



Valérie Deroin

Repères économiques des secteurs culturels marchands en 2010

Département des études, de la prospective et des statistiques

Annexes _ Repères économiques des secteurs culturels marchands en 2010

Éditeur : Département des études, de la prospective et des statistiques
Lieu d'édition : Paris
Année d'édition : 2012
Date de mise en ligne : 21 septembre 2015
Collection : Culture chiffres
ISBN électronique : 9782111398610



<http://books.openedition.org>

Édition imprimée

Date de publication : 1 septembre 2012

Référence électronique

DEROIN, Valérie. *Annexes _ Repères économiques des secteurs culturels marchands en 2010* In : *Repères économiques des secteurs culturels marchands en 2010* [en ligne]. Paris : Département des études, de la prospective et des statistiques, 2012 (généré le 25 avril 2021). Disponible sur Internet : <<http://books.openedition.org/deps/770>>. ISBN : 9782111398610.

Ce document a été généré automatiquement le 25 avril 2021.

Annexes _ Repères économiques des secteurs culturels marchands en 2010

Définitions

- 1 **Unité légale** : l'unité légale est une entité juridique de droit public ou privé. Cette entité juridique peut être :
 1. une personne morale, dont l'existence est reconnue par la loi indépendamment des personnes ou des institutions qui la possèdent ou qui en sont membres ;
 2. une personne physique, qui, en tant qu'indépendant, peut exercer une activité économique.
- 2 **Effectif salarié en équivalent temps plein** : les effectifs mesurés en « équivalent temps plein » (ETP) correspondent au nombre total d'heures travaillées dans l'activité considérée divisé par la moyenne annuelle des heures travaillées dans des emplois à plein-temps. Pour éviter de compter une même personne plusieurs fois, on mesure l'emploi en ETP. L'effectif salarié ETP est l'indicateur utilisé pour déterminer les tailles d'entreprises (et contraintes légales s'y référant), ou pour établir des indicateurs (exemple : rendement de la main-d'œuvre, soit le rapport de la valeur ajoutée à l'effectif salarié ETP).
- 3 **Effectif salarié au 31 décembre** : effectif salarié total inscrit dans l'entreprise au 31 décembre.
- 4 **Chiffre d'affaires hors taxe (CAHT)** : montant hors taxes des affaires réalisées par l'entreprise avec les tiers dans l'exercice de son activité professionnelle. Le chiffre d'affaires est constitué par les ventes de marchandises, de la production des biens et des services (France + exportations et livraisons intracommunautaires).
- 5 **Valeur ajoutée hors taxe, y compris autres produits et autres charges** : différence entre la production globale de l'entreprise (marge commerciale + production de l'exercice) et les consommations de biens et de services en provenance des tiers +

autres produits – autres charges. La valeur ajoutée mesure la capacité d'une entreprise à générer de la richesse et donc à se maintenir et se développer. Cette richesse se répartit entre plusieurs partenaires de l'entreprise : les salariés (salaires et charges sociales), l'État (par le biais des impôts et taxes), les banques (charges financières), l'entreprise elle-même (autofinancement : bénéfice net, dotation aux amortissements et aux provisions).

- 6 **Excédent brut d'exploitation (EBE)** : autre solde intermédiaire calculé, il est la différence entre la valeur ajoutée + les subventions d'exploitation – les impôts et taxes (sauf l'impôt sur les sociétés) et les charges de personnel supportés par l'entreprise. L'EBE représente la part de la valeur ajoutée qui revient à l'entreprise et aux apporteurs de capitaux (associés et prêteurs). Il indique la ressource générée par la seule exploitation de l'entreprise indépendamment de la politique d'amortissements (dotations) et du mode de financement (charges financières).
- 7 **Résultat courant avant impôt** : il est égal au résultat d'exploitation majoré des produits financiers et minoré des charges financières + opérations en commun (bénéfice attribué) – opérations en commun (perte supportée). Il mesure la performance de l'activité économique autant que financière de l'entreprise sans intégrer les opérations exceptionnelles ou fiscales qui modifient les résultats.
- 8 **Résultat net comptable (RNC)** : il mesure les ressources nettes (après prise en compte de la dépréciation du capital) restant à l'entreprise à l'issue de l'exercice : bénéfice ou perte. Il correspond, au sens comptable, à la différence entre les produits et les charges de l'exercice.

Encadré méthodologique : le champ statistique

Secteurs

- 9 La nomenclature d'activités française (NAF) est la nomenclature statistique qui fait autorité en France pour répertorier les activités économiques, définir des champs d'enquêtes et produire des résultats sectoriels socio-économiques. Tout en étant liée aux nomenclatures européenne et internationale, afin de faciliter l'organisation des marchés et la comparabilité des analyses, la nomenclature nationale française classe avec plus de précision certains secteurs comme ceux de la création artistique (différenciation entre la création en arts plastiques et celle des arts littéraires ou de la composition musicale). En considérant le champ théorique des activités culturelles fondé sur les fonctions et domaines culturels, 29 classes d'activités statistiques françaises NAF Rév.2, 2008 ont été sélectionnées :
 - le patrimoine est structuré autour des activités de gestion des bibliothèques et des archives (91.01Z), gestion des musées (91.02Z), gestion des sites et monuments historiques et des attractions touristiques similaires (91.03Z) ;
 - le livre et la presse correspondent à l'édition de livres (58.11Z), l'édition de journaux (58.13Z), l'édition de revues et périodiques (58.14Z) et les agences de presse (63.91Z) ;
 - les arts visuels comprennent la création artistique relevant des arts plastiques (90.03A), l'« autre création artistique » (90.03B), les activités photographiques (74.20Zp) et les activités spécialisées de design (74.10Z) ;
 - l'architecture est référencée en activités d'architecture (71.11Z) ;

- le spectacle vivant se répartit dans les arts du spectacle vivant (90.01Z), les activités de soutien au spectacle vivant (90.02Z) et la gestion de salles de spectacles (90.04Z) ;
 - l'audiovisuel et le multimédia incluent la production de films et de programmes pour la télévision (59.11A), la production de films institutionnels et publicitaires (59.11B), la production de films pour le cinéma (59.11C), la postproduction de films cinématographiques, de vidéo et de programmes de télévision (59.12Z), la distribution de films cinématographiques (59.13A), l'édition et distribution vidéo (59.13B), la projection de films cinématographiques (59.14Z), l'édition de jeux électroniques (58.21Z), l'édition d'enregistrements sonores (59.20Z), l'édition et diffusion de programmes radio (60.10Z), l'édition de chaînes généralistes (60.20A) et l'édition de chaînes thématiques (60.20B) ;
 - la publicité s'estime à partir des activités des agences de publicité (73.11Zp) ;
 - enfin une activité transversale d'éducation et de formation est repérable à travers le code d'enseignement culturel (85.52Z).
- 10 La nomenclature NAF 2008 a permis à certains secteurs culturels d'être reconnus en tant que secteurs d'activités statistiques à part entière, alors qu'ils étaient dilués dans des secteurs plus vastes dans la NAF 2003. Ainsi, les classes d'activités statistiques du design (74.10Z), de l'édition de jeux électroniques (58.21Z) et d'enseignement culturel (85.52Z) ont été spécifiquement créées en 2008. De même, la gestion des musées (91.02Z), la création en arts plastiques (90.03A) et le soutien au spectacle vivant (90.02Z) ont été précisés. Ce changement de nomenclature en 2008 et ces entrées de nouvelles activités dans le champ statistique de la culture ont d'un côté élargi la visibilité et la mesure de ce champ. De l'autre, ils ont conduit à des ruptures de contours : il est donc nécessaire d'utiliser avec précaution les données sectorielles pour lesquelles des évolutions importantes peuvent apparaître.
- 11 Par ailleurs, deux activités statistiques, celles des activités photographiques et publicitaires (74.20Z et 73.11Z), ne sont que partiellement culturelles (p) car elles agrègent activités culturelles et activités techniques non culturelles : ainsi les activités photographiques comprennent non seulement des services de création (activités des photographes indépendants ou en magasin, des agences, des photothèques) ou de diffusion photographique (édition, expositions, marché de l'art) mais aussi les services de laboratoires (façonniers) et les ventes d'équipement connexe et de consommables. Ainsi les laboratoires tels Cewe Colors, Fujifilm, Photobox ou Photomaton réalisent les chiffres d'affaires les plus importants du secteur, ventilés en services photographiques et activités de commerce de détail.
- 12 Les données de ces deux activités sont néanmoins diffusées dans ce document au niveau sectoriel¹ : quantifier la part des activités spécifiquement culturelles, comme par exemple la seule création photographique dans l'ensemble du secteur de la photographie, nécessiterait de disposer de ventilation fine des produits et services.
- 13 L'exemple de la photographie permet de rendre compte de l'évolution de ce secteur qui subit d'importants changements liés à l'innovation et au numérique (tirages et albums numériques, objets personnalisés, diversification des activités des photographes).
- 14 Les activités des agences de publicité sont par ailleurs habituellement étudiées car elles sont rattachées au mode de financement des industries culturelles (audiovisuel, livres et presse) qui représentent la part la plus importante des investissements médias des annonceurs².

- 15 L'éducation culturelle est définie dans une classe d'activités nommée « enseignement culturel » et incluse ainsi dans le champ.
- 16 À l'inverse, l'artisanat d'art qui n'a pas la cohérence d'un secteur économique formel n'est pas identifié comme activité spécifique et son analyse relève plutôt des métiers et des produits (produits artisanaux versus produits manufacturés).

Source utilisée

- 17 On privilégie les sources d'enquêtes statistiques générales car elles sont garantes de données objectives, comparables et cohérentes dans le temps : on utilise ici les sources statistiques du dispositif Ésane de l'Insee, l'élaboration des statistiques annuelles d'entreprises qui couvrent les sociétés et entreprises individuelles non financières et non agricoles.
- 18 Le dispositif Ésane a la particularité de rapprocher sources administratives (fichiers fiscaux des déclarations annuelles sur les bénéficiaires et déclarations annuelles de données sociales – DADS) et résultats d'enquêtes (l'enquête sectorielle annuelle – ESA). L'enquête ESA a vocation à mettre à jour l'activité principale des unités légales et à produire des statistiques sectorielles spécifiques sur la ventilation du chiffre d'affaires, les dépenses particulières, les investissements, la clientèle et sur toute donnée non disponible par l'intermédiaire des sources administratives. Les sources administratives de leur côté permettent de compléter le champ sur les secteurs d'activités non couverts par l'enquête ESA et de limiter la charge de réponse à l'enquête des entreprises en utilisant les données déjà disponibles (fiscales et sur l'emploi et les rémunérations).

Champ marchand

- 19 Le champ Ésane comprend les sociétés juridiques considérées comme marchandes dans le répertoire REE-Sirène immatriculant les entreprises et leurs établissements.
- 20 En général, une unité est considérée comme marchande lorsque ses coûts de production sont couverts à plus de 50 % par ses ventes. Elle est considérée comme non marchande dans le cas contraire. À ce premier critère s'en ajoutent d'autres, tels la catégorie juridique et l'effectif salarié (sont exclus les associés gérants, certains établissements publics, les administrations, les entreprises sans salarié). Enfin, l'attribution du critère marchand par les comptes nationaux est prise en compte (par exemple, les associations travaillant au service des entreprises sont marchandes).
- 21 Les données 2010 illustrent les caractéristiques économiques des unités légales, ce critère juridique incluant personnes morales et personnes physiques (soit les sociétés, les entreprises individuelles, les parties d'administrations publiques et certaines associations).
- 22 Le champ s'est élargi au régime de l'auto-entrepreneur, nouvellement entré en vigueur au 1er janvier 2009. Ce statut allège les formalités de création d'entreprise et repose sur un mode de calcul et de paiement simplifié des cotisations sociales et de l'impôt sur le revenu pour les personnes physiques. L'auto-entrepreneur doit réaliser moins de 80 300 euros de chiffre d'affaires annuel pour une activité commerciale et moins de 32 100 euros pour les prestations de services et activités libérales.

- 23 Avertissement : le champ représenté ici n'étant que le seul champ marchand, certains secteurs d'activité comme ceux du patrimoine, du spectacle vivant ou de l'enseignement affichent des résultats plus faibles en termes de nombre d'unités et d'emplois par rapport au champ complet des acteurs de la culture. Ainsi, le champ total des entreprises culturelles marchandes et non marchandes (hors associations non marchandes sans salarié) est de 164 816 unités en 2010, parmi lesquelles 7 % sont des associations employeuses³. Dans l'enseignement culturel, les associations représentent 16 % des unités en 2010 ; dans la gestion des musées, bibliothèques et archives, elles représentent 50 % et plus des unités et dans les salles de spectacles, 61 %.

Indicateurs retenus

- 24 Exploiter des sources nationales administratives et des enquêtes statistiques permet de disposer de données de qualité autorisant la comparabilité. À ce premier critère de choix s'ajoute celui de la disponibilité des variables quantitatives qui diffère selon les secteurs. C'est pourquoi seules des variables économiques de base sont utilisées afin de décrire les postes principaux des caractéristiques économiques des secteurs culturels et leur part dans l'ensemble de l'économie : nombre d'unités légales, chiffre d'affaires (en tant que production vendue), effectifs en équivalent temps plein, valeur ajoutée et excédent brut d'exploitation.

NOTES

1. En 2010, 28 % des 30,7 milliards d'euros d'investissements des annonceurs ont été consacrés aux médias des industries culturelles – presse, radio, télévision, cinéma. (Source : *les Chiffres clés des annonceurs*, Union des annonceurs, 2011).

2. Voir Insee, rubrique Définitions et méthodes/Sources et méthodes/Ésane : <http://www.insee.fr/fr/methodes/default.asp?page=sources/ope-elaborationstat-an-entreprises.html>

3. Source : Insee, *Répertoire des entreprises et des établissements*, Sirène, 2010.