



En moyenne, les Français déclarent consacrer à leurs activités culturelles **64€ par mois**

Hommes : 77€  
 65 ans et plus : 75€  
 Cadres et profs. lib. : 75€  
 Région parisienne : 79€  
 Revenus du foyer > ou = à 4000€ / mois : 97€  
 Accordeur une grande importance à la culture : 75€



Ne se prononce pas

les zooms  
de l'Observatoire Cétalien

# THÈME 2 : ECONOMIE DE LA CULTURE ET DU SPECTACLE VIVANT

B. Schneider 2019/2020

# THÈME 2 : ECONOMIE DE LA CULTURE ET DU SPECTACLE VIVANT

## 2.1 : QUEL EST LE POIDS DE LA CULTURE DANS L'ÉCONOMIE ET L'EMPLOI ?

# Quel est le poids de la culture dans l'économie et l'emploi ?

- L'élève apprend :
  - -à **identifier et à illustrer la diversité des domaines des activités économiques culturelles**, qu'elles relèvent de **biens culturels reproductibles** (audiovisuel ; édition, presse ; musique enregistrée) ou non reproductibles (patrimoine ; architecture ou encore de services (spectacle vivant ; enseignement culturel) ; il distingue ce qui relève **des industries culturelles et créatives** de ce qui y fait exception.
  - à **interpréter, à partir de la lecture d'indicateurs de consommation et de production, l'évolution des dépenses culturelles dans la consommation des ménages et des activités économiques culturelles dans le PIB, et à en connaître les principaux déterminants (prix, fréquentation, dépenses publiques) ;**
  - -à partir de la lecture d'indicateurs **de consommation, de production et d'emploi, à comparer le poids, dans le PIB et dans l'emploi total, des activités économiques culturelles avec celui d'autres branches économiques.**

# Objectifs d'apprentissages

- pour la première partie :
- Pré-requis :
- ❖ Le PIB culturel ( Production marchande et non marchande) , VA. Se réappropriier le concept d'industrie culturelle en lien avec l'essor de l'audio visuel
- Objectifs d'apprentissages
- ❖ Calculer et lire un taux de variation
- ❖ Comprendre la différence entre corrélation et causalité. À l'aide d'une vidéo

<https://www.youtube.com/watch?v=aOXOpIwBCvw>

# Plan

- I° L'évolution du PIB culturel par branche et de l'emploi depuis la crise de 2008
  - A° Comment évoluent les différentes branches culturelles ?
    - ❖ 1° La baisse significative du patrimoine et du spectacle vivant
    - ❖ 2 °... mais une forte croissance pour les arts visuels , et la publicité
    - ❖ 3 ° l'audio visuel reste porté par les industries culturelles
- B° L'emploi dans les différentes branches culturelles n'est pas toujours corrélé à la VA.
  - ❖ 1° Les effectifs et parts de l'emploi dans les différentes BC
  - ❖ 2° L'audio visuel emploie peu relativement aux arts visuel, Et la presse voit ses effectifs diminuer
  - ❖ 3° L'emploi et la VA ne sont pas toujours corrélés...

# DOC 1 : La VA dans les différentes branches culturelles :

Une année 2016 marquée par les difficultés du patrimoine et du spectacle vivant

	2014-2015	2015-2016	(t)
Audiovisuel	3,8	2,5	
Spectacle vivant	0,3	-1,8	
Presse	-0,6	-4,0	
Agences de publicité	3,3	2,5	
Patrimoine	-0,3	-1,2	
Architecture	-3,1	3,1	
Arts visuels	3,7	3,9	
Livre	-0,5	0,0	
Enseignement	2,9	2,2	
<b>Ensemble culture</b>	<b>1,4</b>	<b>0,6</b>	
<b>Ensemble de l'économie</b>	<b>1,9</b>	<b>1,3</b>	

Note : données provisoires pour 2016, les taux de croissance sont calculés à partir de la valeur ajoutée en euros constants 2016.

: données provisoires pour 2016, les taux de croissance sont calculés à partir de la valeur ajoutée en euros constants 2016.

Source : Insee, comptes nationaux – base 2010/deps, Ministère de la Culture, 2018

A° Comment évoluent les différentes branches culturelles ?

1° La baisse significative du patrimoine et du spectacle vivant

- La comparaison avec les chiffres de 2008 montre que la plupart des branches culturelles n'ont pas retrouvé leur niveau d'avant la crise Une année 2016 marquée par les difficultés du patrimoine et du spectacle vivant
- **Traditionnellement peu sensibles à la conjoncture économique**, les branches spectacle vivant et du patrimoine ont connu une baisse significative en 2016 (respectivement - 1,8 % et - 1,2 % en un an, **Cette chute est probablement la conséquence des attentats de 2015** : ceux-ci ont en effet provoqué une réduction significative de l'afflux de touristes étrangers en Île-de-France, public principal des grands établissements muséaux et patrimoniaux parisiens, ainsi qu'une augmentation significative des dépenses liées à la sécurité dans les lieux recevant du public

2 °... mais une forte croissance pour les arts visuels , et la publicité

- Toutes les autres branches poursuivent la tendance observée en 2015 artistique, stabilité: **forte croissance pour l'audiovisuel, les agences de publicité, les arts visuels et l'enseignement** pour le livre et chute pour la presse. Seule l'architecture retournement de tendance (+ 3,1 %), lié, notamment, à la hausse du nombre de constructions de logement. Au total, le poids économique de l'ensemble des branches culturelles progresse de 0,6 % en une année contre 1,3 % pour l'ensemble de l'économie.

### 3 ° l'audio visuel reste porté par les industries culturelles

- **L'audiovisuel est porté par l'édition de jeux vidéo et la production télévisée.** L'audiovisuel poursuit sa forte croissance en 2016 (+ 2,5 %). La progression de cette branche est portée à parts égales par deux activités : la production télévisée d'une part, et l'édition de jeux vidéo d'autre part. La progression exceptionnelle de l'édition de jeux vidéo qui se poursuit depuis 2009 (est le résultat de l'implantation en France de grands studios de développement qui ont su tirer parti du caractère mondialisé de cette **industrie culturelle \***. Sur longue période, l'aspect cyclique de l'activité lié aux générations successives de consoles se retrouve dans la croissance de la valeur ajoutée, qui connaît en général une accélération quelques années après la sortie d'une nouvelle génération.
- Signe que l'adaptation de son modèle économique au numérique porte ses fruits, l'édition de musique retrouve la croissance en 2016

Le jeu vidéo au sommet de l'industrie culturelle !

[https://www.youtube.com/watch?v=xbFd\\_AsZ8Wg](https://www.youtube.com/watch?v=xbFd_AsZ8Wg)



## B° L'emploi dans les différentes branches culturelles n'est pas toujours corrélé à la VA.

DOC les effectifs et la part de l'emploi dans es différentes branches culturelles en 2015

	Effectifs	Part dans l'ensemble des secteurs culturels (en %)	
		en 2015	en 2009
Arts visuels	102 171	16	13
Audiovisuel	95 195	15	15
Spectacle vivant	90 228	14	16
Agences de publicité	75 492	12	12
Presse	71 837	12	15
Architecture	67 826	11	11
Patrimoine	51 829	8	7
Livre	39 679	6	9
Enseignement	29 318	5	2
<b>Ensemble des secteurs culturels</b>	<b>623 574</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>Ensemble de la population active occupée</b>	<b>26 467 994</b>		

Note : les activités sont codées selon la nomenclature d'activités française (naf) 2008.  
Champ : France hors Mayotte, population des ménages, personnes en emploi de 15 ans ou plus.

- 1° Les effectifs et parts de l'emploi dans les différentes BC
- 2° L'audio visuel emploie peu relativement aux arts visuel, Et la presse voit ses effectifs diminuer

- En lien avec le développement des métiers de graphistes, de décorateurs, de styliste l es effectifs du secteur des arts visuels progressent fortement depuis 2009 (+ 27 %) pour s'établir à 102 000 personnes. Autre secteur plus dynamique que la tendance générale en termes d'emploi, le patrimoine fournit 51 800 emplois en 2016. **Dans les autres secteurs, spectacle vivant, audiovisuel et multimédia, les effectifs restent relativement stables.**
- Les conditions d'emploi distinguent nettement les secteurs culturels du reste de l'économie : **un tiers des actifs y sont indépendants contre seulement 12 % dans la population active. La part des non-salariés dans les effectifs d'emplois est passée de 27 % à 31 % depuis 2009, portée notamment par le statut d'auto-entrepreneur, relayé**

# Comparaison de la part de l'emploi et de la VA dans les différentes BC

## Part de l'emploi en %

en 2015

Arts visuels	16
Audiovisuel	15
Spectacle vivant	14
Agences de publicité	12
Presse	12
Architecture	11
Patrimoine	8
Livre	6
Enseignement	5
<b>Ensemble des secteurs culturels</b>	<b>100</b>
Ensemble de la population active occupée	

## Part dans l'ensemble des branches culturelles (%)

	1995	2015	2016 <i>p</i>
Audiovisuel	24,9	28,6	29,1
Spectacle vivant	11,7	15,7	15,4
Presse	21,5	12,4	11,9
Agences de publicité	11,0	11,2	11,4
Patrimoine	4,8	9,2	9,1
Architecture	5,8	7,5	7,4
Livre	6,4	5,6	5,5
Arts visuels	8,4	5,6	5,5
Enseignement	5,4	4,6	4,6
<b>Ensemble culture</b>	<b>100 0</b>	<b>100 0</b>	<b>100 0</b>

B° L'emploi dans les différentes branches culturelles n'est pas toujours corrélé à la VA.

- En 2015, les secteurs culturels emploient 620 000 personnes, soit 2,4 % de la population active. La part de l'audiovisuel dans l'emploi n'est pas corrélée à son poids dans la valeur ajoutée : elle est bien moindre et ne représente que 15 % de l'emploi des **secteurs culturels**. Au contraire, les arts visuels, qui ne représentent que 5,5 % des branches culturelles en valeur ajoutée, concentrent 16 % des actifs travaillant dans un secteur culturel.
- Le secteur de la presse, en crise structurelle depuis 2009, affiche une baisse significative des effectifs d'emplois depuis cette même année 2009 (- 28 %). La presse ne représente plus que 12 % de l'emploi culturel total, contre 15 % six ans plus tôt.

# Objectifs d'apprentissage

## □ pré-requis

- Comprendre la notion de **coefficient budgétaire** pour mesurer les **dépenses culturelles** ( vidéo le budget des ménages )
- Comprendre la notion d'**inflation** (hausse de l'indice des prix) et de **prix déflaté** .
- *Savoir faire : Lecture d'un indice des prix*
- Comprendre l'évolution structurelle des postes budgétaires en lien avec les **prix relatifs**
- Appréhender la notion d'**élasticité prix et revenu** sans en faire les calculs mais en maîtrisant leur signification élasticité positive ou négative.
- Retrouvez les déterminants des dépenses culturelles en lien avec ceux des pratiques culturelles

# Plan

- **II l'évolution des dépenses culturelles dans la consommation des ménages et ses déterminants**  
Pré-requis : Définition des dépenses culturelles nomenclature / La mesure poste budgétaire coefficient budgétaire

# Introduction

- En 2007, les dépenses de consommation des ménages en France (métropole et départements d'outre-mer) dans **le domaine des biens et services culturels et des télécommunications ont représenté 6,8% de la consommation totale des ménages**, soit 1 047 milliards d'euros tous postes confondus ou 38 300 euros par ménage<sup>1</sup>. Depuis 1960, la structure des différents postes de consommation des ménages a fortement évolué : tandis que les dépenses liées à l'alimentation, l'alcool, le tabac et l'habillement sont celles dont la
- part a le plus diminué, à l'inverse, les transports, le logement, les **communications et les loisirs ont augmenté plus vite que la moyenne, mais à des rythmes différents pour chacun de ces postes**<sup>2</sup>.

# Lexique

- **Les coefficients budgétaires**
  - se définissent comme la part de consommation en valeur relative à un bien ou un service particulier dans la consommation totale.
  - L'Insee réalise également l'enquête *Budget des familles auprès des ménages*, destinée à mesurer leur consommation. Cette enquête, renouvelée tous les cinq ans environ, est plus apte à mettre en évidence les disparités internes aux populations enquêtées (disparités socioprofessionnelles, démographiques ou géographiques).
- **Les prix déflatés** ont été corrigés des effets de l'inflation
- **Inflation** : désigne une augmentation durable, générale, et auto-entretenu des prix des biens et des services. L'**inflation** est aussi caractérisée par l'accroissement de la circulation de la monnaie (masse monétaire).
- **Prix relatif**
  - Rapport entre le prix d'une marchandise et le prix d'une autre marchandise.  
On peut ainsi exprimer par exemple le prix d'une pizza (10 €) par rapport au prix d'une salade (2 €).  
 $10 \text{ €} / 2 \text{ €} = 5$   
**Une pizza vaut donc 5 salades.**
  - Les **prix courants** sont les prix tels qu'ils sont indiqués à une période donnée, ils sont dits en valeur nominale. Les **prix constants** sont les prix en valeur réelle c'est-à-dire corrigés de la variation des prix par rapport à une donnée de base ou de référence

[pré-requis : https://www.youtube.com/watch?v=JMXhGIUNAiM](https://www.youtube.com/watch?v=JMXhGIUNAiM)

www.esprod.fr

# Le budget des ménages



représente l'ensemble des  
dépenses des ménages



Le budget des ménages, mesuré par les coefficients budgétaires. (ECONOMIE)

# Pré-requis : Nomenclature des dépenses culturelles

## Postes de la nomenclature des dépenses de consommation des ménages retenus pour décrire la consommation en biens et services culturels et télécommunications

### *Biens et services culturels hors matériels*

- Livres
- Journaux
- Revues et périodiques
- Disques
- Vidéos
- Logiciels, y compris jeux vidéo
- Téléchargement
- Redevance radio
- Redevance et abonnements TV
- Cinéma
- Spectacles (activités marchandes)

### *Matériels*

- Postes de radio
- Téléviseurs
- Lecteurs et/ou enregistreurs du son et de l'image, y compris appareils photo numériques et caméscopes
- Appareils photo argentiques et instruments d'optique
- Ordinateurs et équipements associés
- Instruments de musique

### *Biens et services liés à ces matériels*

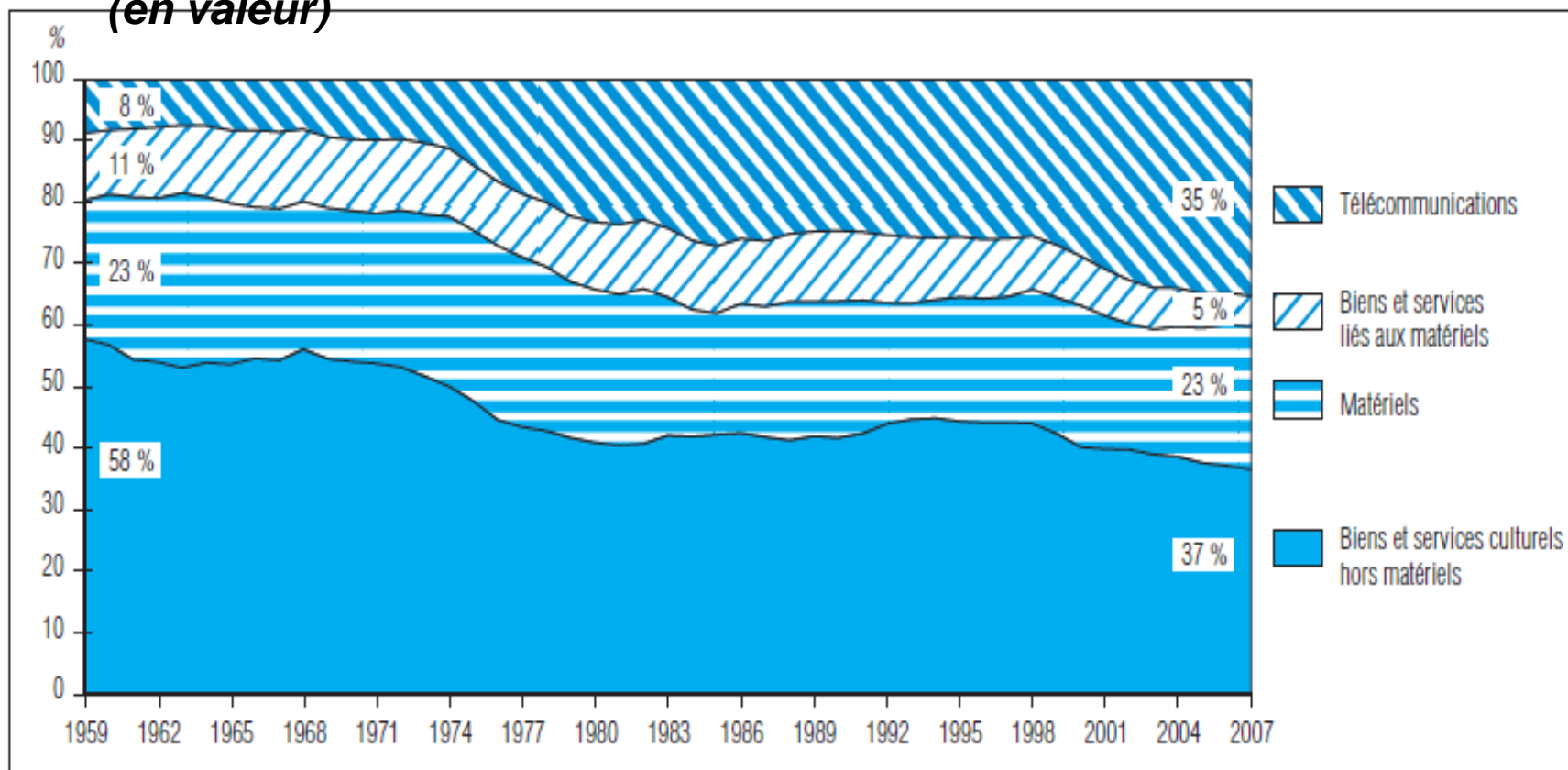
- Pellicules, papier photo
- Supports vierges audio, vidéo, informatique
- Réparation de matériel électronique grand public
- Entretien et réparation de machines de bureau et de matériel informatique
- Activités photographiques

### *Télécommunications*

- Ce poste comprend les abonnements téléphoniques et à l'internet

# A° La consommation culturelle se modifie depuis 50 ans

Graphique 1 - Évolution des parts relatives des quatre grands postes de dépenses des ménages en biens et services culturels et télécommunications cours des cinquante dernières *années* (en valeur)



## Activité : Rédigez un paragraphe argumenté qui répondent à la question

Comment la consommation culturelle des ménages en France a changé de structure ? ( le poids relatif en %)

- En cinquante ans, les poids relatifs des quatre types de dépenses ont beaucoup évolué, opérant un renversement entre la part des dépenses en biens et services culturels **De 58% en 1959, cette dernière est passée à 37% en 2007**, tandis que le développement des dépenses de télécommunications dont le **poids relatif est passé de 8 % à 35%** explique l'essentiel de ce changement, alors la part des matériels est stable (23% en 1959 comme en 2007) et que celle des biens et services.
- On notera d'ailleurs que le **taux d'équipement des ménages était de 13% en 1960 pour les téléviseurs et de moins de 10% en 1963 pour le téléphone**. Le taux de 90% a été atteint en 1981 pour les téléviseurs puis en 1983 pour le téléphone. Le développement de l'équipement des ménages en microordinateur ne commence que vers la fin des années 1990,

# Pause méthodologique

## l'élasticité prix et revenu

Découverte de la notion d'élasticité à travers une fiche activité et deux vidéos ...



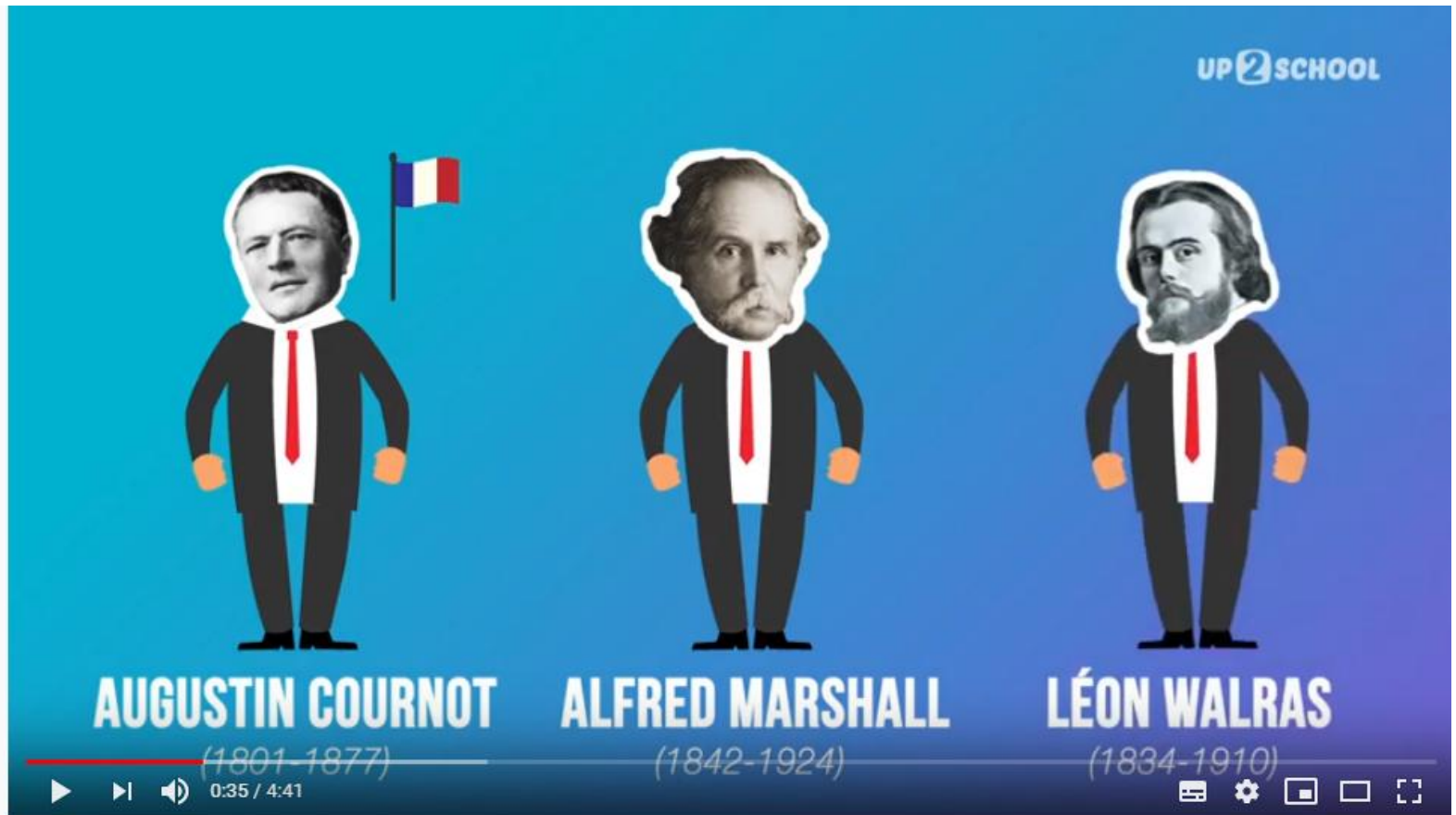
<https://www.youtube.com/watch?v=bJYMgHtrEZY>



La notion d'élasticité

<https://www.youtube.com/watch?v=Pfr1jpKZJr>

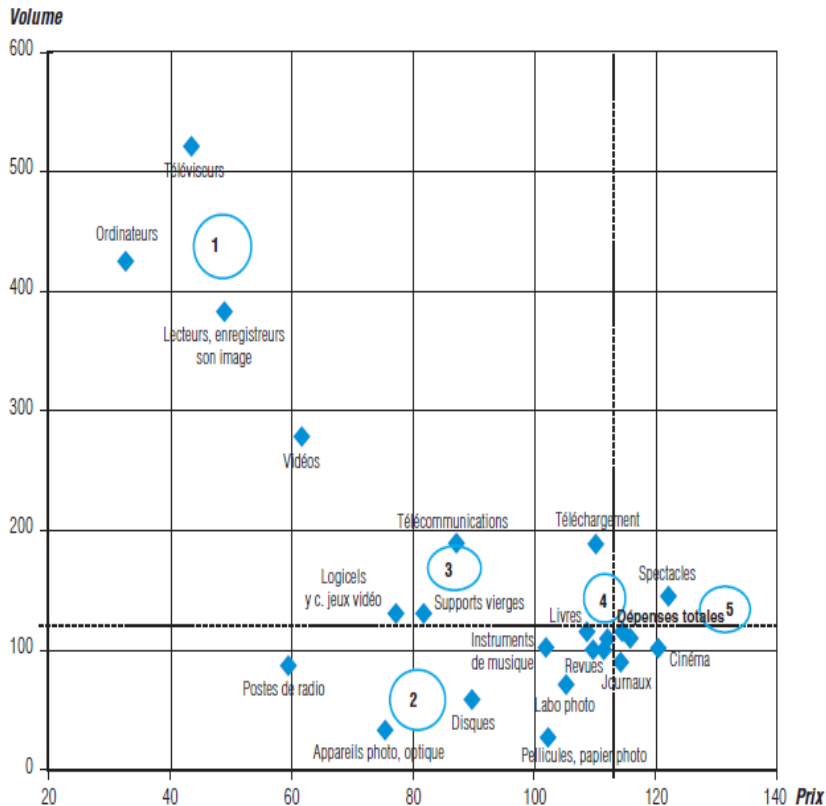
I



L'élasticité-prix de la demande



# Lecture du graphique



- Les biens et services, situés au-dessus de la ligne horizontale ont connu une évolution en volume supérieure à l'évolution moyenne des dépenses totales de consommation des ménages.
- Les biens et services situés à droite de la ligne verticale ont connu une augmentation des prix supérieure à l'augmentation moyenne du prix des dépenses totales de consommation des ménages.

# Des disparités dans les évolutions en prix et volume depuis 2000

- Les tendances de consommation des ménages peuvent s'expliquer pour une large part en fonction de l'évolution des prix et des volumes. Peu de biens et services liés à la culture connaissent une évolution des prix supérieure à celle des dépenses totales des ménages : seuls les prix des spectacles marchands et du cinéma dépassent régulièrement celle ci.
- Autrement dit, pour un ménage dont les revenus évoluent suivant l'indice des prix, la consommation en spectacles marchands et cinéma coûte de plus en plus cher, tandis que les autres biens et services culturels enregistrent une croissance des prix inférieure ou équivalente à celle des prix, en particulier
- les biens et services liés aux matériels, et les télécommunications .

**1. Matériels de premier équipement  
ou de renouvellement :  
une baisse des prix corrélée  
à une augmentation en volume  
des produits consommés**

- Les biens et services culturels dont les dépenses en volume ont le plus augmenté depuis 2000 sont les téléviseurs, ordinateurs, lecteurs enregistreurs
- audio et vidéo dont les appareils photo numériques (graphique 2, zone 1). Les prix de ces appareils ont parallèlement fortement diminué au cours de cette même période. Un double mouvement qui s'explique par les constantes évolutions technologiques de ces appareils qui induisent des dépenses de renouvellement ou de premier équipement. Le marché des téléviseurs est un exemple du
- renouvellement d'équipement, avec le remplacement progressif des appareils cathodiques par des écrans plats. Depuis 2000, la dépense en téléviseurs des ménages, de 2,1 milliards d'euros, a plus que doublé en valeur, passant à 4,7 milliards d'euros

- *la part du budget total consacrée aux dépenses culturelles est en hausse au cours des années 1990. Cette évolution cache des évolutions divergentes des différents types de dépenses : dépenses d'équipement en appareils supports, dont le prix relatif a fortement baissé, autres biens (livres, disques, cassettes vidéo, cédéroms...) et prestations de services (du cinéma aux abonnements audiovisuels et aux cours de formation artistique).*
- *Ces dépenses culturelles sont gouvernées par les mêmes déterminations sociales que les pratiques culturelles correspondantes (cycle de vie, composition du ménage, niveau de diplôme, lieu de résidence...). On voit apparaître certaines évolutions significative et l'on prend la mesure de l'importance de l'effet du revenu*

# Une progression continue des dépenses de communication (internet , téléphonie=la révolution numérique

- Une progression continue des dépenses de communication La consommation de services, qui représentait 30 % des dépenses annuelles des ménages français en 1960, dépasse 50 % depuis le milieu des années 2000, et le budget communication des ménages a nettement progressé depuis 2000. Le progrès technique a engendré des innovations importantes (téléphonie personnelle, internet à domicile) et favorisé de nouveaux modes de vie et de sociabilité. Une part importante de ces dépenses en communication étant pré-engagée sous forme d'abonnements et donc quasi contrainte, elles font peser une pression supplémentaire sur le budget des ménages, en particulier les plus modestes. Malgré cette forte progression visible et ressentie, le poids du poste communication reste naturellement très faible comparé à celui du logement.