

culture méthodes

POLITIQUES PUBLIQUES ET RÉGULATIONS

Conceptualisation statistique du champ de la culture

Concepts for the statistical Framework on Culture

Valérie Deroin

Avant-propos

Depuis 1997, Eurostat, l'Office statistique de l'Union européenne, a initié plusieurs travaux sur les statistiques culturelles dans lesquels le ministère de la Culture et de la Communication (DEPS) s'est impliqué : au sein du Leadership group (LEG) de 1997 à 2004, dans la mise en place en 2002 du réseau sur les statistiques européennes des musées (EGMUS), par la réalisation du premier ouvrage sur les statistiques culturelles européennes en 2007.

Pour améliorer la connaissance des secteurs culturels et répondre aux demandes croissantes de données comparables au niveau européen en particulier dans le cadre de stratégies telle Europe 2020, le réseau ESSnet « Statistiques culturelles », financé par la Commission européenne, a été créé en septembre 2009 pour une période de deux ans sur l'initiative d'Eurostat, et sa coordination a été confiée au ministère luxembourgeois de la Culture. Quatre groupes ont été institués pour travailler sur la mise à jour du champ culturel, sur les indicateurs économiques et la mesure de l'emploi, le financement et les dépenses culturelles et sur la mesure des pratiques culturelles et de la participation sociale à la culture. Le DEPS a partagé son expertise nationale au sein du projet ESSnet en animant et présidant le premier groupe de travail, consacré à la définition du champ de la culture et en participant activement aux trois autres groupes animés par la République tchèque, l'Estonie et les Pays-Bas.

En prenant en charge le travail préalable de conceptualisation du champ de la culture au moment de débats importants autour de notions fragmentant la culture (industries créatives, approches holistiques autour du numérique, des télécommunications, de l'immatériel, etc.), le DEPS a cherché à faire valoir un système reconnu par l'Union européenne qui puisse s'emboîter sur les nomenclatures statistiques nationales.

La mise en œuvre de ce cadre statistique doit permettre de disposer de données fiables, comparables et régulières afin que puissent être initiées des études d'ordre économique et social capables de mesurer la contribution du secteur culturel en termes de croissance, d'emploi et d'inclusion sociale. Dans un environnement mondial, les secteurs culturels acquièrent ainsi une visibilité et permettent à chaque pays de se situer dans l'ensemble de l'Union européenne.

Jean-François CHAINTREAU

La définition du champ de la culture en Europe, qui avait été structuré il y a dix ans, a de nouveau fait l'objet de travaux statistiques, de 2009 à 2011. Par ailleurs, les nomenclatures statistiques ont été rénovées en 2008. La France a participé aux travaux européens et animé un groupe qui vient donc d'élaborer la structure du nouveau cadre statistique européen, en retenant une trentaine d'activités culturelles. Ce champ fournit ainsi la base statistique de référence pour produire des données et des études sur l'économie et la sociologie de la culture.

DÉFINIR LE CONTENU DU CHAMP STATISTIQUE DE LA CULTURE

Éléments de contexte des statistiques culturelles en France et en Europe

La production d'études socio-économiques sur le champ de la culture s'appuie notamment sur des travaux statistiques ; ces derniers ont besoin d'une base statistique de référence qui détermine le contenu du champ à observer et à analyser, l'objectif étant de disposer d'un système cohérent et comparable. Il convient de définir des unités culturelles, des acteurs, activités et produits, un exercice délicat d'organisation qui suppose de préciser des frontières entre ce qui est et ce qui n'est pas culturel.

Cet exercice est d'autant plus difficile que la notion de culture est susceptible d'évoluer : la montée en puissance des industries culturelles à partir des années 1960, la reconnaissance des jeux vidéo dans les années 1990 et, plus récemment, le *design* qui devient un enjeu culturel majeur, sont des exemples qui peuvent aussi montrer la perméabilité des frontières entre secteurs. L'intégration du numérique a changé tant les comportements et pratiques cultu-

relles (utilisation des nouveaux outils numériques, diffusion et réception par l'intermédiaire des réseaux sociaux, etc.) que le cycle de production des biens culturels : les modèles d'affaires évoluent, la création et la production sont interconnectées et prises en charge par le même acteur pluriactif, des réseaux de distribution disparaissent mais d'autres se créent, etc.

Ainsi, au préalable, l'exercice statistique suppose de construire un système cohérent et structuré d'observation, selon une méthodologie pragmatique permettant, dans un premier temps, d'identifier le contenu de ce que l'on souhaite observer afin, dans un second temps, de classer les informations pour pouvoir les quantifier.

Pour autant, le champ de la culture n'est pas un domaine univoque aux contours clairement admis. La définition même de la culture est plurielle et débattue car elle repose sur des représentations de valeurs (individuelles, sociales et esthétiques) difficilement compatibles avec des outils objectifs de mesure habituellement employés dans d'autres secteurs de l'économie. De plus, la culture ne relève pas d'un secteur économique homogène qui n'aurait qu'un seul type de structure, un seul mode de production ou encore un produit bien identifié. La culture s'illustre aussi par des spécificités nationales liées à des représentations économiques et sociales ainsi qu'à des groupes d'identités.

En outre, à l'heure où les secteurs culturels sont, dans l'Union européenne, politiquement reconnus comme essentiels au développement économique¹ et à la cohésion sociale², la demande croissante d'information statistique émane des institutions de l'Union européenne, dont le Conseil de l'Union européenne et le Parlement³. La réflexion se complexifie puisqu'elle doit être engagée au-delà du seul niveau national, à un niveau européen voire international, à des fins de comparabilité des données.

Enfin, un dernier facteur à prendre en considération pour délimiter le champ statistique de la culture relève des stratégies politiques de ces dernières années qui utilisent largement les concepts complexes de « créativité », d'« industries culturelles et créatives », d'« économie de la créativité » : « Ainsi, les industries ou l'économie créatives sont vues comme les nouveaux vecteurs de croissance et de compétition dans des cadres géopolitiques aux situations socio-économiques pourtant très différentes voire opposées. L'imprécision et les caractères malléable, flou et évolutif des notions d'industries et d'économies créatives contribuent, à n'en pas douter, à leurs succès sous des latitudes aussi diverses et face également à des propositions notionnelles concurrentes – toutes plus ou moins clairement liées aux technologies d'information et de communication (TIC) – telles la société de l'information, du savoir ou de la connaissance ou, encore l'économie immatérielle⁴. »

La statistique culturelle au ministère de la Culture et de la Communication

Depuis sa création en 1963, le département des études, de la prospective et des statistiques (DEPS) a pour mission de développer la connaissance économique et sociale de la vie culturelle en France. En tant que service statistique ministériel, le DEPS est responsable de l'application de la loi du 7 juin 1951 relative à l'obligation, la coordination et le secret en matière de statistiques. En effet, les services statistiques ministériels forment, avec l'Institut national de la statistique et des études économiques (Insee), le service statistique public (article 1^{er} de la loi n° 51-711 du 7 juin 1951) ; la liste de ces services statistiques ministériels figure en annexe au décret n° 2009-250 du 3 mars 2009 relatif à l'Autorité de la statistique publique.

Par des travaux d'études ainsi que par la réalisation et l'exploitation d'enquêtes statistiques, le DEPS propose des analyses sectorielles des domaines culturels ainsi que des études transversales comme celles liées à l'emploi, aux dépenses et aux pratiques culturelles.

Dans les années 1980, les années de construction de la statistique culturelle parviennent à leur maturité et le DEPS établit la première base de données statistiques qui apportent, tant au ministère qu'aux acteurs publics et privés, un éclairage régulier sur l'environnement culturel en France.

Les années 1990 sont à l'origine du développement des statistiques culturelles européennes impulsées par le DEPS grâce à la mise en place, en 1995, d'un groupe de travail (Leadership Group, LEG) avec Eurostat, l'office statistique de l'Union européenne, suivi par des groupes de travail thématiques. Ces travaux ont abouti à la définition, en 2000, d'un champ de la culture et d'une méthodologie utilisant les nomenclatures statistiques pour mesurer les pratiques, l'emploi et le financement culturels.

Le premier système européen d'information statistique sur la culture a été défini et validé de manière consensuelle en 2000 par les 15 représentants des États membres présents dans le groupe de travail, dont la France. Ces travaux ont permis au DEPS de prendre en charge la production du premier recueil de statistiques culturelles en Europe, publié par Eurostat. La dernière étape de construction des statistiques culturelles a rassemblé 25 États membres entre 2009 et 2011, dans l'objectif de mettre à jour le cadre de référence et de développer une méthodologie commune essentielle à la production de données statistiques culturelles comparables dans les domaines de l'économie et de l'emploi, du financement et des dépenses, et des pratiques culturelles.

Quelques dates clés de la statistique culturelle

1963 : création du Service des études et de la recherche (SER) dans le cadre de la planification.

1973 : première enquête sur les pratiques culturelles des Français.

1974-1975 : première enquête sur les dépenses culturelles des collectivités territoriales.

1975-1984 : participation au programme statistique de l'Unesco.

1984 : création d'une base de données statistiques culturelles.

1995 : le DEP organise la première réunion sur les statistiques culturelles européennes et prend l'initiative du lancement d'une coopération statistique européenne.

1997 : participation du DEP au groupe de travail sur les statistiques culturelles en Europe sous l'égide d'Eurostat.

2007 : réalisation, sous contrat Eurostat, du premier recueil de statistiques culturelles européennes.

2009-2011 : participation au réseau *European Statistical System network* (ESSnet-Culture).

1. Voir le livre vert de la Commission, *Libérer le potentiel des industries culturelles et créatives*, (COM (2010) 183/3).

2. Voir la nouvelle stratégie économique « Europe 2020 » de l'Union européenne, une stratégie pour une croissance intelligente, durable et inclusive, qui promeut une croissance principalement fondée sur la connaissance et l'innovation, favorisant la cohésion sociale et s'inscrivant dans une démarche durable.

3. Conclusions du Conseil et des représentants des gouvernements des États membres, réunis au sein du Conseil : priorité 3 du plan de travail 2008-2010 en faveur de la culture (2008/C143/06) ; priorité F-statistiques culturelles du plan de travail 2011-2014 en faveur de la culture (2010/C325/01). Décision n° 1578/2007/CE du Parlement européen et du Conseil du 11 décembre 2007, titre XII.

4. Voir « Travailleurs et territoires créatifs du point de vue des rapports officiels européens », encadré p. 11, et Philippe BOUQUILLON, Jean-Baptiste LE CORF, « Les notions d'industries et d'économie créatives : quels enjeux ? », dans *ESSnet-Culture Final Report*, 2011.

Ces industries créatives, auxquelles un potentiel d'innovation important est attribué, sont présentées comme générant d'importantes retombées économiques et comme sources de compétitivité pour l'Europe et ses régions, qui doivent s'adapter à un environnement mondial concurrentiel et créer un environnement social de prospérité et de cohésion (voir encadré p. 11). Au-delà de la question stratégique contenue dans ce postulat, le débat s'éloigne d'un travail de conceptualisation méthodologique du champ de la culture.

Il est essentiel de recommander, pour tout travail de mesure, une documentation précise du champ considéré, et d'en tenir compte pour la production et la comparabilité des données. Face à ces contraintes méthodologiques et aux débats que suscitent les récentes évolutions technologiques, quelle démarche adopter ?

Une première de domaines et fonctions en 2000

En 2000, l'exercice de délimitation du champ de la culture avait été entrepris par des experts européens réunis au sein du *Leadership group on Culture*-LEG⁵, sous l'égide d'Eurostat, l'office statistique européen, et de plusieurs États membres dont la France, représentée par le Département des études, de la prospective et des statistiques du ministère de la Culture et de la Communication. Les experts européens ont, dans une optique statistique, créé une base commune d'observation organisée sur le croisement de domaines culturels et de fonctions rattachées au cycle économique de création / production / diffusion / commerce / conservation / formation. Les domaines culturels correspondent à de grandes catégories culturelles qui se réfèrent à des disciplines (des modes d'expression artistique reliés aux arts plastiques, aux arts corporels, à l'écrit, à l'image) ou au patrimoine culturel (pour préserver la notion d'héritage commun).

Huit domaines ont été déterminés en 2000 :

- le patrimoine artistique et monumental (monuments historiques, musées, sites archéologiques, autres formes de patrimoine) ;
- les archives ;
- les bibliothèques ;
- le livre et la presse ;
- les arts plastiques (y compris *design*, photographie, pluridisciplinaire) ;
- l'architecture ;
- les arts du spectacle (musique, danse, théâtre musical ou opéra, théâtre dramatique, pluridisciplinaire, autres : cirque, pantomime, etc.) ;
- l'audio et l'audiovisuel / multimédia (cinéma, radio, télévision, vidéo, enregistrements sonores, multimédia).

Le croisement des domaines et des fonctions avait permis de lister une soixantaine d'activités culturelles qui ont ensuite été mises en correspondance avec les activités des

nomenclatures statistiques européennes, briques de base du système d'observation et des enquêtes.

Le champ ainsi défini a servi de structure à la publication du premier recueil *Statistiques culturelles en Europe* en 2007⁶ : ce recueil a mis en relief l'étendue des statistiques harmonisées et comparables dans l'Union européenne mais aussi le manque réel de sources ou d'enquêtes européennes existantes dans plusieurs domaines culturels – le secteur de l'édition, par exemple, est bien couvert par la statistique européenne, tandis qu'à l'inverse, les activités de création des artistes plasticiens, compositeurs, écrivains le sont peu. Le champ européen de la culture a donc été défini en 2000 par le LEG mais sa mesure reste subordonnée à l'existence de données, c'est-à-dire aux sources ou enquêtes disponibles. Qu'en est-il une décennie plus tard ?

Une définition de la culture par l'Unesco

Dans sa déclaration universelle sur la diversité culturelle, l'Organisation des Nations unies pour l'éducation, la science et la culture (Unesco) réaffirme « que la culture doit être considérée comme l'ensemble des traits distinctifs spirituels et matériels, intellectuels et affectifs qui caractérisent une société ou un groupe social et qu'elle englobe, outre les arts et les lettres, les modes de vie, les façons de vivre ensemble, les systèmes de valeurs, les traditions et les croyances » (Unesco, 2001). Sur la base de cette définition, l'Institut de statistique de l'Unesco (isu) a défini, en 2009, un nouveau cadre pour organiser les statistiques culturelles et mesurer les nombreuses expressions culturelles existantes, quel que soit leur mode de production sociale ou économique. Ce cadre se veut un outil méthodologique qui doit pouvoir se décliner à l'échelle nationale comme internationale, en permettant de produire des données comparables. L'approche de l'isu consiste à étendre le champ sur trois niveaux : 1) tant sur le plan social qu'économique ; 2) selon une approche de gestion liée au secteur public comme au secteur privé ; 3) en retenant l'économie formelle aussi bien qu'informelle.

Sur cette base, le champ de l'Unesco définit, en les hiérarchisant, six domaines culturels, deux domaines périphériques, un domaine culturel transversal et trois domaines transversaux. Il intègre aussi dans ses domaines culturels le patrimoine naturel.

Les deux domaines périphériques rassemblent les activités de loisir, de sport et le tourisme. Le domaine culturel atypique dit transversal donne une reconnaissance au patrimoine immatériel.

Par ailleurs, le champ de l'Unesco considère le cycle de façon extensive, depuis la création, en y intégrant la fabrication des produits culturels, jusqu'à la consommation et la participation sociale. Il prend aussi en compte les supports informatiques et les équipements utilisés dans les pratiques culturelles.

Domaines culturels						Domaines périphériques	
A - Héritage culturel et naturel	B - Arts de la scène et festivités	C - Arts visuels et artisanat	D - Livre et presse	E - Audiovisuel et médias interactifs	F - Design et services créatifs	G - Tourisme	H - Sports et loisirs
Domaine culturel transversal							
Domaine culturel immatériel							
Domaines transversaux							
Éducation / Formation							
Archivage / Préservation							
Équipements et matériaux							

Source : CSC, Unesco 2009.

5. Voir Eurostat working paper, « Les statistiques culturelles dans l'Union européenne », rapport final du LEG (*Population et conditions sociales* n° 3/2000/EN°1).

6. Eurostat, *Statistiques culturelles en Europe, édition 2007*, réalisé par le DEPS pour le compte d'Eurostat et mis à jour en 2011.

Nouveau cadre de référence européen des statistiques culturelles

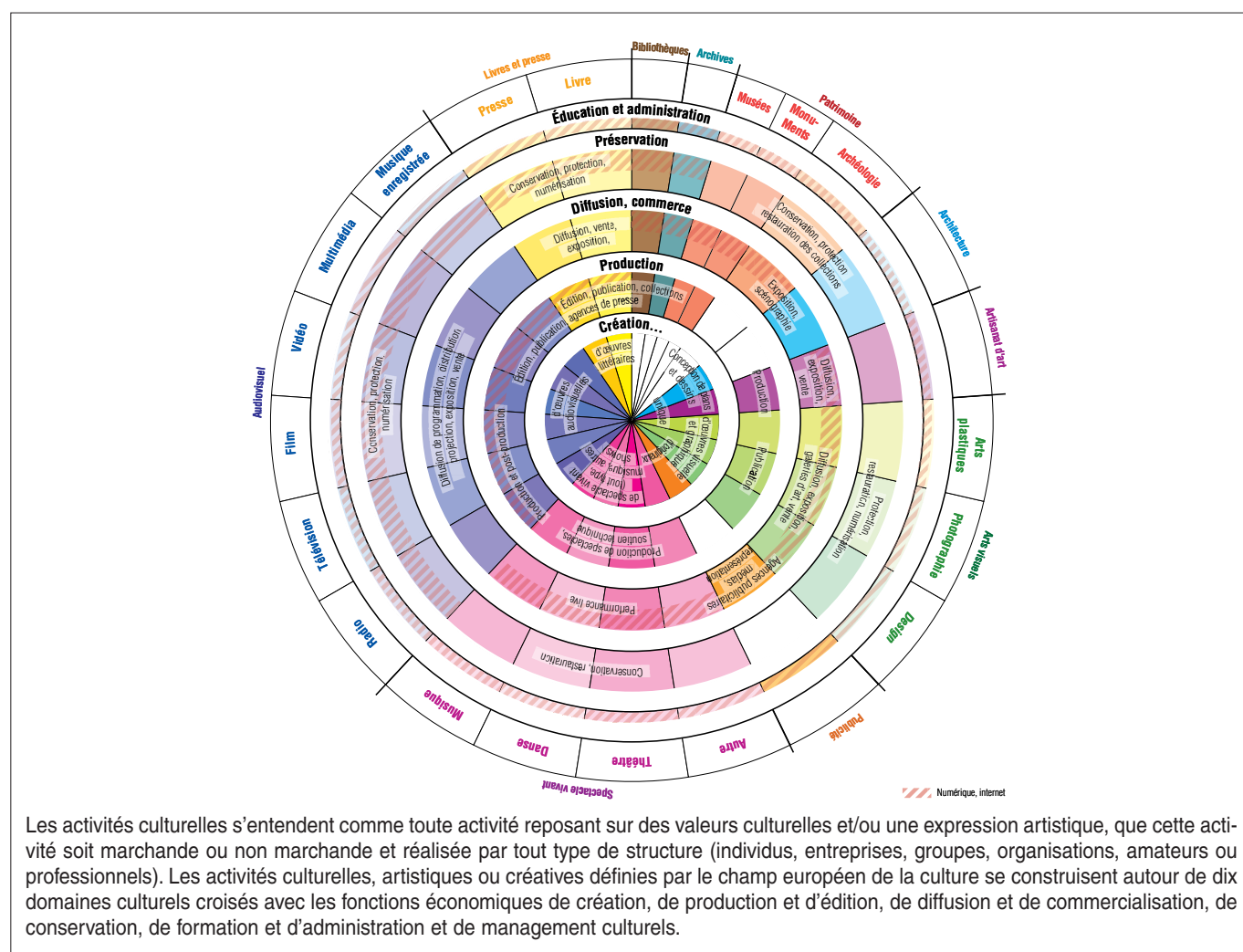
Pour poursuivre les travaux du LEG-Culture, Eurostat a initié, en 2008, un groupe de travail sur les statistiques culturelles afin d'actualiser le cadre conceptuel de la culture et de développer des synergies entre États membres, dans un souci d'harmonisation des outils méthodologiques et pour une meilleure comparabilité des résultats publiés. La nouvelle organisation proposée par Eurostat est participative : elle s'est traduite par la mise en place d'un réseau statistique européen (European Statistical System network ESSnet) qui s'appuie sur la coopération entre États. Entre 2009 et 2011, les travaux de l'ESSnet-Culture ont été développés au sein de quatre groupes de travail thématiques, sur la définition du champ de la culture, le financement de la culture, les industries culturelles et l'emploi, et les pratiques culturelles⁷. Le socle et les principes de structuration du champ émis par le LEG en 2000 ont servi de fon-

dement aux réflexions et développements du réseau statistique européen.

Afin que le cadre européen s'insère dans le cadre international, les travaux pour la définition du cadre de référence se sont attachés à rester cohérents avec le cadre défini en 2009 par l'Unesco pour les statistiques culturelles (voir encadré « Une définition de la culture par l'Unesco » p. 3).

Un nouveau cadre d'activités culturelles et artistiques est proposé, fondé sur dix domaines culturels : le patrimoine culturel, les archives, les bibliothèques, le livre et la presse, les arts plastiques, le spectacle vivant, l'audiovisuel et le multimédia, l'architecture, la publicité et l'artisanat d'art⁸. Tout comme dans le premier cadre défini en 2000, le croisement des domaines culturels avec des fonctions économiques du système productif, au nombre de six – les fonctions de création, de production et d'édition, de diffusion et de commercialisation, de conservation, d'éducation et d'administration et de management culturels –, permet de définir les activités culturelles. Cette matrice permet

Graphique 1 – Champ européen de la culture, dix domaines et six fonctions



Source : DEPS, Ministère de la Culture et de la Communication, 2011.

7. L'ESSnet-Culture a été coordonné par le ministère de la Culture du Luxembourg et Eurostat. Quatre États membres copartenaires ont animé les travaux sur les définitions et concepts (ministère de la Culture et de la Communication de la France), sur le financement et les dépenses de la culture (Institut national de la statistique de la République tchèque), sur l'économie de la culture et l'emploi (Institut national de la statistique d'Estonie) et sur les pratiques culturelles (ministère de l'Éducation, de la Culture et des Sciences des Pays-Bas).

8. Voir la synthèse du rapport ESSnet-Culture 2009-2011 pour l'ensemble des quatre groupes de travail, *Approche statistique européenne de la culture*, Paris, Ministère de la Culture et de la Communication, DEPS, coll. « Culture études », 2011-8,

l'analyse des caractéristiques comptables et financières des activités culturelles retenues. D'autres activités qui ne correspondraient pas à la définition d'activité culturelle peuvent cependant être considérées comme activités connexes bénéficiant de l'activité productive des secteurs culturels comme, par exemple, les activités industrielles de fabrication (imprimerie, reproduction d'enregistrements, fabrication d'instruments de musique).

La matrice « domaine/fonction » délimite la dimension économique des activités culturelles et se positionne du côté de l'offre. Parallèlement, les domaines culturels coordonnent aussi d'autres dimensions permettant de construire des indicateurs spécifiques sur l'emploi culturel et sur le financement, ainsi que des indicateurs sociaux rattachés à la participation sociale et aux pratiques culturelles.

Le cadre de référence proposé se veut être une base commune et pragmatique qui, en utilisant les outils statistiques (la nomenclature d'activités européenne NACE) et les sources européennes harmonisées, permette à chaque État membre de produire un socle comparable de données tout en autorisant des analyses plus détaillées et stratégiques selon les contextes nationaux.

Ce cadre met en avant le rôle central de la création artistique et culturelle, au fondement du champ de la culture et de ses activités, et autour de laquelle s'imbriquent les composantes essentielles de valeurs et d'expressions artistiques et culturelles, et droits de propriété intellectuelle. Il donne aux activités culturelles une cohérence et une visibilité qui permet de les distinguer d'ensembles plus larges et plus flous comme celui des activités de la connaissance et des télécommunications. Enfin, en ne hiérarchisant pas les domaines culturels entre eux, il permet une extension future à d'autres domaines.

REPÉRER LES ACTIVITÉS CULTURELLES DANS LES NOMENCLATURES STATISTIQUES

L'utilité des nomenclatures statistiques

La difficulté de l'exercice de définition du champ de la culture face à des acceptations culturelles si variées et des pratiques tout aussi diverses est contournée par le recours aux nomenclatures. « Les nomenclatures d'activités et de produits ont été élaborées principalement en vue de faciliter l'organisation de l'information économique et sociale. Leur finalité est donc essentiellement statistique et d'ailleurs les critères d'ordre juridique ou institutionnel sont écartés en tant que tels dans leur construction. Lors de l'utilisation de ces nomenclatures à d'autres fins que statistiques (notamment administratives), il convient de garder en mémoire cette finalité originelle : le type d'unités pris en compte, la méthode de détermination de l'activité principale, les modalités d'agrégation, les principes de

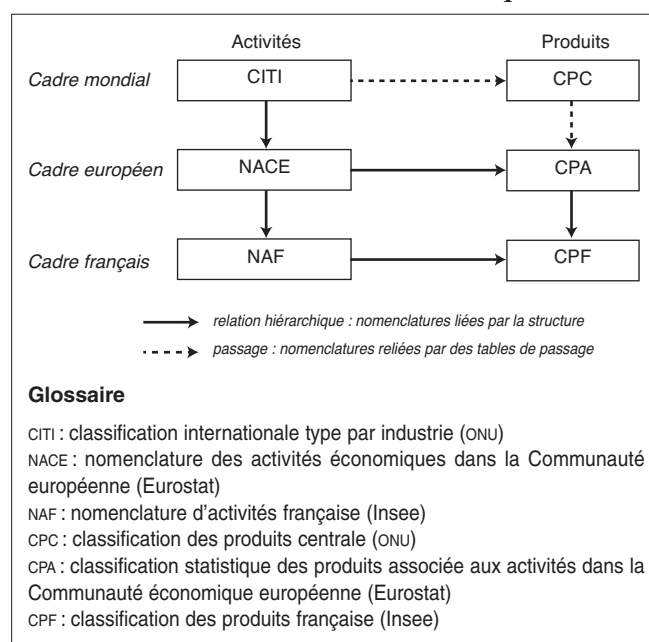
construction sont fortement liés à ces objectifs d'information statistique⁹. »

Les nomenclatures sont utilisées pour repérer les secteurs culturels à partir de la matrice établie des activités culturelles. Bien que déterminées par la production de biens et services, les nomenclatures économiques d'activités reposent sur des concepts cohérents et homogènes utilisés pour l'ensemble des secteurs économiques, qui autorisent donc les comparaisons intersectorielles et internationales. En effet, les nomenclatures économiques font partie d'un système de classification international intégré fondé sur des structures qui s'emboîtent les unes dans les autres.

Depuis la mise en place du marché unique et les besoins d'évaluation pour la mise en œuvre des politiques communautaires, la nécessité de standardiser les nomenclatures nationales et la nomenclature européenne s'avérait essentielle à la comparabilité des données. En 2008, les nomenclatures économiques mondiales ont été rénovées et leur cohérence particulièrement renforcée en ce qui concerne les activités de services. Cette révision, tant au niveau français, qu'européen et international, est une opération de grande ampleur, destinée à moderniser les nomenclatures pour mieux refléter les évolutions économiques et garantir une cohérence réelle entre les nomenclatures mondiales. Ainsi, la nouvelle NAF 2008 est directement emboîtée sur la nouvelle nomenclature statistique des activités économiques dans la Communauté européenne 2008 (NACE Rév. 2, 2008), qui elle-même s'appuie sur la Classification internationale type par industrie (CITI Rév. 4, 2008).

Auparavant, de 2003 à 2008, les nomenclatures CITI et NACE ont défini de façon plus fine leurs codifications (respectivement + 121 et + 101 postes) que la nomenclature

Graphique 2 – Activités économiques à travers les nomenclatures statistiques



Source : DEPS, Ministère de la Culture et de la Communication, 2011.

9. NAF Rév. 2 et CPF Rév. 2 « Guide d'utilisation », Édition 2008, Insee. Voir Nomenclature d'activités française – NAF Rév. 2, 2008 <http://www.insee.fr/fr/methodes/default.asp?page=nomenclatures/naf2008/naf2008.htm>

française (+ 20) : ainsi, non seulement les trois niveaux s'emboîtent, mais de plus, le niveau national a été mieux pris en compte dans les niveaux européen et international, évitant ainsi la nécessité de multiplier les sous-classes nationales au risque de générer des secteurs de faible importance économique.

La codification française NAF est directement structurée sur la codification NACE, le niveau national (dit « sous-classe ») est affiné par l'ajout d'un cinquième caractère : les quatre premières positions (quatre chiffres) de la NAF reprennent celles de la NACE ; la dernière position (une lettre) correspond soit à l'identification de la sous-classe française avec la classe européenne (dans ce cas la lettre est Z), soit à une ou plusieurs subdivisions (lettre = A, B, C...).

Une illustration dans le domaine des arts (tableau 1) permet de constater que la nomenclature européenne et, au-delà, la nomenclature française détaillent la nomenclature mondiale dans laquelle elles s'emboîtent.

Tableau 1 – Exemple de l'emboîtement des nomenclatures internationale, européenne, française

Niveau	Code	Intitulé	Nomenclature
1. Section	R	Arts, spectacles et activités récréatives	CITI-NACE-NAF
2. Division	90	Activités créatives, artistiques et de spectacle	CITI-NACE-NAF
3. Groupe	900	Activités créatives, artistiques et de spectacle	CITI
	90.0	Activités créatives, artistiques et de spectacle	NACE-NAF
4. Classe	9000	Activités créatives, artistiques et de spectacle	CITI
4. Classe	90.01	Arts du spectacle vivant	NACE-NAF
5. Sous-classe	90.01 Z	Arts du spectacle vivant	NAF
4. Classe	90.02	Activités de soutien au spectacle vivant	NACE-NAF
5. Sous-classe	90.02 Z	Activités de soutien au spectacle vivant	NAF
4. Classe	90.03	Création artistique	NACE-NAF
5. Sous-classe	90.03 A	Création artistique relevant des arts plastiques	NAF
5. Sous-classe	90.03 B	Autre création artistique	NAF
4. Classe	90.04	Gestion de salles de spectacles	NACE-NAF
5. Sous-classe	90.04 Z	Gestion de salles de spectacles	NAF

Source : DEPS, Ministère de la Culture et de la Communication, 2011.

La nomenclature mondiale CITI regroupe les « activités créatives, artistiques et de spectacle » dans un seul et même niveau. À l'inverse, la nomenclature européenne NACE affine ces activités en détaillant quatre niveaux « arts du spectacle vivant », « activités de soutien au spectacle vivant », « création artistique » et « gestion de salles de spectacles ». Quant à la nomenclature française NAF, elle va plus loin pour les activités créatives qu'elle détaille en deux niveaux « création artistique relevant des arts plastiques » et « autre création artistique ».

Utiliser la NAF pour analyser le champ de la culture permettra ainsi de distinguer d'un côté les artistes indépen-

dants tels que sculpteurs, peintres, dessinateurs caricaturistes, graveurs au burin, aquafortistes et, de l'autre, les écrivains indépendants (tous sujets, y compris la fiction, les ouvrages techniques, etc.), compositeurs de musique et journalistes indépendants.

La finesse de la NAF est particulièrement pertinente dans les secteurs qui englobent des activités considérées comme non culturelles (par exemple le groupe CITI et NACE « édition de logiciels » qui se décline en quatre sous-classes NAF dont l'édition de jeux électroniques, considérée comme activité culturelle, à l'inverse des activités « édition de logiciels système et de réseau », « édition de logiciels outils de développement et de langages » ou « édition de logiciels applicatifs »).

L'utilisation du niveau sous-classe de la nomenclature française NAF reste à privilégier pour la définition du champ de la culture car elle reste la plus fine et offre la meilleure identification des activités culturelles en France. La nomenclature française NAF permet ainsi de :

- distinguer la création en arts plastiques (90.03A) de celle des arts littéraires ou de la composition musicale (90.03B) ;
- différencier la production de films et programmes pour la télévision (59.11A) des films institutionnels (59.11B) et des films pour le cinéma (59.11C) ;
- dissocier la distribution audiovisuelle cinématographique (59.13A) de la distribution vidéo (59.13B) ;
- enfin, séparer la télédiffusion en édition de chaînes généralistes (60.20A) et édition de chaînes thématiques (60.20B).

Champ statistique de la culture en France

Le champ statistique de la culture en France proposé par le DEPS (tableau 2) est construit à partir des domaines culturels consensuels retenus par le réseau statistique européen et s'est délibérément restreint à un ensemble statistique pouvant être mesuré à travers la nomenclature économique d'activités française (NAF) qui permet aussi bien de classer les entreprises selon leur code d'activité principale exercée (APE) que de réaliser des comparaisons intersectorielles.

Des activités

Comme indiqué, la nouvelle NAF Rév. 2, 2008 accorde une importance accrue aux activités d'information et de communication et détaille les activités de services, offrant ainsi au champ de la culture une meilleure visibilité statistique. Par rapport à la NAF antérieure (2003), la NAF 2008 est enrichie de 20 nouveaux postes dont la culture bénéficie, comme par exemple avec l'introduction du *design*, de l'édition de jeux électroniques, ou de l'enseignement culturel. De plus, la NAF 2008 distingue des activités auparavant noyées dans un ensemble, tels les musées, les sites et monuments, la création en arts plastiques, le soutien au spectacle vivant. Les nouvelles nomenclatures économiques rassemblent dorénavant les activités des industries culturelles dans une même section, la section J de la NACE – Information et

communication. Cela constitue un changement majeur puisque les activités d'édition, auparavant classées dans les activités manufacturières, sont ainsi rapprochées des activités de services liées aux produits culturels et d'information. Cette section a été créée dans un souci de modernisation et d'adaptation des outils statistiques à l'évolution de la société dans laquelle la place des technologies de l'information est devenue prépondérante. La notion d'édition au sens large (rendre accessible un contenu intellectuel original) est au cœur de la définition du secteur de l'information. La section J rassemble ainsi toutes les activités qui permettent la diffusion d'un contenu : production des contenus édités (livres, disques, presse, logiciels, émissions de télévision, cinéma, etc.) et production des outils nécessaires à cette diffusion (matériel et services de télécommunications).

Cette dernière révision 2008 des nomenclatures d'activités redessine aussi les contours des industries culturelles. Il faut rappeler que les industries culturelles¹⁰ sont entendues comme des activités d'industries de contenu produisant des biens ou des services à partir de prototypes reproductibles, ainsi que des industries de diffusion : elles concernent ainsi les activités d'édition (de livres, de la presse, de disques, de jeux électroniques), les activités audiovisuelles (cinéma, vidéo, télévision, radio) et les services d'information des agences de presse. *A contrario*, la production des outils de diffusion de ces activités (les « contenants », c'est-à-dire toutes les activités connexes de transmission et de mise à disposition de services de télécommunications) n'est pas incluse dans le champ. Avec la NAF Rév. 2, 2008, de nouvelles activités d'industries culturelles sont identifiables (édition de jeux électroniques) et d'autres disparaissent ou sont regroupées sous un même code (production pour la télévision). Le champ des industries culturelles est mieux unifié, en particulier par le fait que la filière de l'édition, auparavant intégrée dans les industries manufacturières, entre dans le champ des services en 2008, au sein de la section J – Information et communication. Tous les contenus édités (écrit, son et image) sont rassemblés et un nouveau secteur, celui de l'édition des jeux électroniques, est ajouté. De plus, l'édition de produits en ligne est clairement inscrite et mesurable à travers la nomenclature de produits. Dans l'audiovisuel, les productions télévisuelles d'œuvres de stock (films, séries, reportages, dessins animés, etc.) et d'œuvres de flux (programmes, émissions en direct ou retransmises, journaux d'information, jeux, etc.) ne sont plus dissociées. Les prestations techniques sont redéfinies par la création d'une nouvelle activité de post-production qui intègre les laboratoires de films d'animation. À l'inverse, la distribution de chaînes ou de bouquets de chaînes télévision et radio sans réalisation de grilles de programmes est désormais détachée des

activités récréatives et intégrée aux activités de services de télécommunications¹¹.

Le nouveau champ statistique inventorie ainsi une trentaine d'activités économiques qui forment une grille de lecture pour quantifier la culture. L'objectif poursuivi n'est pas de construire un guide méthodologique pour la mise en œuvre d'enquêtes économiques (choix des unités enquêtées, champ marchand ou non marchand, etc.) mais bien d'avoir un champ statistiquement identifié et utilisable dans les enquêtes, d'autant plus que les nomenclatures statistiques ne sont pas des nomenclatures dédiées et peuvent donc agréger activités culturelles et activités non culturelles¹².

Par exemple, les activités photographiques de la nomenclature statistique (74.20Z) et celles des agences de publicité (73.11Z) sont partiellement culturelles car elles englobent aussi des activités techniques non culturelles, celles des laboratoires et du traitement de films pour la photographie et celles des activités de marketing pour la publicité.

Enfin, une activité spécifique d'enseignement culturel est dorénavant clairement identifiée dans la nomenclature, et ajoutée aux domaines culturels tout en étant transversale à tous (85.52Z).

En complément à ce champ de la culture, certaines activités ont un lien évident avec le cycle culturel : en particulier la fonction commerciale, qui permet la mise à disposition et la consommation des biens et services culturels. Ces activités retenues, pour la plupart, dans le champ de l'emploi culturel et celui de la consommation de produits, peuvent être ajoutées à l'analyse quantitative économique (tableau 2).

À l'inverse, le champ ne retient pas les activités de fabrication des produits culturels ou des équipements : en effet, ces fonctions de fabrication sont des fonctions industrielles qui tirent parti des activités culturelles mais ne constituent pas en soi des activités culturelles. Dans le cadre statistique culturel européen, ces activités (fabrication d'équipements, impression, reproduction d'enregistrements sonores) sont intégrées en tant qu'activités liées aux activités culturelles. Elles sont en particulier pertinentes dans le cadre d'analyses comptables de la chaîne économique complète.

Des emplois

Parallèlement aux nomenclatures d'activités, d'autres nomenclatures sont indispensables à l'analyse, par exemple celle des professions¹³ qui permet de mesurer les effectifs des métiers rattachés aux domaines culturels (les artisans d'art, les concepteurs publicitaires, etc.), qui ne sont pas identifiables à travers les nomenclatures d'activités.

10. Le terme francophone d'« industries culturelles » renvoie généralement aux activités d'industries de contenu produisant des biens ou des services basés sur des prototypes et qui sont reproductibles, ainsi qu'aux activités des industries de diffusion. Elles touchent donc les activités sectorielles d'édition (livres, presse, disques, jeux électroniques), les activités audiovisuelles (cinéma, vidéo, télévision, radio) et les services d'information des agences de presse. Cette notion n'est pas équivalente à la notion anglophone de « *Cultural Industries* » qui fait référence à un ensemble élargi de secteurs culturels qui couvrent les industries culturelles mais aussi le patrimoine, le spectacle vivant, les arts créatifs,

11. Il est donc déconseillé de comparer strictement les résultats des enquêtes avant et après 2008, le champ ayant évolué et n'étant pas exactement identique.

12. Il n'est pas fait mention ici des problèmes méthodologiques d'enquêtes (échantillonnage pertinent et de qualité lié à la taille des sous-classes NAF, procédures d'estimation statistique, publication de données détaillées, etc.).

Tableau 2 – Liste des activités culturelles selon la nomenclature statistique NAF Rév. 2, 2008

Domaine culturel	Code NAF 2008	Libellé
Patrimoine	9101Z	Gestion des bibliothèques et des archives
	9102Z	Gestion des musées
	9103Z	Gestion des sites et monuments historiques et des attractions touristiques similaires
Livre et presse	5811Z	Édition de livres
	5813Z	Édition de journaux
	5814Z	Édition de revues et périodiques
	6391Z	Agences de presse
Arts visuels	9003A	Création artistique relevant des arts plastiques
	90038	Autre création artistique
	7420Z (p)	Activités photographiques
	7410Z	Activités spécialisées de <i>design</i>
Architecture	7111Z	Activités d'architecture
Spectacle vivant	9001Z	Arts du spectacle vivant
	9002Z	Activités de soutien au spectacle vivant
	9004Z	Gestion de salles de spectacles
Audiovisuel / Multimédia	5911A	Production de films et de programmes pour la télévision
	59118	Production de films institutionnels et publicitaires
	5911C	Production de films pour le cinéma
	5912Z	Post-production de films cinématographiques, de vidéo et de programmes de tv
	5913A	Distribution de films cinématographiques
	59138	Édition et distribution vidéo
	5914Z	Projection de films cinématographiques
	5821Z	Édition de jeux électroniques
	5920Z	Édition d'enregistrements sonores
	6010Z	Édition et diffusion de programmes radio
	6020A	Édition de chaînes généralistes
	60208	Édition de chaînes thématiques
Publicité	7311Z (p)	Activités des agences de publicité
Éducation / Formation	8552Z	Enseignement culturel

(p) : activité partiellement culturelle.

Source : DEPS, Ministère de la Culture et de la Communication, 2011.

Un exemple : la publicité est une activité culturelle par son activité de conception qui fait appel à un potentiel de création artistique et culturelle ; les activités de marketing publicitaire ne sont pas retenues en tant qu'activités culturelles, cependant elles sont contenues dans la nomenclature statistique d'activités des agences de publicité (code NAF 73.11Z). La nomenclature des professions et catégories socioprofessionnelles (PCS-2003), en revanche, permet de proposer des indicateurs de la création culturelle en individualisant les créateurs en arts appliqués que sont les dessinateurs publicitaires (à travers le code de concepteurs et assistants techniques des arts graphiques, de la mode et de la décoration).

Des produits

Une autre nomenclature, la classification des produits française, révision 2 (CPF Rév. 2, 2008) reliée à l'activité NAF, fournit des détails sur le contenu des activités statistiques, même si elle est plutôt centrée sur les biens et moins sur les services. Les codes de la CPF sont des outils d'aide pour améliorer l'analyse des activités culturelles. Soit le niveau de codification à six positions de la CPF développe l'activité, soit il donne lieu à une approche spécifique, par la production, le commerce extérieur, la consommation. Par exemple, la CPF référence explicitement certains produits culturels numériques : les livres en ligne (58.11.30), journaux en ligne (58.13.20), jeux en ligne (58.21.30), télédiffusion en ligne (60.20.11). Ces produits de la CPF sont associés à des activités statistiques NAF entièrement culturelles.

En revanche, certains codes de la CPF correspondent à des activités culturelles retenues dans le champ mais associées

13. Voir Marie GOUYON, « Une typologie de l'emploi salarié dans le secteur culturel en 2007 », Paris, Ministère de la Culture et de la Communication, DEPS, coll. « Culture chiffres », 2011-3.

à des activités statistiques NAF qui ne sont pas culturelles : par exemple, la création d'originaux de jeux électroniques est contenue dans le code de la CPF 62.01.21 qui est lui-même rattaché à l'activité NAF de programmation informatique 62.01Z qui n'est pas une activité statistique culturelle.

Les codes de la CPF listés ci-dessous précisent de la même façon des activités culturelles non identifiables dans des codes d'activités NAF :

- 18.14.10 : services de reliure, pliage, assemblage, agrafage, collage, massicotage, dorage et autres services graphiques, tels que gravure ou estampage de matrices ;
- 47.00.91 : vente au détail d'antiquités, vente au détail par les maisons de vente aux enchères ;
- 47.00.69 : vente au détail d'œuvres d'art (galeries) ;
- 71.20.19 : services de certification et authentification d'œuvres d'art ;
- 72.19.13 : services de recherche et développement expérimental dans les domaines de la chaleur, de la lumière, de l'électromagnétisme, de l'astronomie, etc. (diagnostic archéologique) ;
- 74.90.20 : services d'agents pour le compte de particuliers et consistant habituellement à leur obtenir un engagement dans des films, des productions théâtrales, d'autres spectacles ou encore à placer des livres, pièces de théâtre, œuvres d'art, photographies, etc., chez des éditeurs, producteurs, etc. ;
- 79.90.39 : réservations de billets pour des événements, tels que des représentations théâtrales, des concerts ;
- 84.12.14 : tutelle de services récréatifs (soutien aux artistes individuels, aux organismes assurant la promotion d'activités culturelles et aux installations à vocation culturelle, y compris par voie de subventions, parrainage d'activités récréatives et culturelles) ;
- 93.29.21 : services de spectacles pyrotechniques et de « son et lumière » ;
- 94.99.16 : services d'associations spécialisées dans des occupations culturelles, par exemple les cercles de poésie, les cercles littéraires, les associations historiques, les ciné-clubs et les photos-clubs.

Plusieurs activités du champ de la culture sont ainsi identifiables en théorie par des codes de la nomenclature CPF. Cependant, ces codes étant associés à des secteurs NAF

non culturels, les activités culturelles restent noyées dans des secteurs plus vastes et non culturels. Pour conclure, enquêter à ce niveau de détail de la CPF est complexe et coûteux (échantillonnage sur faibles effectifs, alourdissement du questionnaire, résultats par ventilations détaillées). C'est pourquoi la définition statistique du champ de la culture s'opère principalement au niveau de l'activité statistique NAF.

Dénombrement statistique du champ : près de 165 000 entreprises françaises ont des activités culturelles

Le répertoire des entreprises et de leurs établissements (REE-Sirene, Système informatique pour le répertoire des entreprises et de leurs établissements) géré par l'Insee est, en France, le système national d'identification des entreprises et de leurs établissements. C'est aussi un outil de connaissance du système productif qui permet de dénombrer le parc d'entreprises et d'organismes et leurs établissements.

Au 1^{er} janvier 2010, 164 816 entreprises en activité, marchandes et non marchandes mais hors associations non marchandes sans salarié, sont inscrites au REE-Sirene dans les secteurs d'activités du champ de la culture hors commerce¹⁴ (tableau 4), soit environ 4 % de l'ensemble de la base des entreprises concernées.

Par comparaison, le champ de la culture regroupe presque autant d'entreprises que l'ensemble des activités immobilières (nomenclature agrégée 2008, LZ : 171 988 entreprises), deux fois plus que l'ensemble des activités de transport et d'entreposage (nomenclature agrégée HZ : 90 181 entreprises) et presque deux fois moins que les activités humaines pour la santé (nomenclature agrégée QA : 340 801 entreprises).

Ces 164 816 entreprises sont réparties pour 28 % dans les secteurs des arts visuels, 20 % en architecture, à parts égales dans le spectacle vivant et l'audiovisuel pour 13 %, 12 % dans la publicité, 7 % dans le domaine livre et presse, 5 % dans l'éducation et 1 % dans le patrimoine.

Tableau 3 – Liste des activités connexes aux activités culturelles selon la nomenclature statistique NAF Rév. 2, 2008

Domaine ou fonction	Code NAF 2008	Libellé
Commerce	4761Z	Commerce de détail de livres en magasin spécialisé
	4762Z	Commerce de détail de journaux et papeterie en magasin spécialisé
	4763Z	Commerce de détail d'enregistrements musicaux et vidéo en magasin spécialisé
	7722Z	Location de vidéocassettes et disques vidéo
Activités techniques supports	7430Z	Traduction et interprétation

Source : DEPS, Ministère de la Culture et de la Communication, 2011.

14. Remarque : observer les activités culturelles à un niveau plus agrégé que celui de la sous-classe NAF (à cinq positions) élargit considérablement le champ de la culture et inclut alors des données sur des activités non culturelles. C'est pourquoi nous rappelons ici la nécessité de documenter explicitement le champ illustré, prérequis nécessaire à toute analyse pertinente admettant les comparaisons.

Tableau 4 – Dénombrement des entreprises du champ de la culture en activité au 1^{er} janvier 2010

Domaine culturel	NAF 2008	Intitulé	Nombre d'entreprises au 1 ^{er} janvier 2010
Patrimoine			1 409
	9101Z	Gestion des bibliothèques et des archives	235
	9102Z	Gestion des musées	384
	9103Z	Gestion des sites et monuments historiques et des attractions touristiques similaires	790
Livre et presse			12 063
	5811Z	Édition de livres	3 739
	5813Z	Édition de journaux	1 563
	5814Z	Édition de revues et périodiques	4 384
	6391Z	Agences de presse	2 377
Arts visuels			46 684
	9003A	Création artistique relevant des arts plastiques	7 638
	9003B	Autre création artistique	12 202
	7420Z (p)	Activités photographiques	11 558
	7410Z	Activités spécialisées de <i>design</i>	15 286
Architecture			32 473
	7111Z	Activités d'architecture	32 473
Spectacle vivant			22 106
	9001Z	Arts du spectacle vivant	14 510
	9002Z	Activités de soutien au spectacle vivant	6 350
	9004Z	Gestion de salles de spectacles	1 246
Audiovisuel / Multimédia			22 008
	5911A	Production de films et de programmes pour la télévision	4 104
	5911B	Production de films institutionnels et publicitaires	4 278
	5911C	Production de films pour le cinéma	3 899
	5912Z	Post-production de films cinématographiques, de vidéo et de programmes de tv	1 824
	5913A	Distribution de films cinématographiques	359
	5913B	Édition et distribution vidéo	673
	5914Z	Projection de films cinématographiques	996
	5821Z	Édition de jeux électroniques	131
	5920Z	Édition d'enregistrements sonores	4 590
	6010Z	Édition et diffusion de programmes radio	931
	6020A	Édition de chaînes généralistes	37
	6020B	Édition de chaînes thématiques	186
Publicité			20 209
	7311Z (p)	Activités des agences de publicité	20 209
Éducation / Formation			7 864
	8552Z	Enseignement culturel	7 864
TOTAL			164 816

(p) : activité partiellement culturelle.
Champ : entreprises marchandes et non marchandes dont le siège est situé en France métropolitaine et dans les départements d'outre-mer, hors associations non marchandes sans salarié.

Source : Insee, REE-Sirene/DEPS, Ministère de la Culture et de la Communication, 2011.

Les travailleurs créatifs

La question des travailleurs créatifs est au cœur de l'intérêt des pouvoirs publics pour les industries créatives. Ces activités sont en effet supposées créer de nombreux emplois, en particulier parce que le modèle du salariat n'est pas dominant en leur sein et que, de surcroît, ce mode d'employabilité des travailleurs tendrait à s'étendre à d'autres secteurs économiques. Certaines tensions, bien connues des théories des industries culturelles, sont mises en avant dans les rapports officiels, par exemple l'opposition entre salariat et *free lance*, professionnels et amateurs, travail à but lucratif ou non lucratif. Les limites de ces catégories sont néanmoins soulignées ainsi que la diversité des situations nationales.

En premier lieu, il conviendrait de protéger les artistes et les travailleurs créatifs. Le rapport canadien note que « la majorité des pays ne disposent pas de mesures législatives globales de sécurité sociale pour les créateurs et n'offrent que des mesures partielles et limitées, telle qu'une forme de supplément de pension ou d'assurance-emploi » (p. 10). Cette question est d'autant plus importante que nombre d'auteurs insistent sur la montée de la précarité liée aux formes de travail *free lance* promues par les perspectives en termes d'industries et d'économie créatives. Mark Banks et David Hesmondhalgh¹ soulignent que, ce faisant, à la fois la dimension collective du travail est niée, tandis qu'une dimension méritocratique est introduite. Des logiques de rémunérations individualisées, proportionnées au talent de chacun et aussi à la prestation, se développent.

En deuxième lieu, la politique en faveur des travailleurs créatifs ne devrait pas être seulement une politique sociale. Dans le rapport allemand, il est souligné que les travailleurs créatifs sont en position de dépendance et de faiblesse par rapport aux firmes assurant la diffusion et la valorisation. Ils « pèseraient » moins dans la chaîne de valeur. Ce document souligne qu'il convient de traiter ce problème sous l'angle économique et d'encourager le rôle clé des créateurs dans le processus d'innovation créative dont dépend tout le dynamisme des industries créatives (p. 116). À cet égard, à tort ou à raison, les TIC sont vues comme une chance car elles offriraient des possibilités de diffusion alternatives aux productions des créateurs et changeraient, ainsi, le rapport de force entre ceux-ci et les acteurs industriels (p. 153).

En troisième lieu, ces emplois auraient également comme caractéristiques d'être ancrés dans un territoire donné car ils seraient hautement qualifiés, tandis que l'activité des employeurs, les firmes des industries créatives, serait elle-même ancrée territorialement car insérée dans un ensemble complexe de relations entre firmes, centres de recherche, centre de création sur le modèle des clusters. Les calculs agrègent des données fort différentes. De même pourquoi, s'interroge Kate Oakley², est-il fait parfois référence, dans les textes officiels, à la dimension culturelle de la créativité alors qu'à d'autres occasions tel n'est pas le cas ? En outre, comment montrer que la créativité artistique est différente des autres formes de créativité ?

Les territoires créatifs

À partir de la fin des années 1990, à la suite d'initiatives pionnières au Royaume-Uni, c'est au niveau transnational que les réflexions et les impulsions relatives aux territoires créatifs ont été fixées, en particulier sous l'égide de l'Unesco, de la Cnuced, de l'Union européenne et d'agences privées de conseil spécialisées dans le marketing territorial – un marché important s'est d'ailleurs ouvert pour elles. Toutefois, ces orientations générales s'incarnent de manière différenciée dans les discours et actions des états nationaux, d'une part, et des collectivités territoriales, d'autre part.

À partir des années 2000, la rédaction de rapports officiels nationaux relatifs aux industries et à l'économie créatives est le signe de la volonté des États de se positionner sur ces questions à l'heure où ces activités deviennent des indicateurs importants des pays dans les évaluations internationales. Au-delà des différences, fréquemment liées aux avantages comparatifs des territoires nationaux, les territoires créatifs sont présentés comme des espaces attractifs insérés dans une concurrence et une collaboration internationales. Avec les TIC, la culture et la créativité permettraient l'émergence de nouveaux secteurs économiques ainsi que le développement du tourisme culturel. Les territoires seraient également engagés dans des logiques de notoriété, reposant notamment sur l'essor d'activités spécifiques, ancrées territorialement, et porteuses de valeurs symboliques, tel le *design*. Plus spécifiquement dans certains rapports, britannique et scandinave essentiellement, les territoires créatifs sont décrits comme des territoires de tolérance culturelle et d'ouverture à l'immigration. Il s'agit là d'un élément relativement nouveau du marketing territorial, inspiré par les thèses du multiculturalisme, qui redessine une concurrence internationale des territoires par une tentative d'importation d'éléments issus de cultures étrangères.

Les actions effectivement conduites doivent arbitrer ou, le plus souvent, mêler des objectifs en termes de territoires créatifs et de « territoires 2.0 ». Avec cette dernière notion, la créativité n'est pas seulement une affaire d'industriels ou d'institutions, mais elle concerne aussi les habitants, considérés comme la principale source de créativité. Aussi, potentiellement, l'alternative suivante se pose aux décideurs publics : soit soutenir un secteur limité, les industries créatives, considéré comme la clef de voûte de la nouvelle division du travail, soit favoriser le développement des processus de créativité dans des domaines d'activité différents et touchant le « grand public » afin de stimuler la « créativité sociale ». La thématique des industries créatives est alors porteuse de valeur de consensus social et politique.

Quoi qu'il en soit, pour que les territoires créatifs ne soient pas qu'un slogan du marketing territorial, il reste donc à prouver empiriquement que les industries et l'économie créatives sont réellement créatrices d'emplois ancrés territorialement, non délocalisables.

Philippe BOUQUILLION, Jean-Baptiste LE CORF

Rapports référencés

- Conférence canadienne des arts, *De l'économie à l'écologie : un cadre stratégique pour la main-d'œuvre créative*, 2009.
- Department for Culture, Media and Sport, uk, Creative Britain, *New Talents for the New Economy*, 2008.
- Dutch Ministry of Economic Affairs et Ministry of Education, *Culture and Science. Culture & Economy. Our Creative potential*, 2005.
- European Commission, *The economy of culture in Europe*, 2006.
- Federal Ministry of Economics and Technology and Federal Government Commissioner for Culture and the Media, *Culture and Creative Industries in Germany*, Research Report, 2009.
- KEA, study for European Commission, *The impact of culture on creativity*, 2009.
- Nordic Innovation Centre, *Creative economy green paper for the Nordic region*, 2007.
- Santagata, Walter, *White paper on creativity : Towards an Italian model of development*, 2009.
- World Intellectual Property Organization, Ministry of Culture of the Republic of Bulgaria, *Wipo study of the economic contribution of the copyright-based industries in Bulgaria*, 2007.

1. Mark BANKS et David HESMONDHALGH, "Looking for work in creative industries policy", *International Journal of Cultural Policy*, novembre 2009, vol. 15, n° 4, p. 418.
2. Kate OAKLEY, "The disappearing arts : Creativity and innovation after the creative Industries", *International Journal of Cultural Policy*, novembre 2009, vol. 15, n° 4, p. 407.



CE-2011-8

Approche statistique européenne de la culture

Synthèse des travaux européens ESSnet-Culture 2009-2011

Décembre 2011, 28 p.

Sous l'égide d'Eurostat, l'Office statistique de l'Union européenne, le réseau du système statistique européen sur la culture (ESSnet-Culture) a dirigé, de 2009 à 2011, quatre groupes de travail consacrés à la définition du cadre statistique de référence, au financement de la culture et aux dépenses culturelles, à la mesure des secteurs culturels et de l'emploi, et enfin aux pratiques culturelles et à leurs aspects sociaux.

La définition de la culture, la prise en compte de ses différentes dimensions, la question de la mesure des activités culturelles ont été des questions préalables à l'exercice de mesure et de comparaison statistiques. ESSnet formule plusieurs recommandations méthodologiques pour garantir une meilleure comparabilité des statistiques culturelles entre États membres. Publié conjointement dans la collection « Culture méthodes », *Conceptualisation statistique du champ de la culture* revient sur les différentes nomenclatures existantes en France, en Europe et à l'échelon international, en précise les principes d'emboîtement, et vient compléter utilement la présente synthèse des travaux européens.

RÉSUMÉ

La définition du champ statistique de la culture a fait l'objet de travaux européens de 2009 à 2011, après que les nomenclatures nationales (nomenclature d'activités françaises, NAF Rév. 2) et européenne (nomenclature statistique des activités économiques dans la Communauté européenne, NACE Rév. 2) ont été rénovées en 2008. Sous l'égide d'Eurostat, l'Office statistique de l'Union européenne, un groupe de travail européen (*Task Force 1*) a conçu la structure du nouveau cadre statistique européen constitué d'une trentaine d'activités culturelles, dans un souci d'harmonisation des outils méthodologiques et pour garantir une meilleure comparabilité des résultats publiés. Le cadre européen s'insère dans le cadre international défini par l'Unesco pour les statistiques culturelles et croise dix domaines culturels – patrimoine culturel, archives, bibliothèques, livre et presse, arts plastiques, audiovisuel et multimédia, architecture et communication publicitaire, artisanat d'art – avec six fonctions économiques : création, production et édition, diffusion et commercialisation, conservation, formation, administration et management culturels. La publication revient sur les différentes nomenclatures existantes en France, en Europe et à l'échelon international et précise leur principe d'emboîtement. Publiée conjointement dans la collection « Culture études » du DEPS, *Approche statistique européenne de la culture* est la synthèse des travaux du réseau européen de statistique ESSnet-Culture et vient compléter utilement le présent document méthodologique.

ABSTRACT

*After the national and European classification systems were revised in 2008 (the French Classification of Activities, NAF-Rev.2, and the Statistical Classification of Economic Activities in the European Community, NACE Rev.2 respectively), a number of European works defining a statistical reference framework for culture were conducted between 2009 and 2011. Under the aegis of Eurostat (the Statistical Office of the European Union), a European working group (Task Force 1) designed a structure for the new European statistical framework, made up of some thirty cultural activities, with the intention of harmonising methodological approaches and to ensure better comparability of published results. This European framework falls within UNESCO's international framework for cultural statistics and covers ten cultural areas – cultural heritage, archives, libraries, books and the press, fine art, audiovisual and multimedia, architecture, advertising and arts and crafts - with six economic functions, i.e. creativity, production and publishing, broadcasting and marketing, conservation, training, cultural management and administration. The publication covers the various current classification systems in France, Europe and internationally, and describes how they fit together. Published jointly in the DEPS's "Culture Studies" collection, *Approche statistique européenne de la culture* summarises the work of the European statistical network ESSnet-Culture and serves as a valuable complement to this methodological paper.*

Tous les documents publiés par le DEPS sont téléchargeables sur <http://www.culturecommunication.gouv.fr>

Le DEPS n'assurant pas de diffusion physique de ses collections, 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