

DYNAMISER & VALORISER LE SECTEUR CULTUREL

Un vecteur important du développement économique



2,3%
du PIB (2019)

191
MÉTIERS RECENSÉS

UNE CROISSANCE CONTINUE AVANT COVID (2013-2018)

- + **6,7%** de croissance des activités culturelles
- + **7,1%** de croissance des effectifs

1,3 million

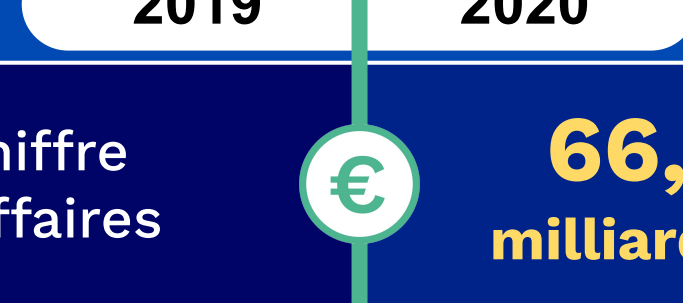
personnes ont perçu un revenu, principal ou ponctuel, d'une activité culturelle ou créative en 2018

Le patrimoine culturel français

- 23** Fonds régionaux d'art contemporain
- 51** Centres d'art
- 1 240** Musées de France et musées nationaux
- 45 000** Châteaux
- 300** Fondations culturelles
- 96** Instituts français
- 800** Alliances françaises

Impact économique de la pandémie

La culture a subi une baisse d'activité globale de **-25%**



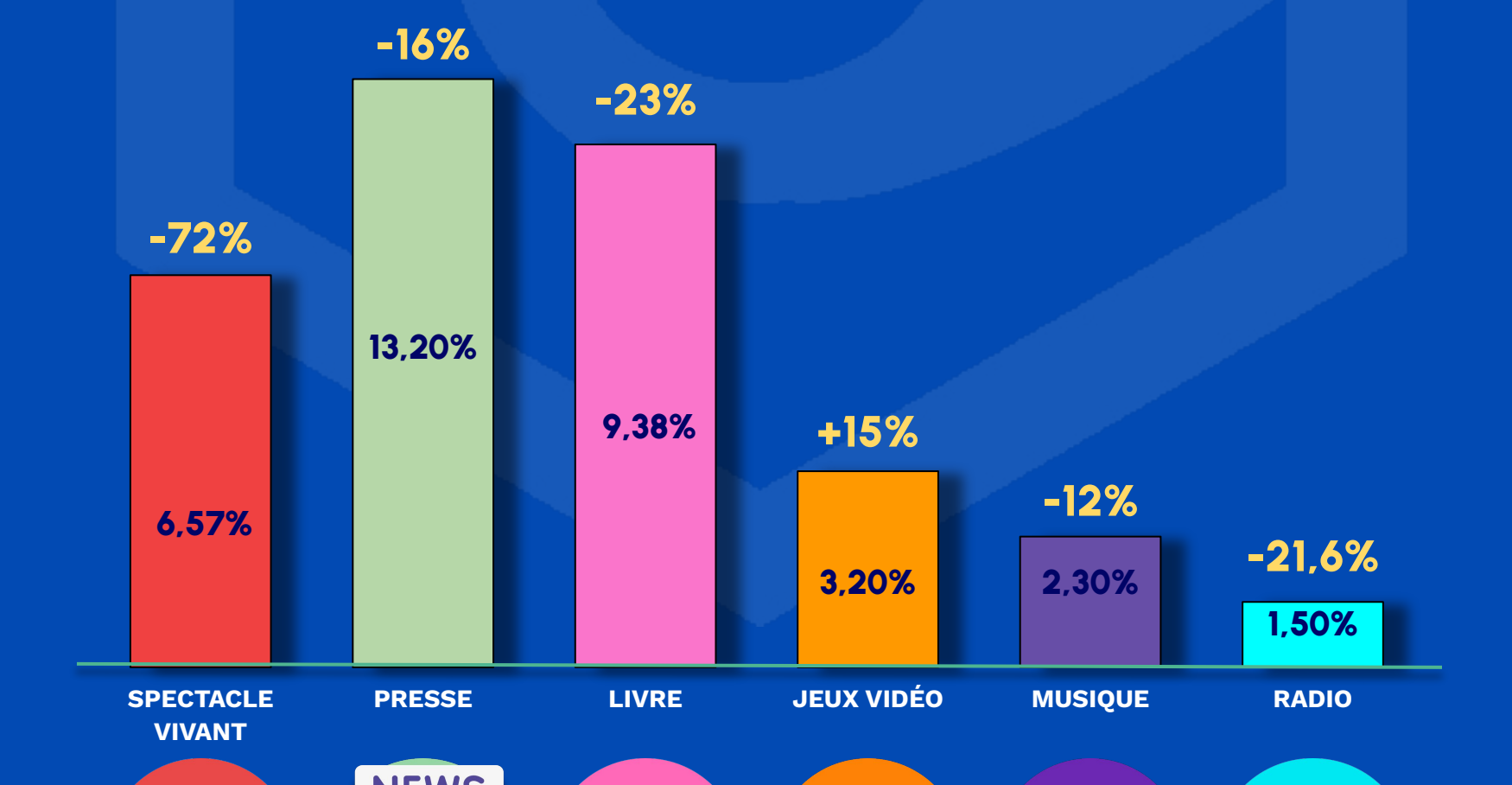
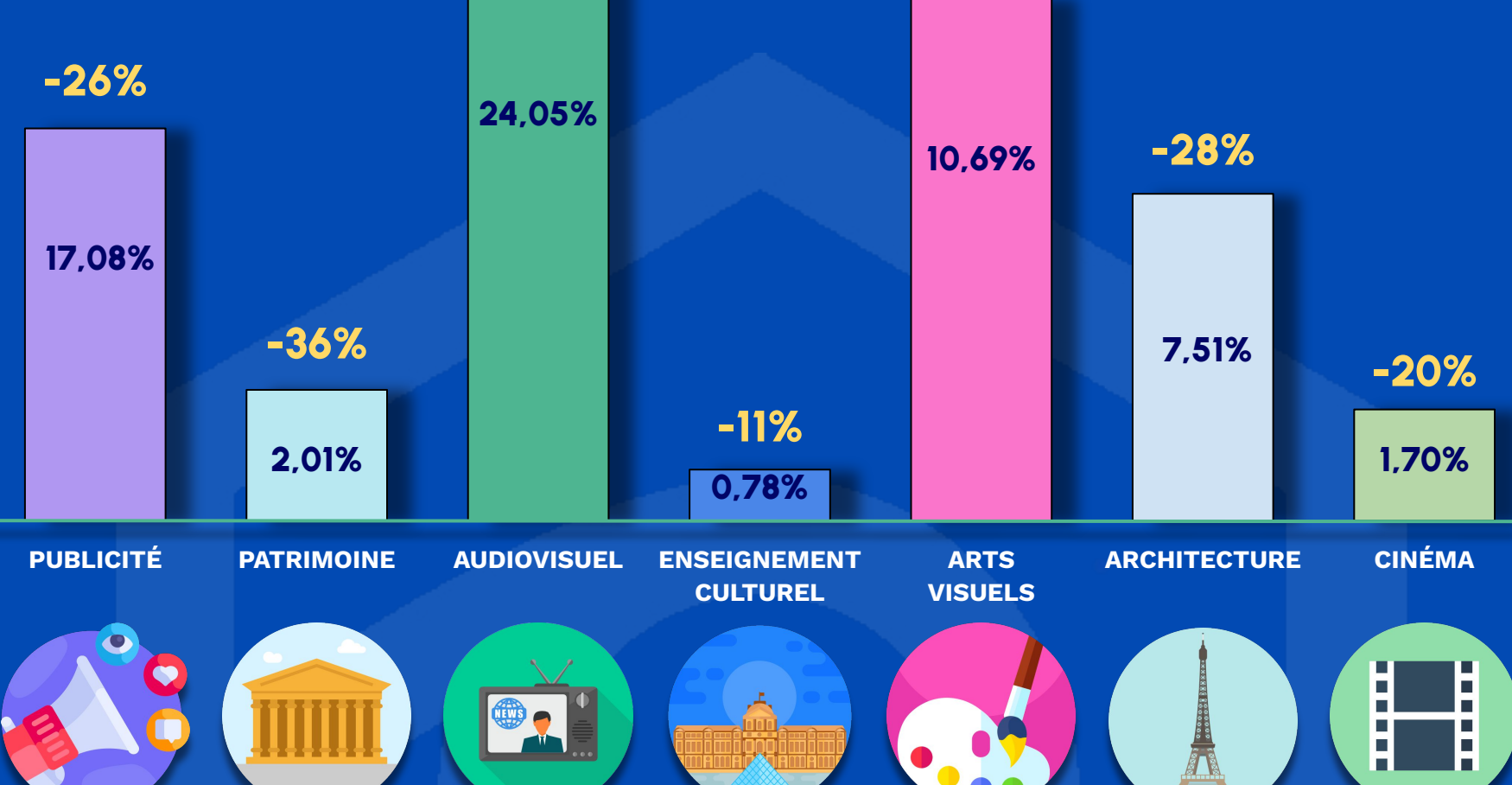
89,2 milliards € Chiffre d'affaires (2019) vs **66,8 milliards €** Chiffre d'affaires (2020)

35 milliards € Valeur ajoutée (2019) vs **26 milliards €** Valeur ajoutée (2020)

Part de marchés & activités 2019 - 2020

segments culturels marchands

% Part de marchés en 2019 - Croissance en 2020



50% des emplois

sont concernés par les segments les plus sensibles à la crise

Plan de soutien : " Quoi qu'il en coûte ! "



2 milliards €

- 614 M€** Le patrimoine territorial
- 426 M€** La création et la diffusion artistique
- 113 M€** L'enseignement supérieur et l'emploi
- 428 M€** Modernisation des filières durées touchées
- 419 M€** Définition de la Stratégie d'avenir

Près de **50%** des emplois culturels concentrés en Ile-de-France

Une enveloppe de **408 M€** est dédiée au volet culturel de France Relance Ile-de-France



Et maintenant, Quelles perspectives pour le secteur culturel ?

La culture dématérialisée ou hybride n'a pas attendu la pandémie

78%

de la population ont consommé des biens culturels en ligne en 2019 (hors presse et sport)

1/3

personne installe une application ou un logiciel sur son terminal pour accéder à du contenu culturel

50%

des 15-28 ans accède à la culture presque exclusivement via le numérique en 2019

56%

des consommateurs prêts à payer pour accéder à du contenu culturel en ligne en 2019

Vers une offre culturelle enrichie

La consommation culturelle payante en ligne : un levier économique

50%

des personnes ne peuvent plus se passer de leur abonnement payant (musique, télévision, VàDA)

Enrichir l'offre en alliant physique et digital

Les établissements culturels qui ont su proposer du contenu digital pendant les confinements, telles que des **visites virtuelles, cours en ligne, conférences en direct**, etc. ont noté une très forte hausse de leur engagement (trafic et abonnés), ainsi qu'un **engouement des visiteurs à leur réouverture**.



Attirer une cible jeune

La moyenne d'âge des visiteurs augmente étendue après étude. Entre 1973 et 2018 **la fréquentation des 18-25 ans est passée de 51% à 47%**, tandis que celle des 53-64 ans progresse de 12 points.

Renforcer l'exportation des Industries culturelles et créatives françaises

x2

Puissant vecteur de l'attractivité française, les exportations culturelles françaises ont augmenté de 16% contre 8% pour l'ensemble des exportations entre 2013 et 2016.



Quelles sont nos sources ? Découvrez-les sur [ici](#)