



**MINISTÈRE
DE LA CULTURE**

*Liberté
Égalité
Fraternité*

Note de
conjoncture

Analyse conjoncturelle du chiffre d'affaires de la culture au 4^e trimestre 2022

2023#2

Ludovic Bourlès
Yann Nicolas

Analyse conjoncturelle du chiffre d'affaires de la culture au 4^e trimestre 2022*

Ludovic Bourlès, Yann Nicolas**

La crise sanitaire récente 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. L'économie française connaît par ailleurs un contexte d'accélération inflationniste depuis le second semestre 2021. Cette note de conjoncture mesure la situation économique du champ marchand de la culture au quatrième trimestre 2022 et pour l'ensemble de l'année 2022, telle que reflétée par l'évolution des indices de chiffres d'affaires par secteur tirés des déclarations de TVA faites par les entreprises auprès de la direction générale des Finances publiques.

Au quatrième trimestre 2022, le chiffre d'affaires des secteurs culturels marchands progresse sur un an de 1,3 milliard d'euros, en hausse de 5 % par rapport au quatrième trimestre 2021, et de 10 % par rapport au quatrième trimestre 2019 d'avant-crise (+ 2,3 milliards d'euros). Depuis cinq trimestres consécutifs, l'activité trimestrielle mesurée en valeur du champ de la culture dépasse son niveau d'avant-crise de 2019. Les niveaux d'activité du spectacle vivant marchand, des arts visuels, de la gestion patrimoniale et de la projection de films cinématographiques progressent fortement au dernier trimestre 2022 par rapport au même trimestre de 2021. Les autres secteurs culturels affichent un chiffre d'affaires en progression moins forte ou stable. Seuls le jeu vidéo et la radio connaissent ce trimestre une baisse de recettes sur un an (- 13 % et - 8 % respectivement).

Pour l'ensemble de l'année 2022, le chiffre d'affaires annuel des secteurs culturels marchands progresse de 11 milliards d'euros par rapport à l'année 2021 (+ 14 %). L'ensemble des secteurs culturels – sauf le livre qui reste stable – progresse entre 2021 et 2022, en particulier les activités liées aux sorties culturelles (projection cinématographique, spectacle vivant marchand et gestion patrimoniale). En 2022, les recettes du champ culturel dépassent de 8 % leur valeur de 2019 (+ 6,8 milliards d'euros), tirées notamment par la croissance des arts visuels et de l'audiovisuel et cinéma hors radio, jeu vidéo et projection cinématographique. Cette dernière et la presse sont les deux seuls secteurs enregistrant en 2022 un chiffre d'affaires annuel inférieur à sa valeur de 2019.

* Données arrêtées au 16 mars 2023.

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

L'économie française connaît depuis le second semestre 2021 un contexte d'accélération inflationniste (prix à la production et prix à la consommation). Ce dernier complique l'interprétation de l'évolution récente du chiffre d'affaires brut trimestriel des différents secteurs culturels marchands, du fait de l'impossibilité d'isoler dans les chiffres présents l'évolution des volumes de ventes de celle des prix correspondants.

Champ total

Au quatrième trimestre 2022, le champ marchand de la culture enregistre une hausse de 5 % de son chiffre d'affaires sur un an (+ 1,3 milliard d'euros) et dépasse de 10 % son niveau correspondant d'avant-crise de 2019 (+ 2,3 milliards d'euros) – une comparaison « date à date » qui permet de rendre compte du gain ou de la perte d'activité que les secteurs culturels marchands affichent dans le contexte post-crise sanitaire (voir « Données et méthode », p. 22 ; tableaux 1 et 2, graphique 1). Au quatrième trimestre 2022, seuls deux secteurs enregistrent une baisse annuelle de leurs recettes (le jeu vidéo et la radio). Le chiffre d'affaires des autres secteurs est stable (presse, musique enregistrée, livre) ou progresse (celui du spectacle vivant marchand, en particulier, augmente de 31 %). Les principaux contributeurs au gain global trimestriel de 1,3 milliard d'euros – en raison de leur taille ou de l'ampleur de la hausse de leurs recettes – sont le spectacle vivant (à hauteur de 35 %), les arts visuels (34 %) et l'audiovisuel et cinéma¹ (19 %). Depuis plus d'un an et demi (sept trimestres consécutifs), les recettes trimestrielles du champ marchand de la culture sont supérieures à celles de l'année qui précède (tableau 1).

L'activité trimestrielle en valeur de l'ensemble des secteurs culturels dépasse pour la cinquième fois consécutive son niveau d'avant-crise de 2019. L'écart positif de 10 % au regard du dernier trimestre 2019 est tiré avant tout par la contribution des arts visuels (3,2 points de pourcentage), de l'audiovisuel et cinéma (2,7 points) et du livre (1,5 point). Seules la projection de films cinématographiques (- 11 %) et la radio (- 6 %) affichent au quatrième trimestre 2022 un chiffre d'affaires inférieur à sa valeur d'avant-crise.

Pour l'ensemble de l'année 2022, les recettes annuelles du champ culturel marchand progressent de 14 % par rapport à leur valeur de 2021 et de 8 % par rapport à leur valeur de 2019 (tableau 3).

1. Hors projection cinématographique, radio et jeu vidéo.

Tableau 1 – Glissements annuels (T/T-4) des chiffres d'affaires trimestriels des secteurs culturels marchands, 2019-2022

En %

	2020				2021				2022			
	T1	T2	T3	T4	T1	T2	T3	T4	T1	T2	T3	T4
Projection cinématographique	-29	-90	-61	-81	-95	170	93	313	1737	218	4	12
Publicité	-7	-25	-23	-11	-5	20	16	8	14	17	12	2
Presse	-7	-24	-15	-8	-8	14	6	7	10	9	7	0
Audiovisuel et cinéma (hors jeu vidéo, projection cinématographique et radio)	-3	-19	-13	5	-8	18	21	2	22	11	6	4
Radio	-4	-17	-4	-2	-7	27	7	3	12	10	-3	-8
Livre	-13	-27	4	3	25	52	0	9	-1	-2	1	0
Musique enregistrée	9	-13	-4	-3	13	24	16	18	1	14	9	1
Jeu vidéo	16	1	8	60	0	-12	-7	-12	19	9	48	-13
Spectacle vivant	-6	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	46	83	142	127	66	31
Arts visuels	-1	-23	-9	-8	0,1	30	19	23	28	31	25	16
Enseignement artistique et culturel	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
Architecture	-1	-16	-14	-3	0	18	14	7	12	10	9	7
Gestion patrimoniale	-13	-77	-24	-55	-59	55	15	118	164	177	31	14
Total champ culturel	-5	-26	-16	-7	-8	21	15	12	21	19	13	5

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 2020, le chiffre d'affaires du secteur de la projection cinématographique est inférieur de 29 % à sa valeur du premier trimestre 2019 d'avant-crise (T/T-4). Au premier trimestre 2021, ce chiffre d'affaires est inférieur de 95 % à sa valeur du premier trimestre 2020 de début de crise (T/T-4). Au premier trimestre 2022, ce chiffre d'affaires est supérieur de 1737 % à sa valeur du premier trimestre 2021 (T/T-4).

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

Tableau 2 – Évolutions par rapport à l'année 2019 des chiffres d'affaires trimestriels des secteurs culturels marchands

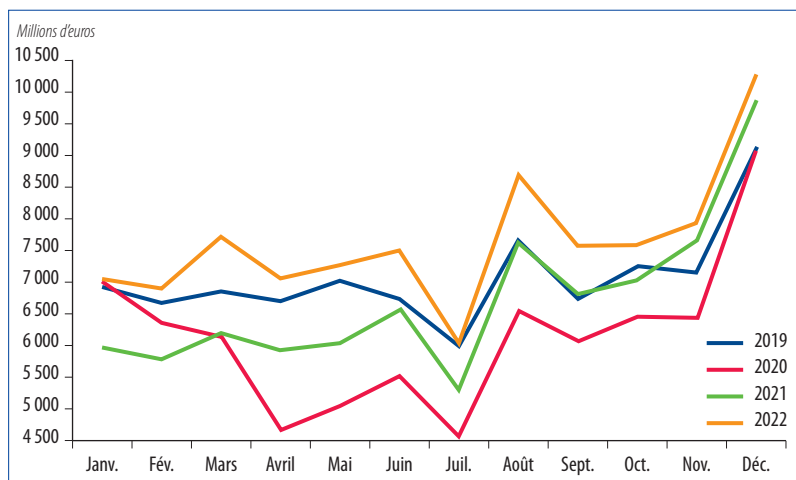
En %

	2021/2019				2022/2019			
	T1	T2	T3	T4	T1	T2	T3	T4
Projection cinématographique	-96	-72	-24	-21	-35	-12	-20	-11
Publicité	-12	-10	-10	-3	1	5	1	-1
Presse	-15	-13	-10	-1	-6	-5	-3	-1
Audiovisuel et cinéma (<i>hors jeu vidéo, projection cinématographique et radio</i>)	-11	-4	6	7	9	6	12	11
Radio	-11	5	4	1	1	16	1	-6
Livre	9	11	4	13	9	10	5	13
Musique enregistrée	23	8	12	15	24	23	22	16
Jeu vidéo	16	-11	1	41	38	-3	49	22
Spectacle vivant	-60	-51	-29	-9	-3	10	19	19
Arts visuels	-1	1	8	14	n.d.	n.d.	35	32
Enseignement artistique et culturel	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
Architecture	-1	-1	-2	4	10	9	7	11
Gestion patrimoniale	-64	-64	-13	-3	-5	-1	14	11
Total champ culturel	-12	-10	-3	4	6	7	9	10

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 cinématographique est inférieur de 96 % à sa valeur du premier trimestre 2019 d'avant-crise. Au premier trimestre 2022, il est inférieur de 35 % à sa valeur du premier trimestre 2019.

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

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



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

La hausse de 14 % sur un an correspond en particulier à un chiffre d'affaires annuel pour les activités marchandes de sorties culturelles très supérieur à sa valeur prise pour l'année 2021 : + 69 % pour la projection cinématographique, + 75 % pour le spectacle vivant et + 60 % pour la gestion patrimoniale. L'année 2021 est en effet marquée par la fermeture obligatoire pendant plusieurs mois des lieux publics culturels, leur réouverture progressive, le troisième confinement et l'imposition du passe sanitaire à partir de juin 2021. En 2022, le chiffre d'affaires annuel de l'ensemble des secteurs culturels croît de 8 % par rapport à l'année 2019, grâce principalement aux contributions des secteurs des arts visuels et de l'audiovisuel et cinéma.

Médias et industries culturelles

Projection cinématographique²

Au quatrième trimestre 2022, l'activité de projection de films cinématographiques est toujours nettement en retrait de son niveau d'avant-crise : - 11 % par rapport à la même période de 2019, malgré plusieurs succès commerciaux, notamment les longs-métrages *Novembre*, *Black Panther: Wakanda Forever*, *Simone*, *le voyage du siècle* et *Avatar: la voie de l'eau*. La nette augmentation de l'activité au quatrième trimestre 2022 comparée au quatrième trimestre 2021 (+ 12 %) résulte en partie du niveau relativement faible enregistré au cours du dernier trimestre 2021 (- 21 % par rapport au dernier trimestre 2019).

Au cours de l'ensemble de l'année 2022, l'activité est très largement supérieure à celle de 2021 (+ 69 %, tableau 3), année marquée notamment par la fermeture obligatoire des salles obscures pendant 138 jours consécutifs. Comparée à 2019, l'activité de projection cinématographique en 2022 reste toutefois encore inférieure de 19 %, après deux années de très forte contraction (- 65 % en 2020 et - 52 % en 2021 par rapport à 2019).

Au regard de la fréquentation des cinémas, le nombre d'entrées s'établit au cours de l'année 2022 à 152 millions, un chiffre supérieur de 59 % à 2021, mais qui correspond à une baisse de 29 % par rapport au niveau enregistré pour l'année 2019. Les deux premiers films les plus vus en salles sont *Avatar: la voie de l'eau* et *Top Gun: Maverick*, qui ont réalisé plus de 6 millions d'entrées en 2022. Viennent ensuite *Les Minions 2: il était une fois Gru*, *Black Panther: Wakanda Forever* et *Jurassic*

2. L'indice d'avril de la série de chiffres d'affaires de la projection cinématographique a été révisé à plusieurs reprises. Nous publions cette note sur la base de l'indice tel que nous l'avons publié dans la note précédente (troisième trimestre 2022).

Tableau 3 – Évolutions des chiffres d'affaires annuels des secteurs culturels marchands, 2019-2022

En M€ pour les annués et en % pour les évolutions

	2019	2020	2021	2022	2020/2019	2021/2020	2022/2021	2021/2019	2022/2019
Projection cinématographique	1 777	625	847	1 433	-65	35	69	-52	-19
Publicité	15 174	12 715	13 843	15 354	-16	9	11	-9	1
Presse	11 459	9 953	10 364	11 023	-13	4	6	-10	-4
Audiovisuel et cinéma (hors jeu vidéo, projection cinématographique et radio)	21 172	19 644	21 057	23 179	-7	7	10	-1	9
Radio	1 250	1 168	1 249	1 281	-7	7	3	0	2
Livre	8 382	7 888	9 195	9 172	-6	17	0	10	9
Musique enregistrée	1 807	1 760	2 069	2 184	-3	18	6	14	21
Jeu vidéo	2 348	2 847	2 627	2 941	21	-8	12	12	25
Spectacle vivant	5 687	3 257	3 625	6 339	-43	11	75	-36	11
Arts visuels	8 120	7 281	8 587	10 668	-10	18	24	6	31
Enseignement artistique et culturel*	868	629*	630*	744*	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
Architecture	6 351	5 817	6 346	6 950	-8	9	10	0	9
Gestion patrimoniale	484	269	320	512	-44	19	60	-34	6
Total champ culturel	84 879	73 854	80 759	91 779	-13	9	14	-5	8

* Estimation du DEPS.

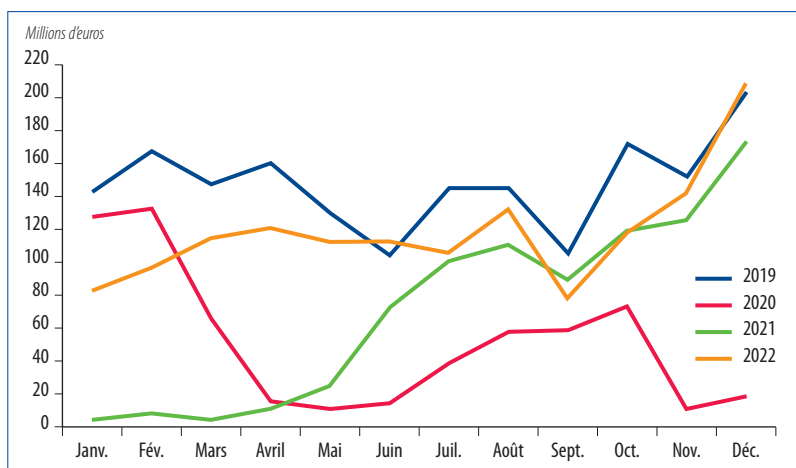
Note : les secteurs de la musique enregistrée et des arts visuels sont associés à d'autres activités dans la nomenclature de codes aux. De ce fait, le suivi économique de ces secteurs doit être interprété avec prudence. Note de lecture : en 2019, le chiffre d'affaires brut de la projection cinématographique est de 1,78 milliard d'euros contre 625 millions d'euros en 2021 et 1,43 milliard d'euros en 2022. En 2020, ce chiffre d'affaires est inférieur de 65 % à sa valeur de 2019. En 2021, il dépasse de 69 % sa valeur de 2021. En 2022, il dépasse de 69 % sa valeur de 2021. En 2021, il est inférieur de 52 % à sa valeur de 2019. Enfin, en 2022, il est inférieur de 19 % à sa valeur de 2019.

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

World : le monde d'après. Le premier film français est *Qu'est-ce qu'on a tous fait au Bon Dieu ?* avec 2,4 millions d'entrées. En 2022, seize films réalisent plus de deux millions d'entrées, contre vingt-deux en 2019. Le Centre national du cinéma et de l'image animée (CNC) estime que le « déficit de fréquentation observé en 2022 [...] s'explique ainsi en partie par le manque de titres porteurs³ ».

La perte du nombre de billets d'entrée est toutefois moins élevée en France (- 27 % par rapport à la moyenne 2017-2019) que dans les autres pays européens (- 35 % par rapport à la même période). La perte du nombre de billets la plus importante enregistrée à ce jour concerne l'Italie (- 51 % par rapport à la même période) et la plus faible, le Danemark (- 18 % par rapport à la même période)⁴. Au cours de l'année 2022, la part du cinéma français s'établit à 41 % des entrées en France, légèrement au-dessus de son niveau d'avant-crise (37 % sur la période 2017-2019). Cette part relativement élevée du cinéma national reste une spécificité française puisque, dans les autres pays européens, la part des cinémas nationaux est inférieure⁵.

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



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

3. CNC, « À 152 millions d'entrées en 2022, fort rebond de la fréquentation dans un contexte encore atypique » [en ligne], 2 janvier 2023.

4. Source : https://www.obs.coe.int/documents/30909879/178900757/BerlinalePR_table_FR_big.png/2ba0b455-748d-d7d4-dca3-751d2b16ceff?

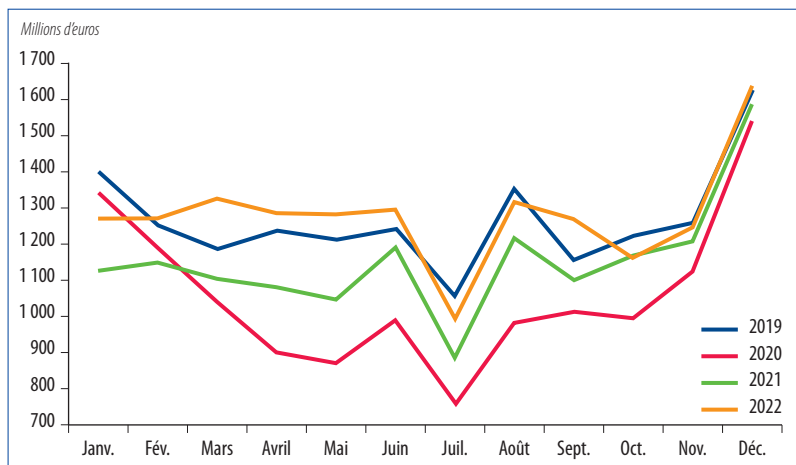
5. Les données de quelques pays de l'Union européenne ne sont pas connues à la date de la rédaction de cette note.

Publicité

Au quatrième trimestre 2022, les recettes des agences de publicité – qui comprennent les activités de conception et de réalisation de campagnes publicitaires et de marketing – sont proches de leurs valeurs du dernier trimestre 2021 (+ 2 % et + 81 millions d’euros) et du dernier trimestre 2019 (- 1 % et - 54 millions d’euros) (tableaux 1 et 2, graphique 3). En trois ans, le secteur de la publicité affiche un chiffre d’affaires dont l’évolution est plutôt analogue à celle des dépenses 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)⁶. Ces dépenses incluent précisément les honoraires et les commissions versés aux agences de publicité, en plus des achats des annonceurs et de leurs frais techniques et de fabrication.

Pour l’ensemble de l’année 2022, le chiffre d’affaires annuel de la publicité progresse de 11 % par rapport à 2021 (tableau 3) et reste stable par rapport à sa valeur de 2019 (+ 1 %). Sa progression en 2022 peut être rapprochée de la hausse de 6 % entre 2021 et 2022 du total des dépenses d’investissement de communication des annonceurs. Cette hausse du « marché de la communication » est en particulier marquée par la forte augmentation des dépenses d’investissement

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



Source : chiffres d’affaires (CA) Esane, indice de CA, Insee ; DEPS, ministère de la Culture, 2022

6. Baromètre unifié du marché publicitaire (BUMP), bilan du 1^{er} trimestre 2022 et bilan annuel 2022, France Pub/Irep/Kantar, mai 2022 et mars 2023.

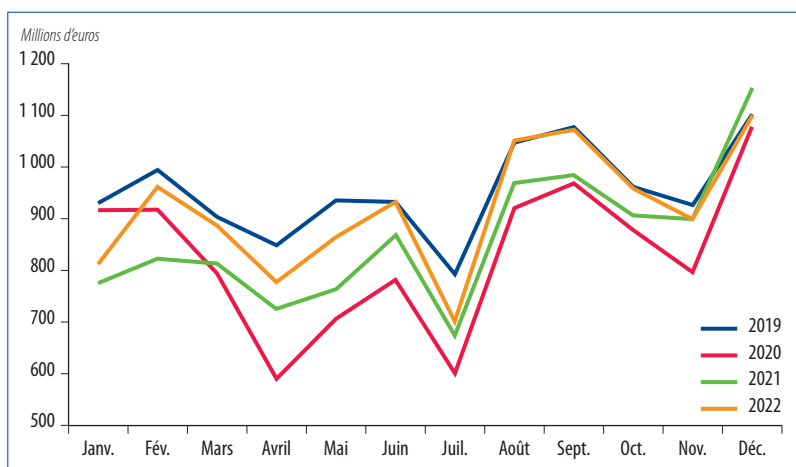
de communication dans le domaine des foires et expositions et dans celui du cinéma (effet de « rattrapage post-Covid »)⁷.

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 ainsi que le commerce de détail de journaux en magasin spécialisé.

Au quatrième trimestre 2022, le chiffre d'affaires de la presse est stable sur un an (0 % et – 3 millions d'euros) et très légèrement inférieur à sa valeur du même trimestre 2019 (– 1 % et – 33 millions d'euros) (tableaux 1 et 2, graphique 4). Cette stabilité sur un an – cohérente avec celle des recettes publicitaires, y compris numériques, des régies publicitaires travaillant pour la presse⁸ – résulte d'une baisse des recettes du segment de l'édition de magazines, revues et autres périodiques (pesant pour 39 % du secteur ce trimestre) exactement compensée par la hausse des recettes de tous les autres segments (édition de journaux, impression, commerce de détail, etc.). La légère baisse par rapport au dernier trimestre 2019 d'avant-crise découle

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



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

7. Baromètre unifié du marché publicitaire (BUMP), bilan annuel 2022 et communiqué de presse, France Pub/Irep/Kantar, mars 2023.

8. Baromètre unifié du marché publicitaire (BUMP), bilan janvier-septembre 2022 et bilan annuel 2022, France Pub/Irep/Kantar, novembre 2022 et mars 2023.

d'une réduction cumulée des deux segments de l'édition que ne compense pas la progression de 11 % du commerce de détail.

Pour l'ensemble de l'année 2022, les recettes annuelles du secteur de la presse augmentent de 6 % par rapport à 2021 et sont inférieures de 4 % à leur valeur de 2019 (tableau 3). La hausse entre 2021 et 2022 est tirée avant tout par l'augmentation de 19 % des recettes du commerce de détail, segment qui pèse pour 21 % du secteur en 2022, tandis que la baisse des recettes cumulées des deux segments éditoriaux contribue principalement à la réduction du chiffre d'affaires de la presse entre 2019 et 2022. Cette dernière moins-value 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 : entre 2019 et 2022, malgré la forte progression des ventes numériques (+ 73 %), la diffusion payée de la presse en 2022 est inférieure de près de 8 % à sa valeur de 2019⁹.

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

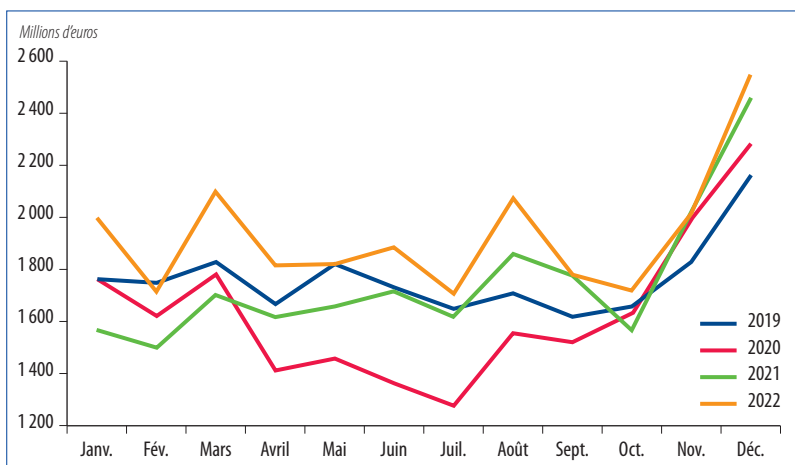
Le secteur de l'audiovisuel et du cinéma regroupe les activités des agences de presse audiovisuelle, les activités de production et postproduction de films, de programmes audiovisuels et de vidéo, la distribution de films cinématographiques, l'édition de chaînes de télévision ainsi que l'édition et la distribution de vidéos.

Au quatrième trimestre 2022, l'activité de l'audiovisuel et cinéma est en hausse : + 4 % par rapport au même trimestre de 2021 et + 11 % par rapport au même trimestre de 2019. Comme au trimestre précédent, la hausse au quatrième trimestre 2022 est alimentée par la production audiovisuelle (+ 27 % environ par rapport au dernier trimestre 2019) ainsi que la postproduction (+ 22 %). Les spécialistes du secteur de la production audiovisuelle constatent que les carnets de commandes sont pleins, aussi bien du fait d'une forte demande d'origine française que d'une demande d'origine étrangère. Au quatrième trimestre 2022, l'activité liée à la vidéo est tout juste au-dessus de celle de 2019 : + 3 %. En particulier, l'édition et la distribution de vidéos (59.13B) suit cette tendance (+ 2 %).

En 2022, l'activité du secteur de l'audiovisuel et du cinéma est supérieure de 10 % à celle de 2021 et supérieure de 9 % à celle de l'année 2019. Ces hausses annuelles s'expliquent tout autant par celle de la postproduction que par celles des composantes de la production audiovisuelle. Pour cette dernière, la production relative aux films institutionnels et publicitaires (59.11B) est particulièrement dynamique

9. Alliance pour les chiffres de la presse et des médias (ACPM)/ministère de la Culture-DGMI.C.

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, ministère de la Culture, 2022

(+ 30 % par rapport à 2019). La production des chaînes télévisuelles est nettement différenciée entre les chaînes généralistes, en léger retrait de leur niveau d'avant-crise (– 2 %), et les chaînes thématiques bien au-dessus de leur niveau d'avant-crise (+ 17 %).

En 2022, l'activité liée à la vidéo est en retrait de 5 % par rapport à 2019 et de 7 % par rapport à 2021. Cette activité qui représente un débouché pour les films cinématographiques semble pâtir des restrictions passées que ces films ont connues en salles de cinéma.

Radio¹⁰

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

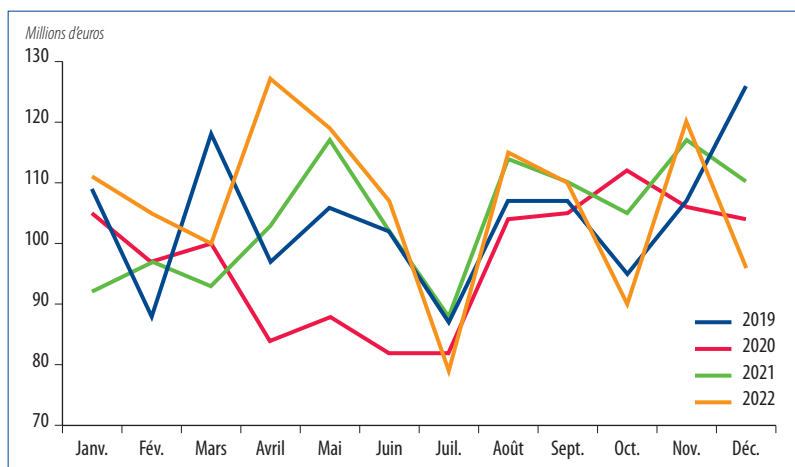
Au quatrième trimestre 2022, le chiffre d'affaires de la radio est inférieur de 8 % à sa valeur du quatrième trimestre 2021 (– 25 millions d'euros) et inférieur de 6 % à sa valeur du quatrième trimestre 2019 (– 21 millions d'euros) (tableaux 1 et 2, graphique 6). Avec des recettes publicitaires qui représentent presque la totalité des ressources des radios privées non associatives, les moins-values sur un an et sur trois

10. Certains indices mensuels de chiffre d'affaires pour la radio ont été revus notamment entre cette note et la précédente (troisième trimestre 2022). Nous publions cette note avec l'intégralité des révisions effectuées par l'Insee. Les évolutions trimestrielles publiées ici diffèrent donc sensiblement de celles publiées dans la note précédente.

ans sont analogues à la baisse des ressources du média radio mesurées par le montant des investissements de communication faits par les annonceurs aux mêmes dates¹¹. Ces évolutions peuvent par ailleurs être rapprochées des baisses d'audience radio mesurée en nombre d'auditeurs métropolitains pour novembre et décembre 2022 par rapport aux mêmes mois de 2021 et 2019¹².

Pour l'ensemble de l'année 2022, les recettes annuelles du secteur de la radio progressent légèrement, de 3 % par rapport à 2021 et de 2 % par rapport à leur valeur de 2019 d'avant-crise (tableau 3). En glissement annuel, comme pour l'architecture et l'audiovisuel et cinéma¹³, la radio connaît une évolution en V de ses recettes, avec une baisse de 7 % en 2020 suivie d'un retour en 2021 à la situation d'avant-crise – avant une hausse de 3 % entre 2021 et 2022. Cette dernière progression est corroborée par la hausse de 2 % du volume annuel des recettes publicitaires des régions publicitaires travaillant pour la radio entre 2021 et 2022¹⁴.

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



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

11. Baromètre unifié du marché publicitaire (BUMP), bilan du 1^{er} trimestre 2022 et bilan annuel 2022, France Pub/Irep/Kantar, mai 2022 et mars 2023.

12. Médiamétrie, audiences de la radio en France en novembre-décembre, années 2020, 2021 et 2022, communiqués de presse de janvier 2021, 2022 et 2023.

13. Hors projection cinématographique et jeu vidéo.

14. Baromètre unifié du marché publicitaire (BUMP), bilan annuel 2022, France Pub/Irep/Kantar, mars 2023.

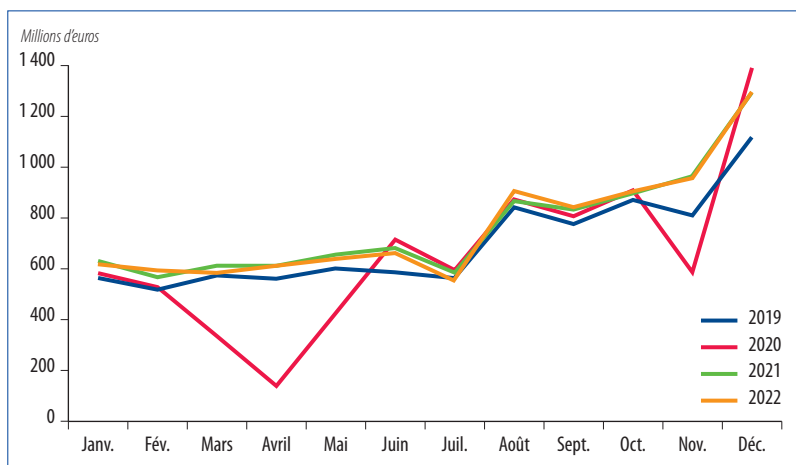
Livre

Le secteur du livre comprend l'édition de livres de toute nature (imprimés, électroniques, audio ou en ligne) et le commerce de détail de livres en magasin spécialisé¹⁵.

Au quatrième trimestre 2022, le chiffre d'affaires du livre est stable sur un an (+ 1 million d'euros) et dépasse de 13 % sa valeur du même trimestre de 2019 (+ 363 millions d'euros) (tableaux 1 et 2, graphique 7). Comme pour les trois trimestres précédents, au dernier trimestre 2022, le livre connaît ainsi une stabilité de son chiffre d'affaires, celle-ci succédant au dynamisme du secteur constaté du troisième trimestre 2020 au quatrième trimestre 2021. Cette stabilité trimestrielle sur un an découle d'une baisse des recettes de l'édition de livres (un segment pesant pour un peu moins d'un tiers du secteur) exactement compensée par la hausse des recettes du commerce de détail de livres.

Le surcroît de 13 % du chiffre d'affaires du livre par rapport au dernier trimestre 2019 résulte de la hausse simultanée des recettes de l'édition (+ 6 %) et du commerce de détail (+ 17 %). Les ventes globales de livres estimées chaque trimestre pour les professionnels¹⁶ suivent

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



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

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

16. *Livres Hebdo*, « Les ventes par secteurs au 4^e trimestre 2020 », « Les ventes par secteurs au 4^e trimestre 2021 » et « Les ventes par secteurs au 4^e trimestre 2022 », baromètres *Livres Hebdo/Xerfi/l+C* et *Livres Hebdo/Xerfi Spécific*, mars 2021, mars 2022 et mars 2023.

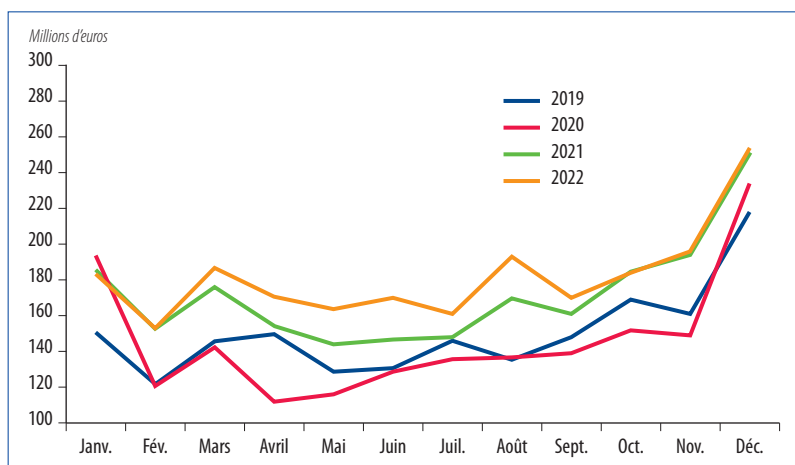
une évolution analogue à celle du chiffre d'affaires du secteur du livre : au quatrième trimestre 2022, elles progressent de 8 % par rapport au même trimestre 2019.

Pour l'ensemble de l'année 2022, les recettes annuelles du secteur du livre sont stables par rapport à leur valeur de 2021 et dépassent de 9 % leur valeur de 2019 (+ 790 millions d'euros ; tableau 3). La stabilité entre 2021 et 2022 résulte d'une réduction de 6 % des recettes de l'édition compensée par une augmentation de 3 % des recettes du commerce de détail. La progression par rapport à 2019 est tirée par une hausse concomitante du chiffre d'affaires de l'édition (+ 3 %) et de celui du commerce de détail (+ 13 %). L'évolution sur trois ans du volume des ventes globales de livres mesurée par *Livres Hebdo* est proche, avec une hausse d'un peu plus de 5 % de celles-ci entre 2019 et 2022¹⁷.

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

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



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

17. Éric DUPUY, « Marché du livre 2022. Une bonne année, malgré tout », *Livres Hebdo Le Magazine*, n° 28, février 2023, p. 77-80.

donc d'être prudent quant à l'interprétation de la variation des chiffres d'affaires. Ainsi, dans la nomenclature d'activités, le commerce d'enregistrements musicaux est regroupé avec le commerce de vidéo (47.63Z). Une variation de l'indice du secteur 47.63Z peut provenir de l'un ou de l'autre des deux sous-secteurs.

Au quatrième trimestre 2022, le chiffre d'affaires du secteur de la musique enregistrée est stable par rapport au quatrième trimestre 2021 (+ 1 %) et en nette progression par rapport au quatrième trimestre 2019 (+ 18 %). L'enregistrement sonore et l'édition musicale progressent en particulier assez nettement par rapport à 2019 (+ 8 %).

Pour l'ensemble de l'année 2022, les activités de la musique enregistrée progressent de 21 % par rapport à 2019 et de 6 % par rapport à 2021 (tableau 3). Cette hausse du chiffre d'affaires entre 2021 et 2022 est corroborée par la hausse de même ampleur du marché des ventes de la musique enregistrée¹⁸. Ce dernier est surtout porté par la hausse de 13 % des ventes liées à l'écoute en flux entre 2021 et 2022, consécutive à une progression de 15 % entre 2020 et 2021. Signalons aussi la contribution en 2021 et 2022 des ventes annuelles de vinyles en croissance, alors que les ventes de CD se contractent en 2022, contrairement à l'année 2021. Les ventes physiques en valeur, orientées à la baisse depuis deux décennies, sont néanmoins inférieures depuis au moins cinq ans aux ventes numériques.

Jeu vidéo

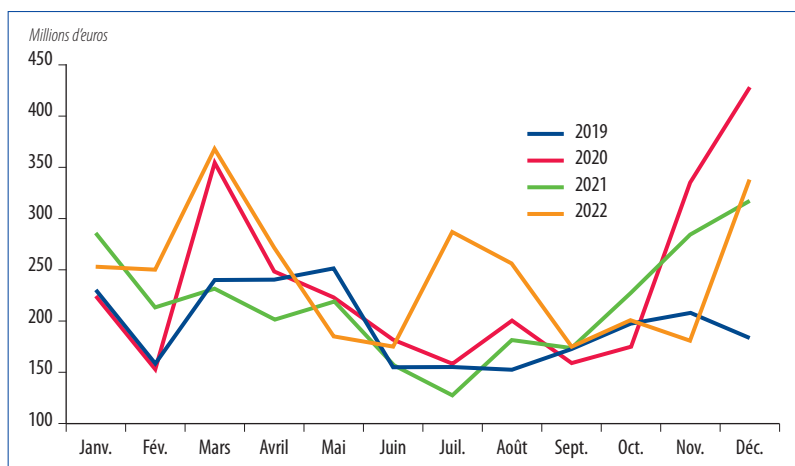
Le secteur du jeu vidéo comprend les activités d'édition de logiciels de jeux électroniques pour tout type de plateformes, sur support physique, en téléchargement ou en ligne, sans inclusion du commerce de détail de consoles, d'ordinateurs et d'équipements périphériques liés.

Au quatrième trimestre 2022, le chiffre d'affaires de l'édition de jeux vidéo est en baisse par rapport à son niveau du quatrième trimestre 2021 (- 13 %, tableau 1), mais en forte croissance par rapport au même trimestre de l'année 2019 (+ 22 %, tableau 2). Le niveau d'activité de ce quatrième trimestre 2022 s'expliquerait par exemple par la sortie de *Mario + The Lapins Crétins: Sparks of Hope*, de *A Plague Tale: Requiem*, etc.

Pour l'ensemble de l'année 2022, le chiffre d'affaires du secteur du jeu vidéo dépasse de 12 % sa valeur de l'année 2021 et de 25 % sa valeur de 2019 (tableau 3). Parmi les jeux sortis au cours de l'année,

18. Bilan Snep, *La Production musicale française en 2022. Une tendance positive, des performances à consolider*, mars 2023. Ce marché musical comprend les revenus physiques (CD, vinyles, vidéos de musique, etc.), les revenus numériques (écoute en flux payante, gratuite et vidéo), le téléchargement, les sonneries pour mobile, les droits de synchronisation (musique pour films, publicités, vidéos, jeux vidéo, etc.) et les droits voisins du droit d'auteur.

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



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

nous pouvons citer *Stray* qui a figuré parmi les jeux particulièrement téléchargés depuis sa sortie en juillet 2022, aussi bien en Europe qu'en Amérique du Nord. Ce jeu remporte par ailleurs deux distinctions aux Game Awards 2022 et trois aux Pégases 2023.

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 la gestion de lieux de spectacle. Le champ d'analyse de la présente note est restreint à la production marchande (voir « Données et méthode », p. 22), alors qu'une part importante de la production du spectacle vivant correspond à l'activité d'établissements publics ou d'associations non marchandes¹⁹. Ainsi, l'activité des théâtres privés est prise en compte, mais pas celle des théâtres publics.

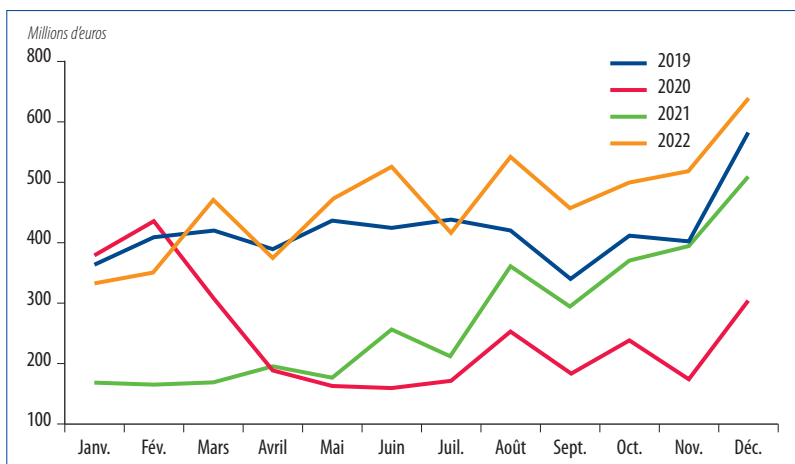
19. En 2020, la production de la branche « Spectacle vivant » est non marchande à hauteur de 64 % (DEPS, *Culture chiffres*, 2022-1, mai 2022).

Par ailleurs, les données de chiffres d'affaires peuvent ne pas toujours refléter l'activité telle qu'elle est perçue par les professionnels du secteur ou telle qu'elle a été en particulier perçue pendant la crise sanitaire. Ainsi, par exemple, lors des périodes de fermeture des lieux de spectacle, des déclarations non nulles de TVA ont pu correspondre au bénéfice de facturation de prestations techniques pour des répétitions et des captations (son, éclairage, décor, costumes, etc.), pour des encaissements de billetterie pour des spectacles à venir, pour des activités annexes ou encore pour des captations audiovisuelles diffusées en ligne.

Au quatrième trimestre 2022, le chiffre d'affaires du spectacle vivant marchand augmente de 31 % par rapport à sa valeur du même trimestre 2021 (+ 444 millions d'euros) et de 19 % par rapport à sa valeur du même trimestre 2019 (tableaux 1 et 2, graphique 10). Toutes les activités de spectacle progressent fortement sur un an, en particulier celles de production-diffusion. La progression de 19 % par rapport au dernier trimestre 2019 d'avant-crise est liée à celle des activités de production-diffusion, de prestations techniques et de promotion ainsi qu'à une stabilité des activités de gestion de lieux de spectacle.

Pour l'ensemble de l'année 2022, les recettes annuelles du spectacle vivant marchand affichent un fort rebond de 75 % par rapport à leur valeur de 2021 et dépassent de 11 % leur valeur de 2019 d'avant-crise (tableau 3). La forte hausse entre 2021 et 2022 – tirée par la progression de toutes les activités de spectacle vivant – est liée à

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



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

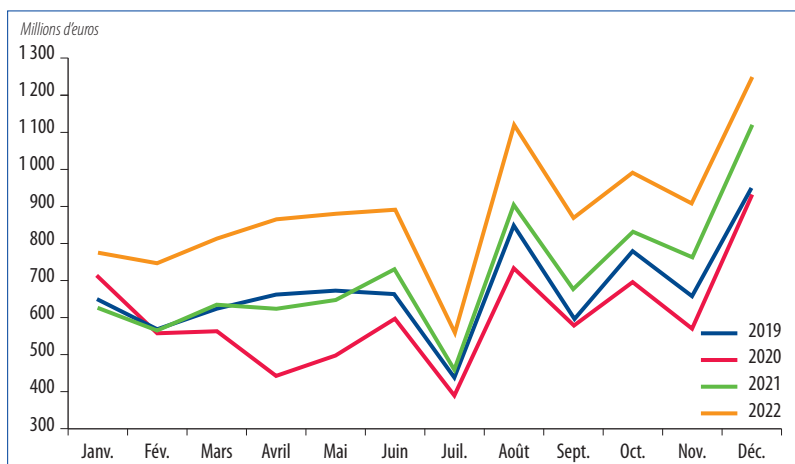
une année 2021 particulièrement marquée par le contexte sanitaire (couvre-feux, fermeture pendant plusieurs mois des lieux de spectacle, réouverture progressive sous conditions de jauge, instauration du passe sanitaire, etc.). La croissance de 11 % observée entre 2019 et 2022 est associée au développement des activités de production, d'organisation de tournées, de diffusion et de prestations de services techniques mais à une diminution des recettes de la gestion de salles de spectacles.

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 quatrième trimestre 2022, les recettes des arts visuels dépassent de 16 % leur valeur du dernier trimestre 2021 (+ 429 millions d'euros) et de 32 % leur valeur du dernier trimestre 2019 (+ 754 millions d'euros) (tableaux 1 et 2, graphique 11). Ces deux hausses sont tirées avant tout par la progression du chiffre d'affaires des activités spécialisées de design et mode, segment qui pèse pour 46 % du secteur (+ 20 % entre les quatrième trimestres 2021 et 2022 et + 37 % entre les quatrième trimestres 2019 et 2022, respectivement).

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



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

des photojournalistes indépendants), qui pèse pour 14 % du secteur des arts visuels, connaît une évolution proche de celle du segment design et mode. Ses recettes au dernier trimestre 2022 progressent de 14 % sur un an et de 33 % par rapport au même trimestre de 2019.

Pour l'ensemble de l'année 2022, le chiffre d'affaires annuel du secteur des arts visuels augmente de 24 % par rapport à sa valeur de 2021 et de 31 % par rapport à sa valeur de 2019 (tableau 3). Si le segment design et mode contribue respectivement à hauteur de 13 et 17 points de pourcentage à ces augmentations, le segment des activités photographiques y contribue à hauteur de 3 points dans les deux cas. En 2022, les recettes annuelles de la photographie dépassent de 21 % leur valeur de 2021 et de 2019, après s'être réduites de 14 % entre 2019 et 2020, année marquée par les deux premiers confinements.

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 marchande²⁰ 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

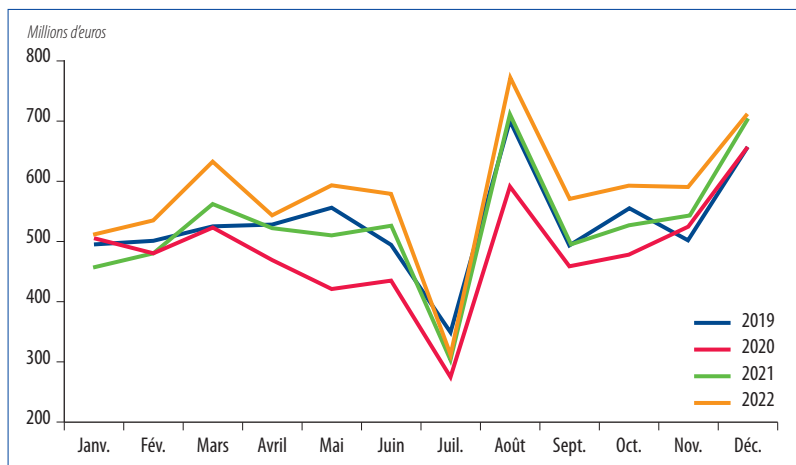
Architecture

Au quatrième trimestre 2022, le chiffre 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 7 % sur un an (+ 124 millions d'euros) et dépasse de 11 % sa valeur du quatrième trimestre 2019 (+ 184 millions d'euros) (tableaux 1 et 2, graphique 12). C'est la cinquième fois consécutive que les recettes trimestrielles excèdent leur valeur d'avant-crise. Cette évolution du quatrième trimestre sur trois ans est corroborée par celle – analogue – de l'indice synthétique du climat des affaires dans l'industrie du bâtiment²¹. L'architecture a notamment pu tirer parti de l'évolution favorable au quatrième trimestre 2022 du nombre

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

21. Insee, « En février 2023, le climat des affaires dans le bâtiment se détériore de nouveau », *Informations rapides*, n° 45, 22 février 2023.

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



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

d'opérations de marchés publics de maîtrise d'œuvre en bâtiment et aménagement, relativement aux mêmes trimestres de 2021 et 2019²².

Pour l'ensemble de l'année 2022, les recettes annuelles du secteur de l'architecture progressent de 10 % par rapport à leur valeur de 2021 et de 9 % par rapport à leur valeur de 2019 (tableau 3). En glissement annuel, comme pour la radio et l'audiovisuel et cinéma²³, le secteur de l'architecture connaît une évolution en V de ses recettes, avec une baisse de moins de 10 % en 2020 suivie d'un retour en 2021 à la situation d'avant-crise – avant une hausse de 10 % entre 2021 et 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, cela pour la partie marchande de ces activités. Depuis la note de conjoncture pour le premier trimestre 2022, 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. Seule une part très réduite des activités

22. Observatoire de la commande publique de maîtrise d'œuvre en bâtiment et aménagement, *Note trimestrielle de conjoncture*, n° 2, n° 10 et à paraître, 4^e trimestres 2019, 2021 et 2022.

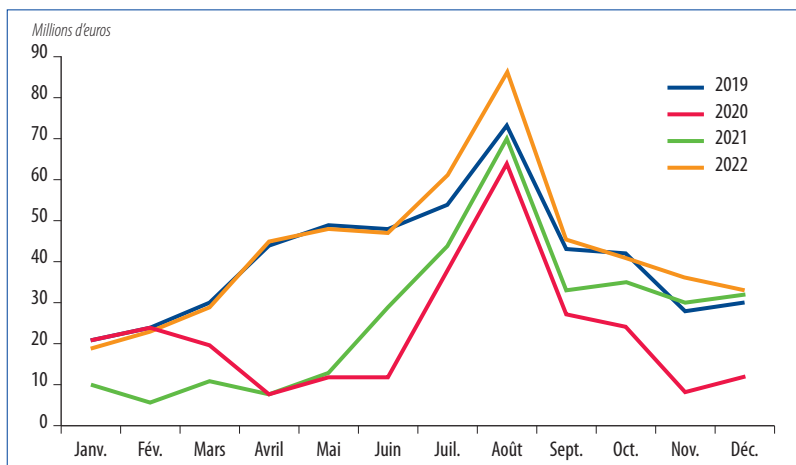
23. Hors projection de films cinématographiques et jeu vidéo.

patrimoniales est marchande et prise en compte dans l'analyse²⁴. 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.

L'activité en valeur de la gestion patrimoniale du dernier trimestre 2022 dépasse de 14 % son niveau du dernier trimestre 2021 (tableau 1) et de 11 % son niveau du dernier trimestre 2019 (tableau 2). La hausse ce trimestre-ci est plus particulièrement marquée pour la gestion des musées (+ 18 % par rapport au dernier trimestre 2019). Depuis le premier trimestre 2020, c'est la seconde fois consécutive que les recettes trimestrielles du secteur dépassent leur valeur correspondante d'avant-crise de 2019.

Au cours de l'ensemble de l'année 2022, les recettes du secteur sont très nettement au-dessus de celles de l'année 2021 (+ 60 %) et elles excèdent de 6 % celles de l'année 2019. En comparaison avec l'avant-crise (2019), la hausse est portée par l'activité de gestion des bibliothèques et archives et par celle des musées.

Graphique 13 – Chiffre d'affaires du secteur de la gestion patrimoniale, 2019-2022



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

24. En 2020, la production de la branche « Patrimoine » est non marchande à hauteur de 95 % (DEPS, *Culture chiffres*, 2022-1, mai 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 lorsqu'il a publié une estimation de l'impact économique de la crise sanitaire pour onze secteurs culturels (voir « Nomenclature d'activités culturelles », p. 24). 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);
- les variations de chiffres d'affaires entre deux dates résultent d'une variation de prix de vente et/ou d'une variation des quantités vendues, et isoler l'effet prix de l'effet quantité n'est pas proposé dans la présente note ;
- les chiffres 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 NAF 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 partie⁴);
- 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 effective⁵ ».

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

1. Les opérations déclarées par les entreprises au moment de remplir ce formulaire (ventes, prestations de services, etc.) peuvent correspondre à des encaissements pour des activités annexes et/ou des prestations futures. 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 cours du 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, *Culture chiffres*, 2022-1, mai 2022).

4. 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.

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

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.

Pour chaque secteur, le chiffre d'affaires brut (non corrigé des variations saisonnières et des jours ouvrables) hors taxes du dernier trimestre disponible, mesuré en euros courants (non corrigé de l'évolution des prix), 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 2022 (**en orange**) peut être comparée à celles 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 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 ici reposent sur un rebasage des chiffres d'affaires par branche pour l'année 2019 et sur une légère révision des indices mensuels de chiffres d'affaires pour les derniers trimestres. Cette 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 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.

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 %).

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 23 mars 2023).

2. DEPS, *Culture chiffres*, 2022-1, mai 2022.

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 %).



340 pages.

Téléchargeable sur le site :

www.culture.gouv.fr/

Sites-thematiques/Etudes-et-statistiques/Publications et sur www.cairn.info

Chiffres clés, statistiques de la culture et de la communication 2022

Les *Chiffres clés, statistiques de la culture et de la communication* présentent une analyse transversale du champ culturel en s'appuyant sur de nombreuses données issues de sources statistiques et administratives. Structuré en sept grands chapitres, l'ouvrage présente la morphologie de la culture (poids économique, entreprises et emploi culturel, etc.) et son financement, fournit des informations sur les représentations et les pratiques culturelles des Français et décrit les trois grandes branches de la culture : patrimoine, création et diffusion, médias et industries culturelles.

L'édition 2022 est enrichie de fiches inédites, notamment sur les festivals, les enfants et les écrans numériques, les pratiques culturelles dans les territoires ultramarins, les langues et usages des langues en France et les pratiques en amateur. Publié chaque année, cet ouvrage répond aux besoins d'information chiffrée des acteurs de la culture et constitue un outil essentiel pour penser les enjeux qui traversent le secteur après deux années de crise sanitaire.



24 pages.

Téléchargeable sur le site :

www.culture.gouv.fr/

Sites-thematiques/Etudes-et-statistiques/Publications et sur www.cairn.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.



CULTURE ÉTUDES 2022-1

Crise sanitaire dans le secteur culturel **Impact de la pandémie de Covid-19** **et des mesures de soutien sur l'activité et la situation** **financière des entreprises culturelles en 2020**

Julien Giorgi et Suzanne Scott

En 2020, la pandémie de Covid-19 et les mesures de restrictions sanitaires mises en place pour l'endiguer ont considérablement ralenti l'activité économique et affecté la trésorerie des entreprises. Le secteur culturel, comptant un grand nombre d'établissements accueillant du public s'est ainsi retrouvé particulièrement affecté par cette nouvelle conjoncture.

Cette étude s'appuie sur des données individuelles et présente les résultats de modèles de microsimulation permettant d'une part d'estimer les pertes d'activité subies par les entreprises culturelles par rapport à un scénario où la crise n'aurait pas eu lieu, d'autre part d'évaluer les conséquences d'un an de crise sur la situation financière de ces entreprises. L'impact des mesures publiques de soutien sur l'évolution de leur besoin d'endettement est examiné.

36 pages.

Téléchargeable sur le site :

www.culture.gouv.fr/
Sites-thematiques/Etudes-et-statistiques/Publications
et sur www.cairn.info

Les pertes d'activité attribuables à la crise ont été importantes et plus prononcées dans le secteur culturel que dans le reste de l'économie. L'hétérogénéité des situations est toutefois prononcée entre les domaines culturels, mais également entre les entreprises d'un même domaine. Cette diversité des situations illustre l'inégale capacité qu'ont eue les entreprises à réorganiser leur activité et diversifier leur offre de biens et services, en s'appropriant notamment les outils numériques. Malgré les mesures publiques de soutien et l'adaptation du comportement des entreprises, les pertes d'activité se sont traduites par une tension financière prononcée sur le secteur. À la fin de l'année 2020, une entreprise culturelle sur quatre rencontre un besoin de financement d'un montant supérieur au chiffre d'affaires quelle réalise sur un mois d'activité.



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.

Abstract

Economic analysis of culture turnover for 4th quarter 2022

The recent pandemic has had a serious impact on the cultural sectors. Between March 2020 and May 2021, the population was subject to three consecutive lockdowns, with businesses and public spaces 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 spaces. Moreover, since the second half of 2021, the French economy has been experiencing accelerating inflation. This economic report measures the financial situation of the business cultural sectors for the final quarter 2022, and for all 2022, as reflected by per-sector business turnover figures drawn from VAT return data, as reported to the Directorate General of Public Finance.

In the fourth quarter 2022, turnover for the business cultural sector was up 1.3 bn euros on the previous year, an increase of 5% compared with the final quarter 2021, and of 10% compared with the same pre-pandemic period in 2019 (up 2.3 bn euros). Over five consecutive quarters, the value of quarterly cultural sector activity exceeded that of pre-pandemic 2019. Activity levels in the visual arts, heritage management, motion picture projection, and business performing arts saw a steep rise in the last quarter 2022 compared to the same quarter 2021. Turnover for the remaining cultural sectors saw less strong or stable growth. Only video gaming and radio showed reduced turnover for this quarter, down 13% and 8% respectively.

In 2022, annual turnover for the business cultural sectors was up 11 billion euros compared with 2021, i.e. a rise of 14%. And looking at all the cultural sectors (aside of book sector, which remained stable), the period 2021-22 was up overall, particularly for activities related to cultural outings such as motion picture projection, commercial live performance and heritage management. In 2022, cultural sector revenues were up 8% on those recorded for 2019 (an increase of 6.8 bn euros), which was largely down to the growth of visual arts, audiovisual and cinema, excluding radio, video gaming and motion picture projection. This last sector and the press were the only two sectors in 2022 to show lower annual turnover than that of 2019.

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 :

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

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

Cette note de conjoncture mesure l'activité économique du champ marchand de la culture au quatrième trimestre 2022 et pour l'année 2022 entière, à partir de l'évolution des indices de chiffres d'affaires par secteur tirés des déclarations de TVA faites par les entreprises auprès de la direction générale des Finances publiques.

Le chiffre d'affaires des secteurs culturels marchands au quatrième trimestre 2022 progresse sur un an de 1,3 milliard d'euros. En hausse de 5 % par rapport au quatrième trimestre 2021 et de 10 % par rapport au quatrième trimestre 2019, pour la cinquième fois consécutive, l'activité trimestrielle du champ marchand de la culture dépasse son niveau d'avant-crise de 2019. Pour l'ensemble de l'année 2022, le chiffre d'affaires annuel des secteurs culturels marchands progresse par ailleurs de 14 % par rapport à 2021 et de 8 % par rapport à 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 : 978-2-11-141028-2

