

Aperçu statistique des industries culturelles



Délégation
au développement
et aux affaires internationales

Département des études,
de la prospective
et des statistiques



Aperçu statistique des industries culturelles



Liberté • Égalité • Fraternité
RÉPUBLIQUE FRANÇAISE



Délégation
au développement
et aux affaires internationales

Département des études,
de la prospective
et des statistiques



Signes conventionnels utilisés

s	secret statistique
n.d.	données non disponibles
()	estimation Deps

Sigles utilisés dans cette *Note statistique*

APE	activité principale exercée
BA	bénéfices agricoles
BIC	bénéfices industriels et commerciaux
BNC	bénéfices non commerciaux
CITI	nomenclature internationale d'activités
DDM	direction du développement des médias
EAE	enquête annuelle d'entreprise
EPEI	enquête auprès des petites entreprises industrielles
Lifi	enquête Liaisons financières (Insee)
NACE	nomenclature européenne d'activités
NAF	nomenclature d'activités française
Sessi	service des études et des statistiques industrielles
Suse	système unifié de statistiques d'entreprises

Chef du Département des études, de la prospective et des statistiques : Philippe CHANTEPIE

Responsable des publications et de la valorisation : Jacqueline BOUCHERAT

Pierre BERRET, chargé d'études statistiques

Jeannine CARDONA, responsable de la cellule statistique

Chantal LACROIX, gestionnaire de la base de données de statistiques culturelles

© Ministère de la culture et de la communication, Délégation au développement et aux affaires internationales, Département des études, de la prospective et des statistiques, Paris, 2006.

Cette *Note statistique* est téléchargeable sur le site :

<http://www.culture.gouv.fr/dep/telechrg/stat/nstat16.pdf>

SOMMAIRE

Avertissement	5
Champ et caractéristiques des industries culturelles	7
Champ des industries culturelles	7
Approche statistique sectorielle	8
Champ statistique	9
Caractéristiques des industries culturelles	12
Les industries culturelles en chiffres	21
Ensemble des entreprises	21
Activités audiovisuelles et agences de presse	23
Les plus grandes entreprises des industries culturelles	33
Édition	33
Cinéma et vidéo, radio, télévision, agences de presse et publicité	34
Les entreprises de 20 salariés et plus	37
Annexes	
Annexe I – Méthodologie, champ	45
Annexe II – Définitions	49
Bibliographie	51
Sites Internet à consulter	52
Listes des tableaux et graphiques	53

Avertissement

Cet *Aperçu statistique des industries culturelles* constitue un exercice inédit de collecte, de traitement et d'enrichissement des données statistiques nationales disponibles sur les entreprises, en vue de fournir un cadrage des industries culturelles homogène et aussi complet que possible (voir Annexe méthodologique).

Les données mobilisées proviennent principalement des enquêtes annuelles d'entreprises (EAE) réalisées par l'Insee et le Sessi (Service des études et des statistiques industrielles) du ministère de l'Industrie. Les données de ces enquêtes concernant le champ culturel sont enregistrées dans la base de données des statistiques culturelles du Deps. Des informations détaillées extraites des bases de diffusion de l'EAE Services (période 1993 à 2003) les complètent.

Les résultats présentés dans cette note sont fondés sur une approche par secteur d'entreprises qui diffère de l'approche par branche, habituellement conduite par les organismes professionnels. Les résultats des EAE portent sur l'ensemble des activités de l'entreprise à la différence des enquêtes de branche dont les résultats concernent les parties d'entreprises exerçant la même activité.

Ce premier cadrage devrait permettre d'initier des travaux complémentaires sur une base homogène et comparable en s'appuyant sur des évolutions à venir des statistiques d'entreprises, comme la meilleure prise en compte d'une part des groupes en tant qu'unité statistique complémentaire des entreprises et d'autre part des industries culturelles dans la nomenclature d'activités française (NAF) en cours de révision.

Le Département des statistiques, des études et de la documentation sur les médias de la Direction du développement des médias (DDM) doit être remercié pour ses conseils.

Philippe CHANTEPIE

Chef du Département des études,
de la prospective et des statistiques

Champ et caractéristiques des industries culturelles

Champ des industries culturelles

La notion d'industries culturelles est économiquement et statistiquement non congruente et fait encore l'objet d'acceptions différentes, selon les approches économiques, l'importance accordée à certains critères, les travaux internationaux de synthèse... Sans trancher à ce stade, les différentes approches économiques et statistiques font prévaloir des notions dont nous donnons un aperçu dans ce qui suit.

Parmi l'ensemble des activités économiques culturelles qui concernent le spectacle vivant, les arts plastiques, la conservation du patrimoine, l'architecture, etc., les industries culturelles et de communication occupent une place majeure. Elles comprennent les secteurs qui produisent le livre, la musique, la presse, le cinéma, l'audiovisuel et le multimédia. Elles se caractérisent par le fait de reproduire en grand nombre ou de diffuser largement ces biens et services culturels par des processus industriels et des techniques de communication. Ces biens et services culturels sont généralement protégés par les droits de propriété littéraire et artistique.

L'expression « industries culturelles » ou « industries culturelles et de communication » désigne un ensemble d'activités économiques dites aussi « industries de contenus » (*contents industries*) qui conjuguent des fonctions, plus ou moins industrielles, de conception, de création et production à des fonctions industrielles de fabrication à grande échelle et de commercialisation, en utilisant des supports physiques ou de communication. La notion de « contenu culturel » permettra alors de distinguer entre biens et services culturels « de base » et « connexes¹ ».

Les industries culturelles et de communication constituent un sous-ensemble des « industries créatives » (*creative industries*) qui, selon l'approche anglo-saxonne, sont définies comme

1. Unesco, *Échanges internationaux d'une collection de biens et services culturels, 1994-2003*, Montréal, 2005.

« des industries qui ont leur origine dans la créativité individuelle, l’habileté et le talent et qui ont un potentiel de création de richesse et d’emploi en générant et en exploitant la propriété intellectuelle. Ainsi, les “industries créatives” comprennent la publicité, l’architecture, le marché d’art et d’antiquité, l’artisanat, le design, la mode, le stylisme, les films, la vidéo, les logiciels de loisirs interactifs, la musique, les arts du spectacle, l’édition, les jeux pour ordinateur, la télévision et la radio² ».

Une autre approche anglo-saxonne, réduisant partiellement ce champ, s’attachera à la notion d’« *entertainment industries*³ ».

Les industries culturelles et de communication sont aussi un sous-ensemble d’un champ dont le critère repose sur l’existence de droits de propriété littéraire et artistique. En effet, les biens et services produits, commercialisés et diffusés par ces industries représentent des œuvres de l’esprit, dont le caractère original, artistique et culturel fait l’objet d’une protection par les droits de propriété littéraire et artistique. On parle alors d’industries fondées sur la propriété littéraire et artistique (*copyright-based industries*⁴), parmi lesquelles la presse et la littérature, la musique, le théâtre et l’opéra, le cinéma et la vidéo, la radio et la télévision, la photographie, les logiciels et bases de donnée, les arts visuels et graphiques, les services de publicité et la gestion collective de droits.

Plus restrictif, le champ des industries culturelles qui est ici analysé statistiquement recouvre de manière générique l’édition, les activités audiovisuelles et des activités directement associées. Il combine un critère juridique (la protection par la propriété littéraire et artistique) et un critère économique et technique (la reproductibilité des œuvres ou l’usage de techniques de communication). Ainsi, le champ retenu s’approche du champ des industries de contenus.

Approche statistique sectorielle

Cet aperçu de l’économie des industries culturelles est rendu possible par une approche par secteur d’entreprises (voir encadré méthodologique ci-contre). Les enquêtes annuelles d’entreprises (EAE), source de connaissances statistiques, ont été privilégiées par rapport à d’autres sources comme les enquêtes de branche, les données de l’Unedic... Elles produisent en effet des statistiques homogènes pour toutes les activités économiques et relèvent d’une « approche entreprise » qui permet de décrire les principales caractéristiques économiques des entreprises des secteurs concernés (taille, chiffre d’affaires, effectif).

2. Department for culture, media and sport (DCMS) : http://www.culture.gov.uk/creative_industries/; Caves, R.E., *Creative Industries, Contracts Between Art and Commerce*, 2000.

3. Voir par exemple Vogel, H., *Entertainment Industry Economics: A Guide for Financial Analysis*, Cambridge University Press, 2004.

4. Organisation mondiale de la propriété intellectuelle, *Guide on Surveying the Economic Contribution of the Copyright-based Industries*, 2003 [http://www.wipo.int/copyright/en/publications/pdf/copyright_pub_893.pdf]

Sources et méthodes

Les données utilisées sont issues essentiellement des enquêtes annuelles d'entreprises (EAE). Ces enquêtes sont des enquêtes de secteur d'entreprises réalisées dans tous les secteurs de l'économie par l'Insee et le ministère de l'Industrie. Les données relatives au champ culturel issues de ces enquêtes sont enregistrées dans la base de données des statistiques culturelles du Deps. Elles ont été complétées par des informations détaillées extraites des bases de diffusion de l'EAE Services (période 1993 à 2003).

Un secteur regroupe des entreprises de fabrication, de commerce ou de service qui ont la même activité principale (au regard de la nomenclature d'activité économique considérée). L'activité d'un secteur n'est donc pas tout à fait homogène et comprend des productions ou services secondaires qui relèveraient d'autres items de la nomenclature que celui du secteur considéré.

Les entreprises sont classées dans un secteur d'activité en fonction de leur activité principale (code APE). Les résultats des EAE portent sur l'ensemble des activités de l'entreprise à la différence des enquêtes de branche dont les résultats concernent les parties d'entreprises exerçant la même activité.

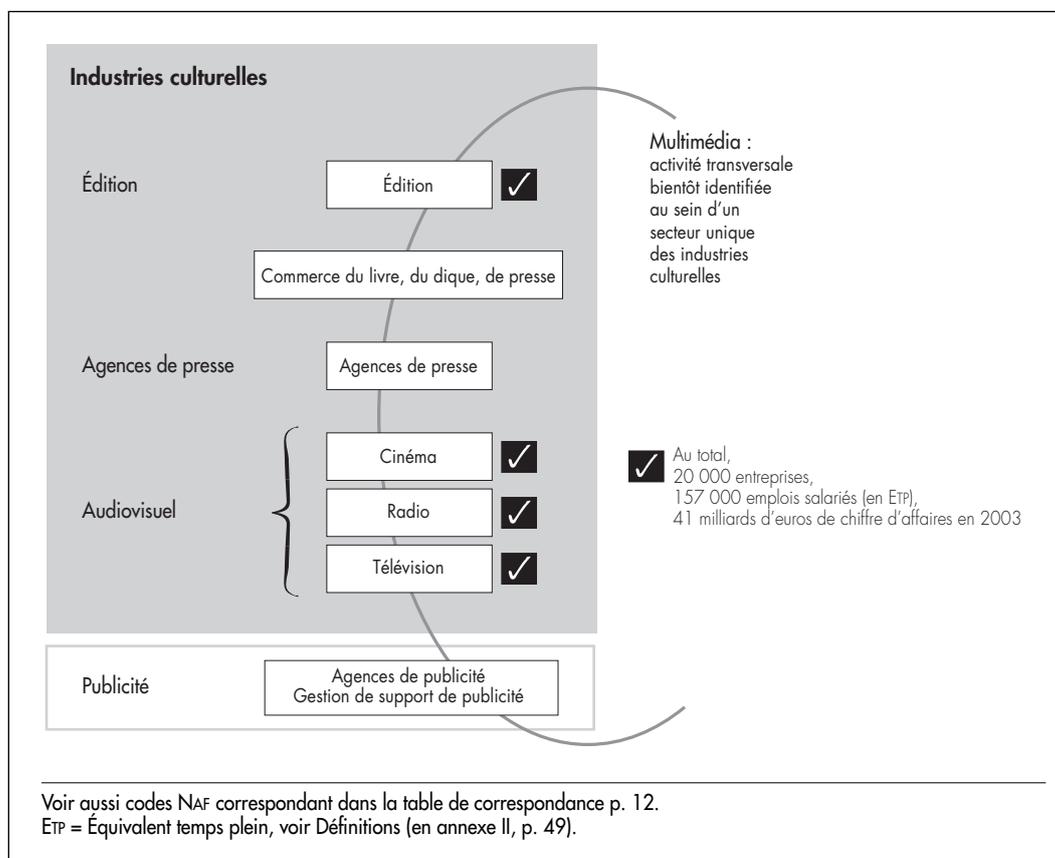
L'édition imprimée, l'édition phonographique relèvent des EAE Industrie qui couvrent les entreprises de plus de 20 salariés. Les autres industries culturelles relèvent des EAE Services. Celles-ci sont annuelles et exhaustives pour les entreprises de plus de 30 salariés et d'au moins 5 millions d'euros de chiffre d'affaires annuel ; elles sont réalisées en alternance, une année sur deux, pour les entreprises en dessous de ces seuils.

Les entreprises du champ des industries culturelles et de plus de 20 salariés sont donc toutes interrogées par les EAE. Le seuil de 20 salariés, qui sépare les micro-entreprises et petites entreprises des plus grandes, est apparu comme le plus pertinent pour l'analyse. Des estimations (figurant entre parenthèses) ont été réalisées par le Deps pour appréhender l'activité des entreprises de moins de 20 salariés : elles utilisent des sources complémentaires comme Alisse (base de données entreprises de Insee.fr) et certains résultats de l'enquête de l'Insee auprès des petites entreprises industrielles (EPEI).

Champ statistique

Le champ des industries culturelles englobe toutes les activités économiques qui concourent à la production en grand nombre de biens et services culturels et de communication et à leur mise sur le marché. Ces activités sont très nombreuses et se situent à des phases différentes de l'ensemble du processus (voir figure 1).

L'analyse statistique de ce champ est largement dépendante de la NAF qui détermine le classement des entreprises selon leur activité principale. Cette nomen-

Figure 1 – Champ des industries culturelles

Deps

clature ne permettant pas d'isoler actuellement certaines activités des industries culturelles, le champ de l'analyse repose donc pour partie sur des choix empiriques dictés par la disponibilité des informations. C'est en particulier pour cette raison que le commerce de disque, de livre et de presse n'a pas été intégré au champ d'analyse.

Les entreprises de l'imprimerie et de fabrication d'enregistrements sonores, considérées comme des activités connexes, ne sont pas retenues dans cette analyse.

Les activités de banques de données sont estimées comme trop éloignées des industries culturelles, lesquelles sont plus centrées sur une valeur ajoutée en termes de contenus que de support. Néanmoins, ce secteur comprend des entreprises de multimédia, qui relèvent du champ.

Les agences de presse collectent, synthétisent et diffusent les informations écrites, photographiques et audiovisuelles utilisées par la presse et les autres médias. Elles sont retenues car elles apportent une valeur ajoutée à l'information en termes de contenus. Ce secteur d'activité comprend aussi les journalistes

***Le multimédia : une activité diffuse,
bientôt identifiée au sein d'un secteur unique***

Les activités des entreprises de multimédia recouvrent la création et l'édition de logiciels et autres produits qui combinent plusieurs moyens de représentation de l'information, tels que textes, sons, images fixes ou animées et autres contenus informatiques en général. En font partie l'édition de jeux vidéo, sur support cédérom et DVD, la conception et la réalisation de sites Internet et de bornes interactives, l'animation 3D, l'infographie multisupport, les bases de données professionnelles. L'activité principale « multimédia » n'existant pas en propre au sein de l'actuelle NAF, les entreprises de ce secteur choisissent de se rattacher aux activités qui leur paraissent les plus proches : en majorité au sein des activités informatiques (division 72), dans une moindre mesure au sein des activités culturelles, récréatives et sportives (division 92), de l'édition, imprimerie, reproduction (division 22), des télécommunications (division 64) ou de la publicité (division 74).

Selon la future nomenclature européenne en cours de refonte, les entreprises de multimédia seront regroupées au sein d'une seule division : *Information and communication* (section J)/*Publishing activities* (division 58)*.

En 2001, plus de 3 000 entreprises, dont les deux tiers situées en Île-de-France, exerceraient dans le secteur du multimédia (et Internet) et emploieraient au total 53 000 personnes pour un chiffre d'affaires estimé à 600 millions d'euros**.

* Pour plus d'informations sur cette nouvelle nomenclature d'activité européenne 2008, consulter : <http://forum.europa.eu.int/irc/dsis/nacecpacon/info/data/en/index.htm>, voir aussi Sources I – B) Objectifs à moyen terme.

** Les secteurs NAF où sont répertoriées des entreprises de multimédia : http://www.iaurif.org/fr/savoirfaire/etudesenligne/multimedia_internet/multimedia_internet2.pdf (voir aussi : http://www.afjv.com/press0307/030715_naf.htm)

et photographes indépendants, ainsi que ceux qui conçoivent les jeux cérébraux de la presse.

Les activités des agences de publicité et de gestion des supports de publicité sont économiquement liées aux industries culturelles et surtout de communication. La publicité finance en effet une partie importante de leurs activités : en 2004, presque un tiers (30,3 %) des 31,2 milliards d'euros d'investissements en communication des annonceurs sont consacrés aux médias des industries culturelles, 14,1 % à la presse, 12,8 % à la télévision, et les 3,4 % restants à la radio et au cinéma⁵.

5. Union des annonceurs.

Table de correspondance des activités des industries culturelles dans la NAF, révisée au 1^{er} janvier 2003

Domaine d'activité	Code NAF	Activité principale (niveau classe NAF)
Livres	22.1A	Édition de livres
Presse	22.1C	Édition de journaux
Presse	22.1E	Édition de revues et périodiques
Musique enregistrée	22.1G	Édition d'enregistrements sonores
Commerce de livres, disque, presse	division 52*	Activité non repérée au sein d'une classe unique
Cinéma	92.1A	Production de films pour la télévision
Cinéma	92.1B	Production de films institutionnels et publicitaires
Cinéma	92.1C	Production de films pour le cinéma
Cinéma	92.1D	Prestations techniques pour le cinéma et la télévision
Cinéma	92.1F	Distribution de films cinématographiques
Vidéo	92.1G	Édition et distribution vidéo
Cinéma	92.1J	Projection de films cinématographiques
Radio	92.2A	Radio
Télévision**	92.2B	Production de programmes de télévision
Télévision	92.2D	Édition de chaînes généralistes
Télévision	92.2E	Édition de chaînes thématiques
Télévision	92.2F	Distribution de bouquets de prog. radio et télévision
Agences de presse	92.4Z	Agences de presse
Multimédia	divisions 72, 92, 22, 64, 74	Activité non repérée au sein d'une classe unique
Publicité	74.4A	Gestion de supports de publicité
Publicité	74.4B	Agences, conseil en publicité

* La division correspond au niveau agrégé des codes NAF sur les deux premières positions du code.
 ** Au 1^{er} janvier 2003, la diffusion de programmes de télévision (92.2C) a été scindée en trois postes (92.2D, 92.2E, 92.2F).

Source : NAF rév. 1-CPF rév. 1, Nomenclatures et codes, édition janvier 2003

Deps

Caractéristiques des industries culturelles et de communication

Des industries de contenu

Les industries de contenu ont deux caractéristiques principales. Elles produisent des biens et services comme des prototypes, engageant l'ensemble des coûts de production, y compris les coûts *échoués* (*sunk costs*). Il s'agit aussi d'industries produisant des biens et services qui sont des « biens d'expérience », c'est-à-dire des biens et services dont la qualité et le succès *ex post* sont rarement connus ou prévisibles *ex ante* par les acteurs de la filière (auteurs, éditeurs, producteurs, diffuseurs, etc.) et par les consommateurs. Aussi la consommation de ces biens et services dépend-elle largement des dépenses d'investissements publicitaires et des stratégies de marketing et d'édition. Elle dépend aussi des phénomènes de réputation (*star system*, bouche à oreille, critiques, récompenses, etc.).

Le succès du produit découle beaucoup de la manière dont les entrepreneurs gèrent l'aléa de production, lequel, pour d'autres produits de l'économie, est plus

facilement contrôlé par la mise au point d'un prototype susceptible d'être l'objet de tests sur des panels de consommateur, d'améliorations successives... Dans l'économie des industries culturelles, les moyens de minimiser les risques sont en revanche très restreints (émissions pilotes pour certains programmes télévisés, maquettes pour les CD musicaux...). En amont, la production des biens nécessite donc en général des coûts fixes plus ou moins importants, dont une partie du financement peut être fondée par des garanties, des avances sur recettes pour le cinéma par exemple. Mais pour l'essentiel, le financement de la production ne résulte que des exploitations, qu'elles donnent lieu à un financement direct par le consommateur ou par un tiers (publicité à la télévision, à la radio et dans la presse).

À l'incertitude quant au succès attendu du produit, s'ajoute la difficulté à définir un « juste prix ». Le prix des biens et services des industries culturelles et de communication ne correspond pas à l'utilité marginale du consommateur, comme c'est l'usage sur la plupart des autres marchés. Il est défini *a priori* et variable selon les modes d'exploitation (entrée en salle, DVD pour le cinéma, prix du phonogramme, prix au titre en téléchargement pour la musique, etc.) ou selon la prise en compte d'aspects réglementaires (par exemple les cartes d'abonnement illimité au cinéma, le prix unique du livre, les taux de TVA réduits pour le livre et la presse).

Des industries très liées au développement des technologies de l'information et de la communication

La dématérialisation des produits des industries culturelles engagée par la numérisation des données (texte, image fixe et animée, son) entraîne de nouvelles exploitations des produits des industries musicales, du cinéma, mais aussi de l'information (presse, agence de presse), voire de l'édition de livres. Une large part des produits et des services des industries culturelles connaît donc des transformations importantes. D'une part, elles se produisent sur le segment de la production, mais surtout sur celui des exploitations, d'abord avec l'essor et la multiplicité des supports numériques – CD, DVD, cédérom, DVD-ROM, et ensemble de nouveaux formats comme le SACD, le HD-DVD ou Blue-Ray –, ensuite et davantage avec celui des réseaux numériques – diffusion numérique par satellite ou câble, ADSL, G3, Edge, UMTS, etc. – ainsi qu'à travers de nouveaux services – téléchargement de musique en ligne ou sur mobile, vidéo à la demande, TV par ADSL, sur mobile, etc.

Un secteur de taille modeste

En 2003, les industries culturelles rassemblaient 4 % des emplois des services marchands et réalisaient 8,5 % du chiffre d'affaires (respectivement 6,6 % et 12,8 % si les activités de publicité sont incluses). Ce secteur apparaît ainsi de taille relativement modeste, avec environ deux fois le chiffre d'affaires de l'entreprise France Télécom (1^{re} entreprise des services) et un volume d'emploi qui lui est supérieur d'un tiers.

Tableau 1 – Chiffres clés détaillés des industries culturelles en 2003

Chiffre d'affaires en millions d'euros

Activité principale (niveau classe NAF)	Nombre d'entreprises			Nombre de salariés moyen ETP			Chiffre d'affaires		
	Moins de 20 sal.	20 sal. et plus	Total	Moins de 20 sal.	20 sal. et plus	Total	Moins de 20 sal.	20 sal. et plus	Total
Industries culturelles	(18 921)	1 192	(20 113)	(38 237)	118 231	(156 469)	(8 107)	32 936	(41 043)
Édition	(8 914)	569	(9 483)	(17 100)	66 918	(84 018)	(3 415)	16 821	(20 236)
22.1A Édition de livres	(3 000)	143	(3 143)	(4 300)	12 699	(16 999)	(1 036)	4 257	(5 292)
22.1C Édition de journaux	(1 400)	110	(1 510)	(2 900)	28 339	(31 239)	(458)	4 683	(5 141)
22.1E Édition de revues et périodiques	(3 950)	293	(4 243)	(7 300)	22 896	(30 196)	(1 467)	6 333	(7 799)
22.1G Édition d'enregistrements sonores	(2 400)	23	(2 423)	(2 600)	2 984	(5 584)	(454)	1 549	(2 004)
Activités audiovisuelles	8 767	558	9 325	19 351	46 408	65 760	4 420	15 536	19 955
Cinéma et vidéo	7 483	437	7 920	16 658	20 720	37 378	3 742	5 084	8 826
92.1A Production de films pour la télévision	1 062	48	1 110	2 533	2 287	4 820	524	488	1 011
92.1B Production de films institutionnels et publicitaires	1 934	92	2 026	3 459	2 372	5 831	696	325	1 022
92.1C Production de films pour le cinéma	2 036	55	2 091	3 725	4 036	7 761	721	748	1 469
92.1D Prestations techniques pour le cinéma et la télévision	942	92	1 034	3 005	5 616	8 621	466	715	1 181
92.1F Distribution de films cinématographiques	242	22	264	587	933	1 520	564	800	1 365
92.1G Édition et distribution vidéo	541	21	562	424	1 016	1 440	385	1 356	1 740
92.1J Projection de films cinématographiques	726	107	833	2 925	4 460	7 385	387	652	1 039
92.2A Radio	813	33	846	1 606	7 440	9 046	142	1 152	1 294
Télévision	471	88	559	1 087	18 248	19 335	535	9 300	9 835
92.2B Production de programmes de télévision	381	32	413	592	1 463	2 055	198	286	484
92.2D Édition de chaînes généralistes	0	9	9	0	12 263	12 263	0	6 221	6 221
92.2E Édition de chaînes thématiques	74	43	117	471	3 088	3 559	332	999	1 331
92.2F Distribution de bouquets de programmes radio et télévision	16	4	20	24	1 435	1 459	5	1 794	1 800
92.4Z Agences de presse	1 240	65	1 305	1 786	4 905	6 691	272	579	852
Publicité	16 329	709	17 038	37 005	62 875	99 881	7 013	14 059	21 072
74.4A Gestion de supports de publicité	4 052	187	4 239	8 361	29 476	37 837	2 081	8 680	10 760
74.4B Agences, conseil en publicité	12 277	522	12 799	28 644	33 399	62 043	4 932	5 380	10 312
Services	721 785	24 040	745 825	1 379 785	2 527 170	3 906 954	188 799	296 864	485 664

Sources : Enquête annuelle d'entreprise dans les services (Insee), Enquête annuelle d'entreprise dans l'industrie (Sessi), Système unifié de statistiques d'entreprises (Suse – Insee) Insee/Depes

Pour comprendre les tableaux et graphiques

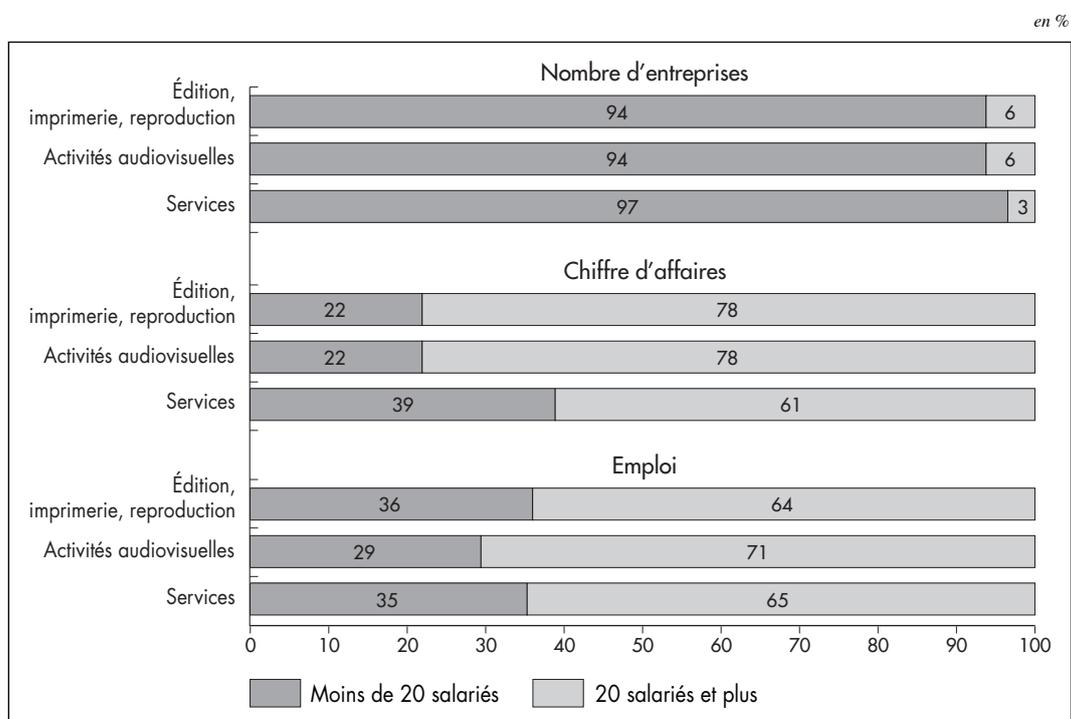
La taille de l'entreprise est mesurée en nombre de salariés au 31 décembre. En revanche, l'emploi salarié moyen est évalué en équivalent temps plein (voir Définitions en annexes).

Des estimations ont été réalisées par le Deps pour les entreprises de moins de 20 salariés de l'édition. Les chiffres d'affaires sont estimés à partir de Suse. Le champ Suse couvre les entreprises dont le chiffre d'affaires est supérieur à 76 300 euros. Aussi l'information a-t-elle été légèrement redressée pour parvenir à une estimation qui prenne en compte l'activité des micro-entreprises et des TPE dont le chiffre d'affaires est inférieur au seuil. Le nombre d'entreprises est estimé à partir de l'EPEI et des données de Sirene. Les données sur l'emploi sont estimées à partir de l'EPEI et de Suse et par comparaison avec d'autres secteurs.

Des industries de services

Les industries culturelles et de communication comprennent essentiellement des entreprises du tertiaire marchand, hormis les activités de l'édition qui relèvent de l'industrie. Toutefois, ces dernières ont une structure en termes d'entreprises, d'emploi et de chiffre d'affaires qui les rapproche beaucoup des services.

Graphique 1 – Structures sectorielles comparées de l'édition, l'audiovisuel et les services



Sources : Enquête annuelle d'entreprise dans les services 2003 (Insee), EPEI 2001 pour le secteur de l'édition (Insee)

Insee/Deps

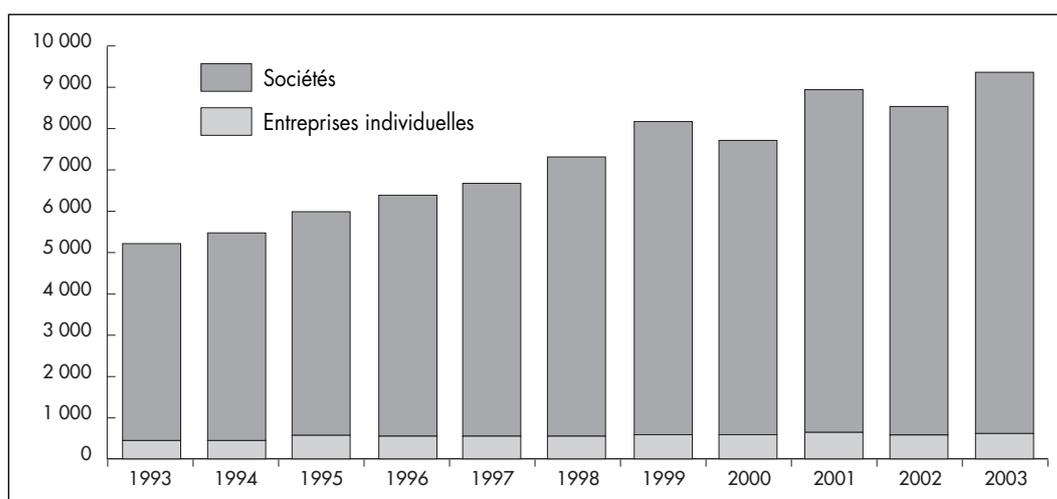
Si l'on considère le poste « édition, imprimerie, reproduction », la reproduction recouvre en effet des activités pour lesquelles la contribution sectorielle des petites entreprises artisanales est la plus forte en comparaison des autres activités industrielles (comme l'aéronautique, la pharmacie, l'automobile...), et la plus proche en structure des activités de services. En 2001, ces entreprises, qui emploient chacune moins de 20 salariés, représentent 94 % du nombre des entreprises du secteur, 36 % de l'emploi et réalisent 22 % du chiffre d'affaires sectoriel⁶. C'est pourquoi les activités de l'édition (ici, hors imprimerie et reproduction) sont jugées comparables à celles des services et des activités audiovisuelles en particulier (voir graphique 1).

Zoom sur les activités audiovisuelles

Au sein des industries culturelles, on peut distinguer deux grands ensembles d'activités économiques de poids équivalent : l'édition et les activités audiovisuelles.

Dans les activités audiovisuelles, la forme sociétaire prédomine largement sur l'entreprise individuelle (95 % en 2003, voir graphique 2), alors que dans l'ensemble des services, le nombre de sociétés n'a dépassé celui des entreprises individuelles que depuis quelques années (56 % des entreprises en 2003). Cette part dépasse en revanche 90 % dans tous les secteurs de l'audiovisuel et reste très élevée aussi dans l'édition et distribution vidéo (84 %) ainsi que dans la projection de films cinématographiques (84 %). Comme les entreprises se lient à des groupes uniquement sous la forme sociétaire, la part des entreprises appartenant à des groupes est bien plus élevée qu'en moyenne dans les services (7 % en

Graphique 2 – Nombre de sociétés et d'entreprises individuelles dans les activités audiovisuelles de 1993 à 2003

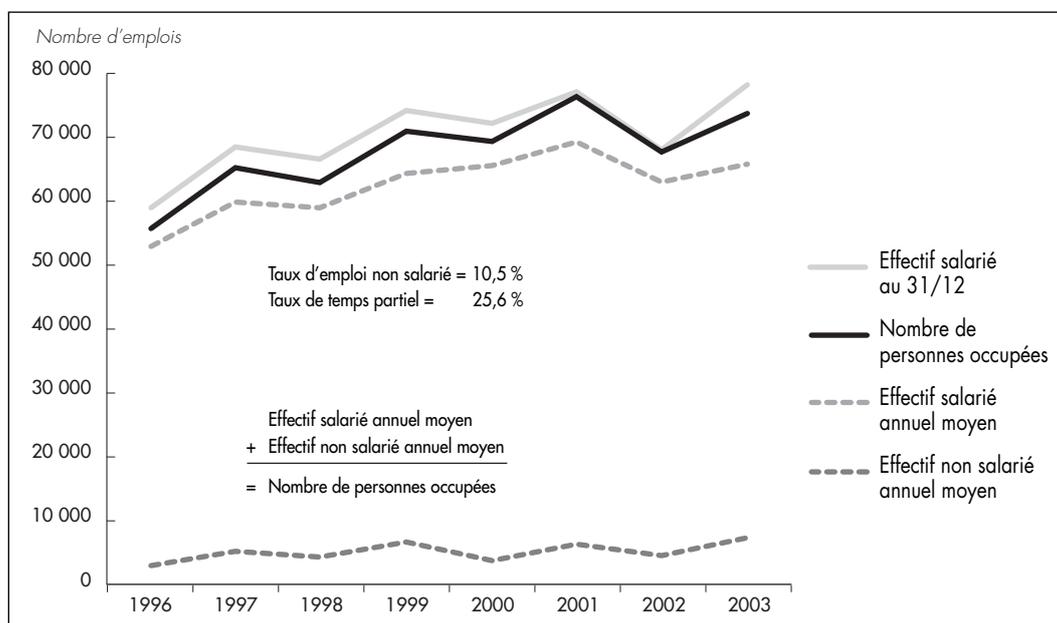


Source : Enquête annuelle d'entreprise dans les services (Insee)

Insee/Deps

6. Source EPEI, voir Méthodologie (en annexe I, p. 45).

**Graphique 3 – Évolution des emplois
dans les activités audiovisuelles de 1996 à 2003**



Source : Enquête annuelle d'entreprise dans les services (Insee)

Insee/Depts

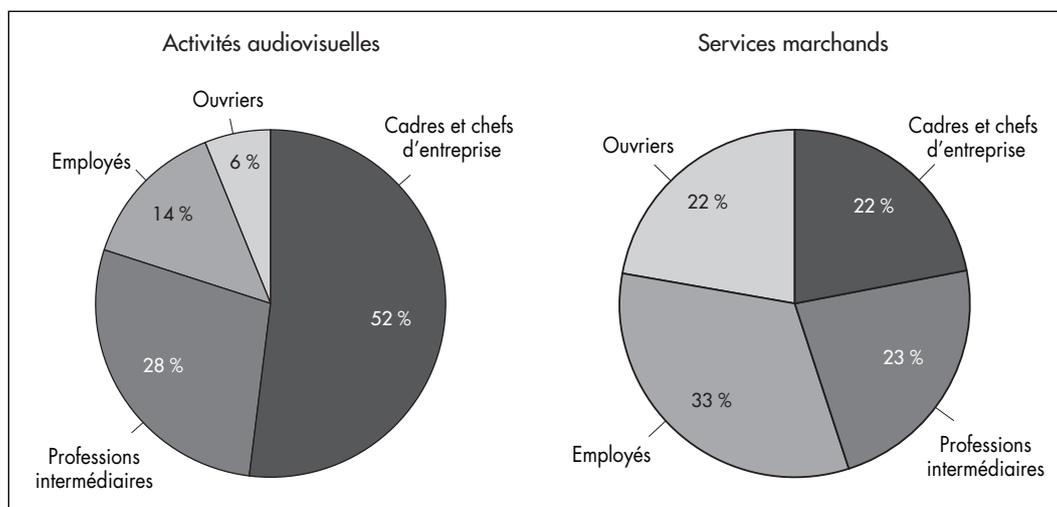
2002). Elle avoisine un quart des entreprises dans les secteurs de la radio et de la télévision, tout comme dans la distribution et projection de films cinématographiques.

Le nombre des sociétés dans les activités audiovisuelles, en hausse continue, a presque doublé en onze ans (voir graphique 2). Ce secteur regroupe moins de 2 % des emplois de services. Les entreprises s'y recomposent assez souvent sous l'influence des groupes et l'activité des salariés s'exerce largement à temps partiel (26 % en moyenne, 31 % même pour le cinéma et la vidéo, au lieu de 12 % pour les services). Plus que dans d'autres secteurs, les effectifs évoluent du coup « en dents de scie » de par la nature de ces emplois.

Les effectifs ont crû assez continûment jusqu'en 2001 (+ 6 % en moyenne annuelle), mais la tendance est depuis à la baisse.

Hormis la projection de films et la distribution de bouquets de programme, les activités audiovisuelles constituent des activités à haut niveau de qualification, puisqu'elles emploient deux (cinéma) à trois fois (activités de radio et de télévision) plus de cadres et chefs d'entreprise qu'en moyenne dans les services (voir graphique 4, p. 18 et tableau 8, p. 30).

Fortement consommatrices de « matières premières » (décors, costumes, effets spéciaux, matériels...), les activités audiovisuelles génèrent des consommations intermédiaires élevées (13 milliards d'euros en 2003) ; elles représentent 65 % du chiffre d'affaires, au lieu de 52 % en moyenne dans les services. Dans le

Graphique 4 – Répartition des emplois par catégorie socioprofessionnelle en 2003

Source : Déclarations annuelles de données sociales (DADS)

Insee/Deps

cinéma en particulier, les productions en cours de réalisation constituent des dépenses importantes qui sont comptabilisées en production immobilisée au bilan. Une fois le film terminé, la livraison donne lieu à facturation et apparaît dans le chiffre d'affaires.

Des dynamiques de concentration

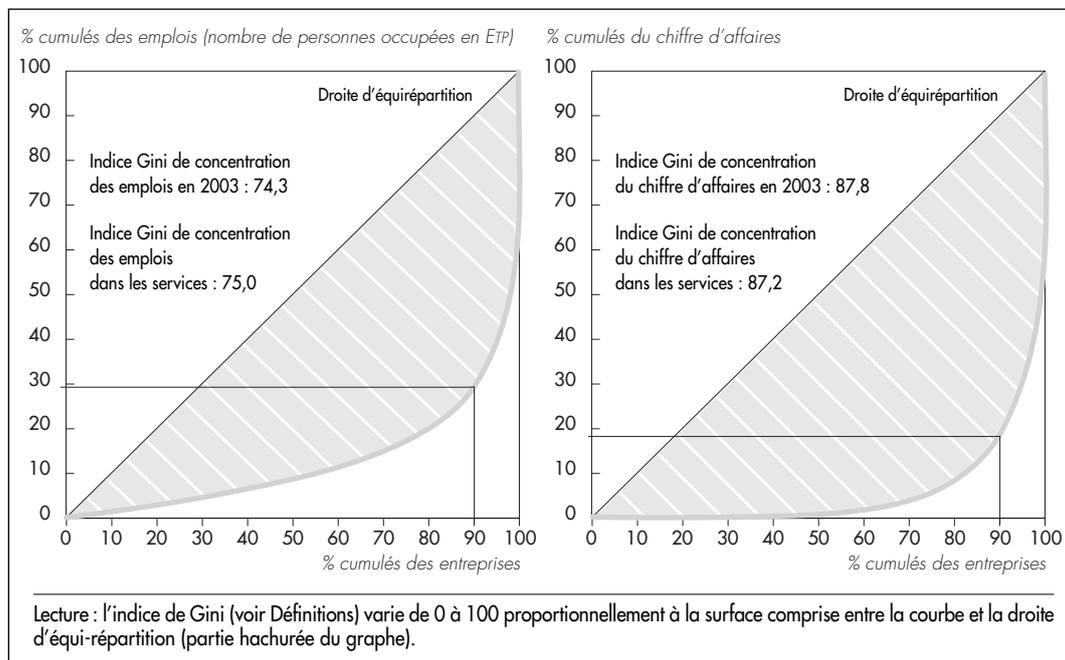
Comme dans d'autres activités de services⁷, mais de façon plus ou moins prononcée, les industries connaissent des dynamiques de concentration. Elles s'expliquent en partie par la structure économique de ces industries, les risques inhérents à la production, l'existence de coûts fixes souvent élevés et la recherche d'économies d'échelle de fabrication et distribution. Les oligopoles de groupes sont fréquents dans les différents secteurs des industries culturelles.

Sur ces marchés, quelques grands groupes, souvent internationaux, cumulent une forte part du chiffre d'affaires sectoriel et côtoient une multitude de petites et très petites entreprises, souvent créées autour de la production d'une seule œuvre. Ces grands groupes ont tendance à proposer des produits culturels aptes à capter le plus grand nombre des consommateurs. Les autres plus petites entreprises seront partenaires de ces grands groupes, ou proposeront d'autres produits. Cette structure du tissu économique en « oligopoles à frange concurrentielle » est propre à un grand nombre de secteurs des services.

Ainsi, en 2003, dans le secteur de la production de films pour le cinéma, les 90 % des plus petites entreprises (selon le chiffre d'affaires) réalisent près de 20 % du

7. Pierre Berret, « Les entreprises de services : concentration accrue sous l'influence des groupes », *Insee Première*, n° 938, septembre 2005.

Graphique 5 – Concentration des emplois et du chiffre d'affaires dans la production de films pour le cinéma en 2003



Source : Enquête annuelle d'entreprise dans les services (Insee)

Insee/Deps

chiffre d'affaires sectoriel (voir graphique 5 droite). Les 90 % des plus petites selon le nombre de personnes occupées cumulent 30 % de l'emploi (voir graphique 5 gauche). Ce secteur se situe ainsi globalement dans la moyenne des services, tant pour la concentration du chiffre d'affaires que pour celle des emplois.

En revanche, d'autres secteurs témoignent d'une très forte concentration : c'est le cas du secteur de l'édition et de la distribution vidéo (voir tableau 4), ou de l'édition de chaînes et distribution de bouquets de programmes de radio et de télévision. C'est aussi le cas de l'édition d'enregistrements sonores (voir figure 2, p. 33) : les quatre plus grandes entreprises du secteur cumulent en 2003 près des trois quarts des ventes de la branche. En revanche, le secteur de la projection de films cinématographiques apparaît en comparaison moins concentré (voir tableau 4, p. 24).

Vers une analyse de groupes

En 2002, onze groupes dominent en France les industries culturelles⁸ : les sept leaders mondiaux, AOL Time Warner (aujourd'hui 1^{er} groupe mondial de communication), Bertelsmann (RTL, Prisma Press, France Loisirs, chaîne M6, entre

8. Nathalie Coutinet, François Moreau, Stéphanie Peltier, « Les grands groupes des industries culturelles : fusions, acquisitions, alliances : les stratégies des années 1980-2000 », coll. « Les travaux du Dep », 2002.

autres), Disney, News Corp. (groupe de Rupert Murdoch), Sony, Viacom (Mtv, CBS, Paramount, etc.) et Vivendi Universal (Universal Music Group, Vivendi Universal Games, groupe Canal+, etc.), et quatre groupes européens de taille moyenne, présents dans les grandes filières, EMI (musique), Pearson (Pearson Education, maison d'édition Penguin, Financial Time), Reed Elsevier (groupe anglo-néerlandais d'édition professionnelle, mais aussi Midem, salon du Livre, Fiac), Lagardère (édition/presse, audiovisuel).

L'appareil statistique public ne rend compte aujourd'hui que partiellement de la structure des groupes, en privilégiant surtout le périmètre français⁹. Mais les sources mobilisées sur l'analyse statistique des industries culturelles et de communication, basées sur les entreprises, permettent d'observer la forte concentration sectorielle. En effet, 85 % des plus grandes entreprises de services (celles employant 250 salariés et plus) appartiennent en 2002 à des groupes et cette part est homogène dans presque tous les secteurs. En revanche, la croissance interne des groupes échappe à l'analyse : les plus grands groupes des industries culturelles intègrent de plus en plus souvent plusieurs secteurs d'activité pour constituer de grands groupes de communication et l'approche « entreprise » ne permet pas de rendre compte de l'emprise de ces groupes sur une filière.

Pour autant, la prééminence des groupes dans certaines activités ne saurait masquer l'existence d'autres formes de relations entre les entreprises : systèmes de franchise ou réseaux d'enseigne (certains multiplexes pour le cinéma). De même, des ententes et alliances stratégiques peuvent exister entre firmes au sein d'un même secteur. Par ailleurs, les grands groupes de l'édition et les majors de l'audiovisuel exercent largement leur activité à l'échelon international, et pas uniquement sur le territoire. Pour une approche plus large du pouvoir de marché exercé et la mise en place d'une politique adaptée, il faudrait tenir compte de ces formes de regroupements, de l'ouverture internationale des groupes, de l'intégration verticale des activités et de la croissance conglomérale des grands groupes au sein de différents secteurs.

9. Enquête Liaisons financières (Lifi – Insee).

Les industries culturelles en chiffres

Ensemble des entreprises

Un premier cadrage sur trois grandeurs économiques clés permet d'évaluer la part que représentent, dans l'ensemble des entreprises, celles qui emploient plus de 20 salariés. En 2003, les 1 200 petites et moyennes entreprises (PME) et grandes entreprises des industries culturelles concentrent 80 % du chiffre d'affaires sectoriel total (en euros courants) et 76 % des emplois. La part restante du chiffre d'affaires (20 %) et des emplois (24 %) est réalisée par 19 000 micro-entreprises et très petites entreprises.

Tableau 2 – Chiffres clés des industries culturelles en 2003

Chiffre d'affaires en millions d'euros

Activité principale (niveau classe NAF)	Entreprises de toute taille			Entreprises employant 20 salariés et plus		
	Nombre d'entreprises	Nombre de salariés moyen ETP	Chiffre d'affaires	Nombre d'entreprises	Nombre de salariés moyen ETP	Chiffre d'affaires
Industries culturelles	(20 113)	(156 469)	(41 043)	1 192	118 231	32 936
Édition	(9 483)	(84 018)	(20 236)	569	66 918	16 821
Activités audiovisuelles	9 325	65 760	19 955	558	46 408	15 536
Cinéma et vidéo	7 920	37 378	8 826	437	20 720	5 084
Radio	846	9 046	1 294	33	7 440	1 152
Télévision	559	19 335	9 835	88	18 248	9 300
Agences de presse	1 305	6 691	852	65	4 905	579
Publicité	17 038	99 881	21 072	709	62 875	14 059
Services	745 825	3 906 954	485 664	24 040	2 527 170	296 864

Sources : Enquête annuelle d'entreprise dans les services (Insee), Enquête annuelle d'entreprise dans l'industrie (Sessi),
Système unifié de statistiques d'entreprises (Suse – Insee) – Deps (pour les estimations)

Insee/Deps

Graphique 6 – Structures comparées des grands secteurs, selon la taille des entreprises en 2003

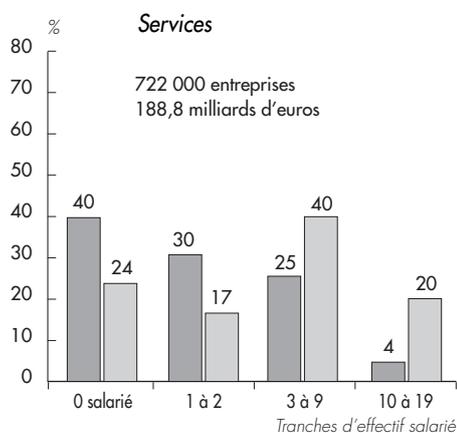
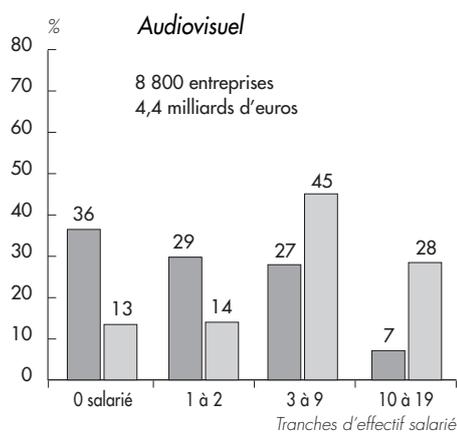
Les industries culturelles regroupent en 2003 un peu moins de 1 200 entreprises employant 20 salariés et plus, mais elles rassemblent aussi un très grand nombre d'entreprises plus petites.

Dans l'audiovisuel, ces structures plus petites sont vingt fois plus nombreuses que les plus grandes, et réalisent ensemble presque un quart du chiffre d'affaires du secteur (22 %). Par rapport à l'ensemble des services, la part du chiffre d'affaires réalisé par ces petites entreprises est moindre qu'en moyenne dans les services (39 %).

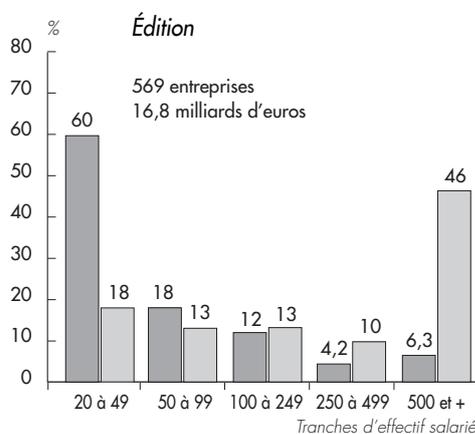
Que ce soit dans l'édition ou l'audiovisuel, le chiffre d'affaires moyen par entreprise est plus du double que la moyenne des services (le chiffre d'affaires par emploi également).

■ Nombre d'entreprises
■ Chiffre d'affaires

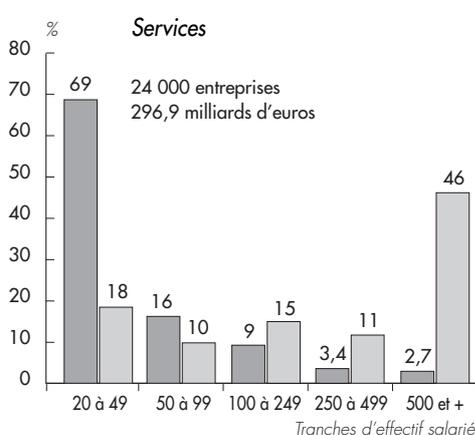
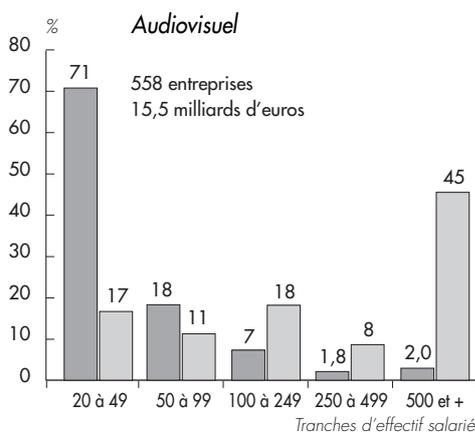
Moins de 20 salariés



20 salariés et plus



Lecture : Parmi les entreprises de l'édition employant 20 salariés et plus, celles employant 500 salariés et plus cumulent 46 % du chiffre d'affaires total sectoriel, alors qu'elles ne représentent que 6,3 % du nombre d'entreprises (soit $6,3 \times 569/100 = 36$ entreprises).



Sources : Enquête annuelle d'entreprise dans les services (Insee), Enquête annuelle d'entreprise dans l'industrie (Sessi)

Insee/Depes

Activités audiovisuelles et agences de presse

Tableau 3 – Répartition du nombre d'entreprises selon la taille en 2003

En %

Activité principale exercée (APE)	Total	Répartition selon le nombre de salariés au 31/12					
		0	1	3	10	20	50
		à 2	à 9	à 19	à 49	et +	
Activités audiovisuelles	9 325	34	28	26	6	4,2	1,8
Cinéma et vidéo	7 920	34	28	26	6	4,1	1,4
Production de films pour la télévision	1 110	31	31	29	4	3,0	1,4
Production de films institutionnels et publicitaires	2 026	30	36	24	5	3,8	0,8
Production de films pour le cinéma	2 091	44	29	20	5	2,0	0,7
Prestations techniques pour le cinéma et la télévision	1 034	24	26	32	9	4,8	4,1
Distribution de films cinématographiques	264	40	11	33	8	7,2	1,1
Édition et distribution vidéo	562	57	26	11	2	2,7	1,1
Projection de films cinématographiques	833	19	14	38	16	10,7	2,2
Activités de radio	846	33	27	33	3	2,4	1,5
Télévision	559	35	20	17	12	9,1	6,6
Production de programmes de télévision	413	40	24	21	7	5,6	2,2
Édition de chaînes généralistes	9	0	0	0	0	0,0	100,0
Édition de chaînes thématiques	117	15	10	9	30	23,9	12,8
Distribution de bouquets de programmes de radio et de télévision	20	65	0	0	15	0,0	20,0
Agences de presse	1 305	52	15	26	2	3,9	1,1
Publicité	17 038	35	29	27	5	2,4	1,7
Gestion de supports de publicité	4 239	38	27	27	4	2,3	2,1
Agences, conseil en publicité	12 799	34	30	27	5	2,5	1,6
Services	745 825	38	29	25	4	2,2	1,0

Lecture : dans le secteur de la production de films pour le cinéma, les entreprises qui emploient de 3 à 9 salariés représentent 20 % des entreprises du secteur, soit 418 entreprises.

Source : Enquête annuelle d'entreprise dans les services (Insee)

Insee/Deps

Tableau 4 – La concentration sectorielle en termes de chiffre d'affaires dans les activités audiovisuelles, les agences de presse et la publicité en 2002-2003

Activité principale exercée (APE)	Nombre d'entreprises en 2003	Quelques indicateurs participant à l'observation de la concentration sectorielle				Indice Gini de concentration du chiffre d'affaires en 2003
		Part des sociétés en 2003 (%)	Part des sociétés qui appartiennent à des groupes en 2002 (%)	Part de marché des sociétés appartenant à des groupes, dans le secteur en 2002 (%)	Part de marché des 4 plus grandes entreprises dans le secteur en 2003 (%)	
Activités audiovisuelles	9 325	94	12	(77)	26	n. d.
Cinéma et vidéo	7 920	93	10	(60)	12	n. d.
Production de films pour la télévision	1 110	97	12	56	13	81,9
Production de films institutionnels et publicitaires	2 026	90	5	28	11	77,9
Production de films pour le cinéma	2 091	98	5	59	31	87,8
Prestations techniques pour le cinéma et la télévision	1 034	92	11	48	14	78,5
Distribution de films cinématographiques	264	99	21	64	39	89,2
Édition et distribution vidéo	562	84	7	83	51	96,3
Projection de films cinématographiques	833	85	26	67	22	75,0
Activités de radio	846	99	23	50	60	94,0
Télévision	559	98	25	(96)	46	n. d.
Production de programmes de télévision	413	97	12	60	25	84,2
Édition de chaînes et distribution de bouquets de programmes	146	100	60	98	55	91,5
Agences de presse	1 305	75	6	63	40	84,9
Publicité	17 038	76	10	(72)	18	n. d.
Gestion de supports de publicité	4 239	68	9	86	35	94,5
Agences, conseil en publicité	12 799	78	10	58	6	80,3
Services	746 000	56	12	64	8	87,2

Sources : Enquête annuelle d'entreprise dans les services en 2003 (Insee), Enquête Liaisons financières 2002 (Insee)

Insee/Deps

Concentration accrue dans les services

(Les chiffres faisant référence au tableau 4 sont en gras)

La part des sociétés est le rapport du nombre de sociétés sur le nombre total d'entreprises. Cette part est complémentaire de celle des entreprises individuelles. Ainsi **84 %** des entreprises de l'édition et distribution vidéo sont des sociétés, les 16 % restants étant des entreprises individuelles.

Au sein des services, la taille moyenne des entreprises individuelles est restée stable sur la décennie, autour de 2,1 personnes occupées par entreprise (ou 1,1 salarié en moyenne), et leur nombre aussi, autour de 300 000. En revanche, les sociétés sont de plus en plus nombreuses (+ 70 % en dix ans) et les écarts de taille moyenne se sont creusés entre elles : les plus grandes sociétés sont encore plus grandes, tandis que la taille moyenne des plus petites, celles employant moins de 250 salariés, a diminué, passant de 6,7 personnes occupées en 1993 à 5,4 en 2003.

Si les inégalités de taille entre les entreprises s'accroissent, des inégalités de chiffre d'affaires se creusent en général aussi, car les chiffres d'affaires sont fortement liés à la taille des entreprises (plus l'entreprise est grande, plus son chiffre d'affaires est élevé). Ce qui explique comment la concentration en termes de chiffre d'affaires a augmenté dans la plupart des secteurs des services.

De plus, au sein d'un même secteur, les plus grandes entreprises sont le plus souvent liées financièrement à un groupe, constituant ainsi des entités économiques plus fortes que les entreprises indépendantes. Seules les entreprises constituées en sociétés peuvent être liées financièrement à des groupes. Ainsi, parmi les sociétés du secteur de l'édition et distribution vidéo, **7 %** appartiennent à un groupe en 2002, mais cumulent **83 %** du chiffre d'affaires sectoriel. Les chiffres d'affaires des entreprises d'un même groupe incluent ici les échanges internes au groupe. En 2003, les 4 plus grandes entreprises de l'édition et distribution vidéo réalisent **51 %** du chiffre d'affaires sectoriel.

Pour les groupes, les données les plus récentes disponibles dataient de 2002 au moment de l'analyse.

L'indice Gini de concentration (voir Définitions en annexes) du chiffre d'affaires de l'édition et distribution vidéo, évalué à **96,3** sur une échelle de 0 à 100, reflète une répartition très inégalitaire du chiffre d'affaires au sein du secteur.

**Tableau 5 – Répartition du chiffre d'affaires
selon la taille de l'entreprise en 2003**

Parts de marché en %

Activité principale exercée (APE)	Total (en millions d'euros)	Répartition selon le nombre de salariés au 31/12					
		0	1	3	10	20	50
			à 2	à 9	à 19	à 49	et +
Activités audiovisuelles	19 956	2,9	3,0	9,9	6,3	13,4	64,5
Cinéma et vidéo	8 827	3,7	6,1	20,4	12,2	24,0	33,6
Production de films pour la télévision	1 011	2,6	12,2	28,0	9,0	21,8	26,5
Production de films institutionnels et publicitaires	1 022	4,3	10,5	36,0	17,4	19,5	12,3
Production de films pour le cinéma	1 469	5,2	9,0	21,3	13,5	15,5	35,4
Prestations techniques pour le cinéma et la télévision	1 181	1,4	5,7	18,2	14,1	17,6	43,0
Distribution de films cinématographiques	1 365	8,0	1,9	15,7	15,7	46,6	12,1
Édition et distribution vidéo	1 740	2,0	1,9	15,5	2,8	17,9	60,0
Projection de films cinématographiques	1 039	1,9	4,7	13,6	17,1	30,7	32,0
Activités de radio	1 294	1,2	2,0	5,7	2,2	14,3	74,7
Télévision	9 835	2,4	0,4	1,1	1,5	3,7	90,8
Production de programmes de télévision	484	6,3	3,4	14,9	16,4	19,3	39,8
Édition de chaînes généralistes	6 221	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0
Édition de chaînes thématiques	1 331	15,5	1,7	2,7	5,0	20,4	54,6
Distribution de bouquets de programmes de radio et de télévision	1 800	0,1	0,0	0,0	0,2	0,0	99,7
Agences de presse	852	7,5	4,8	16,0	3,7	15,3	52,8
Publicité	21 072	4,2	5,6	13,9	9,5	12,0	54,7
Gestion de supports de publicité	10 760	3,0	3,5	6,9	6,0	7,7	73,0
Agences, conseil en publicité	10 312	5,5	7,9	21,2	13,2	16,6	35,6
Services	485 664	9,2	6,4	15,5	7,8	11,2	50,0

Source : Enquête annuelle d'entreprise dans les services (Insee)

Insee/Deps

Tableau 6 – Répartition des emplois salariés (ETP) selon la taille de l'entreprise en 2003

En %

Activité principale exercée (APE)	Total	Répartition selon le nombre de salariés au 31/12				
		1 à 2	3 à 9	10 à 19	20 à 49	50 et +
Activités audiovisuelles	65 760	3,1	15,7	10,7	15,6	55,0
Cinéma et vidéo	37 378	4,6	23,7	16,2	21,4	34,0
Production de films pour la télévision	4 820	5,6	28,9	18,0	19,7	27,8
Production de films institutionnels et publicitaires	5 831	8,4	31,3	19,7	27,5	13,2
Production de films pour le cinéma	7 761	5,7	28,2	14,1	11,1	41,0
Prestations techniques pour le cinéma et la télévision	8 621	4,0	17,0	13,9	16,7	48,5
Distribution de films cinématographiques	1 520	1,2	23,4	14,0	37,7	23,7
Édition et distribution vidéo	1 440	5,2	16,1	6,8	27,6	43,0
Projection de films cinématographiques	7 385	1,1	18,9	19,5	29,6	30,8
Activités de radio	9 046	2,3	12,1	3,4	6,2	76,1
Télévision	19 335	0,4	1,8	3,4	8,6	85,8
Production de programmes de télévision	2 055	2,8	14,1	11,8	32,0	39,2
Édition de chaînes généralistes	12 263	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0
Édition de chaînes thématiques	3 559	0,5	1,8	10,9	28,3	58,4
Distribution de bouquets de programmes de radio et de télévision	1 459	0,0	0,0	1,6	0,0	98,4
Agences de presse	6 691	4,0	19,0	3,8	16,6	56,7
Publicité	99 881	5,7	21,1	10,0	11,7	51,3
Gestion de supports de publicité	37 837	3,4	13,0	5,7	6,7	71,2
Agences, conseil en publicité	62 043	7,2	26,0	12,7	14,7	39,1
Services	3 906 954	6,4	19,1	9,4	11,0	53,7

Note : les entreprises de services qui emploient 0 salarié au 31/12 cumulent seulement 0,4 % des emplois salariés ETP du secteur ; en conséquence, la colonne « 0 salarié » n'est pas présentée ici.

Source : Enquête annuelle d'entreprise dans les services (Insee)

Insee/Dep3

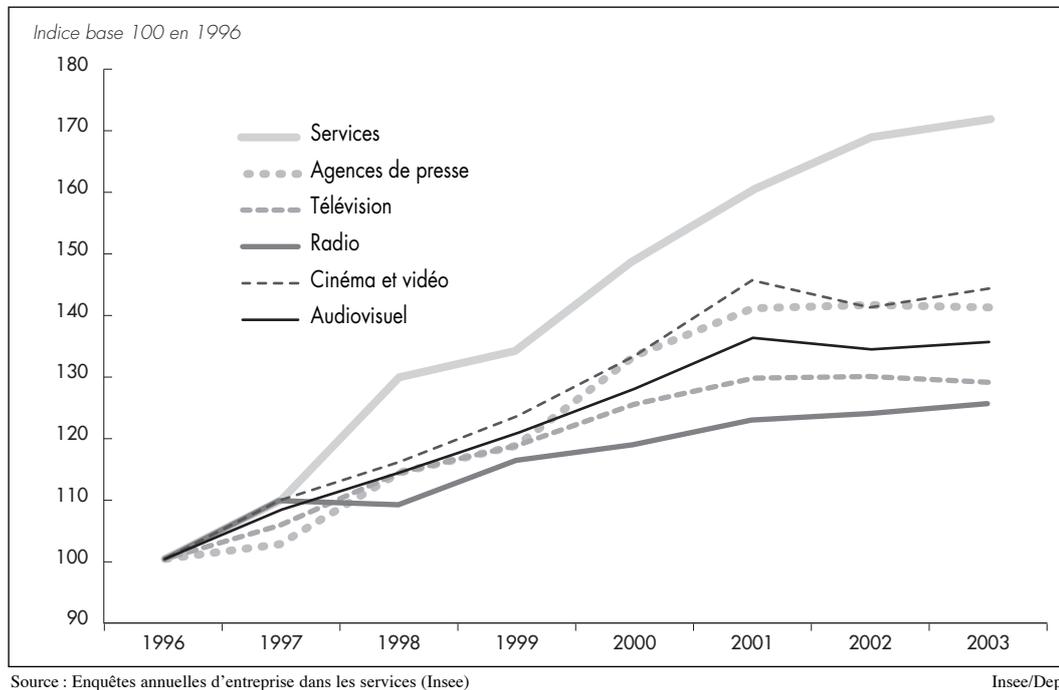
Tableau 7 – Quelques caractéristiques des emplois selon le secteur en 2003

Activité principale exercée (APE)	Part des femmes dans l'emploi salarié (%)	Taux de temps partiel (%)	Taux d'emploi non salarié (%)	Nombre de personnes occupées*
Activités audiovisuelles	31	26,2	10,5	73 441
Cinéma et vidéo	40	30,7	14,9	43 946
Production de films pour la télévision	43	39,0	16,1	5 744
Production de films institutionnels et publicitaires	38	33,1	23,7	7 643
Production de films pour le cinéma	41	32,9	18,4	9 507
Prestations techniques pour le cinéma et la télévision	34	29,4	8,9	9 465
Distribution de films cinématographiques	60	9,0	10,1	1 691
Édition et distribution vidéo	46	6,8	25,1	1 923
Projection de films cinématographiques	41	31,3	7,4	7 972
Activités de radio	39	13,8	7,0	9 732
Télévision	41	24,9	2,2	19 763
Production de programmes de télévision	42	39,7	15,3	2 426
Édition de chaînes généralistes	42	27,7	0,0	12 263
Édition de chaînes thématiques	43	19,3	1,3	3 605
Distribution de bouquets de programmes de radio et de télévision	39	7,3	0,7	1 470
Agences de presse	44	14,5	15,9	7 955
Publicité	51	18,2	9,6	110 537
Gestion de supports de publicité	43	24,0	6,8	40 579
Agences, conseil en publicité	56	14,8	11,3	69 957
Services	44	16,0	12,1	4 445 067

* Emploi salarié plus emploi non salarié, en équivalent temps plein (voir Définitions).

Sources : Déclarations annuelles de données sociales (DADS) pour les 2 premières colonnes – EAE Services (Insee) pour les 2 autres Insee/Deps

Graphique 7 – Évolution de la masse salariale dans l'audiovisuel et les agences de presse



Depuis 2000, la masse salariale a tendance à plafonner dans les secteurs de l'audiovisuel, comme c'est le cas pour les services.

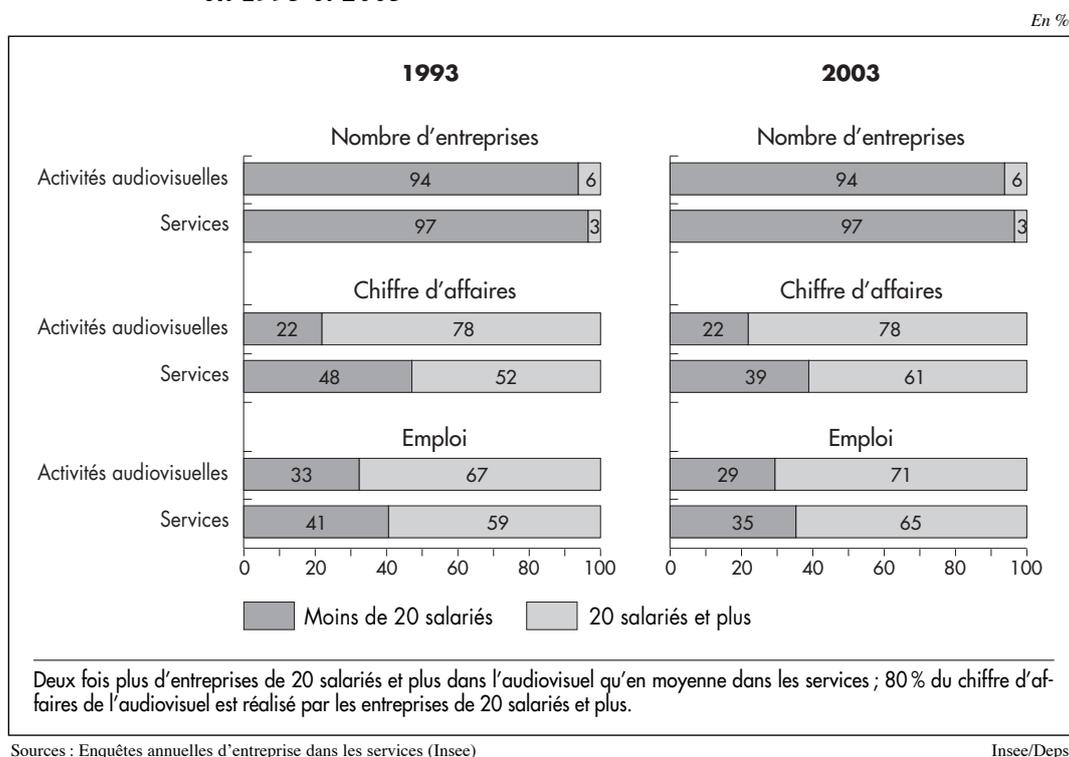
Tableau 8 – Répartition des emplois par catégorie socioprofessionnelle, selon le secteur en 2003

En %

Activité principale exercée (APE)	Cadres et chefs d'entreprise	Professions intermédiaires	Employés	Ouvriers
Activités audiovisuelles	52,3	28,1	13,6	6,0
Cinéma et vidéo	43,8	28,6	19,1	8,5
Production de films pour la télévision	62,3	24,5	8,4	4,8
Production de films institutionnels et publicitaires	51,8	29,2	12,1	6,9
Production de films pour le cinéma	57,6	26,0	9,0	7,5
Prestations techniques pour le cinéma et la télévision	46,0	37,5	8,9	7,6
Distribution de films cinématographiques	40,7	35,5	19,0	4,8
Édition et distribution vidéo	48,0	31,5	17,1	3,4
Projection de films cinématographiques	10,4	20,2	53,3	16,1
Activités de radio	61,1	27,8	8,4	2,6
Télévision	59,5	27,7	8,8	4,0
Production de programmes de télévision	59,1	25,9	8,3	6,7
Édition de chaînes généralistes	69,0	26,0	2,9	2,1
Édition de chaînes thématiques	64,1	25,7	7,7	2,4
Distribution de bouquets de programmes de radio et de télévision	24,2	36,3	30,0	9,6
Agences de presse	68,8	15,2	11,9	4,0
Publicité	28,4	38,3	17,4	15,9
Gestion de supports de publicité	21,7	29,7	14,4	34,3
Agences, conseil en publicité	32,3	43,4	19,2	5,1
Services	22,3	22,7	32,9	22,1

Source : Déclarations annuelles de données sociales (DADS)

Insee/Deps

Graphique 8 – Structures comparées des activités de services et de l'audiovisuel en 1993 et 2003**Tableau 9 – Nombre d'entreprises, chiffre d'affaires, emploi salarié (ETP) dans l'audiovisuel et les services**
Partage entre les petites entreprises et les plus grandes en 1993 et 2003

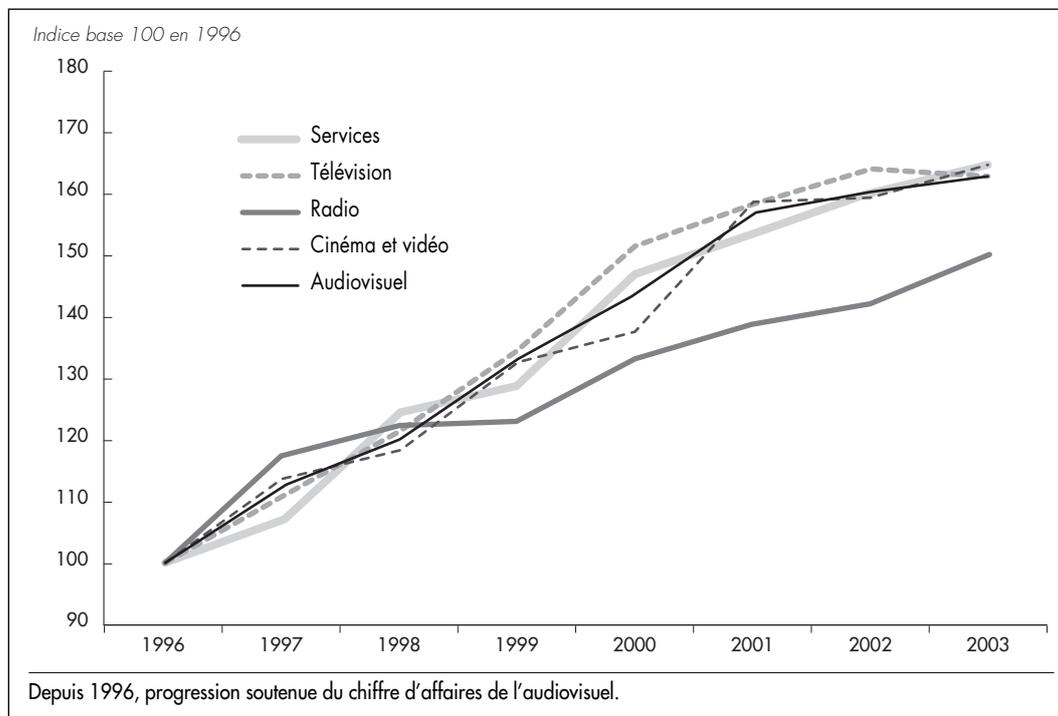
En %

		1993		2003		Évolution 2003/1993	
		Moins de 20 salariés	20 salariés et plus	Moins de 20 salariés	20 salariés et plus	Moins de 20 salariés	20 salariés et plus
		Total	Total	Total	Total	%	%
Nombre d'entreprises	Activités audiovisuelles	4 849	331	8 767	558	+ 80,8	+ 68,6
	Services	521 829	15 375	721 785	24 040	+ 38,3	+ 56,4
Chiffre d'affaires (en millions d'euros)	Activités audiovisuelles	2 298	8 388	4 420	15 536	+ 92,3	+ 85,2
	Services	110 428	122 009	188 799	296 864	+ 71,0	+ 143,3
Emploi (salarié moyen en ETP)	Activités audiovisuelles	18 484	38 133	19 351	46 408	+ 4,7	+ 21,7
	Services	1 015 130	1 467 508	1 379 785	2 527 170	+ 35,9	+ 72,2

Émiettement des structures dans l'audiovisuel : plus de petites entreprises mais de taille moyenne réduite.

Sources : Enquêtes annuelles d'entreprise dans les services (Insee) Insee/Deps

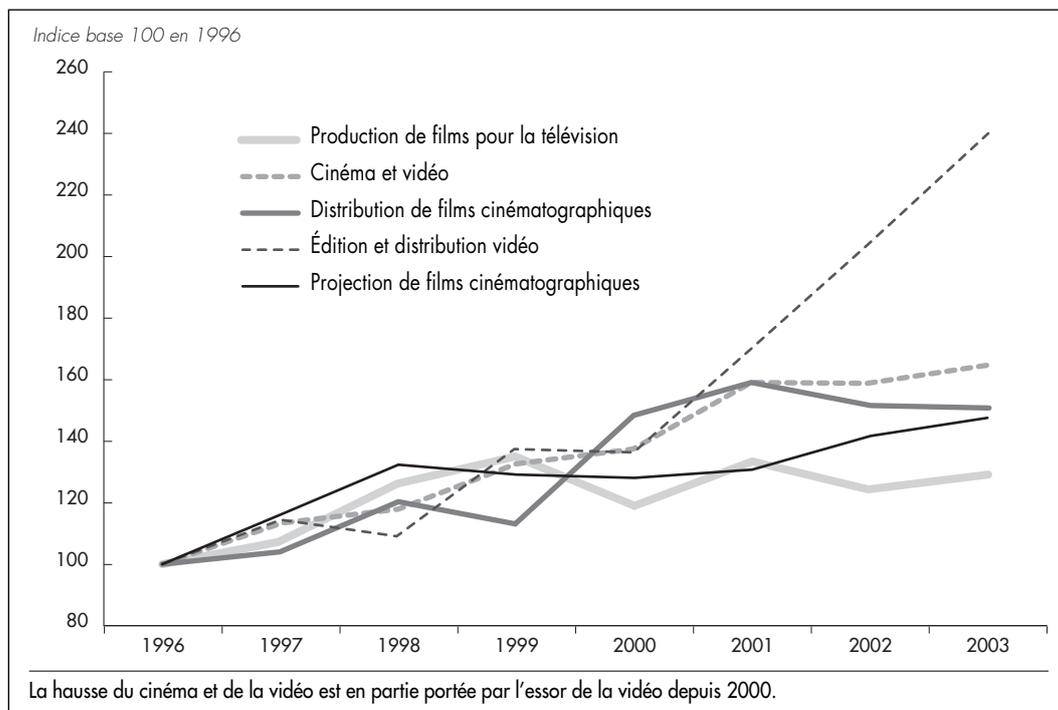
Graphique 9 – Évolution du chiffre d'affaires dans les différents secteurs de l'audiovisuel



Source : Enquêtes annuelles d'entreprise dans les services (Insee)

Insee/Deps

Graphique 10 – Évolution du chiffre d'affaires dans quelques secteurs du cinéma et de la vidéo



Source : Enquêtes annuelles d'entreprise dans les services (Insee)

Insee/Deps

Les plus grandes entreprises des industries culturelles

Édition

Figure 2 – Les plus grandes entreprises de chacun des secteurs de l'édition en termes de chiffre d'affaires en 2003, par ordre alphabétique

22.1 A Édition de livres*	22.1 E Édition de revues et périodiques
Éditions Albin Michel Éditions Gallimard Éditions Jacques Glénat France Loisirs Gallimard Jeunesse Hachette Livre SA Lamy SA Panini France SA SEJER Sélection du Reader's Digest	Bayard Presse SA Émap France Groupe Liaisons SA Groupe Moniteur Hachette Collections Hachette Filipacchi Associés Le Nouvel Observateur Monde Prisma Presse SOC Le Figaro édition quotidienne (22.1C) Sté Groupe Express
Part des quatre plus grandes entreprises du secteur selon les ventes : 28,9 %	Part des quatre plus grandes entreprises du secteur selon les ventes : 26,5 %
22.1C Édition de journaux	22.1 G Édition d'enregistrements sonores
Comareg Journal Sud-Ouest La Voix du Nord Le Dauphine libéré SNC L'Équipe SA Socpresse SNC Le Parisien libéré SOC Le Figaro édition quotidienne Société éditrice du Monde Société Ouest-France	BMG France Centenary France EMI France Naive Sélection du Reader's Digest (22.1A) Sono Press France SAS Sony Music Entertainment SA Universal Music Wagram Music SA Warner Music France
Part des quatre plus grandes entreprises du secteur selon les ventes : 21,7 %	Part des quatre plus grandes entreprises du secteur selon les ventes : 73,5 %
<p>* Au sein de chaque secteur, les entreprises enquêtées de l'Enquête annuelle d'entreprise dans l'industrie (EAE Sessi) sont classées selon les ventes de la branche. La liste obtenue, d'au plus dix entreprises, est publiée selon l'ordre alphabétique pour préserver la confidentialité. L'unité étant l'entreprise et non le groupe, un même groupe peut être cité plusieurs fois. Si l'entreprise n'appartient pas au secteur, son activité principale est indiquée entre parenthèses.</p>	

Source : Enquête annuelle d'entreprise dans l'industrie (Sessi)

Insee/Deps

Cinéma et vidéo, radio, télévision, agences de presse et publicité

Figure 3 – Les plus grandes entreprises de chacun des secteurs de l'audiovisuel, des agences de presse et de la publicité en termes de chiffre d'affaires en 2003, par ordre alphabétique

92.1 A Production de films pour la télévision*	92.1F Distribution de films cinématographiques
Adventure Line Productions DEMD Productions FIT Production Gétévé GMT Productions JLA Productions Marathon Nulle Part Ailleurs Production Son et Lumière Telfrance	AB Droits audiovisuels Canal + International Acquisitions Columbia Tristar films France France Télévisions Distribution Metropolitan Filmexport Pathé Distribution Studiocanal Image TF1 international Twentieth Century Fox France United International Pictures SARL
Part des quatre plus grandes entreprises du secteur selon le chiffre d'affaires : 13 %	Part des quatre plus grandes entreprises du secteur selon le chiffre d'affaires : 39 %
92.1B Production de films institutionnels et publicitaires	92.1G Édition et distribution vidéo
BBDA Ogilvy Canavéral Première Heure Pro Déo Téléma TF1 Publicité production The Gang Films TPS Services Wanda Productions World Advertising Movies – Wam	Buena Vista Home Entertainment France Deluxe Media Services SA Gaumont Columbia Tristar Home Vidéo M6 Interactions Paramount Home Entertainment (France) SAS Seven Sept Studiocanal Vidéo TF1 Vidéo Universal Pictures Vidéo (France) SAS Warner Bros, France
Part des quatre plus grandes entreprises du secteur selon le chiffre d'affaires : 11 %	Part des quatre plus grandes entreprises du secteur selon le chiffre d'affaires : 51 %
92.1C Production de films pour le cinéma	92.1 J Projection de films cinématographiques
ARP Europacorp Gaumont Gémini Films Les films Alain Sarde Les films du Kiosque MK2 SA Pathé Renn Productions Studiocanal Studiologende	Europalaces Nice Boulogne Kinépolis le Château du cinéma Les Images MK2 Vision Pathé Belle Épine Soc Rennaise Diffusion Cinéma Société Bastille Saint Antoine Société immobilière du Pathé-Palace UGC Ciné Cité UGC Ciné Cité Île-de-France
Part des quatre plus grandes entreprises du secteur selon le chiffre d'affaires : 31 %	Part des quatre plus grandes entreprises du secteur selon le chiffre d'affaires : 22 %
<p>* Au sein de chaque secteur, les entreprises enquêtées de l'Enquête annuelle d'entreprise dans les services (EAE Services) sont classées selon le chiffre d'affaires et selon le nombre de personnes occupées. La liste obtenue, d'au plus dix entreprises, est publiée selon l'ordre alphabétique pour préserver la confidentialité. L'unité étant l'entreprise et non le groupe, un même groupe peut être cité plusieurs fois.</p>	

Figure 3 (suite)

92.1D Prestations techniques pour le cinéma et la télévision

A B Télévision

Cognacq Jay Image

Dubbing Brothers

Éclair Laboratoires

Perfect Technologies SA Perfect

Société de sonorisation de films

Société française production création audiovisuelles

Studios 107

Télétoia

Visual Technology Vidéomobile

Part des quatre plus grandes entreprises du secteur selon le chiffre d'affaires :
14%

92.2A Activités de radio

Chérie FM

Europe 1 Télécompagnie

NRJ

Performances

Radio France Internationale (RFI)

Radio Nostalgie

SOC Développement de Radiodiffusion

SOC Exploitation Radio Chic

Société nationale de Radiodiffusion

Société pour l'Édition radiophonique

Part des quatre plus grandes entreprises du secteur selon le chiffre d'affaires :
60%

Télévision

92.2B Production de programmes de télévision

Coyote Conseil

Grundy France

Hubert Productions

Métropole Production

Productions DMD

Quai Sud Télévision

Réservoir Prod

Starling

Turner Broadcasting System France

VM Group

Part des quatre plus grandes entreprises du secteur selon le chiffre d'affaires :
25%

92.2E Édition de chaînes thématiques

Canal J

Eurosport

Eurosport France

La Chaîne Info

MCM

Multi Thématiques

Opératrice Multilingue Euronews

Paris Première

Tps Cinéma

TV 5 Monde

Part des quatre plus grandes entreprises du secteur selon le chiffre d'affaires :
47%

92.2D Édition de chaînes généralistes

Arte France

Ass Relative Télévision européenne

Canal +

France 3

La Cinquième

Métropole Télévision

RFO Participations

Société nationale Télévision France 2

Télévision française 1

Part des quatre plus grandes entreprises du secteur selon le chiffre d'affaires :
82%

92.2F Distribution de bouquets de programmes de radio et de télévision

AB SAT

Canal + Distribution

Canal Horizons

Canal Satellite

Centre Ouest Antennes SARL

Cyber Café Sache

Diffusion Service Promotion

Intecom

Otrum France

Télévision par Satellite

Part des quatre plus grandes entreprises du secteur selon le chiffre d'affaires :
99,7%

Figure 3 (suite)

Agences de presse	
92.4Z	Agences de presse
Agence de Presse et Information	
Agence France Presse	
Agence générale d'Informations	Part des quatre plus grandes entreprises du secteur selon le chiffre d'affaires : 40 %
Agence Reuters	
Agence Services Presse et Édition	
C. Productions	
Chabaliel Associates Press Agency	
Europe News	
Information et Diffusion	
Sipa Press	
Publicité	
74.4A	Gestion de supports de publicité
Adrexo	
Avenir	
Clear Channel France	Part des quatre plus grandes entreprises du secteur selon le chiffre d'affaires : 35 %
Giraudy Viacom Outdoor	
Hachette Filipacchi Interdéco	
JC Decaux SA	
Médiapost	
Pages jaunes	
Régicom	
TF1 Publicité	
74.4B	Agences, conseil en publicité
BETC Euro RSCG	
BW Marketing	
DDB Paris	Part des quatre plus grandes entreprises du secteur selon le chiffre d'affaires : 6 %
Euro RSCG C et O	
McCann Erickson Paris	
Ogilvy Mather	
Optimum Media Direction	
Publicis Conseil	
Repsco Promotion	
SOC Franchise information pharmaceutique	

Source : Enquête annuelle d'entreprise dans les services, 2003

Insee/Deps

Les entreprises de 20 salariés et plus

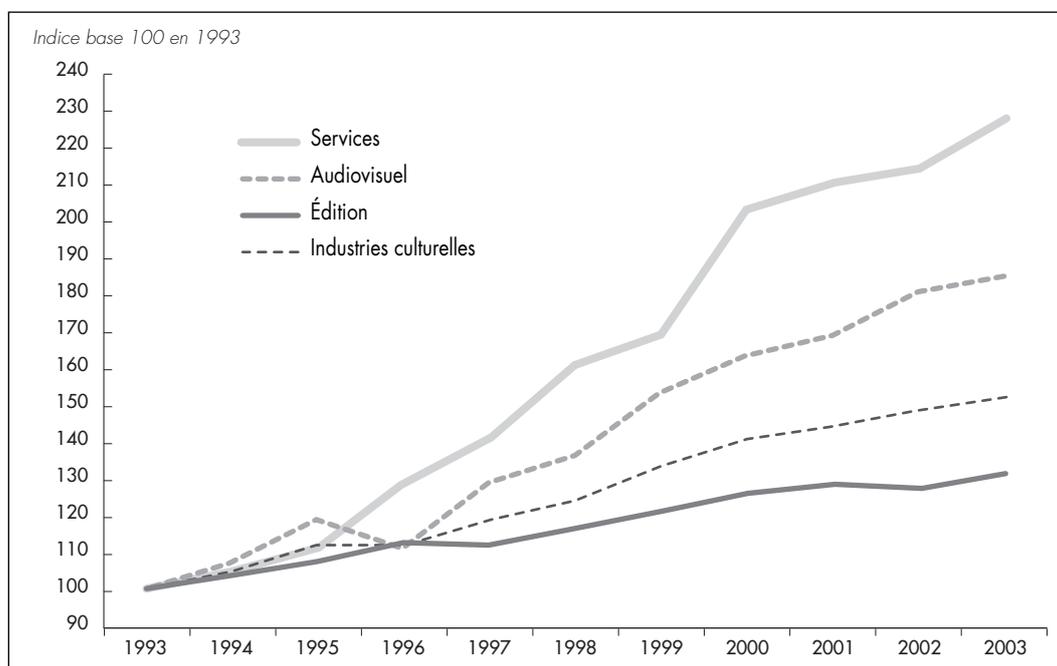
**Tableau 10 – Nombre d'entreprises, chiffre d'affaires, emploi salarié (ETP)
dans les entreprises de 20 salariés et plus, selon la taille
Industries culturelles et publicité en 2003**

	Total entreprises de toute taille	Total entreprises de 20 salariés et plus	Répartition selon l'effectif salarié des entreprises employant 20 salariés et plus				
			20 à 49	50 à 99	100 à 249	250 à 499	500 et +
Nombre d'entreprises							
Industries culturelles	(20 113)	1 192	784	212	112	36	48
Édition	(9 483)	569	339	103	67	24	36
Audiovisuel	9 325	558	394	103	40	10	11
Agences de presse	1 305	65	51	6	5	2	1
Publicité	17 038	709	411	130	105	27	36
Services	745 825	24 040	16 570	3 760	2 240	817	653
Chiffre d'affaires (en millions d'euros)							
Industries culturelles	(41 043)	32 936	5 479	3 917	5 197	2 994	15 031
Édition	(20 236)	16 821	2 997	2 155	2 268	1 618	7 784
Audiovisuel	19 956	15 536	2 672	1 717	2 813	1 311	7 024
Agences de presse	852	579	130	46	115	66	223
Publicité	21 072	14 059	2 539	1 916	4 208	2 634	2 763
Services	485 664	296 864	54 224	28 347	43 495	33 717	137 081
Effectif salarié moyen (en Etp)							
Industries culturelles	(156 469)	118 231	21 521	13 824	16 729	12 062	54 095
Édition	(84 018)	66 918	10 177	7 143	10 582	8 130	30 886
Audiovisuel	65 760	46 408	10 234	6 263	5 528	3 268	21 116
Agences de presse	6 691	4 905	1 110	419	619	664	2 093
Publicité	99 881	62 875	11 679	8 056	13 361	5 939	23 840
Services	3 906 954	2 527 170	429 353	219 062	303 763	244 410	1 330 582

Sources : Enquête annuelle d'entreprise dans les services (Insee), Enquête annuelle d'entreprise dans l'industrie (Sessi)

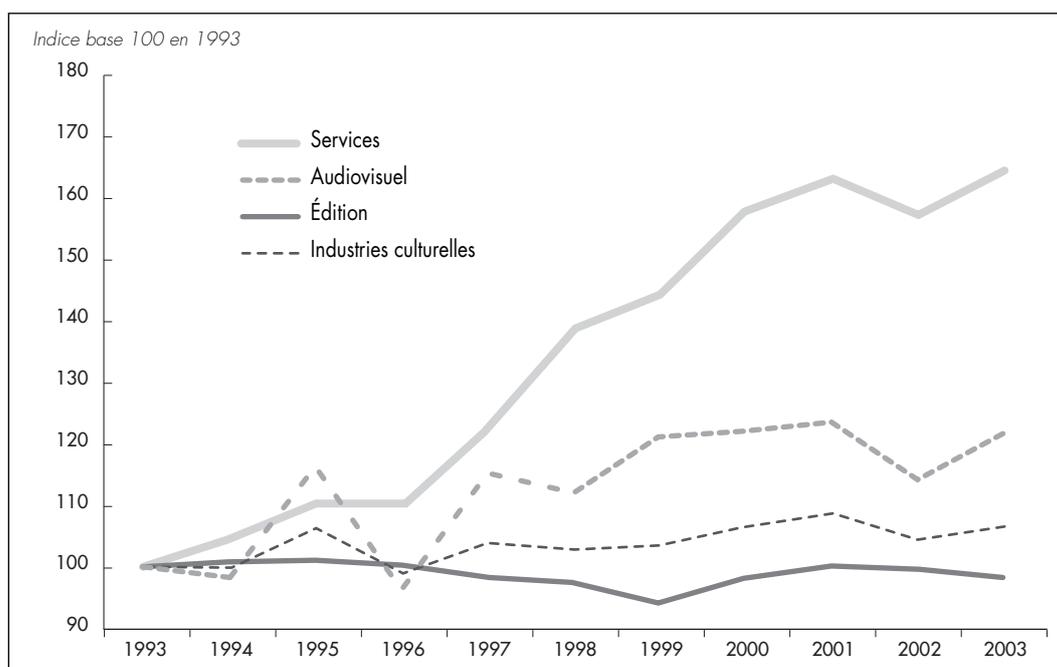
Insee/Deps

Graphique 11 – Évolution du chiffre d'affaires des industries culturelles pour les entreprises de 20 salariés et plus



Sources : Enquêtes annuelles d'entreprise dans les services (Insee), Enquêtes annuelles d'entreprise dans l'industrie (Sessi) Insee/Depts

Graphique 12 – Évolution de l'emploi des industries culturelles pour les entreprises de 20 salariés et plus



Sources : Enquêtes annuelles d'entreprise dans les services (Insee), Enquêtes annuelles d'entreprise dans l'industrie (Sessi) Insee/Depts

**Tableau 11 – Répartition du nombre
des entreprises de 20 salariés et plus, selon la taille
Industries culturelles et publicité, par activité détaillée en 2003**

Activité principale exercée (APE)	Total	Ventilation selon le nombre de salariés au 31/12				
		20 à 49	50 à 99	100 à 249	250 à 499	500 et +
Industries culturelles	1 192	784	212	112	36	48
Édition	569	339	103	67	24	36
Édition de livres	143	84	36	15	4	4
Édition de journaux	110	36	17	26	10	21
Édition de revues et périodiques	293	205	50	20	10	8
Édition d'enregistrements sonores	23	14	0	6	0	3
Cinéma et vidéo	437	323	81	28	3	2
Production de films pour la télévision	48	33	11	4	0	0
Production de films institutionnels et publicitaires	92	76	14	2	0	0
Production de films pour le cinéma	55	41	10	3	0	1
Prestations techniques pour le cinéma et la télévision	92	50	29	11	2	0
Distribution de films cinématographiques	22	19	1	2	0	0
Édition et distribution vidéo	21	15	3	3	0	0
Projection de films cinématographiques	107	89	13	3	1	1
Activités de radio	33	20	8	2	1	2
Télévision	88	51	14	10	6	7
Production de programmes de télévision	32	23	6	2	1	0
Édition de chaînes généralistes	9	0	0	1	2	6
Édition de chaînes thématiques	43	28	8	5	2	0
Distribution de bouquets de programmes de radio et de télévision	4	0	0	2	1	1
Agences de presse	65	51	6	5	2	1
Publicité	709	411	130	105	27	36
Gestion de supports de publicité	187	96	32	40	8	11
Agences, conseil en publicité	522	315	98	65	19	25

Sources : Enquête annuelle d'entreprise dans les services (Insee), Enquête annuelle d'entreprise dans l'industrie (Sessi)

Insee/Deps

**Tableau 12 – Répartition du chiffre d'affaires
des entreprises de 20 salariés et plus, selon la taille
Industries culturelles et publicité, par activité détaillée en 2003**

Parts de marché en %

Activité principale exercée (APE)	Chiffre d'affaires total (en millions d'euros)	Ventilation selon le nombre de salariés au 31/12				
		20 à 49	50 à 99	100 à 249	250 à 499	500 et +
Industries culturelles	32 936	17	12	16	9	46
Édition	16 821	18	13	13	10	46
Édition de livres	4 257	17	19	15	11	38
Édition de journaux	4 683	7	7	12	10	65
Édition de revues et périodiques	6 333	29	16	10	11	35
Édition d'enregistrements sonores	1 549	9	0	30	0	60
Cinéma et vidéo	5 084	35	25	s	s	s
Production de films pour la télévision	488	45	29	26	0	0
Production de films institutionnels et publicitaires	325	61	s	s	0	0
Production de films pour le cinéma	748	30	22	s	0	s
Prestations techniques pour le cinéma et la télévision	715	29	30	s	13	0
Distribution de films cinématographiques	800	79	s	s	0	0
Édition et distribution vidéo	1 356	23	33	44	0	0
Projection de films cinématographiques	652	0	17	s	s	s
Activités de radio	1 152	16	17	s	s	s
Télévision	9 300	4	3	s	s	67
Production de programmes de télévision	286	33	35	s	s	0
Édition de chaînes généralistes	6 221	0	0	s	s	s
Édition de chaînes thématiques	999	27	18	s	s	0
Distribution de bouquets de programmes de radio et de télévision	1 794	0	0	s	s	18
Agences de presse	579	22	8	20	s	s
Publicité	14 059	18	14	30	s	s
Gestion de supports de publicité	8 680	10	7	31	s	s
Agences, conseil en publicité	5 380	32	24	29	11	5

Lecture : les entreprises de 500 salariés et plus des industries culturelles réalisent 46 % du chiffre d'affaires des entreprises de 20 salariés et plus du secteur.

Sources : Enquête annuelle d'entreprise dans les services (Insee), Enquête annuelle d'entreprise dans l'industrie (Sessi)

Insee/Deps

**Tableau 13 – Répartition des emplois salariés (ETP)
des entreprises de 20 salariés et plus, selon la taille
Industries culturelles et publicité, par activité détaillée en 2003**

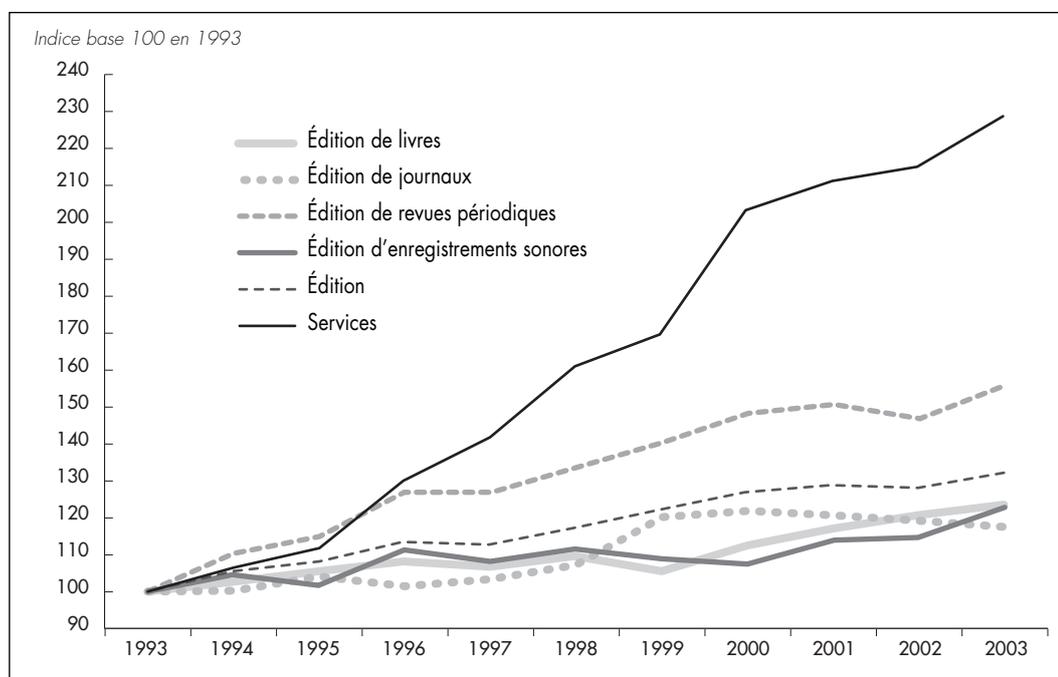
Activité principale exercée (APE)	Total	Ventilation selon le nombre de salariés au 31/12				
		20 à 49	50 à 99	100 à 249	250 à 499	500 et +
Industries culturelles	118 231	21 521	13 824	16 729	12 062	54 095
Édition	66 918	10 177	7 143	10 582	8 130	30 886
Édition de livres	12 699	2 374	2 475	2 182	1 470	4 198
Édition de journaux	28 339	1 096	1 135	4 363	3 226	18 519
Édition de revues et périodiques	22 896	6 416	3 533	3 101	3 434	6 412
Édition d'enregistrements sonores	2 984	291	0	936	0	1 757
Cinéma et vidéo	20 720	8 007	4 887	3 717	1 004	3 105
Production de films pour la télévision	2 287	949	714	624	0	0
Production de films institutionnels et publicitaires	2 372	1 602	752	18	0	0
Production de films pour le cinéma	4 036	858	539	444	0	2 195
Prestations techniques pour le cinéma et la télévision	5 616	1 439	1 890	1 560	728	0
Distribution de films cinématographiques	933	573	70	290	0	0
Édition et distribution vidéo	1 016	398	214	405	0	0
Projection de films cinématographiques	4 460	2 188	709	376	277	910
Activités de radio	7 440	560	517	210	251	5 903
Télévision	18 248	1 666	859	1 602	2 013	12 108
Production de programmes de télévision	1 463	658	323	226	256	0
Édition de chaînes généralistes	12 263	0	0	216	713	11 334
Édition de chaînes thématiques	3 088	1 009	536	866	677	0
Distribution de bouquets de programmes de radio et de télévision	1 435	0	0	294	366	775
Agences de presse	4 905	1 110	419	619	664	2 093
Publicité	62 875	11 679	8 056	13 361	5 939	23 840
Gestion de supports de publicité	29 476	2 554	1 645	4 316	2 463	18 498
Agences, conseil en publicité	33 399	9 125	6 411	9 046	3 476	5 342

Sources : Enquête annuelle d'entreprise dans les services (Insee), Enquête annuelle d'entreprise dans l'industrie (Sessi)

Insee/Deps

Dans les graphiques qui suivent, les séries chronologiques présentent, pour les entreprises de 20 salariés et plus, l'évolution du chiffre d'affaires sectoriel en euros courants ; elles ne prennent pas en compte l'évolution des indices de prix sectoriels. Elles permettent de situer les secteurs les uns par rapport aux autres. Pour les activités de services, audiovisuel, agences de presse et publicité, les données sont homogènes les années paires (voir Méthodologie en annexe I).

Graphique 13 – Évolution du chiffre d'affaires des différents secteurs de l'édition pour les entreprises de 20 salariés et plus



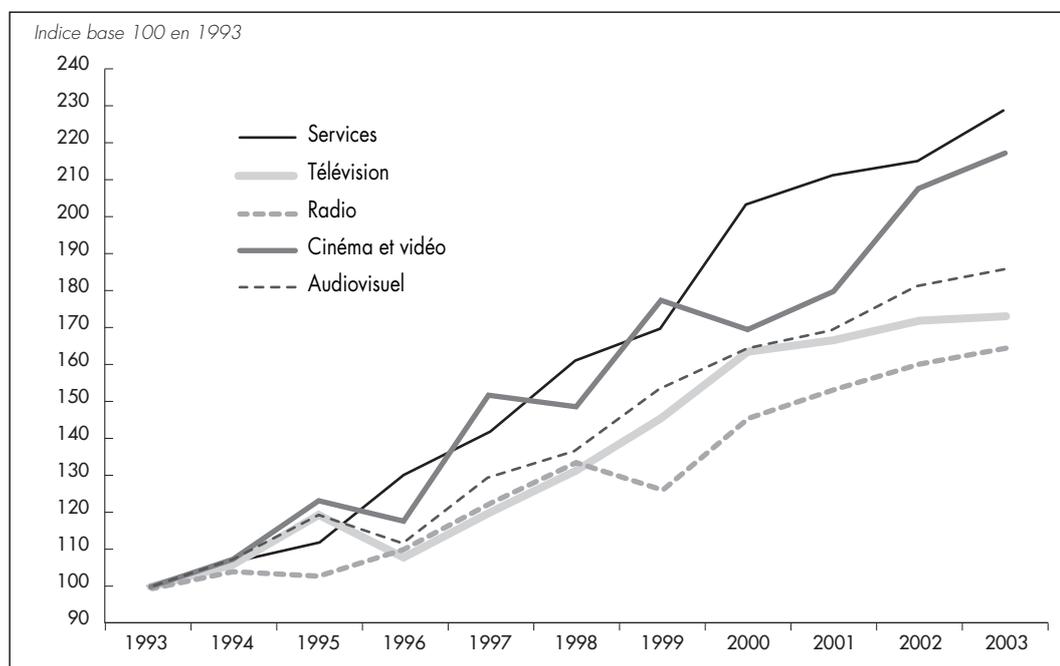
Sources : Enquêtes annuelles d'entreprise dans les services (Insee), Enquête annuelle d'entreprise dans l'industrie (Sessi)

Insee/Depis

Depuis 1993, le chiffre d'affaires de l'édition évolue à un rythme plus lent que celui des services.

Parmi les quatre activités de l'édition, l'édition de revues et périodiques maintient une hausse, toutefois lente.

Graphique 14 – Évolution du chiffre d'affaires des différents secteurs de l'audiovisuel pour les entreprises de 20 salariés et plus

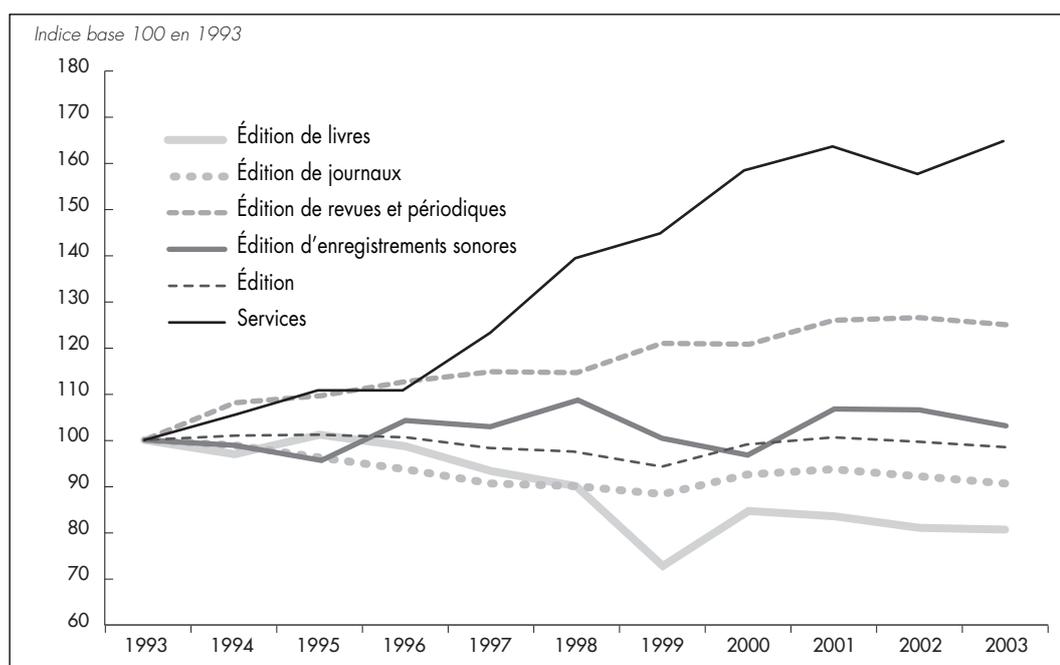


Sources : Enquêtes annuelles d'entreprise dans les services (Insee)

Insee/Deps

Nette évolution du chiffre d'affaires de l'audiovisuel, porté par le dynamisme du cinéma et surtout de la vidéo.

Graphique 15 – Évolution de l'emploi dans les différents secteurs de l'édition pour les entreprises de 20 salariés et plus



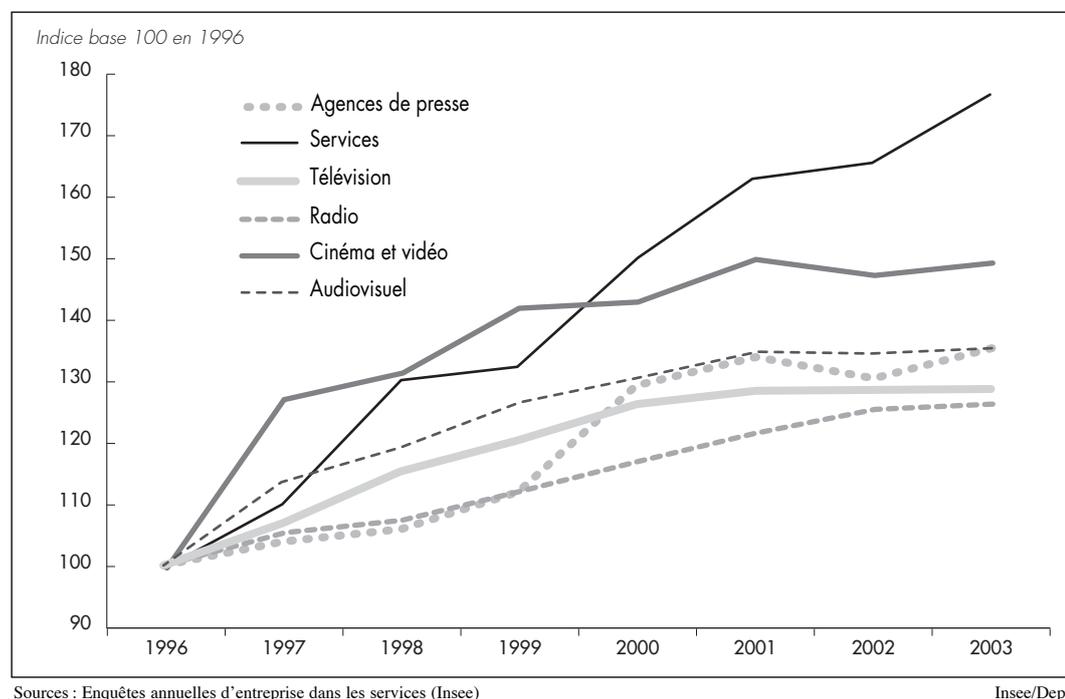
Sources : Enquêtes annuelles d'entreprise dans les services (Insee), Enquêtes annuelles d'entreprise dans l'industrie (Sessi)

Insee/Deps

L'emploi est stable dans l'édition.

Il diminue sensiblement dans l'édition de livres.

Graphique 16 – Évolution de la masse salariale dans l'audiovisuel et les agences de presse pour les entreprises de 20 salariés et plus



Après une phase de croissance, la masse salariale évolue peu dans chacun des secteurs de l'audiovisuel.

Méthodologie, champ

Les résultats présentés ici sont issus de deux enquêtes annuelles d'entreprises, l'une menée auprès des entreprises de services (EAE Services) par l'Insee, l'autre auprès des entreprises de l'industrie (EAE Industrie) par le Service des études et des statistiques industrielles (Sessi).

L'Insee assure la coordination sur le plan national des EAE réalisées par les différents ministères.

L'EAE utilise la NAF en vigueur depuis le 1^{er} janvier 1993 dans sa révision 1 du 1^{er} janvier 2003. La NAF s'emboîte parfaitement dans la nomenclature européenne d'activités, la NACE, dérivée elle-même de la nomenclature internationale d'activités (CITI), ce qui facilite les comparaisons internationales.

I – Sources EAE

A – Objectifs jusqu'à ce jour

L'**EAE Industrie** s'adresse à toutes les entreprises françaises de 20 salariés et plus des secteurs de l'énergie, des biens de consommation, des biens intermédiaires, de l'automobile et des biens d'équipement.

L'**EAE Services** est une enquête annuelle par sondage, exhaustive pour les grandes entreprises, c'est-à-dire celles employant au moins 30 salariés (10 pour les DOM) ou réalisant au moins 5 millions d'euros de chiffre d'affaires annuel (800 000 € pour les DOM). Au total, 52 500 entreprises sont interrogées (dont environ 4 500 dans les DOM). Les petites entreprises sont interrogées en alternance une année sur deux. Ainsi, les petites entreprises (*i. e.* moins de 30 salariés et moins de 5 millions d'euros de chiffre d'affaires annuel) du secteur des services aux entreprises (NAF 64, 67, 71, 72, 74, 90) sont enquêtées sur les années d'exercice impair (par exemple, l'EAE 2005 réalisée en 2006 porte sur l'exercice 2005) et les petites entreprises des services aux particuliers et de l'immobilier sur les années d'exercice pair (par exemple en 2005 sur 2004).

Pour les secteurs 64.2D, 74.4, 74.8J, 92.1, 92.2, 92.4, l'enquête est réalisée avec le concours du service statistique de la Direction du développement des médias (DDM). Les emplois salariés des intermittents des activités audiovisuelles sont comptabilisés pour tous les secteurs des activités audiovisuelles (division 92). Ils sont donc inclus dans le nombre de salariés en équivalent temps plein. Pour autant, la mesure

du volume de l'emploi dans ces activités n'est pas satisfaisante : des écarts sont en effet observables entre différentes sources (DADS, Unedic, EAE) car les concepts et la méthodologie utilisés ne sont pas partout homogènes.

Du fait du champ de l'EAE Industrie (entreprises de 20 salariés et plus) et de la forte concentration des activités, le seuil des 20 salariés a été retenu pour décrire l'ensemble du secteur des industries culturelles, en le partageant entre les petites entreprises (celles employant moins de 20 salariés) et les plus grandes.

Les données de l'EAE Services 2003 sont les données disponibles au 31 juin 2005. Depuis, les données de diffusion définitives ont pris en compte quelques retraitements sur certaines entreprises. Sur le champ étudié ici, seul est concerné l'effectif salarié moyen des entreprises de plus de 20 salariés du secteur 92.1F, lequel a été révisé à 805 au lieu de 933.

B – Objectifs à moyen terme :

la refonte des statistiques annuelles d'entreprise

Dans le cadre de la refonte des statistiques annuelles d'entreprise (projet Resane – Insee), à l'horizon 2009, l'EAE va vraisemblablement devenir l'ESA (Enquête sectorielle annuelle). Le recueil de l'information économique est en effet devenu lourd, redondant avec d'autres enquêtes et interdépendant de la source fiscale Suse. L'EAE sera ainsi allégée des informations de nature administrative connues par ailleurs (sur les effectifs, le compte de résultat ou les données d'importations/exportations par exemple), le calendrier de fait raccourci, et la qualité améliorée en particulier grâce à une réingénierie des processus et la prise en compte éventuelle des groupes comme unité statistique, complémentaire des entreprises. Mais ceci est encore à l'étude, car d'autres formes de relations entre les entreprises existent aussi (franchise, réseaux), qui ne sont pas prises en compte complètement dans l'appareil statistique public. Un seul document de synthèse permettra enfin de diffuser des statistiques plus cohérentes. Les liens entre établissements, entreprises et groupe seront enregistrés dans Sirene.

C – Champ retenu pour les services

Le champ retenu comprend l'ensemble des services marchands (et secteur des agences de voyage), à l'exception de La Poste, des services financiers, domestiques, des activités culturelles, récréatives et sportives autres qu'audiovisuelles et agences de presse, ainsi que du secteur des auxiliaires d'assurance non enquêté en 1993. France Télécom est entrée complètement dans le champ de l'enquête en 1995.

Du fait de l'alternance de l'enquête dans les services, les données proposées en évolution pour les activités audiovisuelles, la publicité et les agences de presse, sont homogènes les années paires. Ceci permet de relativiser l'effet « en dents de scie » des séries longues. Par ailleurs, les données en évolution ne prennent pas en compte France Télécom, première entreprise de services située loin devant la deuxième. En effet, en 1996, France Télécom a pris le statut de société tandis qu'en 1997, son capital a été ouvert et, dans l'enquête, les effectifs ont décuplé entre 1995 et 1996.

Au 1^{er} janvier 2003, la classe 92.2C de la NAF a été supprimée et remplacée par trois nouvelles classes : classe 92.2D Édition de chaînes généralistes (publiques ou privées) ; classe 92.2 Édition de chaînes thématiques (consacrées à des thèmes parti-

culiers, y compris les chaînes locales) ; classe 92.2F, Distribution de bouquets de programmes de radio et de télévision (fournissant un service d'abonnement à un ensemble de chaînes diffusées par câble ou par satellite).

II – Système unifié de statistiques d'entreprises (Suse – Insee)

A – Objectifs

Le système unifié de statistiques d'entreprises (Suse) vise à constituer un ensemble cohérent de données individuelles et statistiques sur les entreprises par l'exploitation conjointe de deux sources d'information : l'une fiscale, qui regroupe les bénéfices industriels et commerciaux (BIC) et les bénéfices non commerciaux (BNC) et l'autre statistique, les enquêtes annuelles d'entreprises (EAE). Les deux sources d'information sur les entreprises suivent des parcours totalement indépendants avant de parvenir à Suse. Les champs qu'elles couvrent ne sont pas identiques. Les informations qu'elles donnent se recoupent et se complètent l'une l'autre.

Les fichiers fiscaux constituent une source majeure d'information structurelle sur le champ de l'ensemble des entreprises en activité. Chaque année, les entreprises doivent remplir un formulaire fiscal pour déterminer l'impôt sur les bénéfices. Le type de déclaration diffère selon la catégorie des revenus : BIC, BNC et bénéfices agricoles (BA). L'exploitation de la source BIC, complétée par le traitement des BNC, correspond à un recensement annuel quasi exhaustif des entreprises du système productif marchand. Ne sont exclues que les unités relevant des bénéfices agricoles et les unités exonérées d'impôt (hôpitaux, coopératives, organismes à but non lucratif...).

Les enquêtes annuelles d'entreprises réalisées chaque année par les ministères de tutelle ou l'Insee couvrent l'essentiel du système productif marchand hors agriculture, à l'exception d'une partie des services. Selon les secteurs sur lesquels portent les enquêtes, les seuils d'exhaustivité vont de 20 à 50 salariés. Au-dessous de ce seuil, on procède par sondage. Leur rôle est d'obtenir des informations sur la nature des activités et les facteurs de production.

Le rapprochement des deux sources permet d'améliorer la qualité des données et de disposer ainsi d'un grand nombre d'informations structurelles cohérentes sur les entreprises.

Ce travail porte de façon privilégiée sur le champ des unités de plus de 20 salariés. Les entreprises dont l'absence dans la source fiscale a été détectée sont réintroduites. Le code activité principale, l'effectif salarié ainsi que les données comptables communes sont confrontés individuellement et corrigés en cas de divergence significative.

B – Champ sectoriel

La source Suse concerne l'ensemble des entreprises.

Pour autant l'exhaustivité n'est pas parfaite :

- les entreprises dont le chiffre d'affaires est inférieur à 76 300 euros (anciennement 500 000 francs) – dites micro-entreprises – sont totalement absentes ;
- un certain nombre d'entreprises ne remettent pas de déclarations ou les transmettent trop tardivement pour être intégrées dans les fichiers administratifs. Les don-

nées des unités absentes sont néanmoins réintégrées dans les valeurs qui sont diffusées ;

– certaines unités, comme les coopératives, sont dérogatoires par rapport à la déclaration fiscale.

Champ géographique : l'enquête couvre la France métropolitaine et les départements d'outre-mer.

C – Enquête auprès des petites entreprises industrielles (EPEI)

L'enquête auprès des petites entreprises industrielles est réalisée tous les quatre ans par l'Insee sur les entreprises de l'industrie manufacturière et des industries agro-alimentaires de moins de 20 salariés et de moins de 5 millions d'euros de chiffre d'affaires. Elle complète ainsi le champ couvert par l'enquête annuelle d'entreprise.

III – Enquête Liaisons financières (Lifi – Insee)

A – Objectifs

L'enquête Lifi vise à identifier les groupes de sociétés opérant en France et à déterminer leur contour. Réalisée depuis 1979, elle est la pièce maîtresse d'un dispositif consacré à la connaissance statistique des groupes d'entreprises.

Avec le développement du commerce international et la mondialisation de l'économie, l'enquête permet aussi de distinguer les comptes des entreprises françaises sous contrôle étranger, le plus souvent exercé par des groupes étrangers. Les liaisons de détention de capital entre sociétés sont recensées au 31 décembre pour reconstituer les groupes de sociétés et établir des statistiques sur ces groupes et les entreprises qui les composent.

B – Champ

L'enquête interroge, de façon exhaustive, l'ensemble des entreprises détenant plus de 1,2 million d'euros de titres de participation, ou employant plus de 500 salariés, ou réalisant plus de 30 millions d'euros de chiffre d'affaires (y compris DOM), ou têtes de groupe en 2004, ou détenues par des capitaux étrangers en 2004. L'ensemble représente environ 26 000 entreprises.

En 1994, l'enquête a été enrichie des données de Diane portant sur les petites sociétés liées à des groupes, ce qui a porté à plus de 120 000 le nombre de sociétés repérées dans Lifi/Diane. Dans le présent document, la mention « Source Lifi » inclut implicitement les enrichissements apportés par la source Diane.

Ne sont retenues que les sociétés des groupes situées en France, que le groupe soit français ou étranger. Lifi repère néanmoins les têtes de groupe implantées à l'étranger et parfois quelques filiales hors territoire.

Définitions

L'effectif salarié moyen en ETP est égal à la moyenne annuelle des effectifs salariés de fin de trimestre, corrigés du solde des effectifs pris en location et donnés en location, les effectifs étant mesurés en équivalent temps plein (ETP).

Emploi en équivalent temps plein (ETP) : nombre de personnes qui seraient occupées si l'on rapportait l'ensemble des heures travaillées à un temps plein annuel. Ainsi deux personnes travaillant annuellement à mi-temps seront comptabilisées comme un seul emploi ETP. À la différence de l'effectif salarié au 31 décembre, ce concept de l'emploi tient compte du caractère saisonnier de certaines activités et du fractionnement sensible de certaines d'entre elles. Il autorise alors des comparaisons entre les différents secteurs.

Le nombre de personnes occupées est le concept le plus complet de la mesure des emplois, puisqu'il intègre, en plus de l'effectif salarié moyen ETP, l'effectif non salarié (*i. e.* l'exploitant individuel, chef d'entreprise, artisan, commerçant, profession libérale, les associés ou aides familiales, les stagiaires non rémunérés, etc.).

Le taux d'emploi non salarié est la part que représente l'emploi non salarié en équivalent temps plein dans l'emploi total, salarié et non salarié, en équivalent temps plein.

Le taux de temps partiel est le rapport du nombre de salariés en équivalent temps plein exerçant leur activité principale à temps partiel sur le nombre de salariés en équivalent temps plein total.

Masse salariale (frais de personnel) = rémunérations brutes + charges sociales patronales.

Le chiffre d'affaires hors taxes (CAHT) est le montant global, au cours de l'exercice, des ventes de marchandises et des productions vendues de biens et de services mesurées par leur prix de vente.

Taille des entreprises : les classes de taille sont exprimées en termes d'emplois salariés au 31 décembre.

0 à 9 salariés	micro-entreprises ;
10 à 19 salariés	très petites entreprises (TPE) ;
20 à 249 salariés	petites et moyennes entreprises (PME) ;
250 salariés et plus	grandes entreprises.

Groupe (d'entreprises) : ensemble des sociétés contrôlées, directement ou indirectement, pour plus de la moitié des votes en conseil d'administration par un même centre de décision (la société tête de groupe). Le périmètre d'un groupe est délimité à partir du taux de contrôle, lequel est lié à la détention de capital. À la différence des sociétés qui le composent, le groupe n'a pas de personnalité juridique.

La concentration économique se définit comme la répartition plus ou moins égalitaire d'une grandeur économique (chiffre d'affaires, emploi, valeur ajoutée, etc.). Cette répartition peut se comparer entre des secteurs différents, ou pour un même secteur à des dates différentes. Lorsqu'on effectue des comparaisons temporelles, on s'intéressera à l'évolution des parts de marché des plus grandes entités économiques. Entre deux dates par exemple, le chiffre d'affaires peut être réparti de manière plus égalitaire au sein d'un secteur, donc la concentration est moins forte du fait d'une moindre opposition entre les très petites entreprises et les très grandes, alors que la part de marché d'un petit nombre de grandes entreprises a augmenté.

L'indice de Gini est un indice de concentration. Il met en relation la part cumulée du nombre d'entreprises d'un secteur avec celle de la variable étudiée (par exemple, l'emploi ou le chiffre d'affaires). L'indicateur vaut 0 pour des distributions égalitaires, dans le cas théorique où la variable aurait la même valeur pour toutes les entreprises, et tend vers 100 pour les distributions où cette variable serait répartie de manière très inégalitaire. Graphiquement, plus la courbe s'éloigne de la droite d'équirépartition, plus le secteur est concentré.

Bibliographie

- La France des services, services aux particuliers et activités immobilières*, édition 2004-2005, Insee Références, janvier 2005.
- Les services en France, services aux entreprises*, édition 2005-2006, Insee Références, janvier 2006.
- « Les entreprises de l’audiovisuel – Résultats 1996-2000 », Centre national de la cinématographie (CNC), Direction du développement des médias (DDM), août 2002.
- « Les entreprises de services en 2003 », *Insee Résultats*, série « Économie », n° 22, septembre 2005.
- « Technologies de l’information et de la communication en Île-de-France », Direction régionale Île-de-France de l’Insee *et al.*, mai 2002.
- « Technologies et société de l’information », chiffres clés, édition 1999, ministère de l’Économie, des Finances et de l’Industrie, mars 1999.
- Ballet Bertrand, Mauguin Jocelyne, « Les petites entreprises industrielles – Un ensemble dynamique », *Insee Première*, n° 914, juillet 2003.
- Berret Pierre, « Les entreprises de services : concentration accrue sous l’influence des groupes », *Insee Première*, n° 938, septembre 2005.
- Cardona Jeannine, Lacroix Chantal, *Chiffres clés Statistiques de la Culture*, édition 2005, Paris, ministère de la Culture et de la Communication, Département des études, de la prospective et des statistiques (Deps), La Documentation française, 2005.
- De Lapasse Benoît, Loiseau Hervé, « Panorama des petites entreprises industrielles », *Insee Première*, n° 667, juillet 1999.
- Ménard Marc, *Éléments pour une économie des industries culturelles*, collection « Culture et économie » (Sodec Québec), 2004.
- Peltier Stéphanie, « L’économie de la culture : les industries culturelles, une exception économique », *Culture, État et marché, Les Cahiers français*, n° 312, Paris, La Documentation française, 2003.
- Rouet François, « L’économie de la culture : industrie du livre et concentration », *Culture, État et marché, Les Cahiers français*, n° 312, Paris, La Documentation française, 2003.

Sites Internet à consulter

Données de cadrage sur les entreprises

<http://www.alisse.insee.fr/>

Service des études et des statistiques industrielles (Sessi)

<http://www.industrie.gouv.fr/portail/chiffres/sessi.html>

Direction du développement des médias (DDM)

<http://www.ddm.gouv.fr/>

Centre national de la cinématographie (CNC)

http://www.cnc.fr/d_stat/fr_d.htm

Institut de recherches et d'études publicitaires (Irep)

<http://www.irep.asso.fr/MPF.htm>

UNISTATIS, service d'accès aux informations chiffrées et statistiques de l'Union nationale interprofessionnelle pour l'emploi dans l'industrie et le commerce (Unedic)

<http://www.assedic.fr/unistatis/>

Listes des tableaux et graphiques

	<i>Table de correspondance des activités des industries culturelles dans la NAF, révisée au 1^{er} janvier 2003</i>	12
Tableau 1 –	<i>Chiffres clés détaillés des industries culturelles en 2003</i>	14
Tableau 2 –	<i>Chiffres clés des industries culturelles en 2003</i>	21
Tableau 3 –	<i>Répartition du nombre d'entreprises selon la taille en 2003</i>	23
Tableau 4 –	<i>La concentration sectorielle en termes de chiffre d'affaires dans les activités audiovisuelles, les agences de presse et la publicité en 2002-2003</i>	24
Tableau 5 –	<i>Répartition du chiffre d'affaires selon la taille de l'entreprise en 2003</i>	26
Tableau 6 –	<i>Répartition des emplois salariés (ETP) selon la taille de l'entreprise en 2003</i>	27
Tableau 7 –	<i>Quelques caractéristiques des emplois selon le secteur en 2003</i>	28
Tableau 8 –	<i>Répartition des emplois par catégorie socioprofessionnelle, selon le secteur en 2003</i>	30
Tableau 9 –	<i>Nombre d'entreprises, chiffre d'affaires, emploi salarié (ETP) dans l'audiovisuel et les services Partage entre les petites entreprises et les plus grandes en 1993 et 2003</i>	31
Tableau 10 –	<i>Nombre d'entreprises, chiffre d'affaires, emploi salarié (ETP) dans les entreprises de 20 salariés et plus, selon la taille Industries culturelles et publicité en 2003</i>	37
Tableau 11 –	<i>Répartition du nombre des entreprises de 20 salariés et plus, selon la taille Industries culturelles et publicité, par activité détaillée en 2003</i>	39

Tableau 12 –	<i>Répartition du chiffre d'affaires des entreprises de 20 salariés et plus, selon la taille Industries culturelles et publicité, par activité détaillée en 2003</i>	40
Tableau 13 –	<i>Répartition des emplois salariés (ETP) des entreprises de 20 salariés et plus, selon la taille Industries culturelles et publicité, par activité détaillée en 2003</i>	41
Figure 1 –	<i>Champ des industries culturelles</i>	10
Figure 2 –	<i>Les plus grandes entreprises de chacun des secteurs de l'édition en termes de chiffre d'affaires en 2003 par ordre alphabétique</i>	33
Figure 3 –	<i>Les plus grandes entreprises de chacun des secteurs de l'audiovisuel, des agences de presse et de la publicité en termes de chiffre d'affaires en 2003 par ordre alphabétique</i>	34
Graphique 1 –	<i>Structures sectorielles comparées de l'édition, l'audiovisuel et les services</i>	15
Graphique 2 –	<i>Nombre de sociétés et d'entreprises individuelles dans les activités audiovisuelles de 1993 à 2003</i>	16
Graphique 3 –	<i>Évolution des emplois dans les activités audiovisuelles de 1996 à 2003</i>	17
Graphique 4 –	<i>Répartition des emplois par catégorie socioprofessionnelle en 2003</i>	18
Graphique 5 –	<i>Concentration des emplois et du chiffre d'affaires dans la production de films pour le cinéma en 2003</i>	19
Graphique 6 –	<i>Structures comparées des grands secteurs, selon la taille des entreprises en 2003</i>	22
Graphique 7 –	<i>Évolution de la masse salariale dans l'audiovisuel et les agences de presse</i>	29
Graphique 8 –	<i>Structures comparées des activités de services et de l'audiovisuel en 1993 et 2003</i>	31
Graphique 9 –	<i>Évolution du chiffre d'affaires dans les différents secteurs de l'audiovisuel</i>	32
Graphique 10 –	<i>Évolution du chiffre d'affaires dans quelques secteurs du cinéma et de la vidéo</i>	32
Graphique 11 –	<i>Évolution du chiffre d'affaires des industries culturelles pour les entreprises de 20 salariés et plus</i>	38

<i>Graphique 12 – Évolution de l’emploi des industries culturelles pour les entreprises de 20 salariés et plus</i>	38
<i>Graphique 13 – Évolution du chiffre d’affaires des différents secteurs de l’édition pour les entreprises de 20 salariés et plus</i>	42
<i>Graphique 14 – Évolution du chiffre d’affaires des différents secteurs de l’audiovisuel pour les entreprises de 20 salariés et plus</i>	43
<i>Graphique 15 – Évolution de l’emploi dans les différents secteurs de l’édition pour les entreprises de 20 salariés et plus</i>	43
<i>Graphique 16 – Évolution de la masse salariale dans l’audiovisuel et les agences de presse pour les entreprises de 20 salariés et plus</i>	44

Fabrication
TRANSFAIRE SA, 04250 Turriers
☎ 04 92 55 18 14 ☎ 04 92 55 18 88
Imprimé en France
Dépôt légal : 60 032, janvier 2006

LES NOTES STATISTIQUES DU DEPS

La collection « LES NOTES STATISTIQUES », créée par le Département des études, de la prospective et des statistiques en 2002, rend compte des résultats d'enquêtes statistiques, qu'elles soient annuelles ou de périodicité plus irrégulière, ainsi que des résultats d'exploitation de données administratives.

Déjà publiées et téléchargeables sur le site

- 1 Le budget des établissements d'enseignement de la musique et de la danse contrôlés par le Ministère de la culture 1998 et 1999
- 2 Les écoles municipales de musique agréées (résultats d'enquête).
Année scolaire 2000-2001
- 3 Les enseignements de musique, danse et art dramatique dans les conservatoires nationaux de région et les écoles nationales de musique (résultats d'enquête).
Année scolaire 2000-2001
- 4 Le budget des établissements d'enseignement de la musique et de la danse contrôlés par le Ministère de la culture, 2000
- 5 Les mouvements d'exportation d'œuvres et objets d'art – Analyse statistique des évolutions
- 6 Le budget 2001 et 2002 des conservatoires nationaux de région et des écoles nationales de musique.
Résultats de l'enquête annuelle
- 7 Les enseignements de musique, de danse et d'art dramatique dans les conservatoires nationaux de région et les écoles nationales de musique. Résultats de l'enquête annuelle.
Année scolaire 2001-2002
- 8 Les établissements d'enseignement supérieur artistique et culturel dépendant du Ministère de la culture et de la communication. Effectifs et diplômés.
Année scolaire 2002-2003
- 9 Le budget 2003 des conservatoires nationaux de région et des écoles nationales de musique.
Résultats de l'enquête annuelle
- 10 Les enseignements de musique, de danse et d'art dramatique dans les conservatoires nationaux de région et les écoles nationales de musique (résultats de l'enquête annuelle).
Année scolaire 2002-2003
- 11 Les établissements d'enseignement supérieur artistique et culturel dépendant du Ministère de la culture et de la communication. Effectifs et diplômés.
Année scolaire 2003-2004
- 12 Les mouvements internationaux d'œuvres et objets d'art.
Analyse statistique des évolutions 1993-2004
- 13 Les établissements d'enseignement supérieur artistique et culturel dépendant du Ministère de la culture et de la communication. Effectifs et diplômés.
Année scolaire 2004-2005
- 14 Les enseignements de musique, de danse et d'art dramatique dans les conservatoires nationaux de région et les écoles nationales de musique (résultats de l'enquête annuelle).
Année scolaire 2003-2004
- 15 Le budget 2004 des conservatoires nationaux de région et des écoles nationales de musique.
Résultats de l'enquête annuelle
- 16 Aperçu statistique des industries culturelles