

## Session 24

### La culture est-elle une force de frappe économique ?

Françoise Benhamou

Cercle des économistes

#### La culture, laboratoire des évolutions de la société ?

La relation entre culture et économie se joue selon trois partitions. La première renvoie au thème des retombées économiques de la culture. La deuxième, qui a donné naissance au concept d'exception culturelle – un terme sans doute galvaudé –, met en avant les spécificités des biens : biens uniques, biens à externalités positives (*soft power*, éducation), legs aux générations futures. Avec la troisième, on désigne la disruption numérique qui a affecté très tôt les industries culturelles, et on observe alors le caractère précurseur de la culture.

#### 1. Des retombées économiques ?

Selon un rapport du National Endowment for the Arts (2016), l'industrie culturelle représentait 704,2 milliards de dollars pour l'économie américaine en 2013, soit 4,23% du PIB, pour une croissance de 1,9 % par an en moyenne (ce qui correspond à la croissance de l'économie américaine sur la même période). Les branches qui rapportent le plus sont l'audiovisuel (sport compris), l'industrie du film, le commerce de détail lié à l'art (galeries d'art, librairies, musique), le spectacle vivant (chanteurs, acteurs, écrivains, artistes interprètes) et les services publicitaires. Les ordres de grandeur sont similaires en Europe et en France<sup>1</sup>.

Les études de ce type se sont multipliées ; si elles soulèvent nombre de problèmes méthodologiques, elles mettent en évidence deux faits saillants. Le premier est l'indéniable empreinte économique de la culture, qui rassemble divers secteurs inégalement pourvoyeurs d'emplois, et le second renvoie au poids de l'industrie touristique, première retombée de la culture. La France demeure la première destination internationale touristique (85 M de visiteurs étrangers en 2015). En Tunisie, le tourisme représente plus de 7% du PIB national et 480.000 emplois directs ou indirects, soit 12% de la population active (3,79 millions de personnes en 2014, selon la Banque mondiale). Selon l'OMT, la contribution du tourisme à l'activité économique dans le monde est estimée à environ 5%, et sa contribution à l'emploi à entre 6 et 7%. Le tourisme culturel en constitue un sous-ensemble de l'ordre de 5 à 20% selon les pays (Keller et Bieger, 2006). Il s'est considérablement accru en quelques décennies (Richards et Wilson 2008, WTO 2005), mais l'identification précise de la part du tourisme relevant de motivations patrimoniales est difficile à établir (Bonet, 2003<sup>2</sup>), et il faut souligner sa sensibilité aux désordres géopolitiques.

Il est plus pertinent de mesurer les externalités liées à la culture. Elles peuvent être mesurées dans le cas du tourisme. Un exemple : sur les 9,33 millions de visiteurs du Louvre en 2013, 70% étaient étrangers (6,53 M). Si chaque visiteur décide de rester une demi-journée pour cette visite, et sachant qu'un visiteur étranger dépense en moyenne 75 euros par demi-journée dans la ville, les dépenses

---

<sup>1</sup> Une étude réalisée par EY en 2014 montrait qu'avec un chiffre d'affaires de 535,9 milliards d'euros, les Industries Culturelles et Créatives (ICC) contribuaient au PIB européen à hauteur de 4,2%. En France, un rapport de France Créative montrait que les industries créatives ont rapporté 83,6 milliards d'euros en France en 2013.

<sup>2</sup> Bonet L. "Cultural tourism", in Towse R. (ed.), *A Handbook of Cultural Economics*, Cheltenham, Edward Elgar, 2003, pp. 187-193.

Keller P., Bieger T. (eds), *Marketing efficiency in tourism. Coping with volatile demand*, Berlin, Eric Schmidt Verlag, 2006.

Richards, G., Wilson, J. (eds.), *From cultural tourism to creative tourism. Part 1: The changing context of cultural tourism*, Arnhem: ATLAS, 2008.

dues au Louvre des visiteurs étrangers se sont montées à environ 490 millions d'euros (6.53 \* 75) sur une année, une somme largement absorbée par le secteur du tourisme.

## **2. Les biens culturels sont-ils des biens « d'exception » ?**

Toute une littérature académique rend compte du caractère atypique des biens culturels. William Baumol montre dès le milieu des années 1960 que la production de spectacle vivant souffre d'un déficit structurel de productivité. Du côté des industries culturelles, l'accent est mis sur le fait que du point de vue d'un éditeur, d'un réalisateur ou d'un producteur, chaque produit doit être nouveau, et les recettes du succès ne sont guère prévisibles. C'est cette propriété, liée au caractère unique ou prototypique des biens, qui explique tout à la fois l'infinie diversité de l'offre, l'ampleur des risques (on considère que seuls 5 à 20% des biens sont rentables ou simplement amortis) et le caractère très concentré des consommations<sup>3</sup>.

Plus généralement, les biens culturels sont porteurs de sens et de *soft power*. L'importance de la proximité culturelle et linguistique comme moteur des échanges économiques est bien documentée<sup>4</sup>. On peut défendre dans ce cadre la mise à disposition gratuite sur Internet des images qui représentent le patrimoine ; c'est la politique choisie par les musées des Pays-Bas : on peut télécharger en haute définition les photographies des œuvres des musées et en disposer en toute liberté. De même la plateforme Art UK, lancée en février 2016, permet un accès en ligne universel aux collections publiques du Royaume-Uni ; plus de 3 000 collections sont impliquées dans l'élaboration de cette plateforme contributive.

Différentes directions de politique publique se complètent : soutien aux artistes, aide à la production des œuvres innovantes, normes et incitations dans le domaine patrimonial, dispositifs destinés à l'enrichissement des collections muséales, programmes éducatifs, soutien à l'offre non marchande, équipement culturel des territoires, etc.<sup>5</sup>

## **3. La disruption numérique**

Nombre de biens culturels, parce qu'ils sont des biens informationnels, sont appropriables sans coût. La numérisation accentue cette propriété. Elle a atteint précocement les industries culturelles, se manifestant par le bouleversement des modèles économiques et l'arrivée de nouveaux entrants, par le développement de nouvelles concurrences avec des acteurs économiques qui se jouent des règles nationales et qui optimisent leur comportement fiscal, par des difficultés à assurer la remontée de la valeur vers les créateurs et à se prémunir contre le piratage. Se sont développées diverses formes de désintermédiation, la prescription et la recommandation transitant par les réseaux sociaux. Sont apparus de nouveaux usages aux termes desquels l'abonnement se substitue à l'achat à l'unité. Le secteur musical a été tout particulièrement impacté, subissant une perte de valeur de l'ordre de 50% en une dizaine d'années. Depuis lors, des modèles économiques ont pu émerger, notamment basés sur les abonnements ; dans la vidéo, les usages tendent à migrer vers ces formes de consommation. Il est intéressant d'observer la bonne résistance du spectacle vivant, de la salle de cinéma, de la librairie indépendante, qui constituent des sortes d'antidotes au mouvement d'individualisation des pratiques culturelles caractéristique de l'ère digitale.

---

<sup>3</sup> Cf. notamment Caves R.E. *Creative Industries. Contracts Between art and Commerce*, Harvard University Press, Cambridge, 2000.

<sup>4</sup> Carrère Céline, Masood Maria, *Le poids économique de la langue française dans le monde*, Fondation pour les études et recherches sur le développement international, rapport au ministre des affaires étrangères, décembre 2012, et Attali J. et al., *La Francophonie et la francophilie, moteurs de croissance durable*, rapport au Président de la République, août 2014.

<sup>5</sup> Pour plus de détails, cf. Benhamou F. *Politique culturelle, fin de partie ou nouvelle saison ?* Paris, La Documentation française, 2015.

### **Conclusion : la culture, laboratoire des évolutions de la société ?**

Il faut surtout souligner le caractère précurseur de la culture. Les marchés de l'art ont très tôt fait l'expérience de la mondialisation. La créativité est la matière première de la production culturelle ; elle tend à le devenir en divers pans de l'économie. L'auto-entrepreneuriat y est répandu ; il s'étend en d'autres secteurs. Les artistes ont tôt fait l'expérience de l'emploi intermittent et de l'organisation par projets, en des temps où l'emploi « standard » dominait (contrats salariés à plein temps et à durée indéterminée). Le caractère discontinu de la vie d'artiste se retrouve à présent dans bien d'autres activités. Quant à l'accompagnement social de l'intermittence, il préfigure certaines évolutions de l'assurance-chômage (droits rechargeables par exemple).

L'analyse des pratiques culturelles a permis à la théorie économique d'inverser la perspective d'un consommateur passif : la prise en compte du coût du temps, de l'information, des consommations passées, née de l'étude des pratiques culturelles, aide à interpréter l'évolution de bien d'autres consommations.

C'est dans le champ du numérique que la culture a joué à plein ce rôle de laboratoire. Les modèles économiques des grandes plateformes, qualifiés de marchés bifaces, sont depuis longtemps connus dans les médias : les plateformes proposent d'un côté des services et des contenus (gratuits ou payants), et d'un autre côté des espaces publicitaires à des annonceurs, dont le prix est corrélé au nombre des consommateurs. Quant à Wikipédia, il a préfiguré l'économie du partage. Et c'est là un des éléments les plus prometteurs de la « grande transformation » numérique de l'économie.