'économie marchande (sans variation).

La musique et le jeu vidéo rayonnent à travers le monde

Le taux d'exportation des activités culturelles en 2020 est inférieur de 2 points (après 4 points en 2019) 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. Avec la crise sanitaire, le taux d'exportation a légèrement augmenté pour les secteurs culturels, en particulier pour l'audiovisuel-cinéma et les agences de publicité alors que dans le reste de l'économie le taux d'export a légèrement reculé au cours de la même période.

Toutefois, plusieurs secteurs se singularisent, en premier lieu les métiers d'art, ainsi que les jeux vidéo ou la musique. Ainsi, le chiffre d'affaires de la fabrication d'instruments de musique est majoritairement réalisé à l'international (67 %, après 69 % en 2019) mais il s'agit d'une activité de niche, le chiffre d'affaires de ces entreprises étant relativement faible (185 M€). Les éditeurs de jeux vidéo, dont le chiffre d'affaires représente en revanche 9 % (après 8 % en 2019) de l'audiovisuel et du multimédia, exportent 80 % de ceux-ci, chiffre en forte augmentation. Ce secteur enregistre la hausse la plus forte du taux d'export avec 19 points de pourcentage de hausse. La crise sanitaire ayant favorisé l'activité vidéoludique, les entreprises françaises

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

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

ont pu augmenter significativement d'une part leurs ventes en France et d'autre part leurs exportations.

La filière musicale réalise également une part importante de son chiffre d'affaires à l'exportation (34 %, en augmentation après 32 % en 2019) pour la reproduction d'enregistrements (39 %, en augmentation, pour l'enregistrement sonore et l'édition musicale), ce qui confirme le succès de la musique française sur la scène internationale.

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

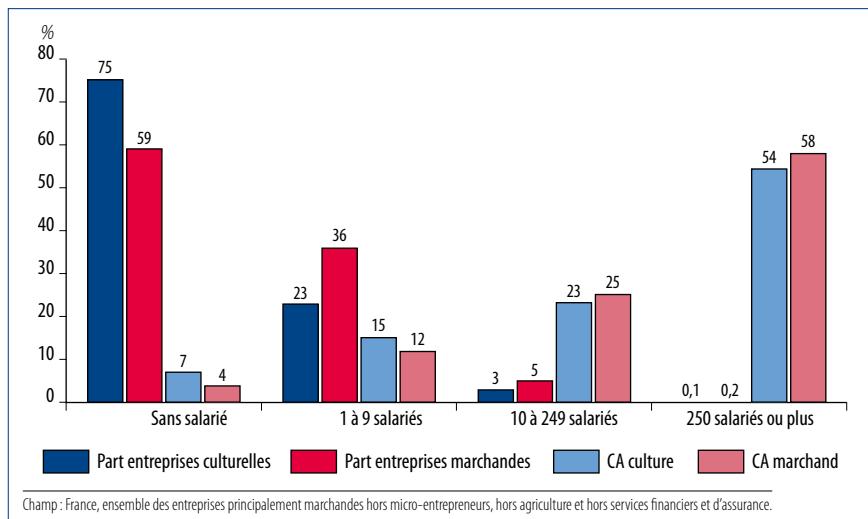
Dans l'Union européenne à 27, la valeur ajoutée des industries culturelles représente 2 % de la valeur ajoutée des secteurs marchands (graphique 4). Les industries culturelles françaises, tirées par les activités de programmation et de diffusion audiovisuelles, sont à la deuxième place européenne après 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 le 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 troisième position avec 11 % de la valeur ajoutée européenne.

La plus forte place des entreprises culturelles françaises se situe dans l'audiovisuel multimédia. Le secteur audiovisuel de la France représente 27 % du total de l'audiovisuel européen. Cette part est supérieure à celle des industries culturelles françaises (20 %) dans le total des industries culturelles européennes. Et bien supérieure à celle de l'ensemble de l'économie française dans l'économie de l'Union à 27 (15 %). Les industries françaises de l'audiovisuel multimédia étaient à égalité avec les industries allemandes jusqu'en 2019, elles les dépassent légèrement en 2020.

Pour en savoir plus

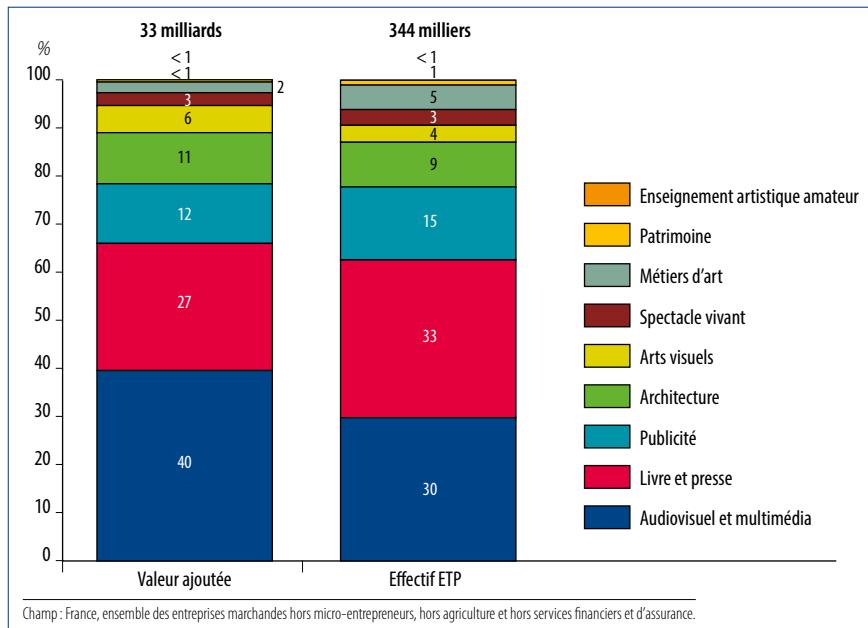
- Louis LE CLAINCHE et Gabriel SKLENARD (dir.), *Les Entreprises en France. Édition 2022*, Paris, Insee Références, décembre 2022
- Ludovic BOURLÈS et Yann NICOLAS, *Analyse conjoncturelle du chiffre d'affaires de la culture*, Paris, Ministère de la Culture, DEPS, coll. « Note de conjoncture », 2023-4, octobre 2023.
- Nicolas PIETRZYK, *Le Poids économique direct de la culture en 2020*, Paris, Ministère de la Culture, DEPS, coll. « Culture chiffres », 2022-1, mai 2022

Graphique 1 – Répartition du nombre d'entreprises et du chiffre d'affaires par taille d'entreprise en 2020



Source : Insee, Esane 2019/DEPS, Ministère de la Culture, 2023

Graphique 2 – Répartition de la valeur ajoutée et des effectifs des secteurs culturels marchands en 2020



Source : Insee, Esane 2020/DEPS, Ministère de la Culture, 2023

Tableau 1 – Caractéristiques économiques des secteurs culturels marchands en 2020

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	483	3 052
	Gestion des musées	91.02Z	32	172
	Gestion des sites et monuments historiques et des attractions touristiques similaires	91.03Z	179	494
Livre et presse	Imprimerie de journaux	18.11Z	272	2 386
	Autre imprimerie (labeur)	18.12Z	21	565
	Activités de presse	18.13Z	3 028	28 342
	Édition de livres	58.11Z	3 898	6 913
	Édition de journaux	58.12Z	2 749	17 723
	Édition de revues et périodiques	58.13Z	713	20 459
	Agences de presse	58.14Z	2 421	18 353
	Commerce de détail de livres en magasin spécialisé	63.91Z	960	2 390
	Commerce de détail de journaux et papeterie en magasin spécialisé	47.61Z	2 754	9 332
	Traduction et interprétation	47.62Z	6 397	6 814
Métiers d'art	Reliure et activités connexes	18.14Z	3 460	2 036
	Fabrication d'articles de joaillerie et bijouterie	32.12Z	2339	11 105
	Fabrication d'instruments de musique	32.20Z	416	1 162
Arts visuels	Création artistique relevant des arts plastiques	90.03A	1 656	8 651
	Autre création artistique	90.03B	44 890	11 105
	Activités photographiques	74.20Z	6 326	3 740
	Activités spécialisées de design	74.10Z	11879	7 440
Activités d'architecture		71.11Z	23 970	31 963
			11 598	17 647
Spectacle vivant	Arts du spectacle vivant	90.01Z	8 124	7 635
	Activités de soutien au spectacle vivant ¹	90.02Z	3 151	7 735
	Gestion de salles de spectacles	90.04Z	323	2 277
Audiovisuel/multimédia	Production de films et de programmes pour la télévision	59.11A	20 574	15 811
	Production de films institutionnels et publicitaires	59.11B	4 886	5 243
	Production de films pour le cinéma	59.11C	4 097	4 862
	Postproduction de films cinématographiques, de vidéos et de programmes de télévision	59.12Z	3 746	5 790
	Distribution de films cinématographiques	59.13A	239	980
	Édition et distribution de vidéos	59.13B	191	315
	Projection de films cinématographiques	59.14Z	575	5 040
	Édition de jeux électroniques	58.21Z	404	6 025
	Reproduction d'enregistrements	18.20Z	111	660
	Enregistrement sonore et édition musicale	59.20Z	4 511	2 153
	Édition et diffusion de programmes radio	60.10Z	280	6 230
	Édition de chaînes généralistes	60.20A	19	46 506
	Édition de chaînes thématiques	60.20B	73	2 571
	Commerce de détail d'enregistrements musicaux et de vidéos en magasin spécialisé	47.63Z	203	115
	Location de vidéocassettes et disques vidéo	77.22Z	46	8
Activités des agences de publicité		73.11Z	12 649	52 068
			85.52Z	2 345
Total secteurs culturels marchands			145 876	344 229
Tous secteurs marchands (hors agriculture, services financiers et d'assurance)			2 323 182	12 679 927
Part des secteurs culturels marchands dans l'ensemble des secteurs marchands (%)			6,3	2,7

Note : s.o. : sans objet.

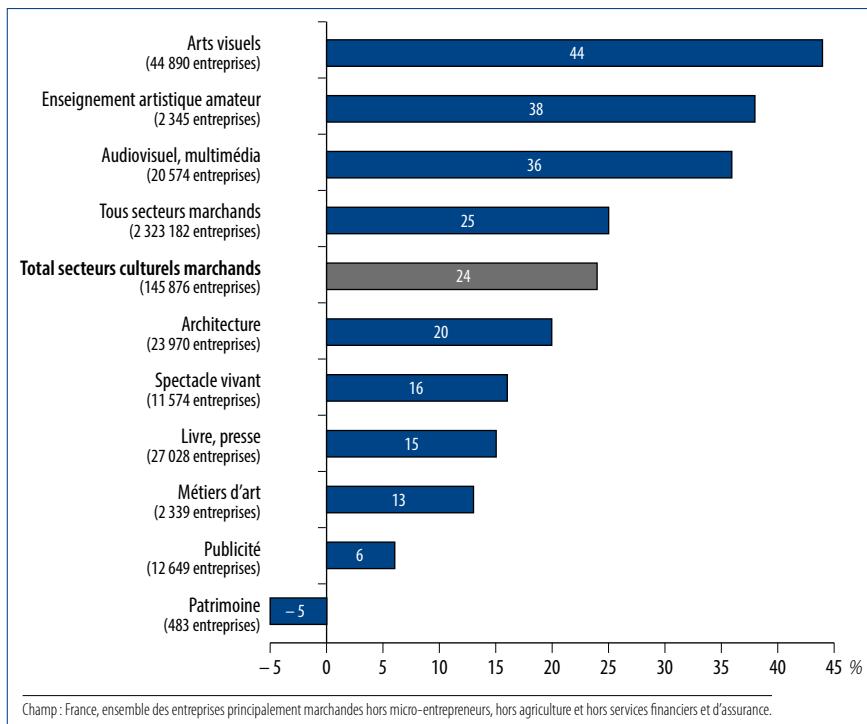
1. Y compris organismes de gestion collective.

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 (%)
232	26	107	83	-5	36	1
19	0	7	8	14	45	2
41	5	16	14	12	34	5
173	20	84	61	-11	35	0
25 537	255	7 252	8 720	15	34	9
120	4	51	43	-18	36	0
5 224	22	1 518	1 713	8	33	12
1 136	14	417	492	14	43	5
6 394	29	1 373	1 672	15	26	12
3 802	62	1 380	1 538	9	40	5
3 742	61	1 307	1 505	14	40	9
563	8	293	330	11	59	35
2 328	34	380	524	28	23	1
1 810	17	380	655	41	36	1
419	3	151	249	38	60	17
2 328	12	751	892	13	38	48
112	1	57	59	0	53	3
2 031	9	618	744	14	37	49
185	2	76	88	11	48	67
3 974	71	1 037	1 851	44	47	11
669	3	77	439	82	66	2
481	4	84	310	72	64	7
792	30	259	284	14	36	9
2 032	33	618	819	25	40	16
5 909	24	2 716	3 476	20	59	3
2 588	541	1 010	725	16	28	7
1 088	311	466	309	21	28	6
1 366	78	430	435	12	32	9
134	152	114	-19	10	-14	1
34 176	718	8 263	13 018	36	38	24
2 961	155	1 350	2 009	36	68	15
1 202	42	438	515	19	43	12
846	66	409	661	43	78	19
885	11	459	478	2	54	25
836	16	103	167	41	20	15
154	2	28	64	56	42	20
779	148	249	110	-9	14	4
3 155	2	532	1 430	62	45	80
114	2	32	30	-8	26	34
684	29	174	230	30	34	39
989	8	461	529	7	53	3
20 420	176	3 798	6 906	42	34	18
1 114	62	224	-119	429	-11	38
33	1	6	7	29	21	7
4	0	1	1	41	35	6
10 763	68	3 732	4 076	6	38	15
136	18	49	65	38	48	2
85 643	1 732	24 915	32 907	24	38	16
3 641 887	26 289	734 314	1 031 583	25	28	18
2,4	6,6	3,4	3,2	S.O.	S.O.	S.O.

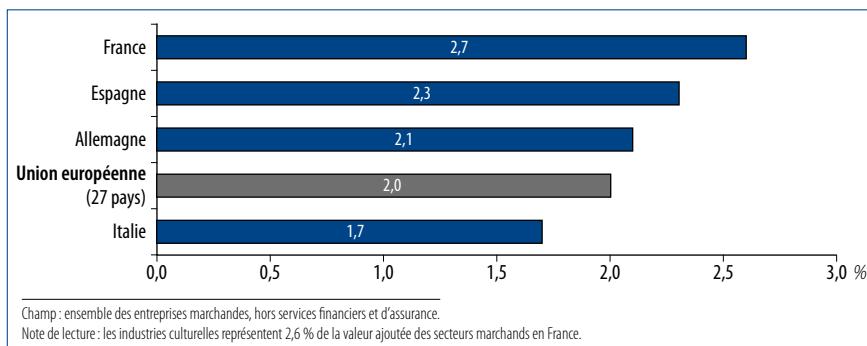
Source: Insee, Esane 2020/DEPS, Ministère de la Culture, 2023

Graphique 3 – Taux de marge des entreprises culturelles marchandes en 2020



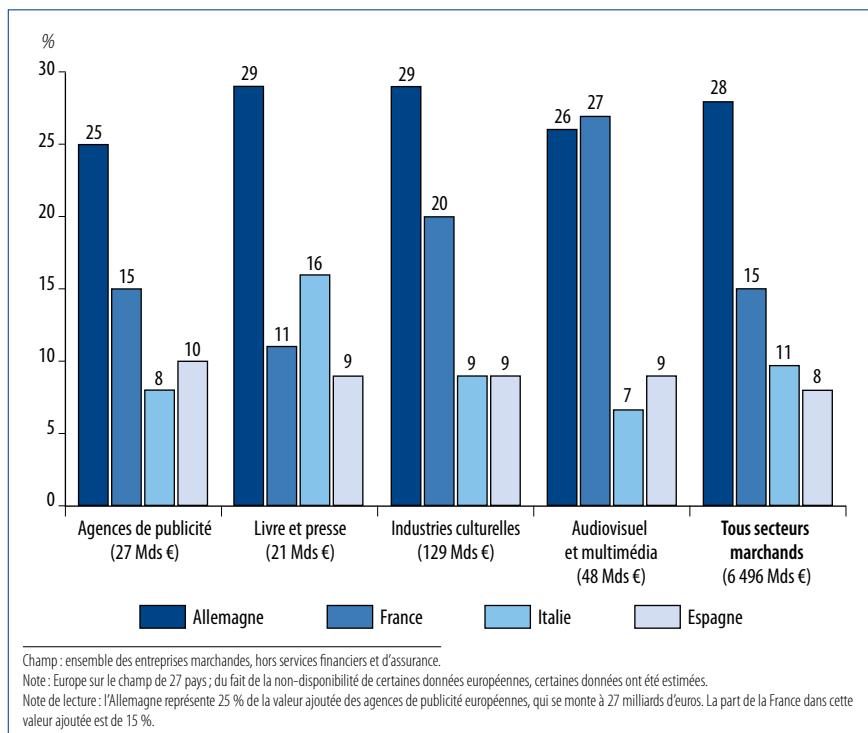
Source: Insee, Esane 2020/DEPS, Ministère de la Culture, 2023

Graphique 4 – Part de la valeur ajoutée des industries culturelles dans le secteur marchand en Europe en 2020



Source: Eurostat/DEPS, Ministère de la Culture, 2023

Graphique 5 – Part des pays dans la valeur ajoutée européenne des domaines culturels en 2020



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