



en treprendre dans la culture

2017
EN PACA

• 6 et 7
novembre
• Aix-en-Provence

**Une économie culturelle certaine en région Provence-Alpes-Côte d'Azur
=> Une certaine économie**

Vivier socio-économique, touristique : vivier culturel

Le panorama culturel de Paca se caractérise par des activités et des propositions artistiques nombreuses et diversifiées ; de l'artiste professionnel confirmé au projet émergent, de la major company à l'association de quartier, de l'unité commerciale à la structure sociale de proximité.

Le poids du secteur culturel est particulièrement élevé au regard des autres régions, et ce, quel que soit l'indice comparatif observé. Ce développement culturel est lié au profil touristique et à l'économie tertiaire du territoire caractérisé par un niveau de vie élevé, avec la présence importante d'étudiants et de touristes¹.

Le tourisme est un secteur économique stratégique fort pour notre région, avec 18 milliards de consommation touristique annuelle (dépenses des touristes), dont 2 milliards pour les activités de services sportifs et culturels.

L'ensemble des activités culturelles sur le territoire régional génère 1 844 millions d'euros, soit 2,2% de la richesse régionale (valeur ajoutée des entreprises au prorata des masses salariales), et emploie environ 50 000 personnes par an. Elle est au cinquième rang des anciennes régions pour la part de la valeur ajoutée créée dans la culture (source Insee, FEE 2012).

En terme d'aménagement du territoire, la région se caractérise par des concentrations d'activités et d'équipements sur le littoral et les zones urbaines. Il existe toutefois un premier niveau d'accès à la culture dans tous les territoires de la région, avec notamment les équipements de proximité que sont les points lecture (sur les 963 communes de Paca, 658 en sont équipées), et les actions portées par les collectivités territoriales (de l'animation à la valorisation patrimoniale des édifices religieux, sites et monuments).

Il est ainsi recensé en moyenne 5 équipements culturels pour 10 000 habitants (monuments historiques, lieux de lecture publique, cinémas, musées de France et conservatoires), la région abritant pas moins de 2 300 monuments historiques classés et inscrits.

Des vecteurs forts de la richesse culturelle régionale

Un patrimoine naturel, antique et muséographique

La région Paca déploie une attractivité qui en fait l'une des premières destinations touristiques mondiales (30 millions de touristes accueillis chaque année) avec :

- un patrimoine naturel remarquable (site Sainte-Victoire, Parc naturel régional du Luberon)
- un patrimoine antique riche dont 5 sites classés au patrimoine mondial de l'Unesco (Théâtre d'Orange, Fortifications de Vauban à Briançon)
- un réseau de 123 musées labellisés

¹ Consulter le rapport conjoint des ministères de l'Économie et de la Culture sur le poids des activités culturelles en France et la corrélation positive avec le développement socio-économique des territoires.

"L'apport de la culture à l'économie en France" décembre 2013



Une terre de festivals avec plus de 1 800 manifestations par an (pour 20 000 événements culturels)

Les nombreux festivals de Paca participent de cette capacité d'attraction touristique qui en fait l'une des premières destinations touristiques mondiales avec 30 millions de touristes accueillis chaque année. Ils sont ainsi intégrés dans l'offre locale proposée par les services touristiques, que ce soit pour le tourisme d'agrément ou le tourisme d'affaire.

Les 20 plus importants festivals de la région totalisent une fréquentation de **2 millions de festivaliers chaque année** : Festival d'Avignon, Festival de Martigues – danses, musiques et voix du monde, Festival d'art lyrique d'Aix-en-Provence, Festival de piano de la Roque-d'Anthéron, les Suds à Arles, Jazz à Juan, La Fiesta des Suds, Marsatac, Nice Jazz festival, Les Chorégies d'Orange, Festival de Marseille...

Une capacité de forte mobilisation et un ancrage territorial : de MP2013 à MP2018

Investissements en équipements d'envergure sur un large territoire

L'année 2013 capitale européenne de la culture a enclenché des investissements exceptionnels pour renforcer l'image culturelle et la fréquentation touristique pour les années à venir ; des **investissements hôteliers** (270 millions), des **investissements d'aménagement urbain** (130 millions) et des **investissements en équipements culturels** (665 millions).

849 millions d'euros avec **une soixantaine de chantiers et projets architecturaux** d'équipements culturels, dont l'emblématique **Mucem** (et la rénovation du Fort Saint-Jean), classé parmi les 20 musées les plus visités en Europe et qui a accueilli plus de 1,4 millions de visites en 2016, dont 545.000 ont visité une ou plusieurs expositions.

Selon l'étude, réalisée par le musée et la CCI, cette fréquentation représente 129 millions d'euros de retombées économiques et 814 emplois dans le département des Bouches-du-Rhône.

Sur Marseille, les chantiers les plus emblématiques ont été : le Silo, la Cité des arts de la rue, le Klap, l'Abbaye Saint-Victor, le FRAC, Pavillon M...

Hors Marseille, 270 millions ont été consacrés à des chantiers de rénovation ou d'extension d'équipements existants : musée Granet, Conservatoire et Fondation Vasarely, Camp des Milles à Aix-en-Provence, Anciens ateliers de la SNCF en Arles.

Financement d'un large programme artistique et culturel

Un budget de 62 millions d'euros de dépenses directes a été consacré à la création et la mise en œuvre d'un programme artistique et culturel de 400 événements dont 60 expositions dans de nombreux lieux nouveaux ou spécialement rénovés pour l'occasion.

L'impact économique s'élève à près de 500 millions, dont les 62 millions de dépenses directes de l'association MP2013 et ses coproducteurs, et 430 millions de chiffre d'affaires en plus pour le secteur tourisme. Le bilan touristique recense 11 millions de visites dans les événements labellisés (1,7 millions pour les grands événements, 5,8 millions pour les expositions et 2,4 millions pour les autres manifestations), 8% de nuitées hôtelières supplémentaires et une hausse de 21% de la clientèle étrangère.

https://www.ccimp.com/sites/default/files/rapport_final_mp2013_vfr.pdf

Même si elle ne prétend pas à la même hauteur d'investissement que MP2013, l'organisation d'une nouvelle année culturelle durant 2018, illustre à nouveau les capacités de partenariat entre opérateurs culturels, institutions publiques et soutien d'acteurs économiques (CCIMP, Mécènes du sud, le Club Top 20).



Plus de 50 000 unités statistiques (établissements actifs administrativement) **exercent leur activité principale dans le secteur culturel** en région en 2017 (base SIRENE de l'Insee mise à disposition depuis janvier 2017). Elles représentent 5,2% de l'ensemble des unités tous secteurs d'activités confondus, et sont concentrés à 40% dans le département des **Bouches-du-Rhône**.

De nombreuses activités culturelles sont sous **statut d'entrepreneur individuel** : 32 604 entrepreneurs recensés qui pèsent 62% des unités économiques culturelles. Le tiers restant se répartit entre 21% de groupements de droit privé (des associations principalement) et 15% de sociétés commerciales (8 085 établissements). Source Sirene® base de données, janvier 2017

Le **statut juridique** est en fait lié à l'activité exercée et deux profils se distinguent :

- D'un côté, les secteurs à vocation plutôt marchande que sont les arts visuels, l'architecture, l'édition (livre et presse), la publicité et le commerce de détail, pour lesquels les établissements sont sous statut d'entrepreneur individuel ou de société commerciale.
- De l'autre côté, les secteurs culturels davantage axés sur la diffusion culturelle que sont le spectacle vivant, la conservation du patrimoine, et l'enseignement artistique amateur qui concentrent des établissements sous statut d'association ou entrant dans le champ du domaine public.

=> Évolution du cadre éco-juridique dans la statistique publique

En statistique publique, depuis le décret de 2008 de mise en application de la loi de modernisation de l'économie, l'entreprise est définie selon des critères économiques et non plus, seulement, juridiques.

La nouvelle nomenclature comprend 4 catégories de taille basées sur les critères des effectifs et du chiffre d'affaires :

- Micro-entreprises
- PME petites et moyennes entreprises
- ETI entreprises de taille intermédiaire
- GE grandes entreprises

Cette nouvelle définition économique de l'entreprise change énormément le regard des observateurs et donc les chiffres présentés habituellement. Nous passons d'un dénombrement d'unités légales à partir du numéro SIREN à celui d'unités économiques statistiques. L'Insee explore ainsi une nouvelle méthodologie d'observation (profilage des entreprises) et travaille sur un panel de grands groupes avec leurs unités au niveau de la région.

<https://www.insee.fr/fr/metadonnees/definition/c1665>

Pour la région Paca, il en ressort une autre vision du tissu économique, avec un dénombrement moins important d'unités, un poids plus important du secteur industrie (qui comporte de nombreuses unités support avec des services/ ce que l'on appelle la tertiarisation de l'industrie), une certaine dépendance à l'égard de groupes ayant leur siège dans une autre région souvent à Paris (exemple de Bouygues) ou à l'étranger (exemple de Airbus helicopters), les PME perdent de leur importance en tant qu'employeurs de salariés au profit des grands groupes...

<https://www.insee.fr/fr/statistiques/1379705>

Ce constat ne concerne pas que les grands groupes, en effet, l'organisation en groupe est prépondérante même pour les petites unités. Ainsi, à partir de 20 salariés, une majorité d'unités légales appartiennent à un groupe.

<https://www.google.fr/PME>

En Paca, **entre 42 et 46% des emplois sont dépendants de centres de décision extérieurs**. A l'inverse, la région peut se targuer de l'implantation de sièges de grand groupes employeurs (CMA-CGM, Airbus helicopters, Onet Services, Canavese, SNEF...).



=> Du micro-entrepreneur à la major compagnie*

Définition Larousse « Major compagnie » : entreprise faisant partie du groupe des plus puissantes sociétés de son secteur.

Parmi les entrepreneurs individuels du secteur culturel, un nombre important (10 110) a choisi le **régime fiscal de micro-entrepreneurs (ex auto-entrepreneur)**. Ils représentent 9% des micro-entrepreneurs recensés en 2015 en région (112 300).

8 683 ont réalisé un chiffre d'affaires positif (85%), représentant un cumul de 66,9 millions d'euros, et une moyenne de 7 706€ par entreprise sur l'année.

Au regard de l'ensemble des micro-entrepreneurs en région, le secteur culturel génère 7,4% du chiffre d'affaires global annuel, soit une moyenne de près de 2 000€ par entreprise. Les entrepreneurs réellement utilisateurs du dispositif et générant un chiffre d'affaires non nul continuent de progresser (+3,5% en un an).

Parmi les micro-entrepreneurs immatriculés, 6,6% déclarent être également salariés intérimaires ou intermittents.

Parmi les micro-entrepreneurs immatriculés ayant démarré une activité dans le secteur "Arts, spectacles et activités créatives", 41 % l'ont fait au titre d'une activité principale (59% au titre d'une activité complémentaire).

Source Insee, enquête Auto-entrepreneurs 2015

Depuis une vingtaine d'années la région voit apparaître des **entrepreneurs « mastodontes »**.

La centaine de grosses entreprises culturelles, en terme de chiffre d'affaires (plus de 200 millions d'euros annuels), repérées dans le fichier Sirene de l'Insee, dépendent de groupes extérieurs. Elles se concentrent sur 5 secteurs d'activités :

- Spectacle vivant : Les bureaux de Corynthe de France Billet, Elio Entreprises
- Edition écrite : Agence France presse, Groupe Altice Media
- Audiovisuel : UGC, Radio France, M6, France 3 Méditerranée
- Agences de publicité : Adrexo, Mediapost, Clear Channel, British American Tobacco, Philipp Morris
- Activités de commerce : Lagardere travel, France loisirs, Cultura/So cultur, Office depot BS, Relay France

Dans le secteur musical, touchés par l'effondrement des ventes de supports physiques, **les majors du disque** se repositionnent dans le secteur de la production et de la diffusion, cherchant à contrôler l'ensemble de la filière, de la production à la gestion de salle en passant par la billetterie. La diffusion scénique devient un enjeu d'importance, ainsi que la gestion globale des carrières d'artistes.

Dans la gestion d'équipements

Exemple en région Paca avec la société parisienne S-PASS, exploitant le Silo à Marseille (jusqu'à 2 200 spectateurs), le Palais Nikaïa à Nice (de 500 à 9 000 spectateurs), le Zénith Oméga à Toulon (de 500 à 8 500 spectateurs), et dernièrement La Chaudronnerie à La Ciotat (100 et 500 places).

Cette société gère 70 équipements sur le territoire national dont 14 salles dédiées au spectacle et 17 équipements polyvalents / 3 000 événements culturels, sportifs et de loisirs / 12,5 millions de spectateurs et usagers / 64 millions de chiffre d'affaires / 56 filiales et 1 100 collaborateurs.

Autre exemple récent, le groupe parisien Lagardère qui vient de remporter la DSP – délégation de service public pour 7 ans de la nouvelle Arena du Pays d'Aix, un espace modulable sportif et culturel pouvant accueillir jusqu'à 8 500 places en configuration concert. Cette opération a représenté un investissement de 68 millions d'euros.

Dans la gestion de festivals

Un mouvement de concentration verticale et horizontale s'observe également dans la gestion des festivals. L'intérêt est croissant en terme de marges bénéficiaires et de manne publicitaire pour les groupes français comme Fimalac, Vivendi, La Fnac et Lagardère, comme pour les groupes étrangers tels que Live Nation et AEG (deux multinationales américaines).

Exemple en région avec Live Nation qui s'impose depuis 2007 dans la production de concerts, et qui vient de signer un partenariat avec Marsatac pour l'édition 2017 qui s'est déroulée au Parc Chanot.

De nombreux festivals gérés par des associations se retrouvent alors en difficulté pour accéder aux artistes inscrits dans les catalogues de ces grands groupes.

Cette concentration soulève des interrogations sur l'indépendance artistique et l'objectif de démocratisation culturelle.

Dans le secteur de l'édition de livres, un mouvement similaire de concentration s'observe. 250 structures éditoriales à compte d'éditeur sont recensées en région. Seulement 180 maisons ont une activité régulière pour un chiffre d'affaires estimé à 100 millions d'euros. 5 de ces éditeurs apparaissent dans le classement des 200 premiers éditeurs français et réalisent 80% du chiffre d'affaires de l'édition régionale : Actes Sud, Philippe Picquier, Soleil/Delcourt, Le Souffle d'or et Equinoxe.

On peut noter le rachat en 2011 des éditions Soleil (Toulon), par l'éditeur parisien Delcourt qui devient ainsi le premier groupe de BD indépendant. En 2016, le groupe présente un chiffre d'affaires de 35 millions et un résultat net de 4,4 millions (55 personnes).

Au niveau national, Hachette Livre domine toujours largement le classement avec 2,2 milliards d'euros de chiffre d'affaires en France et à l'étranger, devant les groupes Editis, Madrigall, Lefebvre Sarrut et Média Participations. Actes Sud crée la surprise en intégrant pour la première fois le top 10 grâce à ses multiples succès de 2015 qui ont provoqué un bond de 19,5% de son activité.



=> A l'ère du numérique et de la digitalisation

En parallèle des majors companies, le secteur culturel connaît une croissance importante **dans la création de startups², en lien avec la montée en puissance du numérique (ou digitalisation) et son interpénétration³ dans tous les secteurs culturels**. Si le terme numérique renvoie plutôt à la technologie, le digital touche aux pratiques des utilisateurs.

Une étude récente, portée par Capgemini Consulting et eCap Partner sur l'activité des startups françaises, révèle que le secteur « industrie du culturel, image et média » a cumulé 102,5 millions d'euros pour 38 levées de fonds. Ce qui positionne le secteur dans le top 5 des secteurs en 2015. Depuis 7 ans, tous secteurs confondus, le montant des levées de fonds effectuées par les startups s'élève à 2,2 milliards d'euros.
www.barometre-startups.org

En région Paca, la reconnaissance de ce développement d'Internet et de numérisation s'illustre notamment au travers des soutiens de la politique nationale du **label French Tech** avec quatre territoires : Toulon Ruche Digitale, Aix-Marseille French Tech, French Tech Côte d'Azur à Nice, Avignon Delta Numérique pour la Culture), et de la politique de la Région Paca déployée par son **schéma régional de développement économique d'innovation et d'internationalisation** (SRDEII) et son dispositif déployé par l'**Agence régionale pour l'innovation et l'internationalisation des entreprises** (ARII).

Certaines opérations engendrent des résultats visibles du régional à l'international : la présence des startups dans **les grands salons internationaux** (comme le CES de Las Vegas, où les start-ups françaises arrivent en seconde position après les USA), la tenue de **rendez-vous en région**, tel que le salon du Midem qui réunit à Cannes les professionnels de la musique, ou le salon du e-tourisme voyage en multimédia. Sans oublier l'accompagnement développé par **le pôle PRIMI**, le cluster des industries créatives et de la création numérique, et **les incubateurs d'entreprises ou accélérateurs de startups qu'ils soient publics ou privés**.

Exemples de Marseille Innovation avec la pépinière Pôle Média de la Belle de Mai dédiée aux start-ups des secteurs multimédia et contenus numériques, ou de CréaCannes dédié à l'accueil d'entreprises relevant notamment de l'économie créative et de l'imagerie (audiovisuel, cinéma, photographie, jeux vidéos...).

Exemple de l'accélérateur Jaguar network à Marseille (qui mettra à disposition des moyens techniques haut de gamme (fibre optique, débit, stockage), de l'ouverture de The Camp (grand campus à l'américaine dédié à la ville de demain : pôles de formation, d'expérimentation et d'accélération), et du campus de Voyage Privé à Aix dédié au e-tourisme.

La filière du numérique en région Paca représente **64 500 actifs en emploi** dans divers métiers (cœur de métier et périphériques), soit 3,4% des emplois en région en 2012. 53 % ont un diplôme de niveau bac + 3 et plus (19 % tous métiers confondus). Les emplois sont composés à 94 % de contrats sans limite de durée (73 % tous métiers confondus).

Dans le domaine « Communication, information, art et spectacle » sont recensés, en indépendants ou salariés, 1 992 assistants de la publicité et des relations publiques et 6 379 concepteurs et assistants techniques des arts graphiques, de la mode et de la décoration.

Près de 23 300 personnes sont formées dans les formations du numérique (cœur de métier et périphériques), dont plus de 9 600 en dernière année en 2013, soit 7 % des formés de la région. 280 formations sont recensées, soit 15 % des formations de la région. • Source ORM Paca

Exemples du poids croissant du numérique dans les filières culturelles

Dans l'industrie musicale, le numérique supplante le physique, participant à la croissance des revenus qui ont atteint en 2015 les 15 milliards de dollars dans le monde, soit une croissance de 3,2 % (selon les chiffres de l'Ifpi Fédération internationale de l'industrie phonographique⁴). Les ventes en ligne se sont établies à 6,7 milliards de dollars (+ 10,2 %) soit 45 % du chiffre d'affaires total du secteur, quand les ventes physiques continuent de chuter, mais à un rythme moindre (-4,5 % en 2015 contre - 8,5 % en 2014 et - 10,6 % en 2013). Le numérique est désormais la première source de revenus dans 19 pays à travers le monde.

² L'IRMA vient de publier sa deuxième édition de l'enquête Startups de la musique, un panorama de ces entreprises innovantes : activités, financement, emploi, profil des fondateurs. En complément de cette enquête, un annuaire de ces 250 startups de la musique est également disponible.

<http://www.irmawork.com/enquete-startups>

<http://www.snepmusique.com/actualites-du-snep/enquete-irma-startups-de-la-musique-2016/>

³ Interpénétration : action ou fait de se pénétrer l'un l'autre, de tendre à se confondre partiellement.

⁴ <http://www.ifpi.org/global-statistics.php>



Cette croissance des revenus numériques est portée par le **streaming**, avec les offres comme celles de Deezer, Spotify, Apple Music ou Google Play Music. En l'espace de cinq ans, les revenus de ce segment ont été multipliés par quatre. Le streaming a généré 2,9 milliards de dollars en 2015 et pourrait bientôt dépasser le téléchargement (type iTunes) comme première source de revenus numériques.

Dans le secteur du cinéma, une étude sur les nouveaux marchés de la vidéo à la demande VOD et de la vidéo à la demande par abonnement SVOD a analysé **le potentiel économique des films français et européens sur ces nouvelles plateformes de diffusion numérique**. En 2020, le marché potentiel pour les films français pourrait atteindre les 75 millions d'euros selon le scénario le plus optimiste. Le marché mondial lui est estimé à 20 milliards d'euros. Si les services de vidéos numériques sont en croissance, ils ne compensent pas encore la perte des dépenses de la vidéo physique.

http://medias.unifrance.org/medias/20/44/142356/piece_jointe/unifrance-films-devoile-un-rapport-sur-les-marches-numeriques-pour-les-films-francais-et-europeens.pdf

=> L'emploi culturel

Les sources de données sont diverses et permettent difficilement une vue d'ensemble efficiente. Synthétiquement, le secteur culturel génère de nombreux et divers emplois :

- plus de 50 000 emplois sont recensés
 - des professions culturelles et artistiques : artiste, architecte, technicien du spectacle, journaliste, professeurs d'art... qui peuvent être exercées dans des entreprises culturelles ou non. Exemple d'un designer dans le secteur automobile ou d'une bibliothécaire au sein d'une mairie.
 - des professions 'non culturelles' dans les métiers administratifs ou techniques transverses à tous les secteurs de l'économie.
- il représente 6% de l'emploi culturel au niveau national
- il représente 3% de l'emploi total en région
- 13 000 emplois non salariés (indépendants et micro-entrepreneurs)
- 40 000 emplois salariés.

Le **salariat** est important dans certains secteurs culturels, notamment le spectacle vivant et l'audiovisuel.

Rappelons que le **régime de l'intermittence** relève bien du salariat même si la pluriactivité et les relations contractuelles discontinues avec de multiples employeurs pourraient être assimilées à une activité indépendante.

Les actifs sous contrat CDI ou titulaires de la fonction publique représentent 71% des salariés. Les actifs relevant d'un contrat aidé ne représentent que 1% des salariés, de même que pour les actifs en contrat d'apprentissage ou placés par une agence d'intérim. Les autres actifs sous contrat à durée limitée représentent 25% des salariés.

Les contrats à temps partiel sont importants pour le professorat (43%) et les professions du spectacle (35%).

Source Insee Recensement de la population 2013⁵

Les plus gros employeurs de la région :

France 3 Méditerranée de France Télévision, Turf Editions (CA de 64 millions pour l'antenne d'Aix et bénéfice de 2 millions, 147 employés pour 11 millions de salaires et charges), les Opéras de Marseille, Toulon, Nice et Avignon (500 musiciens et danseurs et 300 emplois administratifs/ 73 millions d'euros de budget dont 62 millions de subventions d'exploitation), Actes Sud en Arles, Mucem, Groupe Nice Matin (devenu la plus grosse coopérative de presse de France avec 432 salariés-actionnaires, adossé au groupe belge Nethys depuis 2016), La Marseillaise (en difficulté depuis 2014), le groupe de communication Highco fondé par Frédéric Chevalier (167 personnes, CA de 40 millions, bénéfice de 2,8 millions), Adrexo (de la holding Hopps Group, CA de 430 millions, 250 sites avec 20 000 personnes), Azur Audio Visuel (CA de 2,4 millions, production de films institutionnels et publicitaires), Agences de publicité Murati Merchandising à Gardanne, Alter Ouest à Marseille, Optimark à Aix (CA de 39 millions, appartient au groupe européen Combera).

Etude réalisée en partenariat avec l'Insee Paca : **Emplois culturels - La palme pour Provence-Alpes-Côte d'Azur**, juillet 2017
<https://www.insee.fr/fr/statistiques/2889956>

⁵ Dans le dernier recensement général de la population de l'Insee de 2013, il est possible de repérer les professions culturelles d'après la liste des 23 codes PCS – professions et catégories socioprofessionnelles retenus par le Dets – Département des études, de la prospective et des statistiques du ministère de la Culture et de la Communication.

