



**MINISTÈRE  
DE LA CULTURE**

*Liberté  
Égalité  
Fraternité*

# Culture Chiffres

## **Le poids économique direct de la culture en 2022**

Nicolas Pietrzyk

2024-4

# Le poids économique direct de la culture en 2022

Nicolas Pietrzyk\*

---

En 2022, le poids économique direct de la culture, c'est-à-dire la valeur ajoutée de l'ensemble des branches culturelles, s'établit à 47,1 milliards d'euros, soit 2,0 % de l'ensemble de l'économie, contre 2,1 % en 2021.

2022 est une année de reprise d'activité plus marquée pour les branches culturelles après deux années de crise sanitaire. La valeur ajoutée des branches culturelles progresse en volume de 16,8 %, soit une hausse bien supérieure à celle de l'économie française dans son ensemble (+ 2,7 %). L'activité parvient ainsi à dépasser de 7,6 % son niveau de 2019. Cependant, l'évolution de la valeur ajoutée des branches culturelles mesurée en valeur ne progresse que de 0,3 %, soit un rythme beaucoup plus faible que celui de l'économie française (6,5 %).

La reprise d'activité est principalement portée en 2022 par les branches ayant le plus subi l'impact de la crise sanitaire, dont le spectacle vivant (+ 80 % en volume), la projection cinématographique (+ 62 %), le patrimoine (+ 50 %) et les arts visuels (+ 31 %). Les branches de la publicité et du livre connaissent quant à elles un recul (- 9 % et - 8 %).

En 2022, l'audiovisuel reste en tête s'agissant du poids économique, suivi par le spectacle vivant, la publicité et l'architecture. Au cours des vingt dernières années, le recul structurel de la branche de la presse est l'évolution la plus notable.

---

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

## Un poids économique direct de la culture de 47,1 milliards d'euros en 2022

En 2022, l'ensemble des branches du champ statistique<sup>1</sup> de la culture – l'audiovisuel, le spectacle vivant, le livre, la presse, les agences de publicité, l'architecture, les arts visuels, le patrimoine et l'enseignement artistique et culturel – réalisent une production<sup>2</sup> totale de 100,1 milliards d'euros et génèrent une valeur ajoutée<sup>3</sup> de 47,1 milliards d'euros (voir tableau 1, p. 4).

Mesuré comme la part de la valeur ajoutée des branches culturelles dans l'ensemble de l'économie, le poids économique direct de la culture s'établit à 2,0 % en 2022, en recul de 0,1 point par rapport à 2021 (2,1 %). Après avoir atteint un plafond entre 2002 et 2006 (2,5%), il était resté stable de 2009 à 2018 (2,3 %), avant de baisser dès 2019 (2,2 % en 2019 et 2,1 % en 2020).

Cette estimation du poids économique direct de la culture correspond à la richesse créée par les activités directement culturelles, telles que définies dans le champ harmonisé au niveau européen. Ce champ ne prend pas en compte les activités industrielles qui ne permettent que la reproduction de produits culturels mais qui n'y apportent pas de valeur qu'on pourrait considérer comme culturelle (par exemple l'imprimerie), les activités non culturelles mais conditionnées par l'existence d'activités culturelles (par exemple les entreprises de construction intervenant pour la rénovation de monuments historiques), de même que les effets induits par le secteur culturel (comme le tourisme). Enfin, l'activité des acteurs du numérique échappe en partie à la comptabilité nationale (voir encadré « Enjeux statistiques de la mesure des activités culturelles »).

---

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

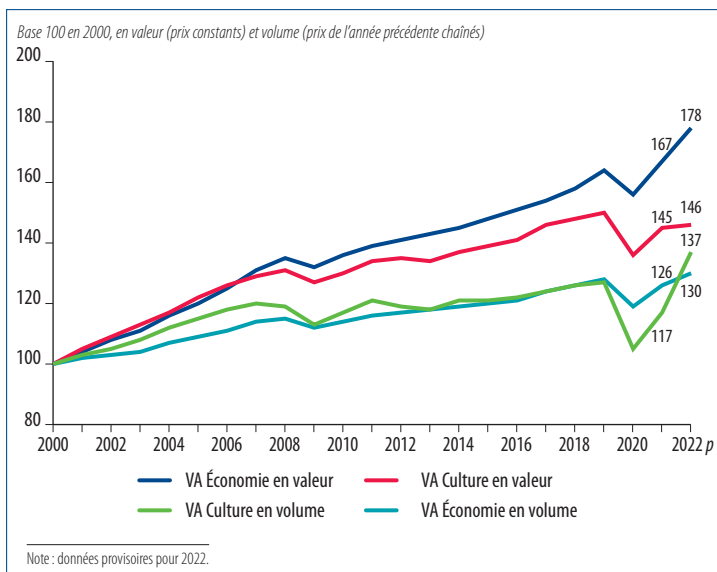
2. Les données présentées dans cette étude sont issues d'une méthode d'estimation mise au point en 2013 par le DEPS (Jauneau, 2014). Chaque année, au mois de mai, les comptes nationaux annuels sont révisés sur les trois dernières années pour tenir compte des informations nouvelles parvenues depuis l'année précédente. La méthodologie a également évolué cette année (voir encadré 2 et méthodologie).

3. La valeur ajoutée correspond à la production totale culturelle diminuée des consommations intermédiaires, c'est-à-dire de l'ensemble des produits ou des services transformés ou consommés au cours du processus de production (matières premières, électricité par exemple).

## En 2022, la valeur ajoutée culturelle augmente de 0,3 % en valeur et de 16,8 % en volume

Après avoir été particulièrement touchées par la crise sanitaire en 2020 et en 2021, les branches culturelles poursuivent la reprise de la production commencée en 2021. Mesurée en valeur, la valeur ajoutée culturelle ne progresse en 2022 que de 0,3 %, à 47,1 Md€. Cette quasi-stagnation peut notamment s'expliquer par une inflation des consommations intermédiaires qui pénalise la richesse directement créée par les structures culturelles (voir encadré 1). Comme en 2021, l'augmentation de la valeur ajoutée culturelle est moins marquée en 2022 que celle de l'économie dans son ensemble (+ 6,5 %)⁴. Le poids économique de la culture recule ainsi de nouveau, après voir déjà reculé en 2019 et 2020. Entre 2013 et 2018, les valeurs ajoutées des branches culturelles et de l'ensemble de l'économie progressaient quasiment au même rythme (graphique 1).

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



Source : Insee, comptes nationaux – base 2014/DEPS, ministère de la Culture, 2024

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

Comme en 2020 et en 2021, les évolutions diffèrent selon leur mesure en valeur ou en volume<sup>5</sup> (voir encadré 1). Cet écart d'évolution entre ces deux mesures provient notamment de l'importance du secteur non marchand et des conventions d'estimation de la valeur ajoutée produite par ce secteur. En 2022, la valeur ajoutée des branches culturelles en volume progresse davantage qu'en valeur. Elle augmente également davantage que celle de l'ensemble de l'économie en volume : elle s'accroît de 16,8 % contre 2,7 % pour l'ensemble de l'économie.

**Tableau 1 – Poids des branches culturelles et évolution de la valeur ajoutée en 2022**

*En milliards d'euros courants et en %*

Répartition par domaine culturel	Production totale (marchande et non marchande)		Valeur ajoutée (VA)		Évolution de la VA en volume (en %)		
	Valeur (en milliards d'euros courants)	Poids (en %)	Valeur (en milliards d'euros courants)	Poids (en %)	En 2022	En 2021*	Entre 2019 et 2022*
Audiovisuel	32,5	32,5	12,6	26,9	7	5	12
<i>dont projection cinématographique</i>	1,6	1,6	0,3	0,6	62	113	- 49
<i>dont jeux vidéo</i>	3,2	3,2	1,3	2,8	8	- 20	91
<i>dont radio</i>	1,1	1,1	0,9	1,8	- 3	- 7	30
Spectacle vivant	12,9	12,9	7,4	15,7	80	29	19
Publicité	11,5	11,5	4,8	10,2	- 9	6	- 8
Architecture	7,4	7,4	4,7	9,9	5	7	8
Patrimoine	8,0	8,0	4,6	9,7	50	23	19
Presse	9,5	9,5	4,5	9,5	0	18	- 6
Arts visuels	9,1	9,1	3,7	7,9	31	10	0
<i>dont design</i>	4,7	4,7	1,6	3,3	12	4	4
Livre	6,0	6,0	2,3	4,8	- 8	22	- 1
Enseignement artistique et culturel	3,1	3,1	2,5	5,4	10	5	8
<b>Total culture</b>	<b>100,1</b>	<b>100,0</b>	<b>47,1</b>	<b>100,0</b>	<b>17</b>	<b>11</b>	<b>8</b>

Note : données provisoires pour 2022.  
\* Données révisées par rapport aux publications précédentes. Voir encadré 2 « Révision des données 2021 ».

Source : Insee, comptes nationaux – base 2014/DEPS, ministère de la Culture, 2024

5. Les évolutions de la valeur ajoutée brute sont mesurées en volume aux prix de l'année précédente chaînés.

---

## Encadré 1

### Focus méthodologique : écart valeur-volume de la valeur ajoutée en 2022

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

Dans le secteur marchand, l'indice des prix est donné par le marché et les données en volume s'obtiennent par division des données en valeur par cet indice des prix. Cette méthode ne s'applique pas au secteur non marchand dans lequel, par définition, les biens et les services culturels sont proposés aux ménages à un prix économiquement non significatif, car bénéficiant de l'apport de dépenses publiques (voir détails en annexe). La valeur ajoutée issue de la production non marchande est, par convention, évaluée en valeur à la somme des coûts, qui comprend principalement la rémunération des salariés et la consommation de capital fixe (amortissement).

Durant les années 2020, 2021 et 2022, les rémunérations des employés du secteur non marchand évoluent de façon moins marquée que les évolutions d'activité observées dans des secteurs marchands touchés par la crise, ce qui explique que la valeur ajoutée non marchande ait été relativement moins affectée pendant cette période<sup>1</sup>.

La valeur ajoutée en volume des branches non marchandes est quant à elle évaluée selon le service rendu à la population, donc selon des quantités mesurables, comme la fréquentation des lieux culturels par les ménages ou leurs dépenses culturelles. C'est la méthode retenue par la comptabilité nationale de l'Insee pour estimer les données publiées pour la division RZ « Arts, spectacles et activités récréatives » de la nomenclature, qui regroupe notamment le spectacle vivant, les arts visuels, le patrimoine et le sport, soit des activités à la fois marchandes et non marchandes. Ce service rendu se rapproche davantage des évolutions d'activités rencontrées dans le secteur marchand.

Ainsi, la hausse de la valeur ajoutée (VA) en volume de la division RZ (+ 40 %) a été beaucoup plus importante en 2022 que celle constatée en valeur (+ 6 %), et le calcul d'indice des prix qui résulte du ratio VA en valeur/VA en volume a baissé (– 24 %)<sup>2</sup>.

Aux spécificités du secteur non marchand s'ajoute un contexte d'inflation des consommations intermédiaires pour les deux divisions principales du secteur culturel, la division RZ et la division JA « Édition, audiovisuel et diffusion ». Les indices des prix des consommations intermédiaires augmentent respectivement de 9 % et 10 %. Ceci renforce l'écart entre l'évolution de la valeur ajoutée en valeur et en volume, et explique la baisse en valeur de la valeur ajoutée de la division JA (– 5 %) alors que la production augmente (+ 7 %).

Parmi les branches culturelles, cet écart entre valeur et volume s'observe pour le spectacle vivant et le patrimoine, pour lesquels la part de l'activité non marchande est la plus importante. En valeur, en 2022, le spectacle vivant contribue pour 1,6 point à la hausse de la valeur ajoutée des branches culturelles (+ 0,3 %) alors qu'en volume, sa contribution à la hausse de la valeur ajoutée culturelle (+ 16,8 %) s'élève à 8,8 points.

---

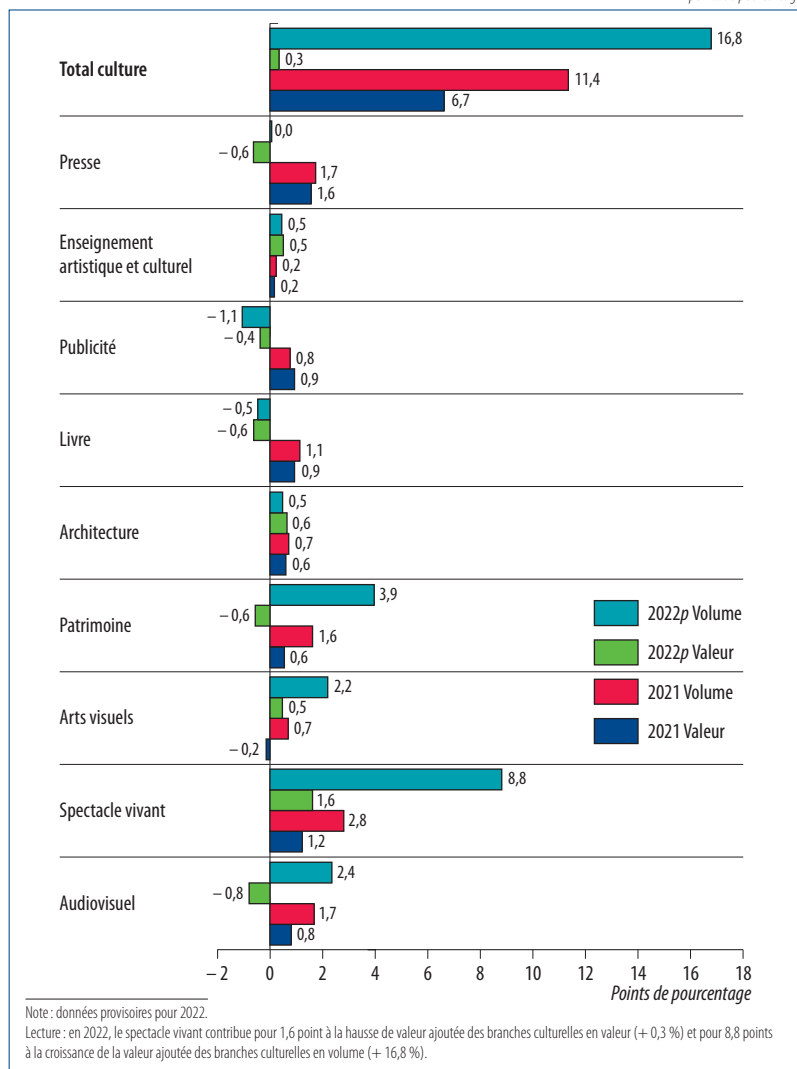
1. Voir : <https://blog.insee.fr/sante-education-services-administratifs-la-difficile-mesure-des-activites-non-marchandes-en-temps-de-crise-sanitaire/>

2. Résultats provisoires (voir encadré 2).

En valeur, la contribution du patrimoine est négative (-0,6 point), alors qu'en volume, elle est de 3,9 points. Cet écart entre valeur et volume existe en 2022 également pour la branche audiovisuelle, la contribution à la valeur ajoutée culturelle est négative en valeur (- 0,8 point) avec le contexte d'inflation, alors qu'elle est positive en volume (+ 2,4 points) (graphique A).

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

En points de pourcentage



Source : Insee, comptes nationaux – base 2014/DEPS, ministère de la Culture, 2024

## **Si les branches du spectacle vivant, du patrimoine et des arts visuels retrouvent une dynamique d'activité positive, celles du livre et de la publicité connaissent un recul en 2022**

Les premières branches culturelles, au regard de la valeur ajoutée générée, sont l'audiovisuel (12,6 milliards d'euros, soit 26,9 % du total du champ), devant le spectacle vivant (7,4 milliards d'euros, 15,7 %), la publicité (4,8 milliards d'euros, 10,2 %) et l'architecture (4,7 milliards d'euros, 9,9 %) (tableau 1).

En 2022, la situation des branches culturelles est contrastée. Parmi les branches les plus affectées par la crise sanitaire, le spectacle vivant, le patrimoine et les arts visuels voient leur valeur ajoutée fortement progresser en volume en 2022 (respectivement de + 80 %, + 50 % et + 31 %) au point de rattraper ou de dépasser l'activité de l'année 2019 (+ 0 % pour les arts visuels, + 19 % pour le spectacle vivant et le patrimoine).

Les branches du livre et de la publicité connaissent de leur côté un recul de leur valeur ajoutée en volume en 2022 (- 8 % et - 9 %) et par rapport à l'année 2019 (- 1 % et - 8 %). Cela fait néanmoins suite à une croissance rencontrée l'année précédente (+ 22 % et + 6 %).

Enfin, les branches de l'audiovisuel, de l'architecture et de l'enseignement artistique et culturel ont une valeur ajoutée en progression en 2022 (+ 7 %, + 5 % et + 10 %) et par rapport à l'année 2019 (+ 12 %, + 8 % et + 8 %).

## **Au sein de la branche audiovisuelle, la télévision et le cinéma progressent davantage que la vidéo et la musique enregistrée**

En 2022, la valeur ajoutée de la branche de l'audiovisuel progresse de 7 % en volume pour s'établir à 12,6 milliards d'euros, dépassant de 12 % le niveau d'activité rencontré en 2019. Cependant, les différents secteurs composant la branche audiovisuelle évoluent de manière hétérogène.

La majorité des secteurs de l'audiovisuel, en particulier ceux liés aux secteurs de la télévision, du cinéma et des jeux vidéo, sont en croissance à la fois en 2022 et par rapport à leur niveau d'avant-crise. Parmi eux, les plus fortes progressions en 2022 concernent principalement le cinéma avec la production de films pour les cinémas (+ 21 %) et la distribution de films cinématographiques (+ 18 %).



**Tableau 2 – Évolution de la valeur ajoutée des secteurs de l’audiovisuel en 2022 par rapport à 2021 et 2019**

En milliards d’euros et en %

	Valeur ajoutée en 2022 (en milliards d’euros)	2022/2021 (en %)	2022/2019 (en %)
<b>Croissance en 2022 et par rapport à 2019</b>			
Production de films et de programmes pour la télévision	2,5	10	12
Édition de jeux électroniques	1,3	8	91
Production de films pour le cinéma	1,3	21	37
Post-production de films cinématographiques, de vidéo et de programmes de télévision	1,1	12	7
Production de films institutionnels et publicitaires	1,0	15	30
Distribution de films cinématographiques	0,5	18	35
Édition de chaînes thématiques	0,5	4	34
Commerce de détail d’enregistrements musicaux et vidéo en magasin spécialisé	0,02	14	35
<b>Récession en 2022 et par rapport à 2019</b>			
Édition de chaînes généralistes	2,7	-4	-7
Enregistrement sonore et édition musicale	0,4	-2	-19
Édition et distribution vidéo	0,1	-11	-22
Location de vidéocassettes et disques vidéo	0,002	-1	-35
<b>Croissance en 2022 et récession par rapport à 2019</b>			
Projection de films cinématographiques	0,3	62	-49
<b>Récession en 2022 et croissance par rapport à 2019</b>			
Édition et diffusion de programmes radio	0,9	-3	30

Note : données provisoires pour 2022.

Source : Insee, comptes nationaux – base 2014/DEPS, ministère de la Culture, 2024

L'édition de jeux électroniques dépasse très largement son niveau d'activité de 2019 (+ 91 %) mais progresse peu en 2022 (+ 8 %). La sortie de crise est marquée dans la production de films de cinéma (+ 37 % par rapport à 2019), le commerce de détail d'enregistrements musicaux et vidéo (+ 35 %) et l'édition de chaînes thématiques<sup>6</sup> (+ 34 %). La distribution de films cinématographiques (+ 35 % depuis 2019) et la production de films institutionnels et publicitaires (+ 30 %) poursuivent leur croissance sur l'ensemble de la période. Le secteur de l'édition et de la diffusion de programmes radio voit sa valeur ajoutée croître en volume sur la période (+ 30 %), mais connaît un léger recul en 2022 (- 3 %).

6. La nette progression entre 2019 et 2022 s'explique toutefois en partie par un artéfact statistique, le code NAF 60.20Z ayant été attribué en 2021 à une grande entreprise classée auparavant dans le secteur de l'informatique.

En revanche, en 2022, certains secteurs n'ont pas retrouvé leur niveau d'activité d'avant-crise, comme l'édition et la distribution vidéo (- 11 % en 2022, - 22 % par rapport à 2019), l'enregistrement sonore et l'édition musicale (- 2 % en 2022, - 19 % par rapport à 2019), et l'édition de chaînes généralistes (- 4 % en 2022 et - 7 % par rapport à 2019). La projection de films cinématographiques connaît une reprise d'activité très importante en 2022, de 62 %, mais avec une création de richesse qui n'est que la moitié de celle réalisée en 2019 (- 49 %).

## Au sein des branches culturelles, le recul structurel de la presse se poursuit

Le recul de la part de la presse dans la valeur ajoutée culturelle constitue l'évolution structurelle la plus notable parmi les branches culturelles. Celle-ci diminue entre 2000 et 2022, passant de 18 % à 9 %. Cette crise structurelle provient de l'impact du numérique sur le secteur de la presse qui se traduit par une baisse du nombre moyen de tirages<sup>7</sup>, du nombre de points de vente (- 29 %<sup>8</sup> entre 2011 et 2022), des recettes publicitaires<sup>9</sup> et par une moindre audience. En effet, selon la dernière enquête Pratiques culturelles<sup>10</sup>, 51 % des Français ont lu un journal en 2018 contre 77 % en 1973, et les réseaux sociaux deviennent une source d'information croissante pour les plus jeunes.

Entre 2000 et 2022, la part de la branche audiovisuelle dans la valeur ajoutée culturelle progresse de 2 points, pour s'établir à 27 %. Après un repli entre 2005 et 2008, on observe un rattrapage jusqu'en 2011 puis une relative stabilité de long terme jusqu'en 2022. Cette évolution est portée par le dynamisme de l'édition des jeux électroniques (en croissance structurelle en volume de 11 % par an entre 2010 et 2022), de la production de films institutionnels et publicitaires (+ 5 % par an), de l'édition de chaînes thématiques et l'édition et diffusion de programmes radio (+ 4 % par an). À l'inverse, la vente de produits audiovisuels physiques connaît des difficultés,

---

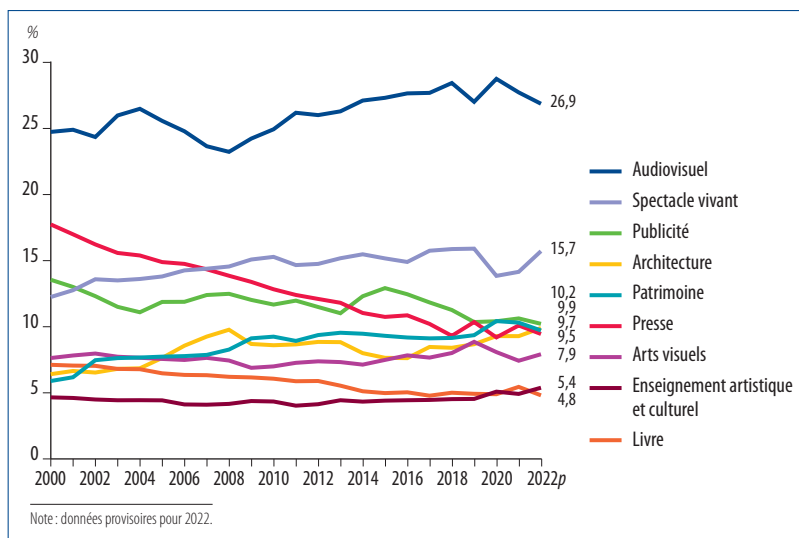
7. Le tirage total moyen est passé de 1,7 million à 589 000 (- 66 %) pour la presse nationale et de 5,6 à 3,3 millions (- 41 %) pour la presse régionale entre 2011 et 2022, voir fiche « Presse », source ACPM - DGMIC/DEPS, ministère de la Culture, 2023, dans *Chiffres clés. Statistiques de la culture et de la communication*, Paris, Ministère de la Culture, 2023.

8. Fiche « Presse », source Commission du réseau de la diffusion de la presse/Presstalis, DGMIC/DEPS, ministère de la Culture, 2023, dans *Chiffres clés. Statistiques de la culture et de la communication*, Paris, Ministère de la Culture, 2023.

9. Avec un chiffre d'affaires de 1,8 milliard d'euros en 2022, les recettes publicitaires de la presse écrite ont reculé de 5 % en un an et de 51 % en euros constants en une décennie, fiche « Financement de la culture », source Irep/Observatoire de l'e-pub du SRI/DEPS, ministère de la Culture, dans *Chiffres clés. Statistiques de la culture et de la communication*, Paris, Ministère de la Culture, 2023.

10. Loup Wolff, Philippe Lombardo, *Cinquante ans de pratiques culturelles en France*, Paris, Ministère de la Culture, DEPS, coll. « Culture études », 2020.

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



Source: Insee, comptes nationaux – base 2014/DEPS, ministère de la Culture, 2024

avec un recul en volume du commerce de détail d'enregistrements musicaux et vidéo en magasin spécialisé, de l'édition et de la distribution de vidéo et de la location de vidéocassettes et de disques vidéo, de respectivement – 5 %, – 4 % et – 18 % par an en moyenne entre 2010 et 2022.

Le spectacle vivant, deuxième branche culturelle la plus créatrice de richesse, retrouve quasiment en 2022 (16 %) son poids de 2019, après être descendu à 14 % en 2020 sous l'effet de la crise sanitaire. Il s'agit de la branche qui a le plus contribué à la croissance de la valeur ajoutée culturelle en 2022, en valeur (+ 1,6 point) comme en volume (+ 8,8 points) (voir graphique A). Cela s'explique par une année 2021 encore marquée par le contexte sanitaire.

Le poids de la publicité dans la valeur ajoutée culturelle est passé de 14 % en 2000 à 10 % en 2022. Celui de l'architecture augmente quant à lui de 4 points en 22 ans, passant de 6 % à 10 % en 2022, après avoir atteint une première fois ce pic de 10 % en 2008. La branche du patrimoine connaît une évolution similaire à celle de l'architecture sur l'ensemble de la période. L'augmentation graduelle de son poids en valeur, et en particulier pendant la crise sanitaire, résulte toutefois

de la convention d'estimation de la valeur ajoutée du secteur non marchand, très majoritaire dans cette branche.

Le poids des arts visuels reste stable entre 2000 et 2022 à 8 %. Enfin, le poids de la branche du livre (stable à 5 % depuis 2014) recule de 2 points durant l'ensemble de la période et celui de l'enseignement culturel augmente de moins d'un point.

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

En 2022, l'ensemble des branches du champ statistique de la culture génèrent une production totale de 100,1 milliards d'euros courants (tableau 3). Celle-ci augmente de 10,5 % en valeur par

**Tableau 3 – Répartition de la production des branches culturelles en 2022**

*En milliards d'euros courants et en %*

Répartition par domaine culturel	Production marchande		Production non marchande		Production totale
	Valeur (en milliards d'euros courants)	Part du total (en %)	Valeur (en milliards d'euros courants)	Part du total (en %)	Valeur (en milliards d'euros courants)
Audiovisuel	32,5	100	0,0	0,0	32,5
<i>dont projection cinématographique</i>	1,6	100	0,0	0,0	1,6
<i>dont jeux vidéo</i>	3,2	100	0,0	0,0	3,2
<i>dont radio</i>	1,1	100	0,0	0,0	1,1
Publicité	11,5	100	0,0	0,0	11,5
Spectacle vivant	5,0	39	8,0	61,5	12,9
Arts visuels	8,2	90	0,9	9,9	9,1
<i>dont design</i>	4,7	100	0,0	0,0	4,7
Presse	9,5	100	0,0	0,0	9,5
Patrimoine	0,6	7	7,4	92,6	8,0
Architecture	7,4	100	0,0	0,0	7,4
Livre	6,0	100	0,0	0,0	6,0
Enseignement artistique et culturel	0,4	12	2,8	88,4	3,1
<b>Total culture</b>	<b>81,1</b>	<b>81</b>	<b>19,1</b>	<b>19,0</b>	<b>100,1</b>

Note : données provisoires. La production totale s'entend hors production pour emploi propre. Les données de production non marchande ont été estimées par calcul de proportionnalité du fait de l'absence de diffusion de données sur la production non marchande par l'Insee en 2022 (voir partie méthodologique page 23).

Source : Insee, comptes nationaux – base 2014/DEPS, ministère de la Culture, 2024

rapport à 2021<sup>11</sup>, soit une hausse inférieure de 2 points à celle de l'économie (+ 12,4 %).

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

La production marchande, de 81,1 milliards d'euros, soit 81 % du total, provient de la vente de biens et de services culturels par les entreprises culturelles à un prix économiquement significatif, c'est-à-dire couvrant plus de 50 % des coûts de production. Elle augmente entre 2021 et 2022 en valeur de 10,8 %.

La production non marchande culturelle, de 19,1 milliards d'euros, correspond à des biens et à des services culturels proposés aux ménages à un prix représentant moins de 50 % des coûts de production, car bénéficiant de l'apport de dépenses publiques. Elle est mesurée par convention par la somme des coûts des facteurs des établissements publics et associations concernés. Le patrimoine et l'enseignement artistique et culturel ont une production quasi exclusivement non marchande (respectivement 93 % et 88 % en 2022) et le spectacle vivant est majoritairement non marchand (61 %). Ainsi, la part de la production non marchande culturelle est de 19 %. La production non marchande culturelle a augmenté en valeur de 8,9 % entre 2021 et 2022.

---

11. Les données de production de 2021 issues de la comptabilité nationale ont fait comme chaque année l'objet d'une révision et peuvent différer des publications passées sur le poids économique de la culture (voir encadré 2).

## Encadré 2 Révision des données 2021

Chaque année, l'Insee révisé les séries de comptabilité nationale des années précédentes : les séries de la comptabilité nationale pour 2021 étaient provisoires lors de la publication précédente, celles de 2020 semi-définitives. Pour 2021, la révision entraîne une hausse du poids économique direct de la culture de 0,5 milliard d'euros. La répartition de la production marchande entre les différentes sous-classes au sein des branches et le coefficient de valeur ajoutée sur la production, fondés l'an passé sur les statistiques annuelles d'entreprises produites par l'Insee pour 2019, sont ici calculés à partir des statistiques annuelles d'entreprises de la période 2013-2021 (voir annexe méthodologique). Ces évolutions des sources méthodologiques entraînent une hausse de la valeur ajoutée culturelle de 1,2 milliard d'euros (tableau A). La révision totale du poids économique de la culture est de 1,7 milliard d'euros, faisant passer le poids économique au sein de l'économie française de 2,0 % à 2,1 % en 2021 (la valeur ajoutée brute de l'ensemble de l'économie étant de son côté révisée à la hausse par l'Insee, à 1,0 milliard d'euros).

Les révisions les plus importantes concernent l'audiovisuel (+ 0,6 Md€), les arts visuels (- 0,6 Md€), la presse et la publicité (+ 0,5 Md€).

**Tableau A – Révision du poids économique direct de la culture pour 2021**

*En milliards d'euros courants*

	<b>Estimation initiale</b>	<b>Effet de l'actualisation de la méthodologie</b>	<b>Nouvelle estimation</b>
Audiovisuel	12,4	0,6	13,0
Spectacle vivant	6,6	0,1	6,6
Patrimoine	4,4	0,4	4,8
Presse	4,3	0,5	4,7
Publicité	4,4	0,5	5,0
Architecture	4,2	0,2	4,4
Arts visuels	4,1	-0,6	3,5
Livre	2,5	0,1	2,6
Enseignement artistique et culturel	2,3	0,0	2,3
<b>Ensemble culture</b>	<b>45,3</b>	<b>1,7</b>	<b>46,9</b>
<i>dont révisions des séries de comptabilité nationale</i>		0,5	
<i>dont actualisation de la méthodologie*</i>		1,2	
<b>Ensemble de l'économie</b>	<b>2 216,8</b>	<b>1,0</b>	<b>2 217,8</b>

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

Source : Insee, comptes nationaux – base 2014/DEPS, ministère de la Culture, 2024

---

### Encadré 3

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

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

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

Un premier problème est de mesurer exhaustivement le volume des activités marchandes qui s'exercent sur le territoire. Internet a modifié l'activité traditionnelle des entreprises : nouveau canal de vente, il complète ou concurrence le commerce physique de biens et de services. En particulier, certains secteurs témoignent d'une forte substitution des ventes en ligne aux ventes physiques, comme la presse, le livre ou la musique et la vidéo. Les outils permettant de rendre compte du poids des ventes réalisées *via* Internet se développent, y compris en utilisant les possibilités que fournit l'exploitation des données massives collectées (*big data*) sur le Web, mais on peut citer au moins deux défis de mesure qui demeurent. Le premier est qu'une partie des achats des consommateurs se fait sur des sites étrangers ou localisant leurs bénéficiaires dans des maisons mères à l'étranger (notamment pour des questions d'optimisation fiscale), sans qu'il soit aisé de mesurer cette part puisque ces sites échappent en partie aux panels de distributeurs utilisés pour estimer les ventes en comptabilité nationale et que les comptes des filiales françaises ne retracent souvent pas les achats des consommateurs français. En second lieu, la numérisation brouille parfois les contours des nomenclatures d'activités sur lesquelles s'appuie la définition des secteurs. Par exemple, une entreprise comme Deezer exerce à titre principal une activité de programmation informatique mais, en pratique, elle vend du contenu musical : cette entreprise, située dans l'analyse de branche hors champ de la culture, concurrence en réalité les autres entreprises du secteur sur leur marché<sup>12</sup>. Dans cet exemple, la dépense de consommation culturelle s'exerce en dehors du champ retenu pour décrire la culture. Ces porosités, avec l'étranger, avec d'autres secteurs,

---

12. La prochaine nomenclature des activités française (NAF), qui entrera en vigueur dans les productions statistiques de l'Insee entre 2025 et 2028, devrait permettre de mieux appréhender les activités numériques des secteurs culturels.

ne sont pas nouvelles mais elles prennent avec le numérique et Internet une ampleur inédite.

L'observation des dépenses de consommation des Français étant incomplète, il en découle, pour ce qui nous intéresse ici, que l'analyse de l'évolution des pratiques culturelles ne peut se fonder seulement sur le suivi des dépenses de consommations culturelles : le repli d'un secteur pourrait ne refléter que le repli des ventes physiques et la difficulté à saisir celles portées par le développement du numérique. L'enquête en population générale sur les pratiques culturelles est un outil de mesure indispensable de ce point de vue, pour compléter la compréhension de l'évolution de certains secteurs culturels sous l'effet du développement des pratiques numériques.

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

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

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

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



### Pour en savoir plus

- D. Blanchet, M.-B. Khder, M. Leclair, R. Lee, H. Poncet, N. Ragache, « La croissance est-elle sous-estimée ? », dans *L'Économie française. Comptes et dossiers*, coll. « Insee Références », édition 2018.
  - C. Bellégo, R. Mahieu, « La place d'Internet dans la description et l'analyse de l'économie », dans *L'Économie française. Comptes et dossiers*, coll. « Insee Références », édition 2016.
  - Ph. Askénazy, « La statistique publique sous pression », dans *L'Économie numérique : enjeux pour la statistique publique. Synthèse du colloque du 7 mars 2018*, Conseil national de l'information statistique.
-

## Comment mesurer le poids de la culture dans l'économie ?

Mesurer le poids de la culture dans l'économie nécessite, d'une part, de définir le contour statistique de la culture et, d'autre part, de réussir à résumer en un seul indicateur macroéconomique l'activité d'acteurs culturels pour le moins divers : des grandes entreprises de l'audiovisuel aux petites associations culturelles locales, ou encore des théâtres subventionnés aux architectes non salariés.

La définition du champ de la culture est à elle seule une question à part entière, à laquelle les réponses apportées n'ont cessé de diverger dans le temps ou selon les pays. Au-delà d'activités généralement considérées comme artistiques (spectacle, édition de livres, cinéma, etc.), doit-on prendre en compte toutes celles qui interviennent à un moment donné dans la chaîne de production des biens et des services culturels (imprimerie pour un livre par exemple) ou encore toutes celles qui comportent un aspect créatif (la gastronomie, la confection de chaussures) ? Ou, pour aller plus loin encore, toutes celles dont une partie du chiffre d'affaires n'existerait peut-être pas sans la culture (tourisme, BTP) ?

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

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

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

Les données présentées dans cet article se fondent sur une définition harmonisée de la culture, décidée de façon conjointe par les différents services statistiques européens de la culture en 2009, sous l'égide d'Eurostat, l'Office statistique de l'Union européenne<sup>13</sup>. Le champ de la culture est ici défini en référence à la nomenclature d'activités française (NAF), par la sélection de 34 codes parmi les 732 qui composent la nomenclature à son niveau le plus désagrégé (voir tableau des activités culturelles, p. 19). C'est un contour relativement large, qui englobe l'ensemble du périmètre de compétences du ministère de la Culture en France, ainsi que les agences de publicité, prises en

---

13. Valérie Deroin, *Conceptualisation statistique du champ de la culture*, Paris, Ministère de la Culture et de la Communication, DEPS, coll. « Culture méthodes », 2011-3, décembre 2011.

compte dans le champ statistique de la culture pour leur aspect créatif; les activités des régies publicitaires ne sont en revanche pas prises en compte, car non créatives. Le groupe de travail d'Eurostat a suivi en cela les pratiques de la plupart des autres travaux internationaux du même type.

N'ont en revanche pas été retenues par Eurostat les activités industrielles qui ne permettent que la reproduction de produits culturels mais qui n'y apportent pas de valeur qu'on aurait pu considérer comme culturelle: l'imprimerie, les équipements et matériaux (depuis la fabrication des optiques jusqu'à celle des peintures ou autres encres et vernis d'imprimerie) et, pour les mêmes raisons, la reproduction et la fabrication d'instruments de musique. Cependant, ce périmètre est en train d'évoluer, sous l'influence des réflexions qui président à la refonte de la nomenclature d'activités française et européenne, qui sont en cours et donneront lieu en 2025 à une nouvelle Nomenclature statistique des activités économiques dans la Communauté européenne (NACE). Dans l'attente de la conclusion de cette refonte pour le champ culturel, l'estimation du PIB est maintenue à champ constant par rapport aux années précédentes. La comparaison des séries dans le temps reste donc valable.

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

Une réflexion sur le champ harmonisé de la culture au niveau européen est actuellement en cours sous l'égide d'Eurostat, dans le cadre notamment de la réforme de la NACE.

## **2 – Estimation de la production des branches de la culture**

En 2021, les branches culturelles (audiovisuel, spectacle vivant, livre, presse, agences de publicité, architecture, arts visuels, patrimoine, enseignement culturel) totalisent une production de 100,1 milliards d'euros. Cette production se divise en deux parties: la production marchande et la production non marchande (tableau 3).

La production marchande culturelle (81,1 milliards d'euros en 2022) correspond à la production de biens et de services culturels destinée à être vendue sur le marché à un prix économiquement significatif, c'est-à-dire un prix couvrant plus de 50 % des coûts de production, par convention de la comptabilité nationale. Cette production marchande inclut la production immobilisée constituant un actif générateur de recettes ultérieures, par exemple les films ou des programmes de télévision réalisés dans l'année pour une diffusion ultérieure.

Les niveaux à deux chiffres de la NAF (« division ») sont les niveaux les plus fins disponibles pour lesquels les données comptables (valeur ajoutée, production) sont diffusées par la comptabilité nationale à l'Insee. Il est donc nécessaire, pour chacun des niveaux comportant au moins une activité culturelle, d'estimer la part culturelle et la part non culturelle pour parvenir à estimer la production de chacune des sous-classes de la NAF, niveau à 5 caractères (voir tableau des activités culturelles, p. 19).

## Tableau des activités culturelles

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

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

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

Pour ce faire, on part de la production marchande diffusée par la comptabilité nationale au niveau de la division (codes à 2 chiffres) et on calcule la production marchande au niveau de la sous-classe (codes à 5 caractères) en lui appliquant un coefficient calculé à partir des enquêtes sectorielles annuelles (ESA) de l'Insee. Ces enquêtes donnent en effet la décomposition du chiffre d'affaires des entreprises marchandes, décomposition détaillée par produits vendus, à un niveau très fin. Elles permettent donc de disposer de la répartition d'une branche identifiée par une division (2 chiffres) en chacune des sous-classes (5 caractères) retenues pour définir le champ de la culture. Cette clé de répartition est ensuite appliquée à la production au sens de la comptabilité nationale diffusée par division (2 chiffres) et qui diffère légèrement de la somme des productions enquêtées par l'ESA, en raison de traitements spécifiques opérés par la comptabilité nationale.

La production non marchande culturelle (19,1 milliards d'euros en 2022) correspond quant à elle à des biens et services culturels proposés aux ménages à un prix économiquement non significatif, car bénéficiant de l'apport de dépenses publiques : partie du budget venant de l'État ou des collectivités territoriales, subventions versées à des associations, aides versées par les

sociétés civiles. La production non marchande est par convention évaluée à son coût de production, qui regroupe majoritairement trois types de dépenses : la rémunération des salariés, la consommation intermédiaire et les dépenses d'investissement.

Alors que la production marchande est exclusivement produite par les entreprises, la production non marchande provient des administrations, des établissements publics ou encore des associations. Pour estimer la production non marchande des divisions 90-91 (création artistique et patrimoine), on part du total de la production non marchande donnée par l'Insee (total 90-91). Afin de mieux situer les branches culturelles que ne le faisait la comptabilité nationale avant la révision de 2014, la méthode élaborée par le DEPS en 2013 a réparti ce total en trois domaines (spectacle vivant, arts plastiques, patrimoine) à l'aide de plusieurs sources du ministère de la Culture (enquêtes sur les dépenses culturelles des collectivités territoriales, budget des établissements publics culturels notamment) permettant de répartir la dépense publique culturelle (rémunérations, investissement). La révision des comptes nationaux par l'Insee en 2014 a ensuite permis de rapprocher les chiffres de l'Insee de ceux estimés par le DEPS.

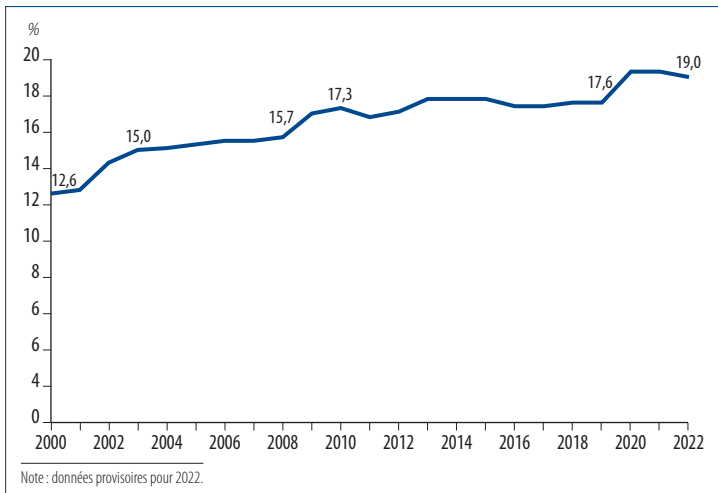
En 2022, compte tenu d'un processus de production qui diffère à la marge du processus habituel, les données relatives à la production marchande, à la production pour usage final propre et à la production non marchande (P13), au niveau de l'économie ou détaillées à un niveau plus fin, n'ont pas été diffusées par l'Insee. Il en est de même pour le détail des dépenses de consommation individuelle à la charge des ISBLSM et des administrations publiques (au sein des données relatives à la consommation effective des ménages par produit). Ainsi, elles ont été estimées pour 2022 par calcul de proportionnalité par rapport à l'année 2019, qui était la dernière année d'avant-crise.

Pour l'enseignement culturel, on établit la production non marchande comme la somme de la dépense des centres de formation artistique (conservatoires régionaux, etc.), donnée par les comptes de l'Éducation élaborés par le ministère de l'Éducation nationale et les dépenses du ministère de la Culture pour les établissements d'enseignement supérieur Culture.

En 2022, environ 19,1 % de la production culturelle est non marchande, soit davantage que la moyenne de l'ensemble de l'économie (11,4 % en 2021), mais beaucoup moins que d'autres branches économiques telles que les activités pour la santé humaine, l'hébergement médico-social et social et l'action sociale sans hébergement (44 % de production non marchande en 2021) ou encore l'enseignement (79 % en 2021). L'activité non marchande culturelle est concentrée dans trois domaines : le patrimoine (92,6 % de la production y est non marchande), l'enseignement culturel (88,4 %), le spectacle vivant (61,5 %). Les arts visuels (photographie, design, arts plastiques) comportent aussi une partie non marchande, néanmoins marginale.

Entre 2000 et 2022, la part de la production non marchande dans la production totale des branches culturelles est en constante progression, passant de 12,6 % à 19 % (graphique B).

**Graphique B – Part des branches culturelles dans la production de l'ensemble de l'économie en valeur, 2000-2022**



Source : Insee, comptes nationaux – base 2014/DEPS, ministère de la Culture, 2024

### 3 – Estimation de la valeur ajoutée des branches culturelles

À cette production culturelle totale de 100,1 milliards d'euros correspond une valeur ajoutée des branches culturelles de 47,1 milliards d'euros en 2022 (tableau 1). Cette valeur ajoutée correspond à la production totale culturelle diminuée des consommations intermédiaires, c'est-à-dire de l'ensemble des produits ou des services transformés ou consommés au cours du processus de production (matières premières, électricité par exemple). Mais les données de consommations intermédiaires manquent au niveau fin de la nomenclature.

Pour calculer la valeur ajoutée, on utilise le ratio valeur ajoutée (VA)/production, issu là encore des enquêtes structurelles annuelles (ESA) de l'Insee auprès des entreprises marchandes. Les valeurs ajoutées ainsi estimées par sous-classe (tous secteurs, y compris non culturels) sont ensuite sommées et calées au niveau de chaque division sur celles données par la comptabilité nationale (cette valeur ajoutée diffère en effet de celle issue de l'ESA en raison des traitements propres à la comptabilité nationale). La somme de ces valeurs ajoutées prises comme référence dans la comptabilité nationale ne donne pas tout à fait le PIB car il s'agit des valeurs ajoutées dites « aux prix de base », c'est-à-dire hors impôts et subventions sur les produits, qui ne sont pas diffusés par branche.

Pour les domaines partiellement non marchands (spectacle vivant, patrimoine, enseignement culturel), le ratio VA/production n'est pas fourni par l'ESA et on utilise, faute de mieux, le rapport VA/production donné au niveau de la division (2 chiffres) par la comptabilité nationale.

On estime ainsi une valeur ajoutée pour chacun des neuf domaines culturels, dont la somme donne la valeur ajoutée des branches culturelles pour 2022.

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

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

L'enquête structurelle annuelle (ESA) permet d'estimer la valeur ajoutée produite au cours de l'année couverte par l'enquête. On utilise les données des enquêtes Esane de chaque année entre 2013 et 2021 comme référence<sup>14</sup>. Cette estimation se fait en mobilisant deux ratios : la répartition de la production marchande entre les différentes sous-classes au sein des branches, et le rapport entre valeur ajoutée et production pour chaque sous-classe.

Pour estimer le poids économique de la production marchande avant 2013 (de 1995 à 2012) et en 2022, on fait évoluer ces coefficients de décomposition de chiffre d'affaires à partir des évolutions annuelles de chiffre d'affaires (indices mensuels élaborés par l'Insee à partir des déclarations de TVA) pour chacune des sous-classes d'une division. Les données obtenues sont ensuite multipliées par un coefficient de redressement afin d'obtenir comme total la production marchande donnée par la comptabilité nationale au niveau de chaque division. Concernant le rapport en valeur ajoutée et production pour chaque sous-classe entre 1995-2012 et 2020-2021, on prend comme référence l'année d'enquête Esane la plus proche (soit 2013 pour les années antérieures et 2021 pour l'année 2022). Les données sont également calées au niveau de chaque division sur celles données par la comptabilité nationale.

Pour la production non marchande des autres domaines, on actualise le partage entre le spectacle vivant, les arts plastiques et le patrimoine en 1996, 2002, 2006 et 2010, 2012 et 2019 à partir des sources précédemment évoquées (enquêtes sur les dépenses culturelles des collectivités territoriales, sources ministérielles sur le budget des écoles supérieures Culture, comptes

---

14. Il s'agit d'un changement par rapport aux publications précédentes, dans lesquelles une seule année était prise comme référence (2019 pour la précédente étude). Ce changement permet d'éviter des évolutions des séries lors de changements d'années de référence et reflète mieux l'évolution des structures productives qui peut survenir en cas de choc économique, comme la crise Covid. À l'inverse, une partie des évolutions mesurées peuvent dans certains cas résulter de changements de méthodologies d'enquêtes ou de changements de codes NAF de grandes entreprises entre les millésimes d'enquête. L'année 2013 étant une année de modification importante dans la méthodologie des enquêtes Esane avec l'introduction de la notion d'entreprise profilée, les années antérieures des millésimes d'enquête n'ont pas été prises en compte.

de l'Éducation, etc.) et on fait évoluer ce partage sur les années manquantes. Le total de la production non marchande des branches patrimoine et création artistique est toujours donné par la comptabilité nationale. Pour l'enseignement culturel non marchand, on estime directement chacune des deux composantes (centres de formation artistique et enseignement supérieur) à partir des données annuelles des sources déjà mentionnées.

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

## 5 – Estimation de la valeur ajoutée en volume

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

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

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

---

## Éléments de bibliographie

Ludovic Bourlès, Yann Nicolas, *Analyse conjoncturelle du chiffre d'affaires de la culture au 4<sup>e</sup> trimestre 2023*, coll. « Note de conjoncture », 2024-2, 30 p., avril 2024.

*Chiffres clés 2023. Statistiques de la culture et de la communication*, Paris, Ministère de la Culture, 364 p., 14 mars 2024.

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

Yves Jauneau, « La culture : quel poids dans le PIB ? », *Cahiers français*, n° 382, août 2014.

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

Nicolas Pietrzyk, *Le Poids économique direct de la culture en 2021*, Paris, Ministère de la Culture, DEPS, coll. « Culture chiffres », 2023-1, 26 p., juin 2023.

---



---

## Abstract

### **The direct economic weight of culture in 2022**

*In 2022, the direct economic weight of culture, i.e. the added value of all the cultural branches, stands at 47.1 billion euros, or 2.0% of the economy as a whole, compared with 2.1% in 2021.*

*2022 is a year of more marked recovery for the cultural branches after two years of the health crisis. Value added in the cultural sectors rose by 16.8% in volume terms, well ahead of the French economy as a whole (+2.7%). As a result, business is now 7.6% above its 2019 level. However, the evolution of added value of the cultural sectors, measured in value terms, rose by only 0.3%, a much slower rate than that of the French economy as a whole (6.5%).*

*The recovery in activity in 2022 is driven mainly by the sectors that have been most affected by the health crisis, including live performance (+80% in volume), film projection (+62%), heritage (+50%) and visual arts (+31%). The advertising and book sectors, on the other hand, experienced a decline (-9% and -8%).*

*In 2022, the audiovisual sector remains in the lead in terms of economic weight, followed by live performance, advertising and architecture. The most notable development over the last twenty years has been the structural decline in the press sector.*

---

---

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

Date de publication : juillet 2024

#### **Retrouvez l'ensemble des publications du DEPS :**

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

**[https://www.cairn.info/editeur.php?ID\\_EDITEUR=DEPS](https://www.cairn.info/editeur.php?ID_EDITEUR=DEPS)**

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

Pour ce faire, merci de bien vouloir nous communiquer votre courriel à l'adresse  
[contact.deps@culture.gouv.fr](mailto:contact.deps@culture.gouv.fr)

En 2022, le poids économique direct de la culture, c'est-à-dire la valeur ajoutée de l'ensemble des branches culturelles, s'établit à 47,1 milliards d'euros, soit 2,0 % de l'ensemble de l'économie, contre 2,1 % en 2021.

2022 est une année de reprise d'activité plus marquée pour les branches culturelles après deux années de crise sanitaire. La valeur ajoutée des branches culturelles progresse en volume de 16,8 %, soit une hausse bien supérieure à celle de l'économie française dans son ensemble (+ 2,7 %). L'activité parvient ainsi à dépasser de 7,6 % son niveau de 2019. Cependant, l'évolution de la valeur ajoutée des branches culturelles mesurée en valeur ne progresse que de 0,3 %, soit un rythme beaucoup plus faible que celui de l'économie française (6,5 %).

La reprise d'activité est principalement portée en 2022 par les branches ayant le plus subi l'impact de la crise sanitaire, dont le spectacle vivant (+ 80 % en volume), la projection cinématographique (+ 62 %), le patrimoine (+ 50 %) et les arts visuels (+ 31 %). Les branches de la publicité et du livre connaissent quant à elles un recul (- 9 % et - 8 %).

En 2022, l'audiovisuel reste en tête s'agissant du poids économique, suivi par le spectacle vivant, la publicité et l'architecture. Au cours des vingt dernières années, le recul structurel de la branche de la presse est l'évolution la plus notable.

Téléchargeable sur le site :  
[www.culture.gouv.fr/Etudes-et-statistiques](http://www.culture.gouv.fr/Etudes-et-statistiques)  
et sur  
[www.cairn.info](http://www.cairn.info)

ISBN : 978-2-11-141051-0

