



**Rencontres Nationales Culture et  
Innovation(s)**

**Les musées au cœur de l'industrie culturelle**

***Cité des Sciences 15/01/16***

**EY**

Building a better  
working world

# La culture a un poids économique considérable dans l'économie française



**83,6**  
milliards €  
de revenus



**1,3**  
millions  
d'emplois

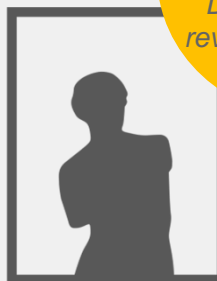
**x2**



emplois de  
l'automobile

**+ 1,2 %**

*De croissance des  
revenus entre 2011 et  
2013*



## Une économie symphonique



Les arts visuels



La musique



Le spectacle vivant



Le cinéma



La télévision



La radio



Le jeu vidéo



Le livre



La presse



La publicité et la  
communication

# Les ICC et leur diversité de métiers sont des facteurs de développement territorial

## La culture est croissante et innovante, avec et malgré le numérique

**+ 214 M €**

*Ventes numériques*

**- 716 M €**

*Ventes physiques*

## La culture « Made in France » est attractive

**32,5 Mds €**

Retombées indirectes du tourisme culturel



**2,63 Mds €**

Exportations de biens et services culturels



## La culture, c'est un patchwork de métiers

**1 000 métiers recensés dans les ICC**



## La culture, ce n'est pas que Paris

**57% des effectifs du spectacle vivant**



**90% de festivals de musique sont en province**














# Les ICC sont un acteur économique de premier plan au niveau européen et mondial

## Chiffres Europe (UE 28 – Etude GESAC 2014)


**535,9 milliards €**

**7 millions**  
 de revenus d'emplois

Markets	Sales (€b)	Jobs
 <b>Books</b> New user experiences are reinventing the book industry	36.3	646,000
 <b>Newspapers &amp; magazines</b> Facing and embracing the challenges of the digital age	70.8	483,500
 <b>Music</b> Innovating to lead creative diversity in Europe	25.3	1,168,000
 <b>Performing arts</b> Audiences love live concerts and festivals	31.9	1,234,500
 <b>TV</b> The most popular medium is thriving	90	603,500
 <b>Film</b> Resilience fueled by the digital transformation	17.3	641,000
 <b>Radio</b> Still the most trusted medium and available in many new ways	10.4	97,000
 <b>Video games</b> Surfing the wave of online and mobile gaming	16	108,000
 <b>Visual arts</b> Brightening Europe's appeal for tourists and art investors	127.6	1,231,500
 <b>Architecture</b> Coping with the aftermath of the construction sector slump	36.2	493,000
 <b>Advertising</b> Driven by the rapid expansion of online revenues	93	818,000
<b>Total CCIs (after removal of double-counting)</b>	<b>535.9</b>	<b>7,060,000</b>

## Chiffres Monde (Etude CISAC 2015)


**2 250 milliards \$**

**29,5 millions**  
 de revenus d'emplois

Television tops the charts: CCI sectors by revenue (US\$b) and jobs

CCI sectors	Revenues (2013, US\$b)	Employment (2013, number of jobs)
Television	477	3,527,000
Visual arts	391	6,732,000
Newspapers and magazines	354	2,865,000
Advertising	285	1,953,000
Architecture	222	1,668,000
Books	143	3,670,000
Performing arts	127	3,538,000
Gaming	99	605,000
Movies	77	2,484,000
Music	65	3,979,000
Radio	46	502,000
<b>Total (before removing double counting)</b>	<b>2,285*</b>	<b>31,524,000*</b>
<b>Total (minus double-counting)</b>	<b>2,253</b>	<b>29,507,000</b>

Source: Cultural times: the first global map of cultural and creative industries, EY, 2015

\* Rounded figure

# Les arts visuels sont le fer de lance des ICC

## Les arts visuels sont leader en emplois et en chiffre d'affaires en France



#1 France

21,4 Mds €

#2 Monde

391 Mds \$

#1 France



313 800  
emplois

#1 Monde

6,7 millions

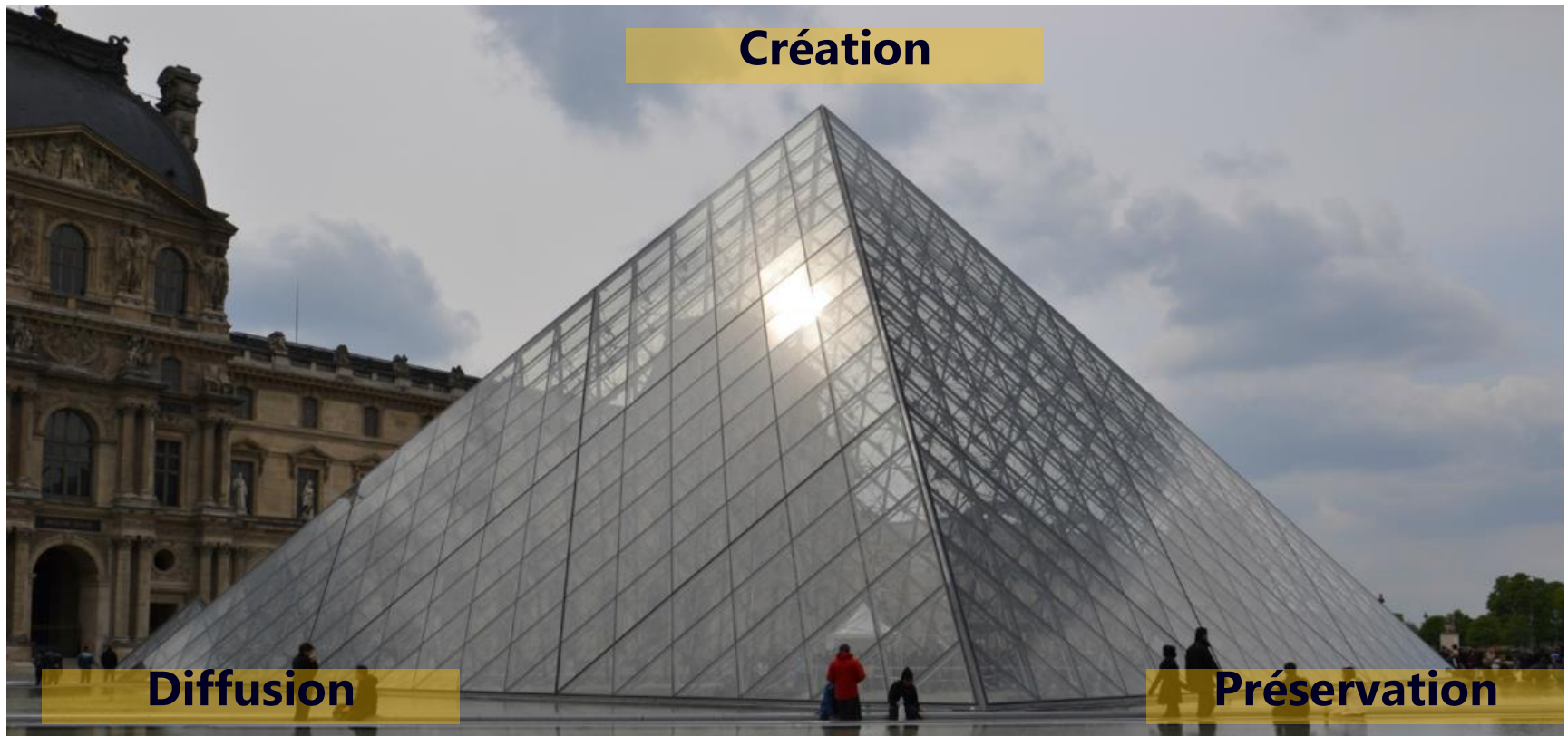
## Les musées sont un des pivots des arts visuels

Un secteur dynamique, comme le montrent :

- **La hausse régulière de la fréquentation** : + 4% de fréquentation du top 10 mondial entre 2013 et 2014, et + 3% d'augmentation des recettes en France
- **L'augmentation forte des emplois** : + 5% entre 2011 et 2013 en France

Source : Etude EY – France Créative (2015) et EY – CISAC (2015)

# Les musées sont au cœur du triptyque « Création / diffusion / préservation »

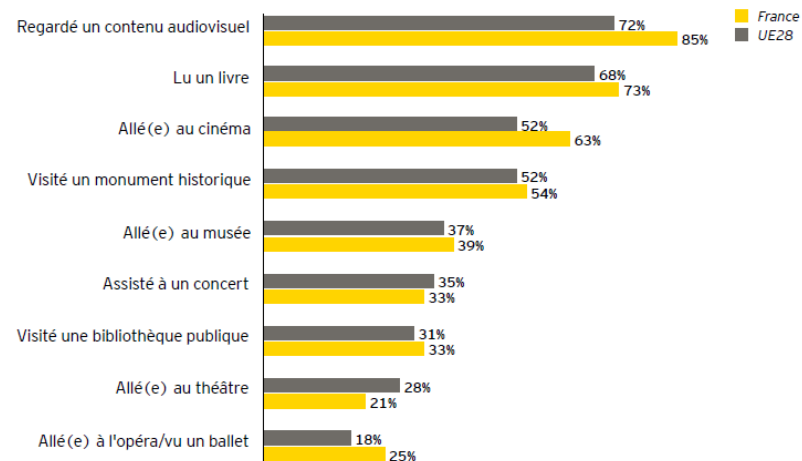


# Une bonne santé économique portée par un appétit culturel toujours fort et par son intégration dans l'économie territoriale

## Le public français est toujours avides « d'expériences » dans les musées

L'appétit culturel des Français pour les musées reste supérieur à la moyenne européenne. Les musées et le patrimoine sont une des activités culturelles les plus prisées derrière l'audiovisuel, la lecture et le cinéma.

« Êtes-vous/avez-vous au moins 1 fois, au cours des 12 derniers mois... »



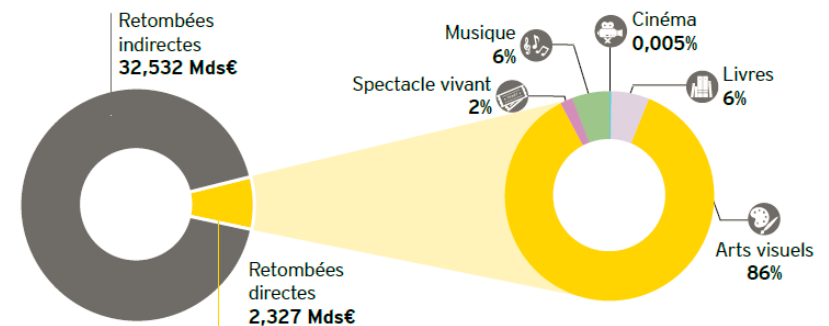
Source : Commission européenne, 2013

## Les musées sont au cœur de l'économie d'un territoire

Les arts visuels (dont les musées) représentent 86% des retombées économiques directes du tourisme culturel en France (tourisme national et étranger).

### Évaluation des retombées économiques du tourisme en France en 2013

En milliards d'euros



Source : Ministère de la Culture et de la Communication, 2015, consolidation EY 2015

Malgré un accès toujours plus large aux œuvres numérisées (via Google Art Project par exemple), la fréquentation des musées continue de croître (+ 4% du top 10 des musées mondiaux entre 2013 et 2014).

# Un enjeu politique et de développement des territoires dans le monde

## Attractivité

« La culture attire les talents et les flux touristiques »

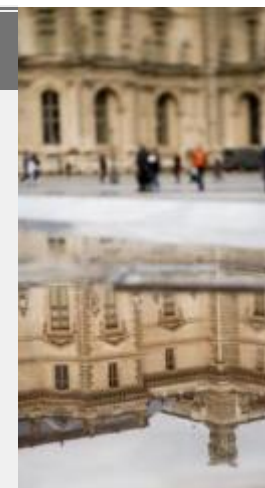
*Le développement d'infrastructures culturelles est un enjeu de développement pour les territoires, en particulier pour les pays émergents qui vont attirer plus de la moitié des flux touristiques internationaux en 2030*



## Classe moyenne

« La classe moyenne grandissante dans les pays en développement est avide de contenus culturels »

*L'Asie compte 525 millions de consommateurs culturels issus de cette classe moyenne émergente*



## Talents et créatifs

« Le développement culturel lié à l'urbanisation nourrit l'émergence d'une classe créative »

*Cette « classe créative » est un moteur de croissance, d'innovation et d'attractivité dans les aires urbaines*



## Régénération urbaine

« Les musées sont l'emblème du renouveau et de la renaissance d'un territoire »

*Le musée Guggenheim de Bilbao a généré plus de 1 000 emplois à temps plein sur le territoire, et a entraîné une multiplication par 8 du nombre de touristes*

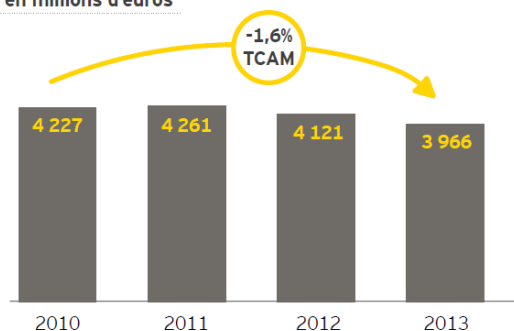


# Un secteur menacé par le recul du soutien public

## Une diminution tendancielle des crédits à la culture à tous les niveaux

**Un recul des dotations de l'Etat en France de -1,6% par an depuis 2010**

Évolution des dépenses culturelles de l'État\* en millions d'euros



Source : ministère de la Culture et de la Communication, 2015

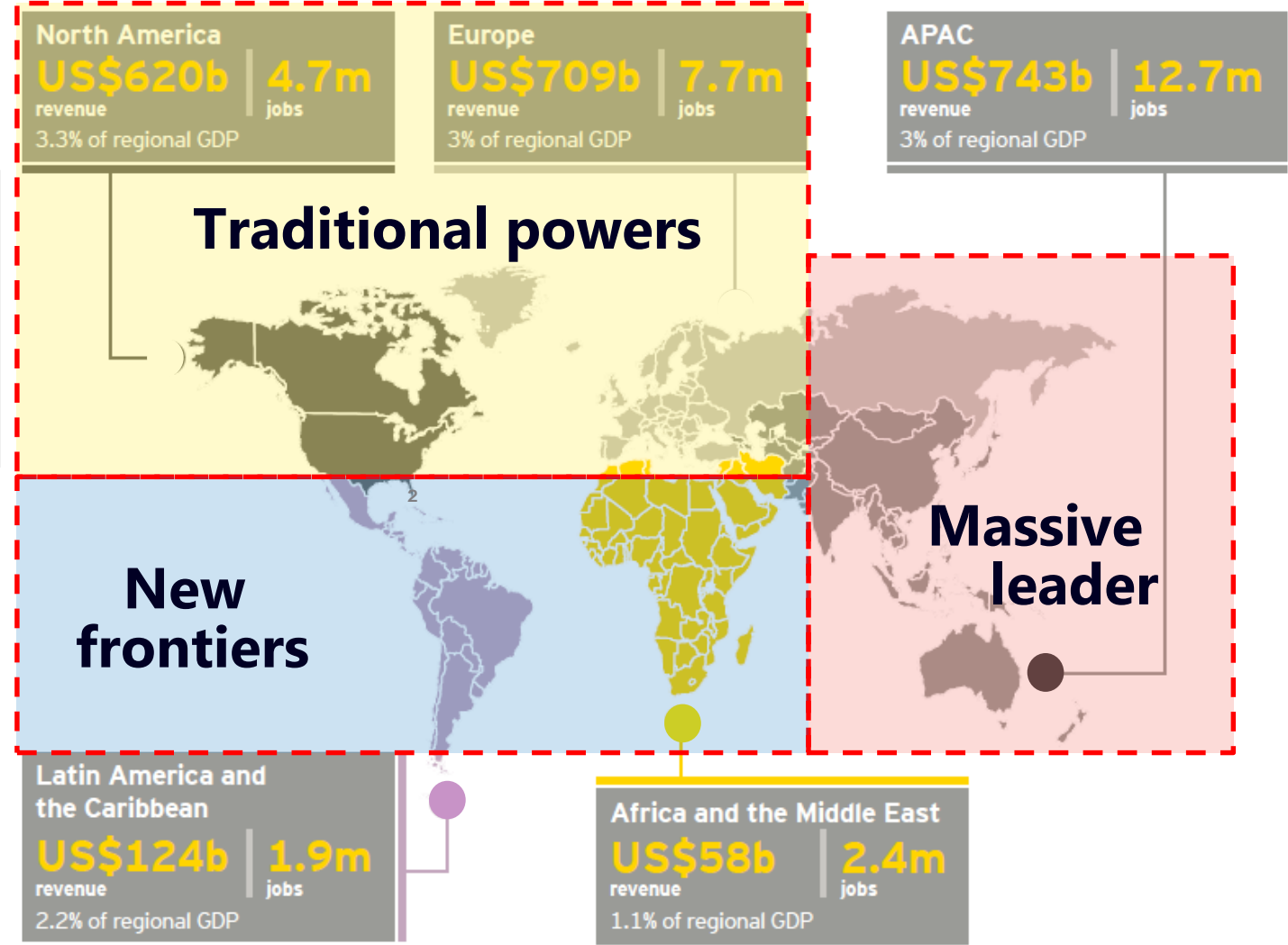
TCAM : taux de croissance annuel moyen

- ▶ Le total des concours financiers de l'Etat (dont les crédits du ministère de la Culture et de la Communication ci-contre) est estimé à 13,9 milliards d'euros
- ▶ Une diminution qui frappe également les différents niveaux des collectivités territoriales depuis 2013

**Une diminution généralisée des crédits à la culture**

- ▶ En Europe, les dépenses culturelles qui avant la crise économique de 2008 augmentaient de 5% par an diminuent désormais de 1% par an

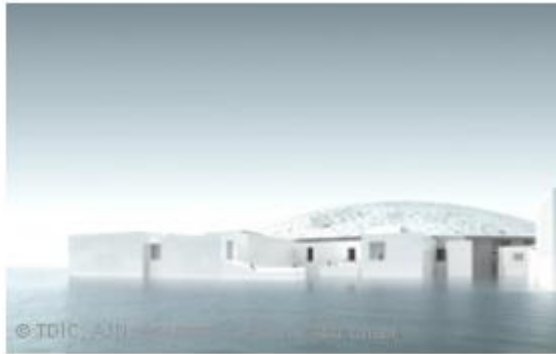
# Une bascule massive des lieux de consommation de la culture



# Un phénomène qui risque d'atteindre les lieux de diffusion et de préservation des patrimoines

## Des investissements massifs dans les pays du Golfe

*Le Louvre Abu-Dhabi ouvrira ses portes en 2016*



*En 2017 le musée du futur de Dubaï sera un incubateur du design et de l'innovation technologiques dans l'art*



## La Chine, nouvelle terre de musées ?

En 10 ans, la Chine a doublé le nombre de ses musées. Aujourd'hui, l'Empire du Milieu compte plus de 4000 musées !

*Le futur Musée des arts de la Chine de Pékin sera conçu par Jean Nouvel*



**En 2016, 7 des 10 premiers musées mondiaux sont européens (dont 3 Français) : comment garantir que les musées Européens soient toujours majoritaires dans le top 10 en 2026 ?**

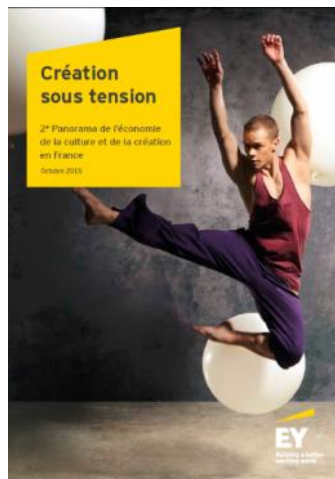
## Quelques conseils et interpellations

- ❖ **Explicitiez votre rôle auprès des élus (impact économique et social)**
- ❖ **Valorisez vos réserves et l'expérience d'immersion dans les événements / découvertes**
- ❖ **Améliorez votre connaissance du "client" en multicanal**
- ❖ **Utilisez aussi la transformation numérique technologique et marketing pour fédérer vos équipes**
- ❖ **Développez de nouvelles propositions de valeur à partir de vos marques/ collections**
- ❖ **Soyez collaboratif avec votre Eco système : open data marketing...**

EY | Audit | Conseil | Fiscalité et Droit | Transactions

EY est un des leaders mondiaux de l'audit, du conseil, de la fiscalité et du droit, des transactions. Partout dans le monde, notre expertise et la qualité de nos services contribuent à créer les conditions de la confiance dans l'économie et les marchés financiers. Nous faisons grandir les talents afin qu'ensemble, ils accompagnent les organisations vers une croissance pérenne. C'est ainsi que nous jouons un rôle actif dans la construction d'un monde plus juste et plus équilibré pour nos équipes, nos clients et la société dans son ensemble.

EY désigne l'organisation mondiale et peut faire référence à l'un ou plusieurs des membres d'Ernst & Young Global Limited, dont chacun est une entité juridique distincte. Ernst & Young Global Limited, société britannique à responsabilité limitée par garantie, ne fournit pas de prestations aux clients. Retrouvez plus d'informations sur notre organisation sur [www.ey.com](http://www.ey.com).



France 2015

<http://www.ey.com/FR/ICC>

© 2015 Ernst & Young et Associés. Tous droits réservés.

Studio EY France — 1510SG262

Crédits photos: Fotolia.com

Crédit photo: Stéphane Dévé

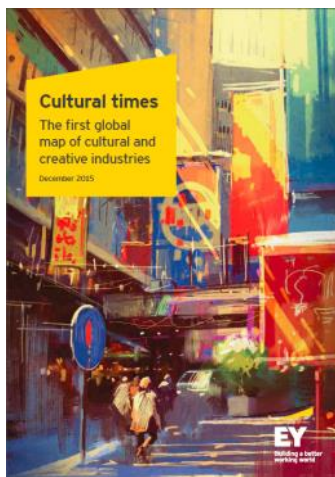
Document imprimé conformément à l'engagement d'EY de réduire son empreinte sur l'environnement.

Cette publication a valeur d'information générale et ne saurait se substituer à un conseil professionnel en matière comptable, fiscale ou autre. Pour toute question spécifique, vous devez vous adresser à vos conseillers.

[ey.com/fr](http://ey.com/fr)

Bruno PERRIN [bruno.perrin@fr.ey.com](mailto:bruno.perrin@fr.ey.com)

Hugo ALVAREZ [hugo.alvarez@fr.ey.com](mailto:hugo.alvarez@fr.ey.com)



Monde 2015

[www.ey.com/CulturalTimes](http://www.ey.com/CulturalTimes)