

La crise a-t-elle laissé la culture en jachère ? Analyses à partir de données bancaires

Étienne Fize, Titouan Le Calvé et César Poux^(*)

Introduction

La crise sanitaire liée au Covid-19 a eu un impact fort sur la consommation des ménages ainsi que sur leurs habitudes du fait des fermetures administratives et des restrictions de déplacement. Comme dans le secteur de la restauration, les entreprises des secteurs culturels ont fait partie des entreprises les plus affectées par la crise. Alors que le premier choc de cette épidémie s'estompe, ce *Focus* vise à faire le point sur la situation de certains secteurs culturels, telle qu'elle peut être appréhendée par l'exploitation de données bancaires. Nous étudions en particulier la situation financière des entreprises, *via* leurs données bancaires, et les transactions par cartes bancaires des ménages pour des achats de livres, de musique, de films, de séries et de spectacle vivant. Nous étudions également les transactions pour des sorties dans des lieux culturels tels que des musées, des expositions ou des galeries d'art, ainsi que la consommation de jeux vidéo.

Ces données nous permettent de constater que les industries culturelles prises dans leur ensemble ont globalement retrouvé un niveau similaire à celui d'avant la crise. Cette reprise générale cache cependant des disparités entre les secteurs – le numérique progressant quand des domaines comme les salles de cinéma reculent – et au sein des secteurs – une minorité d'entreprises se trouvant dans des situations financières inquiétantes.

1. État des lieux avant la crise

1.1. Éléments de cadrage sur les données ménages

Le Conseil d'analyse économique a eu accès à des données de comptes bancaires, anonymisées et sécurisées de ménages⁽¹⁾ vivant en France grâce à son partenariat avec le Crédit Mutuel Alliance Fédéral. Deux *Focus* (n° 49 et n° 54) du CAE ont déjà exploité cette source et décrivent la base de données avec plus de détails.

Ce Focus est publié sous la responsabilité de ses auteurs et n'engage que ceux-ci.

(*) Conseil d'analyse économique.

(1) Les données sont regroupées par « groupes clients », qui correspondent pour les particuliers à un ensemble de personnes partageant le même domicile. Cela ne signifie pas, strictement parlant, que nous disposons de l'ensemble des dépenses du ménage, puisque nous ne disposons d'informations que sur les personnes du ménage qui ont un compte au Crédit Mutuel et ne pouvons observer que les soldes et mouvements de leurs comptes dans cette banque.

Elle permet d'avoir des données en quasi-temps réel, puisque la base est actualisée chaque mois avec les évolutions du mois précédent. Les données mobilisées dans ce focus débutent avec le mois de juillet 2019 et fournissent des informations sur le nombre de personnes dans le ménage, leur profession et catégorie socioprofessionnelle (PCS), leur âge et leur lieu d'habitation (département et type de zone d'habitation) et sur les transactions bancaires.

Données du Crédit Mutuel Alliance Fédérale

Première banque à adopter le statut d'entreprise à mission, Crédit Mutuel Alliance Fédérale a contribué à cette étude par la fourniture de données de comptes bancaires sur la base de deux échantillons : un échantillon d'entreprises et un échantillon de ménages par tirage aléatoire et construit de telle sorte qu'on ne puisse identifier ni les entreprises (exclusion de sous populations de petite taille) ni les ménages. Toutes les analyses réalisées dans le cadre de cette étude ont été effectuées sur des données strictement anonymisées sur les seuls systèmes d'information sécurisés du Crédit Mutuel en France.

Pour Crédit Mutuel Alliance Fédérale, cette démarche « s'inscrit dans le cadre des missions qu'il s'est fixées :

- contribuer au bien commun en œuvrant pour une société plus juste et plus durable : en participant à l'information économique, Crédit Mutuel Alliance Fédérale réaffirme sa volonté de contribuer au débat démocratique ;
- protéger l'intimité numérique et la vie privée de chacun : Crédit Mutuel Alliance Fédérale veille à la protection absolue des données de ses clients ».

Nous exploitons plus spécifiquement les dépenses par carte bancaire d'un échantillon de 300 000 ménages représentatif de la population des clients du Crédit Mutuel en France. Nous arrivons à identifier les secteurs dans lesquels leurs dépenses sont effectuées en exploitant la nomenclature MCC (*Merchant Category Code*)⁽²⁾. Cette dernière consiste en la catégorisation systématique des entreprises qui acceptent les paiements par carte. Chaque entreprise se voit attribuer par son fournisseur (par exemple Visa, Mastercard, American Express...), au moment de l'établissement du contrat, un code à quatre chiffres correspondant à une nomenclature sectorielle détaillée⁽³⁾. Cela nous permet d'étudier plus spécifiquement un certain nombre de secteurs en lien avec l'économie de la culture.

Ces informations comportent toutefois certaines limites. La première est que nous n'avons pas la main sur la façon dont les entreprises sont catégorisées. Nous ne pouvons pas savoir avec certitude la catégorie à laquelle certaines entreprises appartiennent lorsqu'elles peuvent proposer différents types de biens (par exemple livres et appareils audiovisuels). La seconde limite est que la catégorie des dépenses est basée sur l'activité économique du commerçant, et non sur l'objet de la vente. Par exemple, si l'on est raisonnablement sûr que les ventes en librairies sont des ventes de livres, nous ne pouvons pas repérer les ventes de livres effectuées dans des magasins plus généralistes, comme par exemple, les grandes surfaces qui restent un angle mort de notre analyse. Enfin, nous n'observons que des dépenses de ménages résidents en France, et ne pouvons donc pas étudier l'impact de la réduction du tourisme international sur les dépenses dans les secteurs culturels.

(2) La nomenclature MCC est une nomenclature particulière et ne correspond pas à d'autres classifications comme, par exemple, le code NAF-APE. C'est pourquoi le nom des catégories peut varier d'un fournisseur à l'autre, même si elles correspondent bien au même découpage.

(3) La nomenclature est disponible ici : www.mastercard.us/content/dam/mccom/en-us/documents/rules/quick-reference-booklet-merchant-edition.pdf. Il est théoriquement possible qu'une entreprise n'ait pas le même code MCC selon les fournisseurs, même si en pratique ces cas sont très rares.

1.2. Différences de consommation selon les secteurs

En dépit de ces limites, nous avons regroupé les secteurs que nous identifions comme culturels en trois grandes catégories qui permettent de les distinguer notamment en fonction de leur façon d’être achetés et consommés. La première catégorie est l’ensemble des biens « à domicile », que nous définissons comme les biens qui sont achetables et consommables directement depuis le domicile. Cette appellation comprend la consommation de biens culturels au format numérique dématérialisé (plateformes de musique ou de streaming, certains jeux vidéo, audio-livres ou e-books par exemple) et les différents abonnements (chaînes TV, radios, magazines ou journaux par exemple) auxquels un ménage peut avoir souscrit. La deuxième catégorie que nous identifions est, par opposition, celle des biens achetés « en magasin »⁽⁴⁾. Cela correspond à l’ensemble des biens culturels physiques que l’on peut acheter, ou louer, dans des magasins identifiables par la nomenclature MCC. On y trouve notamment les livres achetés en librairie et les enregistrements de biens audiovisuels (CD, DVD, Blu-Ray...) achetés en magasin spécialisé. Nous avons enfin regroupé en une troisième catégorie les « sorties culturelles », que nous définissons comme des consommations de biens ou services culturels réalisées dans des lieux hors du domicile qui y sont spécifiquement dédiés. Cela comprend notamment les salles de cinéma, les salles de spectacle, les galeries d’arts, les expositions et les attractions touristiques (musées, monuments, jardins botaniques par exemple).

La première chose que l’on peut étudier est le niveau de consommation dans ces différents secteurs avant l’épidémie de Covid-19. Nos données ne commençant qu’au mois de juillet 2019, nous ne disposons pas d’une année complète « normale », puisque la crise sanitaire liée au coronavirus a touché la France à partir du mois de mars 2020. Il est donc possible que notre estimation de ces niveaux de consommation soit biaisée par la saisonnalité de certaines dépenses⁽⁵⁾. Le tableau 1 donne toutefois une assez bonne image des ordres de grandeur que représente chacun de ces secteurs à la fois dans l’absolu et relativement au budget des ménages.

(4) Il est possible qu’une partie de ces biens aient été achetés en ligne sur le site des magasins spécialisés dans ces biens, mais nous faisons l’hypothèse que cette proportion est négligeable. De plus, le mode d’achat ne change pas le caractère ponctuel de la dépense, ni le fait que le bien consommé est au format physique.

(5) Certains secteurs comme les librairies montrent en effet des pics de consommation à la période de Noël, tandis que certaines dépenses de sorties culturelles peuvent être plus importantes en période estivale.

Tableau 1. Dépenses mensuelles moyennes des ménages dans les secteurs culturels (entre juillet 2019 et février 2020)

Catégorie/Secteur	Code MCC	Consommation mensuelle moyenne pré-crise (en euros)	Part dans les dépenses totales par cartes pré-crise (en %)	Part de consommateurs mensuels (en %)	Montant moyen dépensé par consommateur (en euros)
Biens à domicile					
– Services TV et radio, et autres services délivrés par câble ou satellite	4899	2,23	0,15	15,06	14,80
– Biens audiovisuels numériques	5815	0,68	0,05	4,21	16,07
– Jeux vidéo dématérialisés	5816	1,85	0,12	5,06	36,62
– Vente de biens numériques en tout genre	5818	0,15	0,01	0,54	28,57
– Abonnements	5968	0,84	0,06	3,14	26,82
– Total		5,74	0,38	22,70	22,35
Biens en magasin					
– Vente d'enregistrements audiovisuels	5735	2,42	0,16	11,31	21,46
– Librairies	5942	14,22	0,95	26,88	53,12
– Marchands de journaux	5994	0,08	0,01	0,26	30,23
– Location de DVD et jeux vidéo	7841	0,23	0,02	0,44	52,44
– Total		16,94	1,13	34,44	49,40
Sorties culturelles					
– Galeries et magasins d'art	5971	0,11	0,01	0,11	96,13
– Cinémas	7832	2,42	0,16	9,49	25,63
– Studios, écoles et salle de danse	7911	1,03	0,07	1,69	61,53
– Producteurs de théâtre et billetteries	7922	4,30	0,29	4,17	103,60
– Orchestres et autres artistes du spectacle vivant	7929	0,05	0,003	0,10	54,34
– Expositions et attractions touristiques	7991	5,04	0,34	8,67	58,38
– Total		12,96	0,86	20,45	63,65
Reste des dépenses		1 475,93	97,63	99,95	1 476,65

Champ : 191 916 ménages.

Lecture : En moyenne, entre juillet 2019 et février 2020, un ménage dépensait 14,22 euros par mois dans une librairie. En moyenne chaque mois, la part de ménages ayant fait un achat en librairie est près de 27 %. Parmi les ménages ayant fait au moins un achat en librairie, la dépense moyenne mensuelle est de 53,12 euros.

Source : Crédit Mutuel Alliance Fédérale.

1.3. Des profils de consommation différents

Un premier point saillant sur les profils des consommateurs est que les personnes qui consomment d'une catégorie de biens culturels sont plus susceptibles d'en consommer d'autres. Autrement dit, les biens culturels seraient complémentaires : les consommateurs de culture la consomment sous plusieurs formes. À l'inverse, il y a certaines personnes qui ne consomment que très peu de culture, quelle que soit sa forme. Le tableau 2 montre par exemple que les personnes qui consomment des biens à domicile ont dépensé près de 60 euros de plus que les autres en biens achetables en magasin entre juillet 2019 et août 2020, soit environ 50 % de plus. Cette différence de consommation s'explique en partie par les préférences naturelles des consommateurs, mais aussi par le fait que les biens culturels sont connus pour être des biens dont la consommation augmente avec le niveau de vie. Les ménages les plus aisés peuvent plus facilement effectuer des dépenses dans les secteurs culturels, alors que les moins dotés ont plus de mal à réserver une partie de leur budget pour ces dépenses.

Tableau 2. Consommation dans les différents secteurs culturels selon la consommation dans les autres secteurs (en euros)

	Consommation moyenne sur la période pré-crise de...		
	biens à domicile	biens en magasin	sorties culturelles
Consommateurs de biens à domicile	121,88	173,52	140,46
Non-consommateurs de biens à domicile	0,00	113,41	82,11
Consommateurs de biens en magasin	54,18	192,55	127,40
Non-consommateurs de biens en magasin	26,42	0,00	48,08
Consommateurs de sorties culturelles	55,54	157,11	172,58
Non-consommateurs de sorties culturelles	31,60	104,17	0,00

Champ : 191 916 ménages.

Lecture : Entre juillet 2019 et février 2020, les ménages ayant effectué au moins un achat par carte dans le secteur des biens culturels à domicile ont dépensé en moyenne 173,52 euros pour des biens culturels achetables en magasin, contre 113,41 euros pour les personnes qui n'ont effectué aucun achat dans le secteur des biens consommables à domicile.

Source : Crédit Mutuel Alliance Fédérale.

On peut également étudier plus en détail l'impact de l'âge, du type de zone d'habitation ou de la PCS des personnes qui composent le ménage sur les dépenses culturelles. Pour cela, nous avons calculé l'effet de ces variables sur la part des dépenses par carte que les ménages attribuaient à certains secteurs culturels sur la période entre juillet 2019 et février 2020⁽⁶⁾ via une régression économétrique utilisant la méthode des moindres carrés ordinaires. Le fait d'utiliser la part de budget plutôt que le montant dépensé permet de s'affranchir des différences de revenus. Le tableau 3 présente les résultats de ces régressions.

Le premier constat que l'on peut faire est qu'il y a un effet d'âge assez important pour ces trois catégories de biens culturels : les personnes de plus de 50 ans attribuent une moins grande part de leurs dépenses aux trois types de biens culturels. Au contraire, ce sont les vingtenaires qui y allouent une plus grande part de leurs dépenses par carte, à la seule exception des biens achetables en magasin. Ce sont donc les jeunes qui sont les plus gros consommateurs de biens culturels⁽⁷⁾.

La zone d'habitation du ménage a également un impact significatif sur les dépenses culturelles, bien qu'il soit de moins grande ampleur que celui de l'âge. Les ménages qui habitent dans des zones rurales attribuent en général une part de leur budget moins importante aux dépenses culturelles que les personnes qui habitent dans des zones plus urbaines, et ce quel que soit le type de bien consommé. Une des explications de ce phénomène est la variété de l'offre de biens culturels disponible à proximité, qui est moins importante dans les zones rurales que dans les zones urbaines. Une autre piste serait un phénomène d'auto-sélection : si l'on considère que la proximité d'offres culturelles est un paramètre dans le choix du lieu d'habitation, il est logique de retrouver de plus grands consommateurs dans les zones urbaines.

Enfin, les ménages ont des profils de consommation assez différents en fonction de leur catégorie socioprofessionnelle : les cadres et professions intellectuelles supérieures dépensent notamment davantage dans les sorties culturelles que les autres CSP, et à l'inverse ils attribuent une part similaire (ou moins grande mais peu significative) de leur budget aux biens à domicile. Cela s'explique à la fois par les préférences des individus et par leur revenu disponible, qui est en général plus important. On fait le même constat mais de façon moins marquée en ce qui concerne les professions intermédiaires.

(6) Lorsqu'il y avait plusieurs personnes partageant le même compte client, nous avons arbitrairement conservé les caractéristiques correspondant à la personne la plus âgée.

(7) Nous avons également réalisé le même travail en mesurant la probabilité de consommer dans chacun des secteurs, ainsi que les montants dépensés. Ces trois approches, complémentaires, confirment qu'il y a bien une décroissance de la consommation de biens à domicile et de sorties culturelles avec l'âge, tant en relatif qu'en absolu. On observe en revanche une courbe en cloche pour les montants dépensés en biens en magasin en fonction de l'âge, que l'on peut relier avec l'évolution du revenu disponible au cours du cycle de vie.

Tableau 3. Impact des caractéristiques personnelles sur la part des dépenses par cartes allouées aux secteurs culturels

	Biens à domicile	Biens en magasin	Sorties culturelles
Constante	0,703 ^(***) (0,012)	1,988 ^(***) (0,017)	0,835 (0,013)
Nombre de majeurs supplémentaires	-0,193 ^(***) (0,006)	-0,432 ^(***) (0,008)	-0,008 (0,006)
Nombre de mineurs	-0,032 ^(***) (0,004)	-0,066 ^(***) (0,005)	0,024 ^(***) (0,004)
21-30 ans	0,593 ^(***) (0,009)	-0,178 ^(***) (0,012)	0,526 ^(***) (0,009)
31-40 ans	0,139 ^(***) (0,008)	-0,067 ^(***) (0,011)	0,135 ^(***) (0,008)
41-50 ans	ref	ref	ref
51-60 ans	-0,153 ^(***) (0,008)	-0,075 ^(***) (0,012)	-0,219 ^(***) (0,009)
61-70 ans	-0,277 ^(***) (0,010)	-0,147 ^(***) (0,015)	-0,279 ^(***) (0,011)
+ 71 ans	-0,405 ^(***) (0,013)	-0,453 ^(***) (0,018)	-0,443 ^(***) (0,013)
Habitat urbain	0,005 (0,005)	0,100 ^(***) (0,008)	0,125 ^(**) (0,006)
Habitat périurbain	ref	ref	ref
Habitat rural	-0,063 ^(***) (0,007)	-0,094 ^(***) (0,009)	-0,077 ^(***) (0,007)
Agriculteur exploitant	-0,006 (0,033)	-0,175 ^(***) (0,048)	-0,232 ^(***) (0,035)
Artisan, commerçant et chef d'entreprise	0,164 ^(***) (0,010)	-0,043 ^(***) (0,015)	-0,108 ^(***) (0,011)
Cadre et profession intellectuelle supérieur	-0,006 (0,009)	0,045 ^(***) (0,013)	0,245 ^(***) (0,009)
Professions intermédiaires	ref	ref	ref
Employé	0,148 ^(***) (0,009)	0,087 ^(***) (0,012)	-0,194 ^(***) (0,009)
Ouvrier	0,283 ^(***) (0,009)	0,181 ^(***) (0,013)	-0,362 ^(***) (0,009)
Retraité	0,130 ^(***) (0,012)	0,038 ^(**) (0,017)	-0,091 ^(***) (0,013)
Autre sans activité professionnelle	0,192 ^(***) (0,010)	0,167 ^(***) (0,014)	-0,009 (0,010)

Note : (*) p < 0,1 ; (**) p < 0,05 ; (***) p < 0,01. Les erreurs types sont en parenthèses.

Champ : 191 916 ménages.

Lecture : En moyenne, toutes choses égales par ailleurs, entre juillet 2019 et février 2020, une personne ayant entre 21 et 30 ans attribuit 0,593 pourcent de son budget en plus aux dépenses en biens culturels à domicile que la personne de référence.

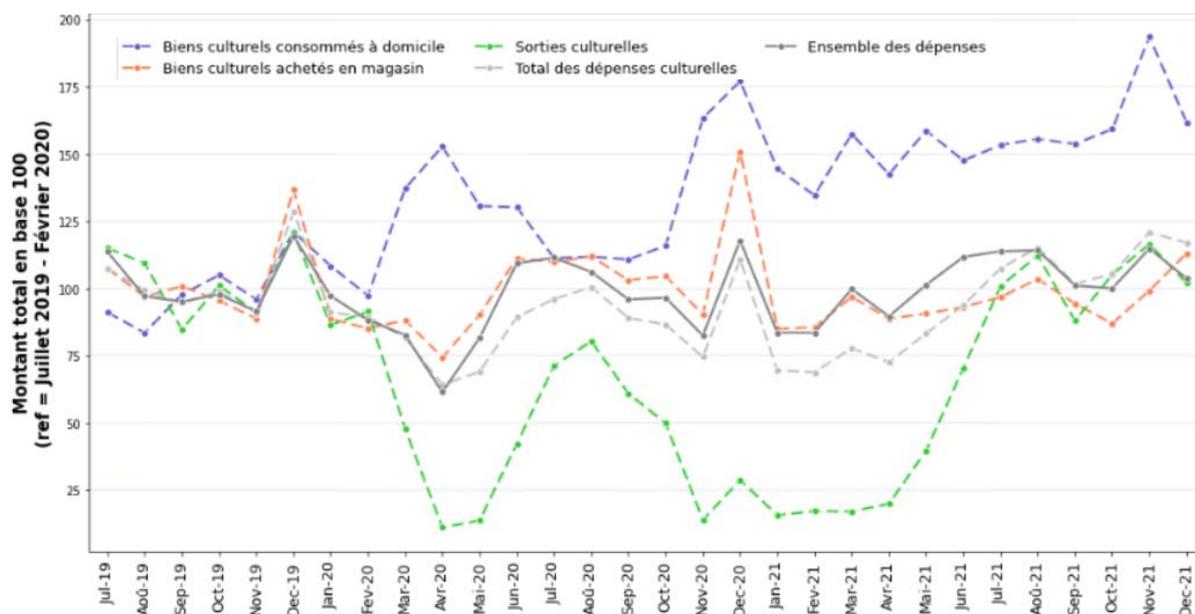
Source : Crédit Mutuel Alliance Fédérale.

2. De nouvelles dynamiques de consommation

2.1. Impact des mesures sanitaires sur la consommation de biens culturels

On examine à présent l'impact de l'épidémie de Covid 19 sur les dépenses culturelles. Nous avons tracé ici l'évolution de la consommation dans les trois catégories de biens culturels que nous avons retenues. Nous comparons leurs dynamiques respectives en les normalisant par leur moyenne sur la période avant la crise dont nous disposons.

Graphique 1. Dépenses par carte bancaire dans les secteurs culturels



Champ : 235 615 ménages

Lecture : Au mois d'avril 2020, le niveau des dépenses par cartes des ménages pour des biens culturels à domicile représentait 151 % de ce qu'il était en moyenne entre juillet 2019 et février 2020, alors que le niveau de l'ensemble des dépenses par carte ne représentait que 62 % de ce qu'elles étaient en moyenne entre juillet 2019 et février 2020.

Source : Crédit Mutuel Alliance Fédérale.

Le constat est assez clair : ce sont les activités dites de sorties culturelles qui ont été les plus affectées par la crise. Les dépenses par carte bancaire dans ce domaine ont baissé significativement sur toute la période, cette baisse ayant atteint les 90 % au plus fort de la crise sanitaire, ce qui n'est pas étonnant au regard des restrictions en vigueur. Les périodes de rebond coïncident à la fois avec les périodes de levée ou allègements des restrictions sanitaires et les saisons estivales. Toutefois, même durant ces périodes de rebond, le niveau de consommation n'a pas rejoint le niveau d'avant crise. Il faut attendre la fin de l'été 2021 pour retrouver les montants de la période pré-crise.

À l'inverse, les dépenses dans les biens consommables à domicile ont fortement augmenté sur toute la période, et plus spécifiquement lors des deux premiers confinements⁽⁸⁾. Il semblerait qu'une partie de la dépense culturelle, et donc de sa consommation, ait été déplacée des sorties aux biens consommables à domicile durant les restrictions sanitaires. Toutefois, on ne retrouve pas les comportements de consommation d'avant-crise à ce jour. Si les dépenses en sorties culturelles semblent juste avoir retrouvé leur niveau d'avant-crise ces tous derniers mois, l'augmentation de la consommation des biens à domicile s'est poursuivie au-delà des simples périodes de confinement. Elles ont augmenté de près de 75 % en deux ans, et la tendance à la hausse semble se maintenir⁽⁹⁾. Il est donc possible que la crise et les restrictions sanitaires aient, au moins en partie, bénéficié à ces secteurs culturels spécifiques. En revanche, il n'y a pas eu d'impact particulier de l'épidémie sur les biens achetables en magasin, qui ont une évolution assez proche de celle de l'ensemble des dépenses, avec notamment une forte baisse lors de la première vague de l'épidémie.

(8) Ce phénomène est particulièrement fort pour les ventes de jeux vidéo au format dématérialisé.

(9) Il est probable cependant qu'une partie de cette augmentation soit liée à un changement de nomenclature d'une ou deux grosses entreprises du secteur, qui auraient été comptabilisées comme appartenant à une autre catégorie avant l'automne 2020. Ce point n'invalide toutefois pas le constat d'une forte augmentation, qui se fait de manière assez continue sur toute la période.

2.2. Une nouvelle répartition des dépenses culturelles

Globalement, la part de consommateurs en biens culturels est restée relativement stable entre la période pré-crise et celle post-crise : 83.3 versus 83.5 % (tableau 4). La situation est plus contrastée quand on examine les trois grandes catégories de biens et services culturels. On observe une forte augmentation du nombre de consommateurs de biens à domicile, qui tiendrait avant tout à l'arrivée de nouveaux consommateurs, notamment dans tous les sous-secteurs où les biens consommés sont dématérialisés.

Tableau 4. Évolution de la part de consommateurs de biens culturels (en %)

	Avant crise	Post crise
Tout culture	83,30	83,52
Biens à domicile	33,60	46,67
Sorties Culturelles	56,31	52,84
Biens en magasin	67,56	67,69

Champ : 138 890 ménages présents et consommant sur toute la période (et sans caractéristiques manquantes).

Lecture : 56,31 % des ménages de l'échantillon ont effectué au moins une dépense dans le secteur des sorties culturelles entre juillet et décembre 2019, contre 52,85 % d'entre eux entre juillet et décembre 2021.

Source : Crédit Mutuel Alliance Fédérale.

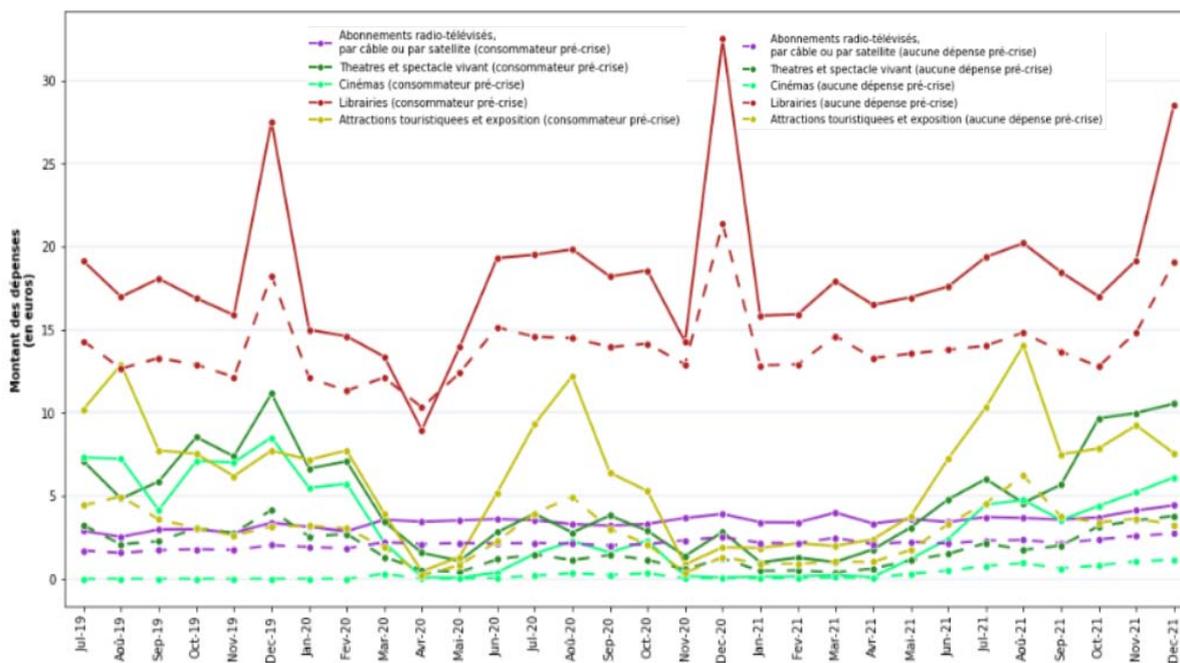
Dans les autres secteurs en revanche, on observe une relative stabilité¹⁰. La baisse de la part de consommateurs dans les sorties culturelles semble s'expliquer en premier lieu par la moindre fréquentation des salles de cinéma et de théâtre, qui n'ont pas retrouvé leurs niveaux d'avant la pandémie. Il est difficile de savoir si c'est imputable aux mesures sanitaires qui existent encore aujourd'hui (avec notamment le port du masque et l'obligation du pass sanitaire), ou s'il s'agit au contraire d'une tendance plus durable. L'analyse économétrique (cf. annexe) montre en tout cas qu'il y a notamment un effet d'âge dans ce domaine : les personnes plus âgées ont moins diminué leur consommation que les plus jeunes. On note également une plus grande résilience des dépenses dans ce domaine chez les cadres et professions intellectuelles supérieures.

Il ne ressort pas de nos analyses que les évolutions récentes de la consommation de biens culturels traduisent de véritables changements de comportement des consommateurs. Si par exemple on sépare la population en deux catégories, selon que les personnes ont effectué au moins une dépense dans un cinéma entre juillet 2019 et février 2020 ou non, on observe bien que les consommateurs de cinéma sont aussi de plus gros consommateurs d'autres types de biens culturels, et ce sur toute la période (graphique 3a). Pour autant, les dynamiques d'évolution sont très similaires entre les deux groupes : on ne trouve pratiquement aucune différence dans l'évolution des dépenses dans les différents secteurs en fonction de la consommation pré-crise en cinéma (graphique 3b). Il n'est pas certain que l'on puisse parler d'une forme de substitution d'un bien envers un autre : ce n'est pas parce qu'on consommait plus de cinéma avant la crise que l'on se met à consommer plus d'abonnements radiotélévisés par exemple⁽¹¹⁾.

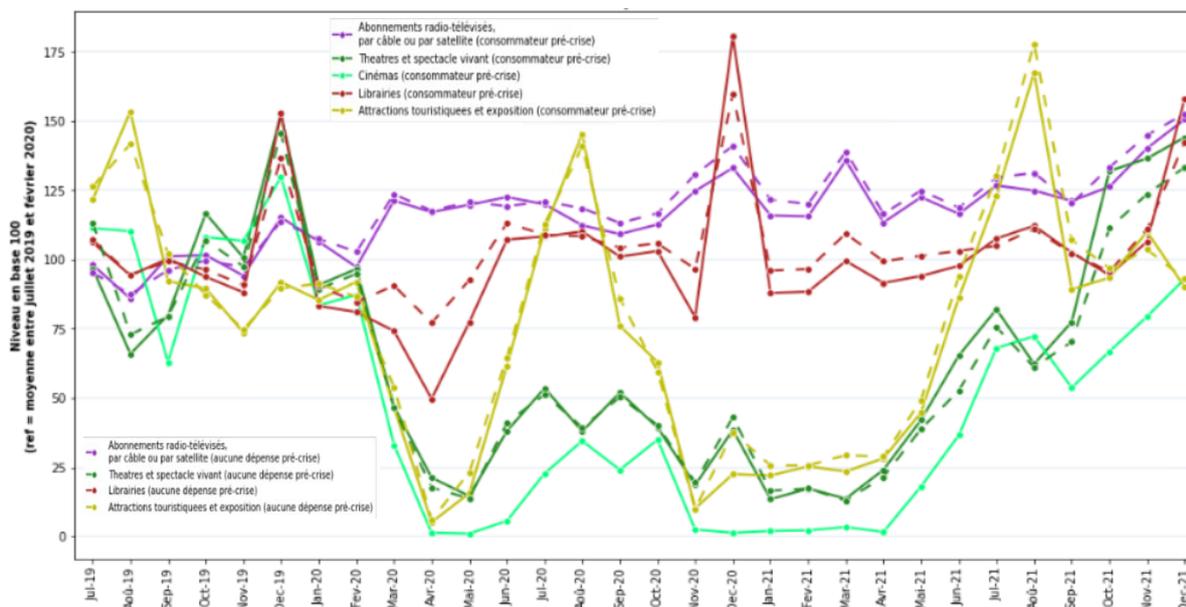
(10) L'évolution du nombre de consommateurs de biens physiques doit être interprétée avec précaution : une partie d'entre elle peut en effet s'expliquer par un changement de nomenclature qui brouille l'analyse. Il est assez probable en effet qu'une grande enseigne soit passée à l'automne 2020 de la catégorie « ventes d'enregistrement » à celle des « biens audiovisuels digitaux ». L'analyse sur les biens à domicile est affectée de la même façon.

(11) Nous avons effectué le même exercice en filtrant selon la consommation pré-crise dans tous les secteurs dont nous disposons, et avons comparé à chaque fois l'évolution des dépenses dans les autres secteurs selon notre filtre et obtenons un constat globalement similaire.

Graphique 3a. Dépenses moyennes par ménage par carte bancaire selon la consommation entre juillet 2019 et février 2020 dans les cinémas (en euros)



Graphique 3b. Dépenses moyennes par ménage par carte bancaire selon la consommation entre juillet 2019 et février 2020 dans les cinémas (indice base 100 juillet 2019-février 2020)



Champ : 132 294 ménages présents et consommant sur toute la période (et sans caractéristiques manquantes).

Lecture : Les ménages ayant effectué au moins une dépense par carte bancaire dans un cinéma entre juillet 2019 et février 2020 ont dépensé en moyenne 32 euros dans des librairies au mois de décembre 2020, contre 21 euros pour les ménages qui n'avaient pas fait de dépense par carte dans un cinéma sur la même période. Ces montants représentent respectivement 180 et 159 % de leurs dépenses moyennes dans les librairies entre juillet 2019 et février 2020.

Source : Crédit Mutuel Alliance Fédérale.

3. Situation des entreprises pendant et en sortie de crise

3.1. Éléments de cadrage sur les données entreprises

Comme nous venons de le voir, la crise sanitaire a eu un impact très important sur les niveaux de consommation dans certains secteurs culturels. Il est donc assez naturel de s'intéresser aux entreprises de ces secteurs afin de voir comment elles ont été affectées par cette baisse de la demande.

Dans le cadre du partenariat avec le Crédit Mutuel Alliance Fédérale, le CAE a également eu accès à des données de comptes bancaires d'entreprises. Le *Focus du CAE* n° 65 présente le contenu de ces données et en fait une première exploitation⁽¹²⁾. Ces données sont anonymisées et sécurisées et ne permettent pas d'identifier les entreprises.

Nous nous focalisons ici sur les secteurs culturels que la nomenclature de la base permet d'identifier. Si l'échantillon complet comporte plus de 100 000 entreprises (70 000 TPE, 20 000 EI et 25 000 PME), notre échantillon « culturel » ne comporte qu'environ 650 TPE et 200 EI. L'absence de PME, ainsi que de certains secteurs incontestablement culturels comme les librairies, s'explique par le niveau de granularité de la nomenclature sectoriel exploitée pour cette base. Celle-ci, pour des raisons d'anonymisation et de confidentialité des données, ne permet pas d'être aussi précis que la nomenclature d'activité française usuelle (NAF)⁽¹³⁾. C'est pourquoi l'analyse se restreint aux seuls secteurs culturels que nous sommes certains d'identifier avec assez de précision, qui correspondent aux codes NAF suivants⁽¹⁴⁾ : 58.1 pour les activités d'édition (y compris livres et périodiques) ; 59.1 pour les activités cinématographiques, vidéo et de télévision ; 59.2 pour l'enregistrement sonore et l'édition musicale ; et 90.0 pour les activités créatives, artistiques et de spectacle.

Tableau 5. Nombre d'entreprises par secteur et taille

	Édition de livres, périodiques et revues	Production et distribution de films, vidéos et programmes de télévision	Enregistrement sonore et édition musicale	Création artistique et spectacle vivant	Gestion de salles de spectacle
Nombre de TPE dans le secteur	172	238	46	171	3
Nombre d'EI dans le secteur	1	3	0	192	1

Note : Nombre calculé en octobre 2021, entreprises présentes sur toute la période.

Source : Crédit Mutuel Alliance Fédérale.

Comme les données sur les ménages, les données sur ces entreprises sont actualisées tous les mois. Nous pouvons observer chaque mois les encours des comptes courants, d'épargne et de dette de ces entreprises. Nous disposons également de leurs flux entrants et sortants, i.e. transitant par leur compte courant, en fréquence journalière. Toutefois, à la différence des données précédentes, celles sur les entreprises ne commencent qu'au mois de novembre 2019, ce qui donne une période de référence « normale » plus courte encore : seulement quatre mois complets avant que l'épidémie de Covid 19 et les mesures sanitaires en réponse à cette dernière ne viennent altérer le fonctionnement des entreprises.

(12) Voir le Focus n° 65 pour plus de détails.

(13) La nomenclature NAF, définie par l'INSEE, regroupe les activités économiques productives selon leurs secteurs d'activité. Elle peut aller jusqu'à un niveau de précision de quatre chiffres et une lettre.

(14) Nous ne montrons ici que les premiers caractères de ce code, en incluant toutes les variations possibles sur les caractères restants.

3.2. Des aides financières conséquentes

L'épidémie de Covid 19 et les mesures sanitaires prises par le gouvernement, dont notamment les différents confinements et fermetures administratives, ont eu pour double effet de compliquer le fonctionnement normal des entreprises et de réduire la demande adressée à certains secteurs. Cela concerne notamment certains secteurs culturels comme le spectacle vivant ou les salles de cinéma qui ont fait l'objet de fermetures administratives.

Afin de limiter l'impact économique de cette pandémie et des restrictions sanitaires adoptées, l'État a pris un certain nombre de mesures générales pour aider les entreprises (activité partielle, report de cotisations sociale et échéances fiscales, prêts garantis par l'État).

L'État a également octroyé des aides visant spécifiquement les secteurs les plus touchés au titre du « Fonds de solidarité »⁽¹⁵⁾. Les entreprises éligibles à ces aides étaient des entreprises de petite taille fortement affectées par la crise, et appartenant à une liste de secteurs particulièrement concernés par les restrictions sanitaires (secteur S1) ou à leurs fournisseurs (secteur S1 bis). Les secteurs culturels, dont notamment le secteur 90.0 des activités créatives, artistiques et de spectacle, ont été classifiés pour la plupart dans le S1, et ont donc pu bénéficier de ces aides.

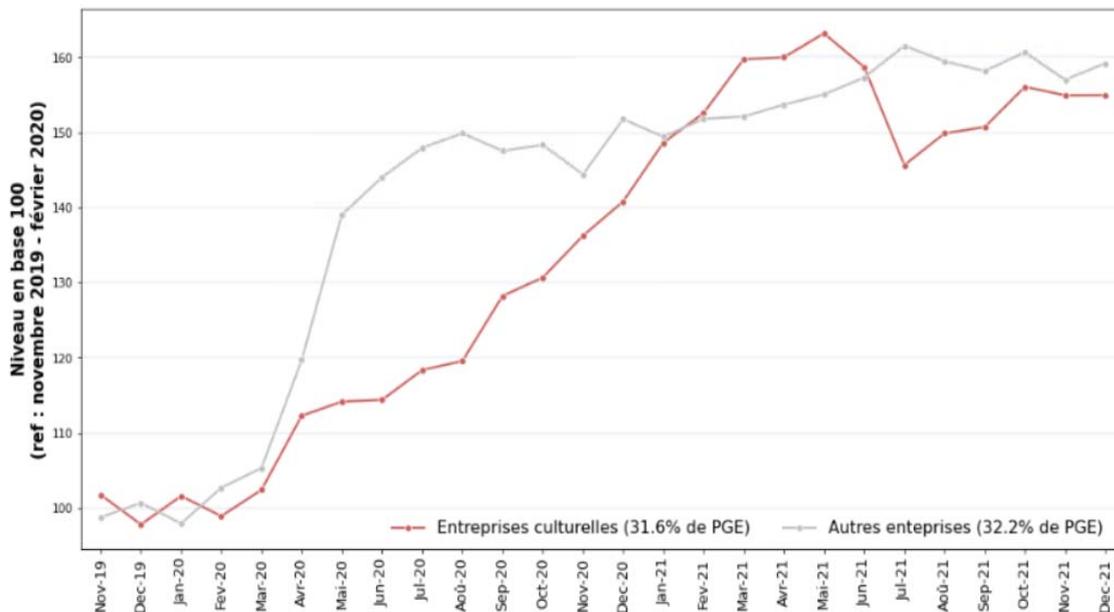
Le *Focus du CAE* n° 65 dresse un tableau de la situation financière des entreprises à la sortie de l'été 2021 à partir des mêmes données que celles mobilisées dans cette étude. Il fait le constat d'une plus grande hétérogénéité des situations financières que dans la période précédant la crise, avec un plus grand nombre d'entreprises en très bonne situation comme d'entreprises en situation financière très difficile. Il trouve en particulier que les entreprises du secteur de l'hébergement restauration, pourtant très affectées par les restrictions sanitaires, sont dans une situation financière plutôt favorable. Nous cherchons ici à voir si on peut faire le même constat pour les entreprises culturelles, elles aussi très concernées par les restrictions sanitaires.

3.3. Des TPE assez résilientes, malgré une minorité assez inquiétante

Le premier indicateur de leur santé économique que l'on peut regarder est leur trésorerie. En effet, les problèmes de trésorerie sont l'une des principales sources de défaillance des entreprises : celles en manque de liquidités peuvent être incapables de faire face à certains de leurs engagements à court terme. Le graphique ci-dessous montre que cet aspect de la situation des entreprises culturelles n'est pas alarmant, au contraire. On constate en effet une forte augmentation de la trésorerie moyenne des entreprises des secteurs culturels étudiés depuis le début de la pandémie, dans des proportions assez comparables à celle constatée dans les autres secteurs de l'économie. La temporalité de cette évolution est toutefois assez différente. Là où les entreprises des secteurs non culturels ont massivement augmenté leur trésorerie lors des premiers mois de la pandémie, celles des secteurs culturels l'ont augmenté de manière plus progressive, n'atteignant les mêmes proportions qu'un an plus tard, en mars 2021. Cette progressivité témoigne sans doute d'un recours aux aides plus durable de la part du secteur culturel, qui a été affecté par la pandémie de manière conséquente pendant une période plus longue que les autres secteurs. Les TPE des secteurs culturels faisant majoritairement partie des secteurs S1, elles ont pu bénéficier d'aides liées au Fonds de solidarité et d'aides spécifiques au secteur. Cet éventail d'aides plus large peut expliquer que leur taux de recours au PGE ne soit pas significativement différent de celui constaté parmi les autres entreprises de notre échantillon (31,6 % pour les entreprises culturelles de notre échantillon, contre 32,1 % pour les autres). Il explique également pourquoi l'augmentation de la trésorerie s'est faite de manière plus progressive pour les entreprises culturelles, en parallèle de l'augmentation de l'éventail des aides et de leur intensité. Ainsi, bien que l'on constate une baisse de la trésorerie des secteurs culturels à l'été 2021, le constat reste que la trésorerie des entreprises de ces secteurs s'est largement améliorée pendant la pandémie, et que ce n'est pas un grand sujet d'inquiétude aujourd'hui.

(15) Les modalités d'éligibilité au fonds de solidarité ont été progressivement assouplies entre mars et novembre 2020, tandis qu'en parallèle le montant des aides octroyé augmentait. On peut se référer au rapport final du comité de suivi et d'évaluation des mesures de soutien financier aux entreprises confrontées à l'épidémie de Covid 19, dit « Comité Cœuré », pour plus de précision sur les aides apportées aux entreprises.

Graphique 4. Évolution de la trésorerie des TPE



Champ : 67 163 TPE dont 630 des secteurs culturels.

Lecture : Au mois de mai 2021, la trésorerie moyenne des TPE des secteurs culturels étudiés était supérieure de 60 % à ce qu'elle était en moyenne entre novembre 2019 et février 2020.

Source : Crédit Mutuel Alliance Fédérale.

En revanche, l'augmentation de la trésorerie n'implique pas que la situation financière nette des entreprises se soit améliorée. Quand la hausse de la trésorerie s'explique par le recours à l'endettement, comme, par exemple, *via* les PGE ou les reports de cotisations sociales et échéances fiscales, et que ces dettes sont en partie consommées, la situation financière nette peut se détériorer. Afin d'évaluer l'évolution des situations financières des entreprises en prenant en compte leur hétérogénéité, nous avons procédé au même exercice que dans le Focus n° 65. Pour chacun des quatre mois précédant la crise dont nous disposons, nous avons classé les entreprises selon leurs encours bancaires nets⁽¹⁶⁾ et calculé le niveau qui correspond aux seuils des 5 %, 25 %, 75 % et 95 % des entreprises dans les situations les plus favorables. Nous calculons la moyenne respective de ces seuils sur les quatre mois pré-crise afin d'obtenir des points de comparaisons que nous utilisons pour évaluer la situation financière des entreprises les mois suivants. Par exemple, si on trouve qu'au mois de janvier 2021 8 % des entreprises se trouvent sous le seuil correspondant aux 5 % pré-crise, on dira qu'il y a un plus grand nombre d'entreprises en situation financière très difficile qu'avant la crise.

La situation financière nette des entreprises du secteur culturel semble très similaire à celles des autres secteurs. Cependant on peut noter une plus forte saisonnalité du secteur culturel, qui est dans une meilleure situation au printemps et en été qu'en automne et en hiver. Cela est surtout vérifié pour fin 2020-début 2021, l'été 2020 ayant été moins bon pour le secteur culturel en raison des conditions sanitaires. En effet, les difficultés financières de l'automne 2020 semblent avoir commencé plus tôt pour le secteur de la culture (dès août) que pour le reste de l'économie, et culminent en octobre pour les TPE.

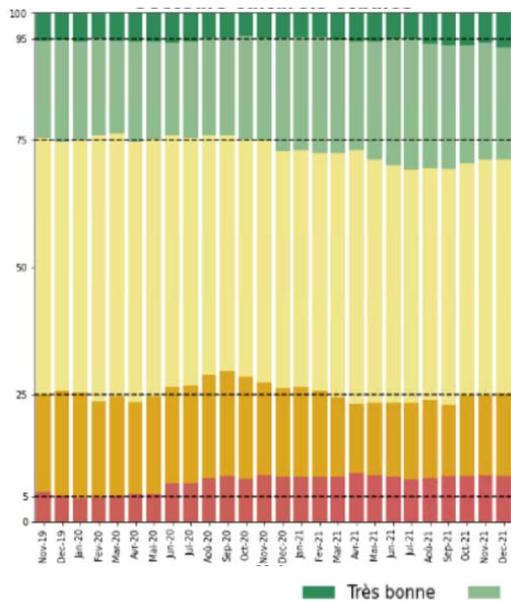
Au niveau de la distribution des situations financières des TPE, il n'y a pas eu d'augmentation significativement différente par rapport au reste de l'économie du nombre de ces entreprises en situation bonne voire très bonne. Ce secteur, dans sa globalité, ne semble donc pas avoir bénéficié d'une sorte surcompensation via les aides publiques. Par ailleurs, le nombre d'entreprises en situation financière faible ou très faible est revenu au niveau pré-crise en octobre 2021 mais avec une part plus importante d'entreprises en situation « très faible » parmi les

(16) Nous définissons les encours bancaires nets des TPE comme la somme des encours du compte courant et des comptes d'épargne, à laquelle on soustrait les encours de dette bancaire (notamment dette de trésorerie et dette d'investissement). Les encours bancaires nets des EI sont calculés de la même manière, à cela près que nous ne prenons pas en compte leurs comptes d'épargne, que nous n'arrivons pas à différencier de leurs comptes personnels.

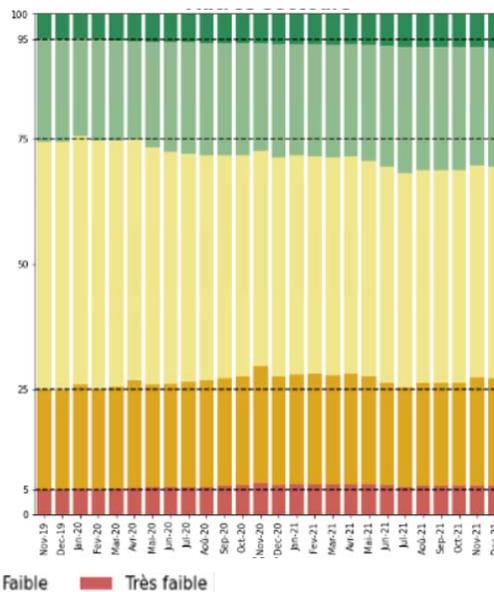
entreprises des secteurs culturels. Cette différence semble principalement s'expliquer par les difficultés rencontrées dans les premiers mois de la crise sanitaire, qui ont sensiblement plus affecté certaines entreprises culturelles que les autres entreprises, et ce de manière persistante. On retrouve parmi celles en situation financière très faible une très forte surreprésentation des entreprises ayant contracté un PGE : c'est le cas de près de 80 % d'entre elles dans le secteur culturel, contre 55 % environ dans le reste de l'économie. Ce sont souvent des entreprises qui ont contracté un PGE dès les premiers mois de la pandémie et qui, sans doute à cause de contraintes de trésorerie importantes, en ont rapidement consommé une part assez importante.

Graphique 5. Évolution de la situation financière des TPE (en %)

a. Secteurs culturels étudiés



b. Autres secteurs

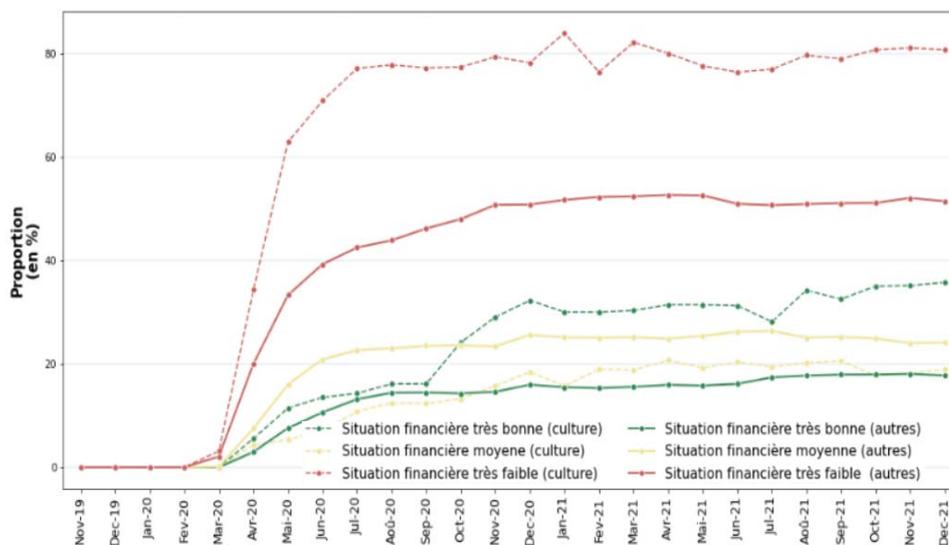


Champ : 67 163 TPE dont 630 des secteurs culturels.

Lecture : La partie rouge foncée (« très faible ») correspond à la part d'entreprises dont les encours bancaires nets à la fin du mois sont inférieurs au seuil moyen correspondant aux 5 % des TPE du même secteur avec les encours nets les moins élevés entre novembre 2019 et février 2020. Les parties en orange, vert clair et vert foncé correspondent respectivement au pourcentage d'entreprises sous le seuil des 25 %, au-dessus du seuil des 75 % et au-dessus du seuil des 95 % de la période pré-pandémie.

Source : Crédit Mutuel Alliance Fédérale.

Graphique 6. Nombre d'entreprises ayant du PGE selon leur situation financière



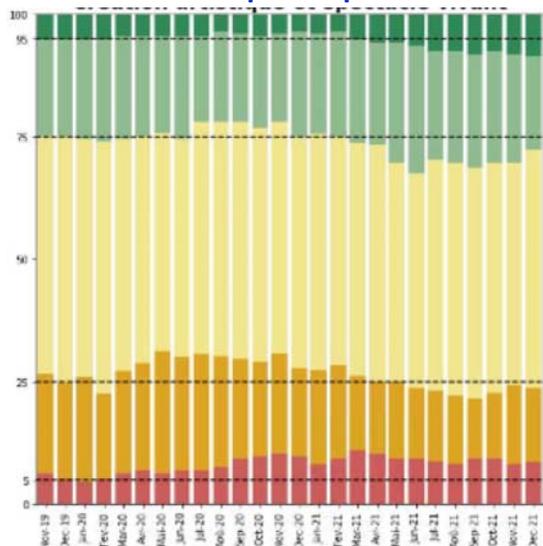
Champ : 67 163 TPE dont 630 des secteurs culturels.

Lecture : Au mois de novembre 2020, 79,31 % des TPE culturelles dans une situation financière très faible avaient contracté un PGE, contre 50,84 % des TPE du reste de l'économie dans une situation financière très faible.

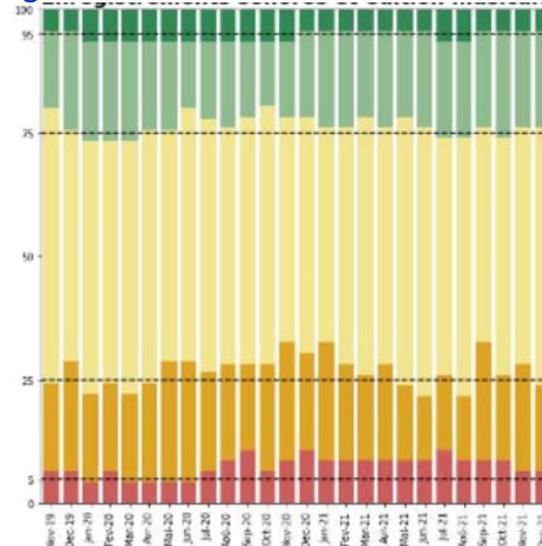
Source : Crédit Mutuel Alliance Fédérale.

Graphique 7. Évolution de la situation financière des TPE des secteurs culturels étudiés (en %)

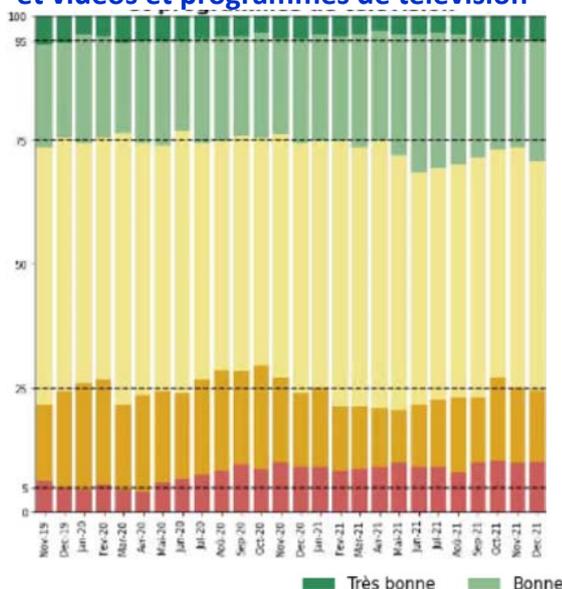
a. Création artistique et spectacle vivant



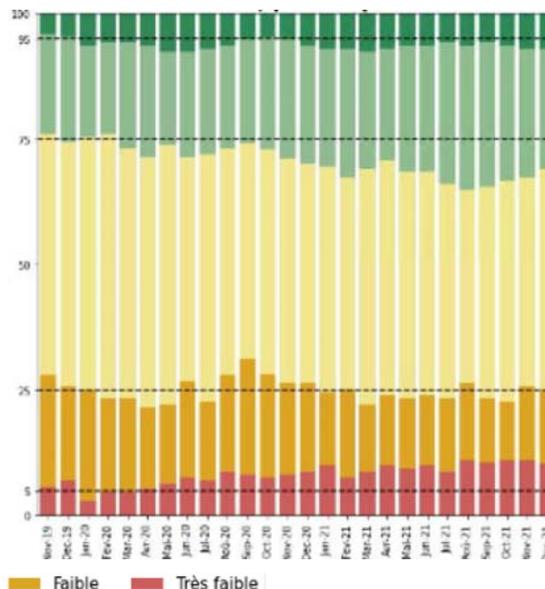
b. Enregistrements sonores et édition musicale



c. Production de films cinématographiques et vidéos et programmes de télévision



d. Édition de livres, périodiques et revues



■ Très bonne ■ Bonne ■ Moyenne ■ Faible ■ Très faible

Champ : 630 TPE.

Lecture : La partie rouge foncée (« très faible ») correspond à la part d'entreprises dont les encours bancaires nets à la fin du mois sont inférieurs au seuil moyen correspondant aux 5 % des pires TPE du même secteur entre novembre 2019 et février 2020. Les parties en orange, vert clair et vert foncé correspondent respectivement au pourcentage d'entreprises sous le seuil des 25 %, au-dessus du seuil des 75 % et au-dessus du seuil des 95 % de la période pré-pandémie.

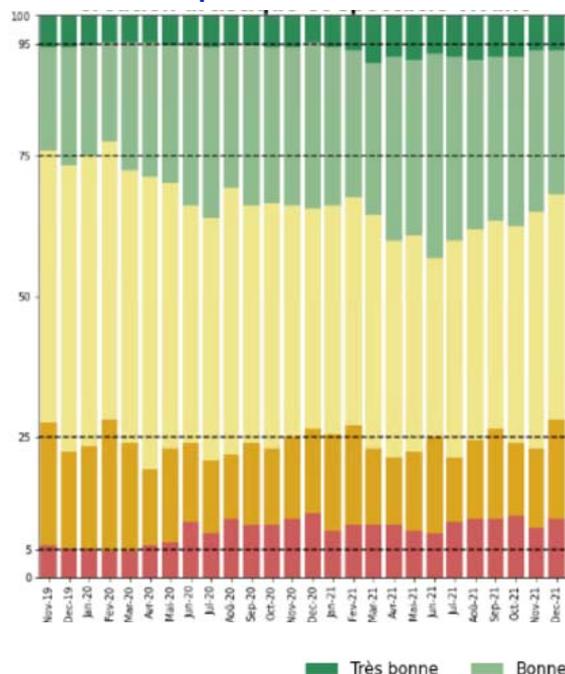
Source : Crédit Mutuel Alliance Fédérale.

En entrant plus dans le détail des secteurs culturels que nous identifions, nous constatons un dénominateur commun : une assez forte augmentation du nombre d'entreprises en situation financière très difficile, que nous ne retrouvons pas dans les autres secteurs de l'économie. Au-delà de ce constat, le secteur qui semble le mieux s'en sortir parmi les TPE est celui de l'édition de livres, périodiques et autres supports. Il y a dans ce secteur une assez forte augmentation du nombre de TPE en bonne situation financière en 2021, malgré un deuxième semestre 2020 moins bénéfique. Le constat est plus mitigé pour le secteur de l'audiovisuel, avec un nombre plus faible de TPE en situation financière faible mais plus important en situation « très faible », et sans amélioration dans le haut de la distribution. De même, la situation semble plus délicate pour les TPE du secteur de l'enregistrement sonore et de l'édition musicale, où l'on observe une dégradation globale de la

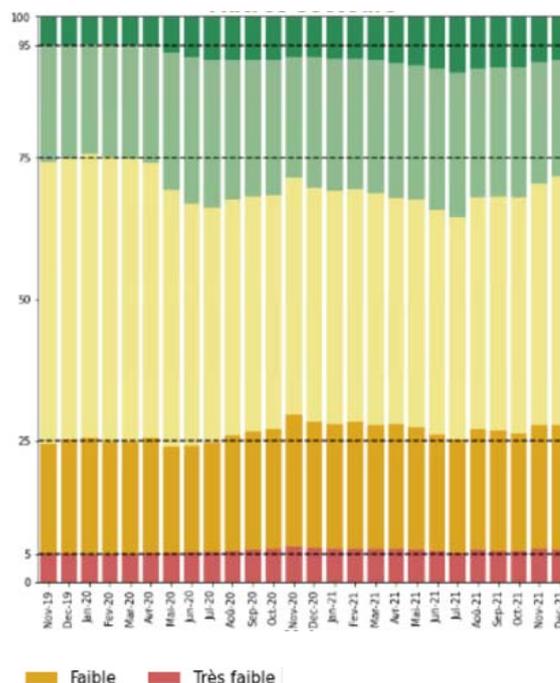
situation financière des entreprises de notre échantillon, qui est toutefois réduit et peu robuste d'un point de vue statistique⁽¹⁷⁾. La proportion de TPE en situation financière favorable a significativement diminué, tandis qu'en parallèle la proportion d'entreprises en situation difficile a augmenté.

Graphique 8. Évolution de la situation financière des EI (en %)

a. Création artistique et spectacle vivant



b. Autres secteurs



Champ : 21 406 EI, dont 197 des secteurs culturels.

Lecture : La partie rouge foncée (« très faible ») correspond à la part d'entreprises dont les encours bancaires nets à la fin du mois sont inférieurs au seuil moyen correspondant aux 5 % des pires EI du même secteur entre novembre 2019 et février 2020. Les parties en orange, vert clair et vert foncé correspondent respectivement au pourcentage d'entreprises sous le seuil des 25 %, au-dessus du seuil des 75 % et au-dessus du seuil des 95 % de la période pré-pandémie.

Source : Crédit Mutuel Alliance Fédérale.

L'évolution de la situation financière du secteur de la création artistique et du spectacle vivant semble assez différente selon la taille des entreprises que l'on examine. Contrairement aux TPE, on observe une très franche amélioration des entreprises individuelles (EI) de ce secteur avec une augmentation très sensible du nombre d'EI en bonne ou très bonne situation financière. De l'autre côté de la distribution, la proportion d'EI en situation très difficile a augmenté dans des proportions un peu plus importantes que celle de TPE. La situation des EI de ce secteur est donc devenue bien plus hétérogène qu'avant la crise, ce qui n'est pas le cas des TPE, où seul le nombre d'entreprises en situation très faible a augmenté. Un élément assez important pour expliquer cette évolution contrastée est la différence de composition sectorielle entre les TPE et les EI. On trouve dans notre échantillon, au sein du même secteur de la création artistique et du spectacle vivant, une majorité d'artistes et de créateurs et une minorité d'activités de soutien au spectacle vivant dans les EI, alors que la répartition entre ces deux sous-secteurs est inversée dans les TPE. Or on a vu précédemment que les activités du spectacle vivant ont été plus durement touchées par la crise que les autres secteurs culturels. Il est donc possible que la différence entre la situation financière des TPE de la création artistique et du spectacle vivant et celle des EI du même secteur soit davantage explicable par la différence de nature d'activité en les deux groupes que par un effet lié à la taille des entreprises. Autrement dit, le constat qui ressortirait de cette analyse serait que les activités liées au spectacle vivant ont vu leur situation financière se dégrader assez nettement, alors que les autres activités de création artistique ont été bien moins affectées.

(17) Nous n'effectuons toutefois cette analyse pour le secteur des enregistrements sonores et de l'édition musicale en ne regardant qu'un très petit échantillon de 46 entreprises.

Conclusion

En définitive, on peut faire le constat d'une assez grande résilience des secteurs culturels considérés. Qu'il s'agisse des pratiques culturelles des individus ou de la situation financière des petites entreprises, on observe une forme de retour à la normale après l'été 2021. Pourtant, les secteurs ont été affectés de manière très hétérogène par les crises. Les secteurs que nous qualifions de sorties culturelles, au premier plan desquels les salles de cinéma, ont vu leur activité se réduire considérablement, et même devenir quasi nulle lorsque les restrictions sanitaires étaient les plus strictes. Cela semble avoir profité aux consommations de biens culturels que l'on fait à domicile qui, à l'inverse, ont fortement augmenté pendant les confinements.

La situation n'est toutefois pas totalement redevenue telle qu'elle était avant l'épidémie de Covid-19. La hausse de la consommation en biens audiovisuels a perduré après la diminution des restrictions, alors que les dépenses en jeux vidéo, par exemple, n'ont connu qu'une hausse temporaire et que les dépenses de certaines sorties dont le cinéma ne sont pas tout à fait retournées à leur niveau d'il y a deux ans. Du côté des petites entreprises, dans tous les secteurs que nous pouvons étudier, une minorité significative semble avoir mal absorbé le choc de la crise et se trouve dans une situation financière très détériorée qui nécessite une attention particulière.

Annexe

Tableau 6. Coefficients de la régression de l'évolution de la part du budget des ménages allouée aux dépenses dans les cinémas sur les caractéristiques des ménages

OLS Regression Results						
Dep. Variable:	var_pct_dep_sect	R-squared:	0.001			
Model:	OLS	Adj. R-squared:	0.001			
Method:	Least Squares	F-statistic:	8.635			
Date:	Wed, 19 Jan 2022	Prob (F-statistic):	1.70e-21			
Time:	10:40:26	Log-Likelihood:	-1.0143e+05			
No. Observations:	139102	AIC:	2.029e+05			
Df Residuals:	139085	BIC:	2.031e+05			
Df Model:	16					
Covariance Type:	HC3					
	coef	std err	z	P> z	[0.025	0.975]
const	-0.0630	0.007	-9.488	0.000	-0.076	-0.050
nb_mineur	0.0022	0.002	1.005	0.315	-0.002	0.007
nb_majeur	0.0060	0.003	2.141	0.032	0.001	0.011
tranche_pcs_1000s	0.0137	0.011	1.212	0.226	-0.008	0.036
tranche_pcs_2000s	0.0047	0.006	0.838	0.402	-0.006	0.016
tranche_pcs_3000s	0.0120	0.005	2.420	0.016	0.002	0.022
tranche_pcs_5000s	0.0026	0.005	0.509	0.610	-0.007	0.013
tranche_pcs_6000s	0.0079	0.005	1.651	0.099	-0.001	0.017
tranche_pcs_7000s	0.0021	0.006	0.381	0.703	-0.009	0.013
tranche_pcs_8000s	0.0009	0.007	0.124	0.901	-0.013	0.015
tranche_reg_rural	0.0088	0.003	2.830	0.005	0.003	0.015
tranche_reg_urbain	-0.0023	0.003	-0.711	0.477	-0.009	0.004
tranche_age_21-30	-0.0178	0.006	-2.869	0.004	-0.030	-0.006
tranche_age_31-40	0.0019	0.004	0.442	0.658	-0.007	0.010
tranche_age_51-60	0.0203	0.004	5.064	0.000	0.012	0.028
tranche_age_61-70	0.0272	0.005	5.687	0.000	0.018	0.037
tranche_age_71+	0.0237	0.006	3.999	0.000	0.012	0.035
Omnibus:	83431.928	Durbin-Watson:	2.001			
Prob(Omnibus):	0.000	Jarque-Bera (JB):	685044205.954			
Skew:	1.041	Prob(JB):	0.00			
Kurtosis:	346.788	Cond. No.	27.8			

Champ : 139 102 ménages.

Lecture : Entre la période s'étalant de juillet à novembre 2019 et celle de juillet à décembre 2021, la part des dépenses par carte que les ménages effectuent dans les cinémas a diminué de 0,0178 point de pourcentage de plus pour les vingtenaires que pour les quarantenaires (alors que, d'après le tableau 1, les dépenses totales pré-pandémie effectuées dans les cinémas représentaient 0,16 % du budget des ménages).

Source : Crédit Mutuel Alliance Fédérale.