



**MINISTÈRE
DE LA CULTURE**

*Liberté
Égalité
Fraternité*

Note de
conjoncture

Analyse conjoncturelle du chiffre d'affaires de la culture au 2^e trimestre 2022

2022#4

Ludovic Bourlès
Yann Nicolas

Analyse conjoncturelle du chiffre d'affaires de la culture au 2^e trimestre 2022*

Ludovic Bourlès, Yann Nicolas**

La crise sanitaire a eu un impact majeur sur les secteurs culturels. Entre mars 2020 et mai 2021, la population a connu trois confinements successifs et plusieurs périodes de fermeture de commerces et de lieux accueillant du public ont été décrétées. Des protocoles sanitaires encadrant les activités et des jauges ont été mis en place jusqu'en mars 2022, influant directement sur la fréquentation des lieux culturels. Cette note de conjoncture mesure la situation économique du champ marchand de la culture au deuxième trimestre 2022, à partir des chiffres d'affaires déclarés par les entreprises auprès de la direction générale des Finances publiques.

Au deuxième trimestre 2022, le chiffre d'affaires des secteurs culturels marchands progresse sur un an de 3,3 milliards d'euros. Pour la cinquième fois consécutive, les ventes trimestrielles dépassent leur valeur de l'année précédente à la même période. En hausse de 18 % par rapport au deuxième trimestre 2021, le deuxième trimestre 2022 excède son niveau du deuxième trimestre 2019 d'avant-crise, enregistrant un gain de 1,4 milliard d'euros (+ 7 %) par rapport à ce trimestre équivalent d'une année « normale ». Pour la troisième fois consécutive, l'activité trimestrielle du champ marchand de la culture dépasse ainsi son niveau d'avant-crise de 2019.

Les niveaux d'activité des secteurs de la projection de films cinématographiques, de la gestion patrimoniale et du spectacle vivant progressent très fortement au deuxième trimestre 2022 par rapport au même trimestre de 2021. Ce dernier correspond à un point bas dû au troisième confinement et à la fermeture obligatoire de tout lieu culturel accueillant du public en avril et jusqu'à mi-mai 2021, suivie d'une réouverture progressive sous contraintes de jauges, de couvre-feux et de passe sanitaire. L'activité de la projection cinématographique reste toutefois inférieure à celle du deuxième trimestre 2019 (- 12 %) ; elle est au même niveau pour la gestion patrimoniale. En revanche, pour la première fois en trois ans, le spectacle vivant marchand connaît une hausse de 10 % de ses recettes par rapport au même trimestre 2019 d'avant-crise.

Les autres secteurs culturels connaissent au deuxième trimestre 2022, sur un an, une progression ou une quasi-stabilité de leur chiffre d'affaires. Par rapport au même trimestre de 2019, les arts visuels et la musique enregistrée enregistrent les écarts positifs les plus importants (+ 31 % et + 23 %, respectivement), suivis du livre (+ 10 %) et du spectacle vivant (+ 10 %).

* Données arrêtées au 15 septembre 2022.

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

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

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

	2019		2020		2021		Glissements trimestriels T/T-4							
	T1	T2	T3	T4	T1	T2	T3	T4	T1	T2	T3	T4	T1	T2
	2020	2020	2020	2020	2021	2021	2021	2021	2021	2021	2021	2021	2022	2022
Projection cinématographique	1 777	625	847		847	-29	-90	-61	-81	-81	93	313	1 708	217
Publicité	15 174	12 715	13 842		13 842	-7	-25	-23	-11	-11	16	8	15	17
Presse	11 459	9 954	10 361		10 361	-7	-24	-15	-8	-8	6	7	10	9
Audiovisuel et cinéma (hors jeu vidéo, projection cinématographique et radio)	21 172	19 646	21 117		21 117	-3	-19	-13	5	5	21	3	22	11
Radio	1 250	1 168	1 246		1 246	-4	-17	-4	-2	-2	7	3	12	2
Livre	8 382	7 888	9 195		9 195	-13	-27	4	3	3	0	9	-1	-1
Musique enregistrée	1 807	1 760	2 068		2 068	9	-13	-4	-3	13	24	16	18	13
Jeu vidéo	2 348	2 847	2 627		2 627	16	1	8	60	0	-12	-7	15	-2
Spectacle vivant	5 687	3 257	3 624		3 624	-6	-61	-51	-50	-57	25	46	142	126
Arts visuels	8 120	7 280	8 580		8 580	-1	-23	-9	-8	0	30	19	23	31
Enseignement artistique et culturel ^a	868	629 ^b	630 ^c		630 ^c	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
Architecture	6 351	5 816	6 344		6 344	-1	-16	-14	-3	0	18	14	12	10
Gestion patrimoniale	484	269	370		370	-13	-77	-24	-55	-59	55	15	118	178
Total champ culturel	84 879	73 854	80 801		80 801	-5	-26	-16	-7	-8	21	15	21	18

^a Prévission du Deps-doc de juin 2020. Voir « Données et méthode », p. 19.

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

Note de lecture : en 2019, le chiffre d'affaires brut de la projection de films cinématographiques est de 1,78 milliard d'euros, contre 625 millions d'euros en 2020 et 847 millions d'euros en 2021. Au premier trimestre 2020, ce chiffre d'affaires est inférieur de 29 % à sa valeur du premier trimestre 2019 d'avant-crise (T1-4). Au premier trimestre 2021, ce chiffre d'affaires est inférieur de 95 % à sa valeur du premier trimestre 2020 de début de crise (T1-4). Au premier trimestre 2022, ce chiffre d'affaires est supérieur de 1708 % à sa valeur (proche de zéro) du premier trimestre 2021 (T1-4).

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

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

En %

	Glissements trimestriels T/T-8						T/T-12	
	T1	T2	T3	T4	T1	T2	T1	T2
	2021	2021	2021	2021	2022	2022	2022	2022
Projection cinématographique	-96	-72	-24	-21	-10	756	-36	-12
Publicité	-12	-10	-10	-3	8	40	1	5
Presse	-15	-13	-10	-1	1	24	-6	-5
Audiovisuel et cinéma (<i>hors jeu vidéo, projection cinématographique et radio</i>)	-11	-4	6	8	12	30	9	6
Radio	-11	5	4	1	5	29	0	7
Livre	9	11	5	13	24	50	8	10
Musique enregistrée	23	8	12	15	14	41	24	23
Jeu vidéo	16	-11	1	41	15	-13	34	-12
Spectacle vivant	-60	-51	-29	-9	3	182	-3	10
Arts visuels	-1	0	8	13	27	70	26	31
Enseignement artistique et culturel	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
Architecture	-1	-1	-2	3	11	29	10	9
Gestion patrimoniale	-64	-64	-13	-3	9	331	-5	-1
Total champ culturel	-12	-10	-3	4	11	43	6	7

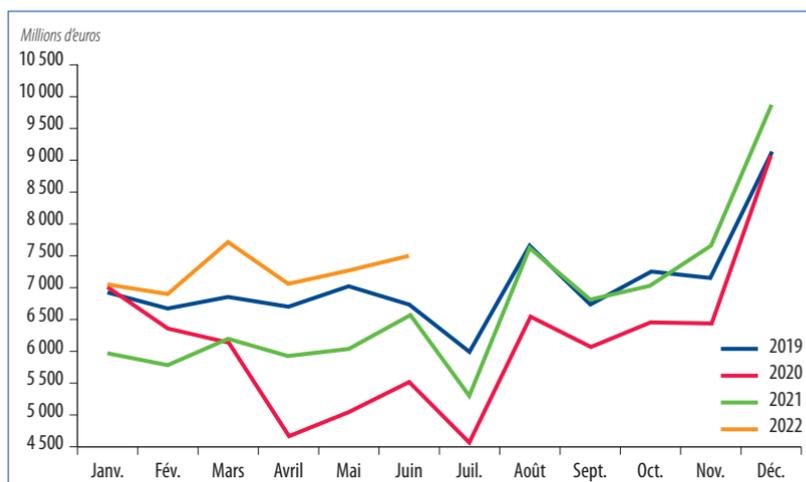
Note : les secteurs de la musique enregistrée et des arts visuels sont associés à d'autres activités dans la nomenclature de codes NAF. De ce fait, le suivi économique de ces secteurs doit être interprété avec prudence.
 Note de lecture : au premier trimestre 2021, le chiffre d'affaires brut de la projection de films cinématographiques est inférieur de 96 % à sa valeur du premier trimestre 2019 d'avant-crise (T/T-8). Au premier trimestre 2022, il est inférieur de 10 % à sa valeur du premier trimestre 2020 de début de crise (T/T-8) et de 36 % à sa valeur du premier trimestre 2019 (T/T-12).

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

Champ total

Au deuxième trimestre 2022, le champ marchand de la culture affiche un rebond de 18 % sur un an (+ 3,3 milliards d'euros) tout en dépassant pour la troisième fois consécutive son niveau correspondant d'avant-crise de 2019 – une comparaison « date à date » qui permet de rendre compte du gain ou de la perte d'activité que les secteurs marchands enregistrent dans le contexte de la crise due à la pandémie de Covid-19 (voir « Données et méthode », p. 19 ; tableaux 1 et 2, graphique 1). Ce rebond correspond à une progression de tous les secteurs culturels sur un an (en particulier ceux de la projection de films cinématographiques, de la gestion patrimoniale et du spectacle vivant), à l'exception des secteurs quasi stables du jeu vidéo et du livre. La très forte croissance sur un an de la projection en salles de cinéma, de la gestion patrimoniale et du spectacle vivant est liée au

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



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

creux d'activité du troisième confinement (3 avril-2 mai 2021 inclus) et à la fermeture obligatoire en avril et jusqu'au 18 mai 2021 inclus de tout lieu culturel accueillant du public, avant une réouverture progressive (contraintes de jauges et de couvre-feux) dans le contexte de l'instauration, à partir du 9 juin, du passe sanitaire. Les principaux contributeurs au gain global trimestriel de 3,3 milliards d'euros – en raison de leur taille ou de l'ampleur de la hausse de leurs recettes – sont le spectacle vivant (à hauteur de 26 %), les arts visuels (19 %), puis la publicité et l'audiovisuel et cinéma¹ (contributions respectives de 17 % et 16 %).

Au deuxième trimestre 2022, les recettes sont toutefois inférieures à celles du deuxième trimestre 2019 pour le jeu vidéo (- 12 %), la projection cinématographique (- 12 %) et la presse (- 5 %). En revanche, le chiffre d'affaires des arts visuels progresse (+ 31 %), de même que ceux de la musique enregistrée (+ 23 %), du livre (+ 10 %) et du spectacle vivant (+ 10 %). Les premiers contributeurs au gain de 1,4 milliard d'euros ce trimestre par rapport à 2019 sont les arts visuels, l'audiovisuel et cinéma, la publicité et le livre.

1. Le secteur « Audiovisuel et cinéma » se comprend hors projection cinématographique, hors radio et hors jeu vidéo. Ces trois secteurs sont traités séparément.

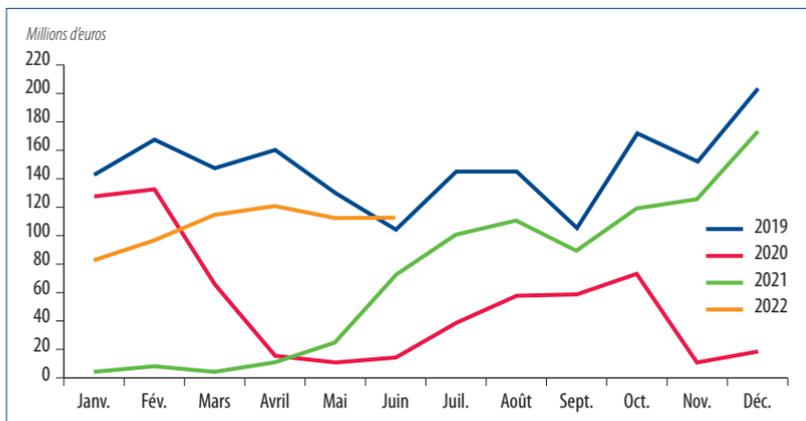
Médias et industries culturelles

Projection cinématographique

Au cours du deuxième trimestre 2022, l'activité de la projection cinématographique est toujours à un niveau inférieur à celui d'avant crise : - 12 % par rapport au deuxième trimestre 2019. Cette perte trimestrielle du volume d'affaires est toutefois la plus faible enregistrée depuis le début de la crise sanitaire (tableaux 1 et 2, graphique 2). Comparé à celui enregistré un an plus tôt, le chiffre d'affaires de la projection de films cinématographiques a plus que triplé au deuxième trimestre 2022. Le deuxième trimestre 2021 est en effet marqué par le troisième confinement et la fermeture des cinémas, puis par la mise en place de jauges, de périodes de couvre-feu et du passe sanitaire lors de la réouverture le 19 mai 2021.

Le deuxième trimestre 2022 voit les sorties des films à succès *Les Animaux fantastiques : Les Secrets de Dumbledore*, *Doctor Strange in the Multiverse of Madness*, *Top Gun : Maverick* et *Qu'est-ce qu'on a tous fait au Bon Dieu ?* Bien que plusieurs films dépassent le million de spectateurs, la fréquentation mesurée en nombre de spectateurs est en baisse de 22 % au deuxième trimestre 2022 par rapport au même trimestre de 2019. Le différentiel entre la baisse de chiffre d'affaires (- 12 %) et celle de la fréquentation (- 22 %) s'explique en partie par la hausse

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



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

2. <https://www.cnc.fr/cinema/etudes-et-rapports/statistiques/frequentation-cinematographique>

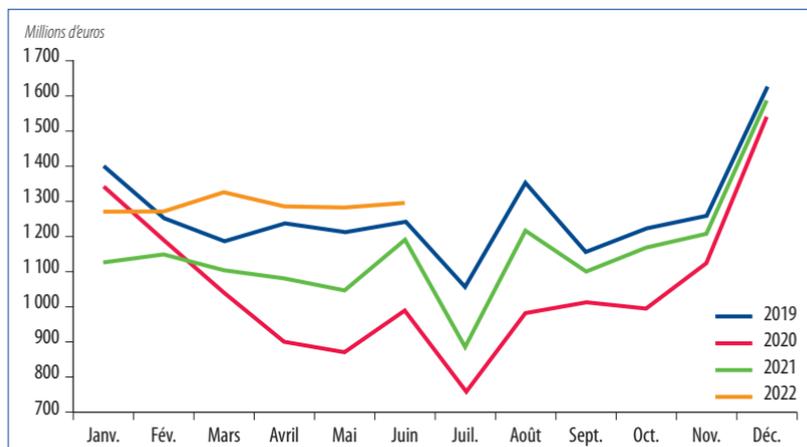
de la recette moyenne par entrée (+ 7 % entre le deuxième trimestre 2019 et le deuxième trimestre 2022). Par ailleurs, le chiffre d'affaires des exploitants inclut des recettes annexes qui peuvent également expliquer ce différentiel, telles la confiserie ou la location d'espaces pour des événements privés (conférences, e-gaming, etc.).

Le secteur de la projection de films cinématographiques enregistre ainsi son moins mauvais trimestre depuis dix trimestres consécutifs. Il reste nettement touché par les conséquences négatives de la crise sanitaire, qui ont été particulièrement longues pour ce secteur. Au regard des pertes trimestrielles de chiffre d'affaires enregistrées depuis trois ans, la projection cinématographique est le secteur culturel marchand le plus affecté, devant la gestion patrimoniale et le spectacle vivant.

Publicité

Au deuxième trimestre 2022, le chiffre d'affaires des agences de publicité dépasse de 17 % sa valeur du deuxième trimestre 2021 (+ 551 millions d'euros), de 40 % celle du deuxième trimestre 2020 (+ 1,1 milliard d'euros) et d'un peu moins de 5 % sa valeur du deuxième trimestre 2019 (+ 176 millions d'euros) (tableaux 1 et 2, graphique 3). En trois ans, les activités des agences de publicité affichent un chiffre d'affaires dont l'évolution est plutôt analogue à celle des dépenses

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



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

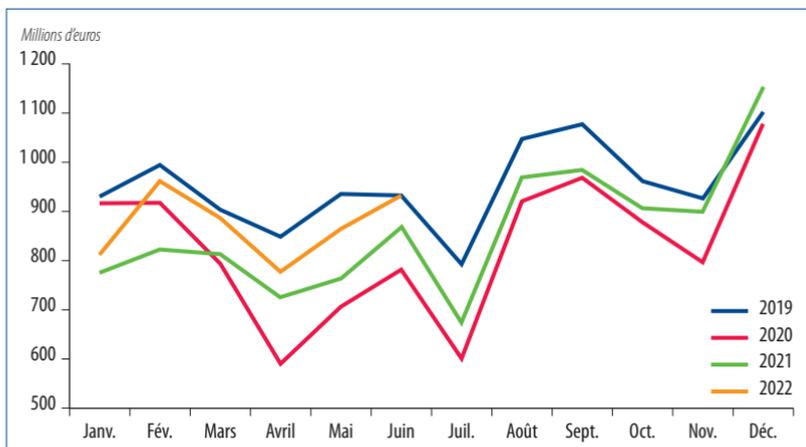
d'investissement de communication des annonceurs estimées pour l'ensemble des moyens de communication à disposition sur le marché publicitaire (moyens médiatiques, numériques et autres). Au deuxième trimestre 2022, ces dépenses – qui incluent précisément les honoraires et les commissions versés aux agences de publicité – sont en effet proches de leur valeur prise au même trimestre de 2019, et dépassent celle du même trimestre 2021 et davantage encore celle du même trimestre 2020³.

Presse

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

Au deuxième trimestre 2022, le volume d'affaires généré par les activités du secteur de la presse progresse de 9 % sur un an (+ 216 millions d'euros), dépasse de 24 % sa valeur prise au deuxième trimestre 2020 (+ 497 millions d'euros) mais baisse de 5 % par rapport au même trimestre de 2019 (- 145 millions d'euros) (tableaux 1 et 2, graphique 4). Le surcroît de 9 % de chiffre d'affaires sur un an au deuxième trimestre 2022 résulte principalement de la hausse de 29 % des recettes du commerce de détail (qui pèse pour 21 % du secteur) et

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



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

3. Bilans et communiqués de presse du Baromètre unifié du marché publicitaire (BUMP) du 1^{er} trimestre 2022 et du 1^{er} semestre 2022, France Pub/Irep/Kantar, mai et septembre 2022.

de celle de 4 % de l'édition de magazines, revues et autres périodiques (37 %). La baisse d'activité de 5 % de la presse sur trois ans au deuxième trimestre 2022 découle pour l'essentiel de la réduction de 9 % du chiffre d'affaires des deux segments éditoriaux, que ne compense pas la progression de 7 % des recettes du commerce de détail.

La moins-value du secteur de la presse par rapport au deuxième trimestre 2019 d'avant-crise est corroborée par l'évolution de la diffusion payée de journaux et magazines mesurée par les ventes au numéro, les ventes numériques et les abonnements : au deuxième trimestre 2022, malgré la forte progression des ventes numériques, la diffusion payée de la presse est inférieure d'un peu moins de 8 % à sa valeur d'avant-crise⁴. Par ailleurs, l'évolution du chiffre d'affaires du secteur de la presse sur trois ans apparaît relativement analogue à celle des recettes publicitaires (y compris numériques) des régies publicitaires travaillant pour la presse. Ces recettes au deuxième trimestre 2022 dépassent en effet respectivement de 4 % et de 53 % leur valeur des deuxièmes trimestres 2021 et 2020, et sont inférieures de 17 % à leur valeur du même trimestre 2019⁵.

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

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

L'activité de l'audiovisuel et du cinéma au deuxième trimestre 2022 s'établit au-dessus de son niveau d'avant-crise mesuré par comparaison avec le même trimestre de l'année 2019 : + 6 % (tableaux 1 et 2, graphique 5). Ce faisant, ce secteur se situe sur une tendance constamment au-dessus du niveau d'avant-crise avec quatre trimestres consécutifs de hausse par rapport aux trimestres correspondants de 2019. Cette croissance du deuxième trimestre est toutefois légèrement moins forte que celle enregistrée aux deux trimestres précédents (+ 8 % puis + 9 %).

Comparée à 2021, en 2022, la croissance de l'activité audiovisuelle est de 11 % au deuxième trimestre après une croissance de 22 % au premier trimestre.

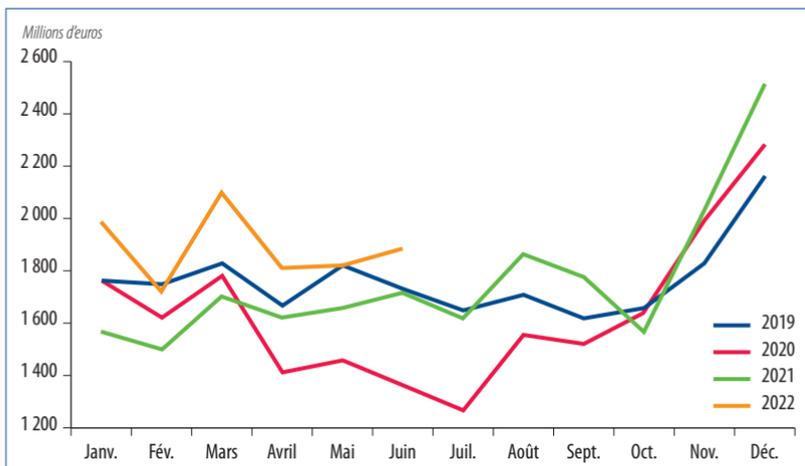
4. Alliance pour les chiffres de la presse et des médias (ACPM)/ministère de la Culture-DGMIC.

5. Communiqués de presse du Baromètre unifié du marché publicitaire (BUMP) du 1^{er} trimestre 2022 et du 1^{er} semestre 2022, France Pub/Irep/Kantar, mai et septembre 2022.

Cette croissance des activités audiovisuelles définies au sens large tient en premier lieu à la forte croissance de la production de films de différentes natures et de la postproduction de films cinématographiques, de vidéos et de programmes audiovisuels. L'activité de production est notamment tirée par la production de séries qui s'ajoute à celle, plus traditionnelle, de films cinématographiques. La distribution de ces derniers est par ailleurs en légère baisse par rapport à la situation d'avant-crise, tandis que l'édition de chaînes de télévision est en baisse de 5 % par rapport au deuxième trimestre 2019. La baisse d'activité des chaînes de 3 % par rapport au deuxième trimestre 2021 rejoint le tassement des recettes publicitaires des chaînes de télévision (- 1 % par rapport à 2021)⁶.

L'ensemble de l'activité vidéo est orientée à la baisse par rapport à l'année 2019 (- 24 %) ; cette baisse fait suite à deux trimestres de forte hausse. Plus particulièrement, le secteur de l'« Édition et distribution vidéo » (59.13B), qui représente le plus important des secteurs de la vidéo, recule de manière nette : - 26 % par rapport au deuxième trimestre 2019.

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



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

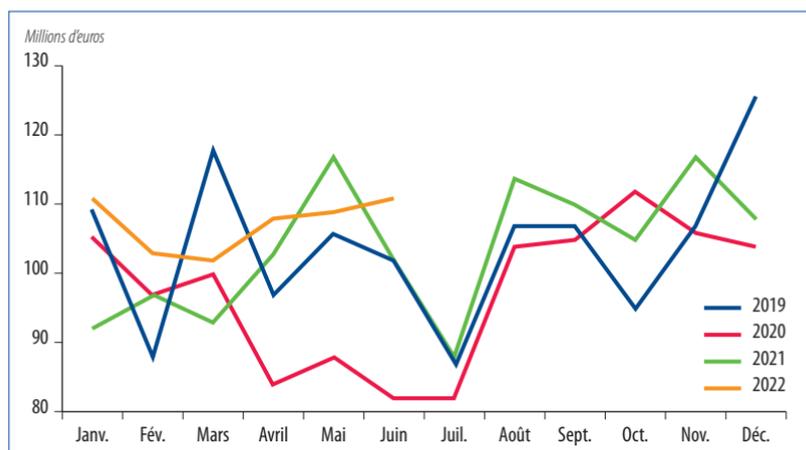
6. Communiqués de presse du Baromètre unifié du marché publicitaire (BUMP) du 1^{er} trimestre 2022 et du 1^{er} semestre 2022, France Pub/Irep/Kantar, mai et septembre 2022.

Radio

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

Au deuxième trimestre 2022, le chiffre d'affaires de la radio est quasi stable par rapport à sa valeur du deuxième trimestre 2021 (+ 2 % et + 6 millions d'euros), il progresse de 29 % par rapport au même trimestre 2020 (+ 75 millions d'euros) et dépasse de 7 % sa valeur du deuxième trimestre 2019 (+ 23 millions d'euros) (tableaux 1 et 2, graphique 6). Avec des recettes publicitaires qui représentent la quasi-totalité des ressources des radios privées non associatives, l'évolution du chiffre d'affaires de la radio au deuxième trimestre 2022 sur un an et sur deux ans est analogue à celle des ressources du média radio, que celles-ci soient mesurées par le montant des investissements de communication faits par les annonceurs⁷ ou par le volume des recettes publicitaires des régies⁸. En outre, la quasi-stabilité du chiffre d'affaires de la radio au deuxième trimestre 2022 par rapport au même trimestre de 2021 est à rapprocher de celle, voisine, de l'audience cumulée des radios, mesurée en nombre d'auditeurs métropolitains⁹.

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



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

7. Bilans et communiqués de presse du Baromètre unifié du marché publicitaire (BUMP) du 1^{er} trimestre 2022 et du 1^{er} semestre 2022, France Pub/Irep/Kantar, mai et septembre 2022.

8. *Ibid.*

9. Médiamétrie, « L'audience de la radio en France en avril-juin 2022 », communiqué de presse du 21 juillet 2022.

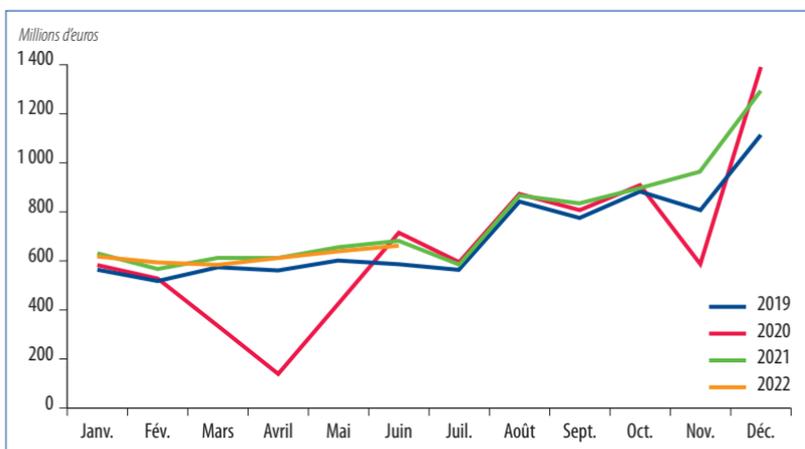
Livre

Le secteur du livre comprend l'édition de livres de toute nature (imprimés, électroniques, audio, etc.) et le commerce de détail de livres en magasin spécialisé¹⁰.

Au deuxième trimestre 2022, le chiffre d'affaires du livre est quasi stable (- 1 %) par rapport à sa valeur du deuxième trimestre 2021 (- 28 millions d'euros), mais il progresse de 50 % par rapport au même trimestre de 2020 (+ 638 millions d'euros) et de 10 % par rapport au même trimestre de 2019 (+ 169 millions d'euros) (tableaux 1 et 2, graphique 7). Au deuxième trimestre 2022, le livre, comme le jeu vidéo, connaît une légère baisse de son volume d'affaires sur un an, celle-ci succédant au fort dynamisme du secteur du livre constaté dès le troisième trimestre 2020 et jusqu'au quatrième trimestre 2021.

La quasi-stabilité du deuxième trimestre 2022 sur un an découle d'une baisse de 7 % des recettes de l'édition de livres imprimés, électroniques, audio ou en ligne (un segment qui pèse pour un peu plus du tiers du secteur), qui n'est pas compensée par la légère progression des recettes du commerce de détail de livres (+ 2 %). Avec une valeur basse au deuxième trimestre 2020 associée au premier confinement, les recettes du livre dépassent celle-ci de 50 % deux ans plus tard, grâce en particulier à une hausse de recettes de 60 % pour le commerce de livres. La hausse de 10 % du chiffre d'affaires du livre au deuxième

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



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

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

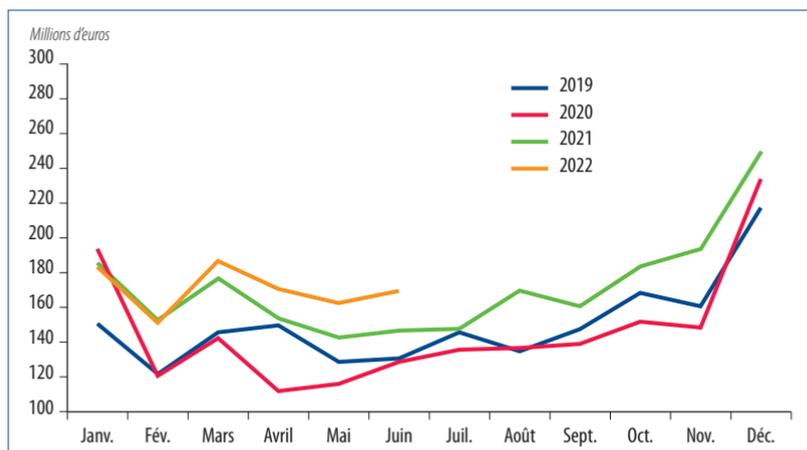
trimestre 2022 par rapport à sa valeur d'avant-crise (2019) provient d'une croissance du chiffre d'affaires du commerce plus forte que celle du chiffre d'affaires de l'édition de livres imprimés (+ 13 % contre + 4 %).

Musique enregistrée

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

Au deuxième trimestre 2022, l'activité de la musique enregistrée est de nouveau nettement au-dessus de son niveau d'avant-crise de 2019 (+ 23 %) (tableaux 1 et 2, graphique 8). Son chiffre d'affaires est 13 % plus élevé que lors du deuxième trimestre 2021. L'activité de production, distribution et édition d'enregistrements sonores croît nettement : + 16 % par rapport à son niveau d'avant-crise et + 12 % par rapport au deuxième trimestre de l'année 2021. Comparé à 2019, le chiffre d'affaires du secteur de la musique est en hausse chaque trimestre depuis le premier trimestre 2021.

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

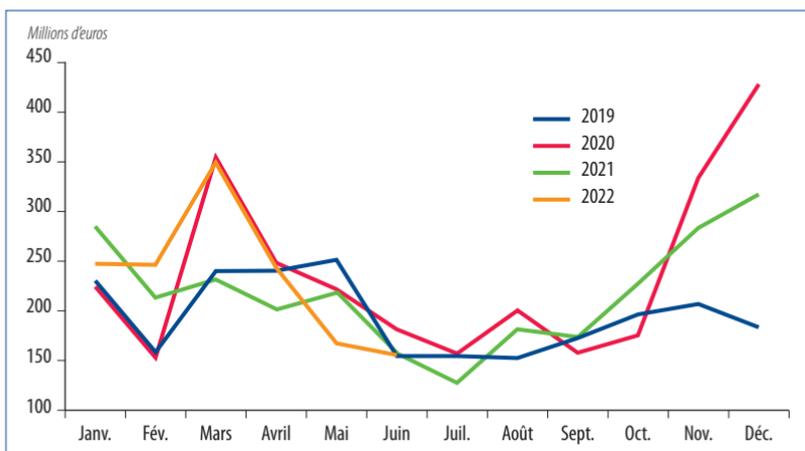


Source : chiffres d'affaires (CA) Esane, indice de CA, Insee ; Deps-doc, ministère de la Culture, 2022

Jeu vidéo

Au deuxième trimestre 2022, les recettes de l'édition de jeux vidéo sur support physique, en téléchargement ou en ligne repassent sous leur niveau d'avant-crise, inférieures de 12 % à leur valeur du même trimestre 2019 (tableaux 1 et 2, graphique 9). Une telle moins-value s'observait aussi au deuxième trimestre 2021 (- 11 %). Elle fait suite à deux très bons trimestres (+ 41 % puis + 34 % comparés à 2019), mais est conforme aux prévisions de la presse spécialisée. Le contexte serait marqué par un volume de sorties de jeux moins étoffé. Certains jeux, *Steelrising* par exemple, voient leur date de sortie décalée au mois de septembre 2022. Pour d'autres, comme *Skull and Bones* ou *Prince of Persia*, leur date de sortie est plus lointaine encore. Le contexte macroéconomique avec une reprise de l'inflation se faisant particulièrement sentir au deuxième trimestre 2022 jouerait négativement sur les achats de jeux vidéo. Rappelons en effet que le marché du jeu vidéo avait reculé de 14 % en 2009 à la suite de la crise économique de 2008.

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



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

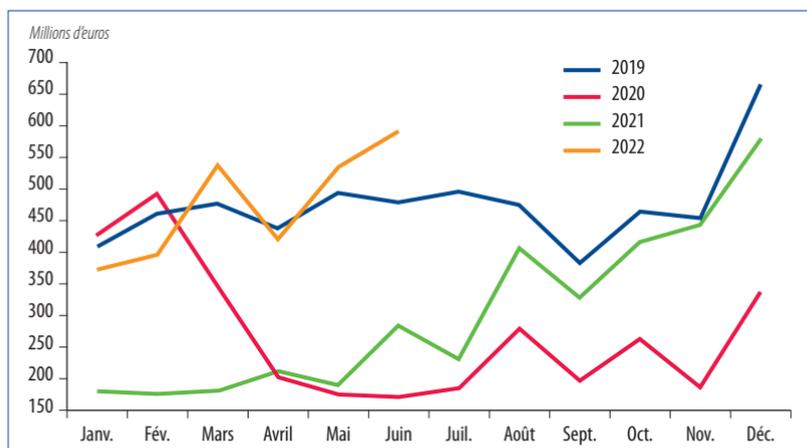
Création et diffusion

Spectacle vivant

Le secteur du spectacle vivant regroupe principalement la production, l'organisation de tournées, la diffusion de spectacles, les activités de prestations techniques, de promotion et d'organisation de spectacles ainsi que l'exploitation ou gestion de lieux de spectacle. Le champ d'analyse de la présente note est restreint au secteur marchand (voir « Données et méthode », p. 19), alors qu'une part importante de la production du spectacle vivant correspond à l'activité d'établissements publics ou d'associations non marchandes¹¹. Ainsi, l'activité des théâtres privés est prise en compte, mais pas celle des théâtres publics.

Au deuxième trimestre 2022, le chiffre d'affaires du spectacle vivant affiche un très fort rebond de 126 % par rapport à sa valeur du deuxième trimestre 2021 (+ 861 millions d'euros) (tableaux 1 et 2, graphique 10). Cette augmentation sur un an résulte essentiellement du troisième confinement et de la fermeture obligatoire de tout lieu de spectacle en avril et jusqu'à la mi-mai 2021, avant une réouverture progressive sous contraintes de jauges, de couvre-feux et de passe sanitaire. Les recettes du spectacle vivant au deuxième trimestre 2022 dépassent par ailleurs de 182 % leur valeur du deuxième trimestre 2020 (+ 997 millions d'euros), ce dernier étant touché par les effets produits

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



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

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

par le premier confinement. Les recettes au deuxième trimestre 2022 sont enfin supérieures de 10 % à leur valeur du même trimestre 2019 d'avant-crise (+ 137 millions d'euros). C'est la première fois que les recettes trimestrielles du spectacle vivant marchand dépassent leur valeur d'avant-crise.

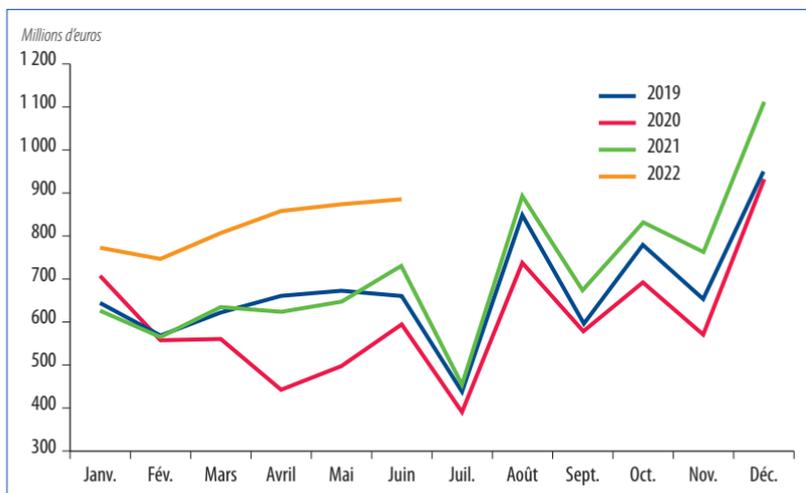
Au deuxième trimestre 2022, toutes les activités de spectacle vivant progressent sur un an, en particulier très fortement pour les activités de production-diffusion et celles de gestion de salles de spectacle, après un point bas un an plus tôt. Les activités de soutien au spectacle vivant et de production-diffusion enregistrent au deuxième trimestre 2022 des chiffres d'affaires supérieurs à leur niveau correspondant de 2019, à l'inverse des activités de gestion de salles.

Arts visuels

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

Au deuxième trimestre 2022, le chiffre d'affaires des arts visuels dépasse de 31 % sa valeur prise aux trimestres 2021 et 2019 (+ 615 millions d'euros et + 624 millions d'euros, respectivement) et de 70 % sa valeur prise au deuxième trimestre 2020 (+ 1,1 milliard

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



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

d'euros) (tableaux 1 et 2, graphique 11). La forte progression sur un an est tirée par le bond du chiffre d'affaires des activités spécialisées de design (+ 33 %), segment qui pèse au deuxième trimestre 2022 pour 43 % du secteur. Le chiffre d'affaires trimestriel de ce segment avait précédemment connu une baisse de 25 % entre les deuxièmes trimestres 2019 et 2020 (premier confinement), puis une hausse de 37 % entre les deuxièmes trimestres 2020 et 2021.

Le segment des activités photographiques (production diverse, traitement des films et activités des photojournalistes indépendants), qui pèse pour 14 % du secteur des arts visuels, connaît une évolution assez proche de celle du segment « Design et mode ». Son chiffre d'affaires chute de 34 % entre les deuxièmes trimestres 2019 et 2020, puis croît de 30 % entre les deuxièmes trimestres 2020 et 2021 et de 37 % entre les deuxièmes trimestres 2021 et 2022.

Enseignement artistique et culturel

Le secteur de l'enseignement artistique et culturel regroupe les activités d'enseignement artistique et culturel, dont celles des établissements d'enseignement supérieur. La production de ce secteur est essentiellement non marchande¹² et n'est donc pas évaluée dans cette note. De plus, aucun indice de chiffre d'affaires n'est calculé pour la part marchande de l'enseignement artistique et culturel.

Architecture et gestion patrimoniale

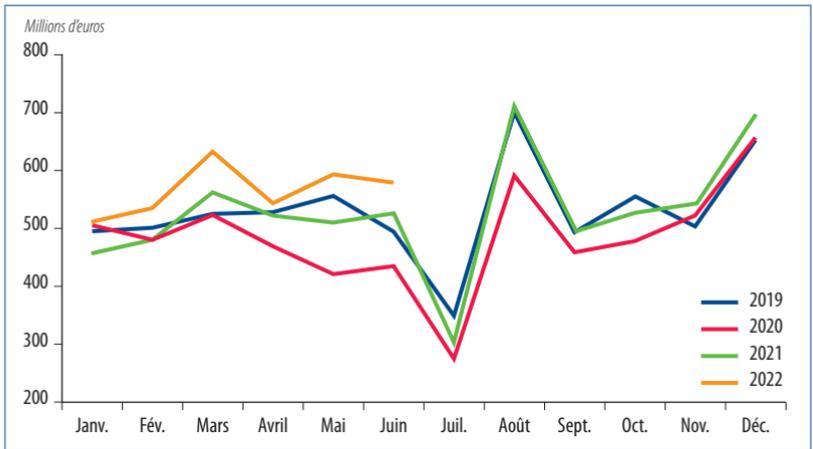
Architecture

Au deuxième trimestre 2022, le volume d'affaires généré par les activités d'architecture (conception de bâtiments et de plans, architecture paysagère, activité de conseil et agences d'urbanisme) progresse de 10 % sur un an (+ 155 millions d'euros) et de 29 % sur deux ans (+ 390 millions d'euros). Le chiffre d'affaires du secteur dépasse ce trimestre de 9 % sa valeur au deuxième trimestre 2019 d'avant-crise (+ 138 millions d'euros) (tableaux 1 et 2, graphique 12). C'est la troisième fois consécutive que les recettes trimestrielles excèdent leur valeur d'avant-crise. Cette évolution du deuxième trimestre sur trois ans est corroborée par celle – analogue – de l'indice synthétique du climat des affaires dans l'industrie du bâtiment¹³.

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

13. Fichier de données Insee, « En août 2022, le climat des affaires dans l'industrie du bâtiment s'améliore légèrement », *Informations rapides*, 25 août 2022.

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



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

Gestion patrimoniale

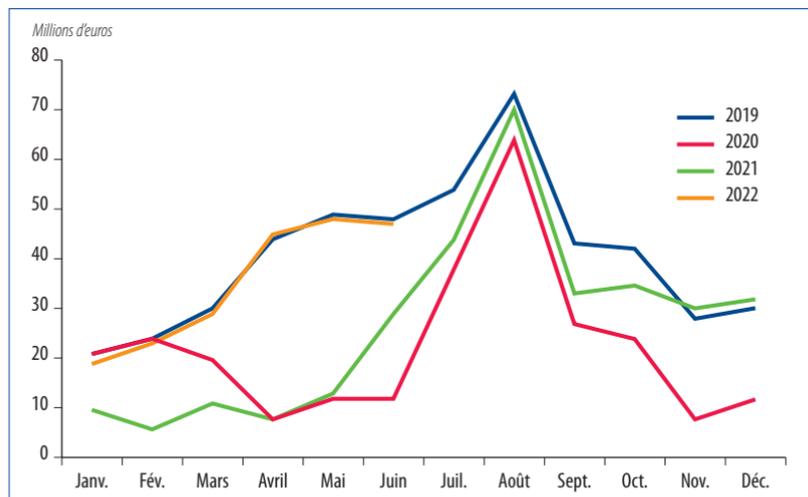
Le secteur de la gestion patrimoniale comprend la gestion des bibliothèques, des archives et des musées ainsi que la gestion et la préservation des sites et bâtiments historiques, selon les termes de la nomenclature des activités françaises et pour la partie marchande de ces activités. Depuis la note de conjoncture portant sur le premier trimestre 2022¹⁴, les activités des guides-conférenciers, de restauration du patrimoine ainsi que les opérations archéologiques ne sont plus suivies du fait des difficultés à les circonscrire au sein des indices de chiffre d'affaires publiés. Il convient de rappeler que seule une part très réduite des activités patrimoniales est marchande et prise en compte dans l'analyse¹⁵. Ainsi, l'activité du musée Grévin et des autres structures privées est retracée ici, mais pas celle des musées dont l'essentiel des ressources sont publiques. En outre, l'activité de certaines entreprises marchandes qui œuvrent sur les monuments n'entre pas dans la nomenclature du champ de la culture. Les restaurateurs du patrimoine, dispersés sous plusieurs codes de la nomenclature d'activités, ne sont pas retenus non plus.

14. L. Bourlès, Y. Nicolas, « Analyse conjoncturelle du chiffre d'affaires de la culture au 1^{er} trimestre 2022 », *Note de conjoncture*, 2022-3, juillet 2022.

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

Les activités de gestion patrimoniale marchande sont quasi stables au deuxième trimestre 2022 (- 1 %) par rapport au même trimestre de 2019 (tableaux 1 et 2, graphique 13). Leur chiffre d'affaires global est multiplié par près de quatre par rapport au deuxième trimestre 2021, pour les mêmes raisons proposées plus haut pour la projection cinématographique et pour le spectacle vivant marchand : troisième confinement, période de fermeture des lieux culturels, réouverture progressive sous contraintes de jauges, couvre-feux et passe sanitaire. L'activité de gestion des bibliothèques et archives progresse assez nettement (+ 9 % par rapport au deuxième trimestre 2019), alors que la gestion des sites et bâtiments historiques est en légère baisse par rapport au deuxième trimestre 2019.

Graphique 13 – Chiffre d'affaires du secteur du patrimoine, 2019-2022



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

Données et méthode

La présente note repose sur les indices de chiffres d'affaires rendus disponibles chaque mois par l'Insee. Issus des déclarations mensuelles et trimestrielles de TVA par les entreprises auprès de la direction générale des Finances publiques (formulaire « CA3 »)¹, ce sont les premières statistiques disponibles pour les secteurs marchands. Le champ des activités économiques retenu correspond à celui défini et utilisé en juin 2020 par le Deps-doc lorsqu'il a publié une estimation de l'impact économique de la crise sanitaire pour onze secteurs culturels (voir « Nomenclature d'activités culturelles », p. 20). Pour rappel :

- les chiffres portent sur le chiffre d'affaires, et non sur la valeur ajoutée (qui permet, contrairement aux données de chiffre d'affaires, d'éviter les doubles comptes, mais qui est disponible plus tardivement²);
- ils se limitent à la production culturelle marchande, qui constitue plus de 80 % de la production totale des branches culturelles³;
- ils sont répartis selon les codes NAF⁴ d'activité économique principale des entreprises (l'activité d'un secteur donné reprend un ou plusieurs codes NAF, chaque code NAF pouvant être lui-même repris dans sa totalité ou seulement en partie⁵);
- ils proviennent des déclarations de TVA, or celles-ci « utilisées de façon privilégiée comme indicateur de l'activité dans les services sont sans doute, dans certains secteurs, un peu plus lissées que l'activité contemporaine effective⁶ ».

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Nomenclature d'activités culturelles

Les notes trimestrielles de conjoncture du Deps-doc qui portent sur le champ marchand de la culture reprennent la nomenclature d'activités des entreprises spécialement élaborée au printemps 2020 pour estimer l'impact économique de la crise sanitaire liée à la Covid-19¹. Cette nomenclature *ad hoc* reprenait la nomenclature d'activités culturelles retenue chaque année pour évaluer le poids économique direct de la culture² et y ajoutait une part de plusieurs autres activités économiques, de manière à mieux couvrir les principaux secteurs d'intervention du ministère de la Culture. Les codes de la nomenclature d'activités française (NAF) utilisés et leur pondération sont précisés ci-dessous.

1. Voir *Analyse de l'impact de la crise du Covid-19 sur les secteurs culturels*, synthèse et résultats sectoriels, juillet 2020, <https://www.culture.gouv.fr/Thematiques/Etudes-et-statistiques/Publications/Collections-de-synthese/Culture-chiffres-2007-2021/L-impact-de-la-crise-du-Covid-19-sur-les-secteurs-culturels> (consulté le 30 août 2022).

2. Deps-doc, *Culture chiffres*, 2021-1, mai 2022.

Médias et industries culturelles

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

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

Presse:

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

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

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

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

Livre:

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

Musique enregistrée:

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

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

Création et diffusion

Spectacle vivant :

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

Arts visuels :

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

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

Architecture et gestion patrimoniale

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

Gestion patrimoniale :

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

À lire aussi



20 pages.

Téléchargeable sur le site :

[www.culture.gouv.fr/
Sites-thematiques/Etudes-et-
statistiques/Publications](http://www.culture.gouv.fr/Sites-thematiques/Etudes-et-statistiques/Publications)
et sur www.caim.info

CULTURE ÉTUDES 2022-6

Les sorties culturelles des Français après deux années de Covid-19

Jörg Müller et Amandine Schreiber

Depuis plus de deux ans, les Français ont connu des bouleversements de leur vie quotidienne dans toutes ses dimensions (santé, travail, sociabilité, loisirs, etc.) et dû modifier certaines de leurs pratiques, notamment culturelles, au rythme des vagues épidémiques successives de Covid-19.

À l'occasion d'un sondage réalisé du 31 août 2021 au 3 septembre 2021 par l'institut Harris Interactive, puis de l'enquête Conditions de vie et aspirations des Français, réalisée du 21 décembre 2021 au 14 janvier 2022 par le Crédoc, les Français âgés de 15 ans et plus ont été interrogés sur leurs pratiques culturelles récentes. Des questions leur ont été posées à propos des effets du contexte sanitaire sur leurs intentions de sorties culturelles, tant à très court terme qu'à plus long terme.

Malgré de multiples freins limitant la fréquentation des lieux culturels, tels que la préférence pour les activités de plein air, la peur de contracter le virus ou de le transmettre, la réticence à porter un masque ou à présenter un

passage sanitaire, mais aussi la généralisation du télétravail ou le développement des loisirs numériques, en janvier 2022, 56 % des Français de 15 ans et plus déclarent avoir effectué au moins une sortie culturelle depuis le 1^{er} septembre 2021 et 71 % émettent le souhait d'en effectuer une au cours du premier semestre 2022. À plus long terme, même si l'incertitude continue de peser sur l'échéance de sortie de crise, près de huit Français sur dix estiment que leur fréquentation des lieux culturels ne sera pas affectée par la pandémie.



24 pages.

Téléchargeable sur le site :

[www.culture.gouv.fr/
Sites-thematiques/Etudes-et-
statistiques/Publications](http://www.culture.gouv.fr/Sites-thematiques/Etudes-et-statistiques/Publications)
et sur www.caim.info

CULTURE CHIFFRES 2022-1

Le poids économique direct de la culture en 2020

Nicolas Pietrzyk

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

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

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

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

Abstract

Economic analysis of culture turnover for 2nd Quarter 2022

The health crisis has had a major impact on the cultural sectors. Between March 2020 and May 2021, the population was subject to three consecutive lockdowns, with businesses and public places also being subject to several periods of closure. Health protocols for activities were put in place and venue capacities were limited until March 2022, directly impacting attendance figures for cultural amenities. This economic report measures the cultural sectors' financial situation for the second quarter 2022, based on business turnover figures as reported to the Directorate General of Public Finance.

In the second quarter 2022, turnover for the commercial cultural sectors was up 3.3 billion euros on the previous year. For the fifth consecutive time, quarterly sales exceeded their value of the previous year at the same period. Showing an 18% increase on the second quarter of 2021, the second trimester 2022 exceeded its pre-crisis second quarter 2019 level, showing an increase of 1.4 billion euros (+7%) compared to the same quarter in any 'normal' year. For three consecutive quarters now, commercial cultural sector activity has exceeded 2019 pre-pandemic levels.

Activity levels in the cinema, live performance and heritage management sectors saw a steep rise in the second quarter 2022 compared to the same quarter 2021. The latter marked a low point with the third lockdown and the concomitant mandatory closure of all cultural places and venues between April to mid-May 2021, followed by the gradual reopening of cultural amenities with the imposition of strict capacity limits, curfews and health pass requirements. The activity of film projection remained however lower than that of the second quarter of 2019 (-12%) while it is at the same level of 2019 for heritage management. On the other hand, the commercial performing arts sector saw revenues rise in this period for the first time in three years, up 10% on the same pre-crisis quarter of 2019.

The remaining cultural sectors saw either an increase or near-stability for the second quarter 2022 when compared to the previous year. The largest gains relative to the same quarter of 2019 were seen in the visual arts and recorded music (+31% and +23%, respectively), followed by book sales (+10%) and performing arts (+10%).

Directeur de la publication : Amandine Schreiber,
cheffe du Département des études, de la prospective, des statistiques et de la documentation
Responsable de la publication : Inès Cartier

Retrouvez l'ensemble des publications du Deps-doc :

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

https://www.cairn.info/editeur.php?ID_EDITEUR=DEPS

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

Pour ce faire, merci de bien vouloir nous communiquer votre courriel à l'adresse

contact.deps@culture.gouv.fr

Cette note de conjoncture mesure l'activité économique du champ marchand de la culture au deuxième trimestre 2022, à partir des chiffres d'affaires déclarés par les entreprises auprès de la direction générale des Finances publiques.

Le chiffre d'affaires des secteurs culturels marchands au deuxième trimestre 2022 progresse sur un an de 3,3 milliards d'euros. En hausse de 18 % par rapport au deuxième trimestre 2021, le deuxième trimestre 2022 excède son niveau du deuxième trimestre 2019 d'avant-crise, enregistrant un gain de 1,4 milliard d'euros (+ 7 %) par rapport à ce trimestre équivalent d'une année « normale ». Pour la troisième fois consécutive, l'activité trimestrielle du champ marchand de la culture dépasse son niveau d'avant-crise de 2019.

La situation contrastée des différents secteurs marchands (projection cinématographique, publicité, presse, audiovisuel et cinéma, radio, livre, musique enregistrée, jeu vidéo, spectacle vivant, arts visuels, architecture, gestion patrimoniale) est présentée.

Téléchargeable sur le site :
www.culture.gouv.fr/Etudes-et-statistiques
ISBN : 978-2-11-141019-0

