

Panorama des Industries Culturelles et Créatives - 2025

L'économie culturelle et créative, catalyseur de croissance, d'innovation et d'influence

Synthèse - 10 décembre 2025



The better the question. The better the answer. The better the world works.


we are_creative

EY

Shape the future
with confidence

L'économie culturelle et créative au défi de la croissance, de l'innovation et de l'influence

Un nouvel éclairage sur une filière stratégique

Ce quatrième opus du Panorama EY des Industries Culturelles et Créatives (ICC) en France paraît après une attente de six ans. Or, depuis 2019, le secteur culturel a traversé d'importants bouleversements : crise sanitaire, accélération de la transition numérique, émergence de nouveaux usages, réorganisation des modèles économiques, crise du financement public dans certains territoires...

L'objectif de l'édition 2025 est clair : expliquer la contribution majeure des ICC à l'économie française et en décrire les défis. Cette filière, rarement perçue comme une industrie, souvent décrite comme dépendante de subventions, et finalement si méconnue bien qu'omniprésente dans nos quotidiens, est en réalité un pilier majeur de croissance, d'innovation, de cohésion sociale et d'influence de la France. L'une des nouveautés de cette édition est d'inclure d'autres secteurs des ICC, comme l'horlogerie-bijouterie-joaillerie, pour souligner l'incroyable diversité de l'économie créative en France.

Rédigée par EY, sous la coordination de *We Are Creative*, association rassemblant les principales organisations du secteur, cette étude repose sur une analyse indépendante et objective de l'économie culturelle et créative. Les principaux indicateurs dressent le portrait détaillé de dix secteurs (arts visuels, audiovisuel, cinéma, jeu vidéo, musique, spectacle vivant, livre, presse, radio et publicité) qui incarnent la diversité, la portée et le quotidien culturel de 67 millions de Français, ainsi que de centaines de millions de consommateurs et amoureux de la culture « Made in France » partout dans le monde.

Croissance et résilience

Avec un total de chiffre d'affaires dépassant 100 milliards d'euros et plus d'un million de personnes employées (emplois directs, indirects et induits), les ICC représentent un poids économique deux fois supérieur à celui de l'industrie automobile. Leur impact économique, social et territorial est désormais clairement mesuré, au-delà du *soft power* français, illustré notamment lors de la cérémonie d'ouverture des Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris 2024. La comparaison avec d'autres secteurs de l'économie française révèle une résilience remarquable : la valeur ajoutée globale des ICC a crû de plus de 20 % depuis 2019.

La filière a effectivement réussi à se redresser après la crise sanitaire, même si la situation varie selon les secteurs. La croissance du jeu vidéo et de la musique contraste avec les difficultés rencontrées par la presse et la radio face aux usages numériques, ainsi que les fragilités des domaines de l'image, de la musique et du spectacle vivant, qui subissent les tensions économiques et la domination des plateformes.

Des défis structurants et un tournant majeur

Toutefois, cette analyse sectorielle révèle que les défis restent nombreux et souvent considérables. L'attachement des Français à leur culture, la créativité des artistes professionnels et amateurs, ainsi que la richesse culturelle de nos territoires, dans tous les champs d'expression, ne suffiront pas à garantir la pérennité de cette croissance fragile.

Parmi les principaux enjeux figurent l'accès au financement, la diffusion de la « dynamique ICC » dans toutes les régions, la concurrence internationale, la transition écologique et l'impact de l'intelligence artificielle, autant de défis auxquels font face artistes, associations, lieux, entrepreneurs, PME et grandes entreprises du secteur.

Ce panorama ne se contente pas de dresser un état des lieux, il appelle à une mobilisation collective afin de renforcer la compétitivité des ICC, tant sur le plan national qu'international. Leur capacité d'innovation, leur aptitude à fédérer les talents et leur influence sur d'autres secteurs en font un levier stratégique pour repenser le modèle industriel français.

En mettant en lumière l'impact des ICC, ce rapport souligne également l'urgence d'agir. Il s'adresse aux pouvoirs publics, aux professionnels et aux citoyens, afin que la culture ne soit plus seulement cantonnée au rang de loisir coûteux et non essentiel, mais comme un secteur fondamental et un investissement crucial pour l'avenir, un moteur de croissance durable, capable de préserver la valeur sociétale de la culture au niveau local le plus modeste et d'en démultiplier la valeur économique à l'échelle mondiale.



Marc Lhermitte
Associé EY

La Création, puissance stratégique de la France

La création est bien plus qu'un geste artistique

Elle est l'énergie profonde qui relie les Français et leur permet de faire société. Elle façonne nos imaginaires, inspire nos usages, impulse l'innovation. Elle constitue ce socle partagé sur lequel notre pays a toujours construit son identité et ses élans collectifs.

Ce Panorama 2025 le confirme avec force : la création est une industrie d'envergure, structurante, stratégique. Elle génère plus de 102 milliards d'euros, progresse de 21 % depuis 2019, mobilise plus d'un million d'emplois. À elle seule, elle pèse davantage que l'automobile ou la pharmacie. Surtout, elle entraîne une multitude d'autres secteurs : design, technologie, audiovisuel, musique, jeu vidéo, communication, tourisme. La création irrigue, multiplie, féconde.

Sa singularité est son hybridation naturelle : elle circule entre les disciplines, traverse les métiers, se mêle aux sciences, au numérique, au commerce, aux marques. La créativité française infuse partout où elle passe, apportant ce supplément de forme et de sens qui différencie un produit, révèle une entreprise ou transforme une expérience. C'est cet ADN transversal qui fait d'elle une force d'entraînement incomparable.

Dans ce moment où chaque secteur cherche des leviers pour se réinventer, la création doit être reconnue comme un investissement d'avenir.

Non pas une intuition fragile, mais une dynamique économique robuste qui génère de la valeur, attire des talents, renforce l'influence française et ouvre de nouveaux champs d'innovation. Il est temps que l'ensemble des acteurs (entreprises, entrepreneurs, investisseurs, institutions) mesure pleinement ce potentiel et le mobilise.

We Are Creative est née de cette intersection féconde. En permettant le dialogue des mondes, nous décloisonnons les pratiques, révélons des synergies inattendues. Nous sommes convaincus que l'avenir français se jouera dans cette capacité à faire travailler ensemble la création, l'économie et les technologies, à faire circuler les imaginaires autant que les compétences.

Miser sur la création, c'est permettre à la France non seulement d'imaginer l'avenir, mais de le façonner.



Eric Newton
Président de We Are Creative

REMERCIEMENTS

Un immense merci aux organisations qui ont soutenu cette étude, ont relayé l'enquête auprès de leurs parties prenantes et se sont rendues disponibles pour décrypter la situation et les évolutions de la filière



we are_ creative Association commanditaire de l'étude

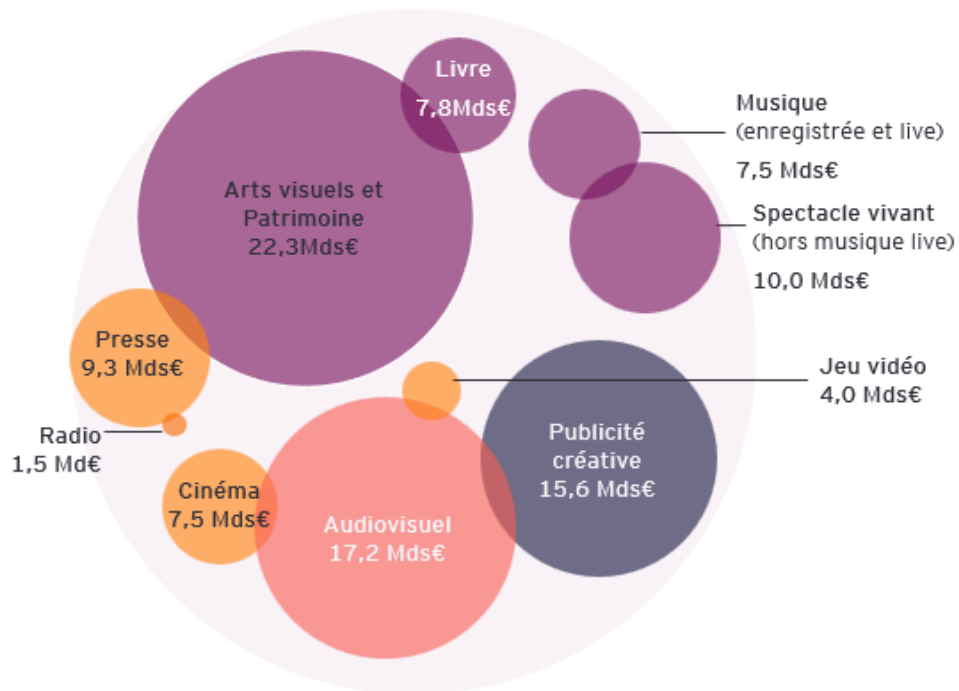
Financeurs et soutiens additionnels



Equipe EY en charge de la rédaction de l'étude : Anaïd Bedikian, Yannick Cabrol, Marc Lhermitte, Clémence Marcout

Une filière majeure de l'économie française

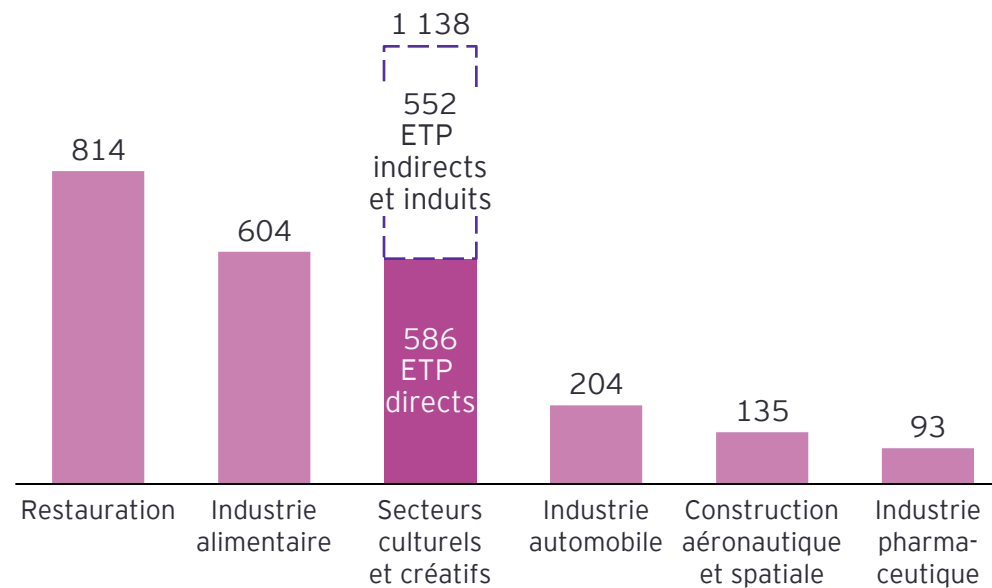
La filière des ICC génère
un chiffre d'affaires de 102,7 Mds € en 2024



Source : EY, CA direct en 2024, 2025

Alors que beaucoup méconnaissent encore les ICC, le chiffre d'affaires direct (hors subventions) des 10 secteurs culturels et créatifs analysés dans ce panorama atteignait 102,7 milliards d'euros en 2024. La valeur ajoutée directe des ICC, soit l'injection dans le PIB, s'élève à 43,1 Mds€ en 2024, soit 21% de plus qu'en 2019.

L'emploi direct des ICC pèse plus que l'addition
de l'automobile, de l'aéronautique et de la pharmacie

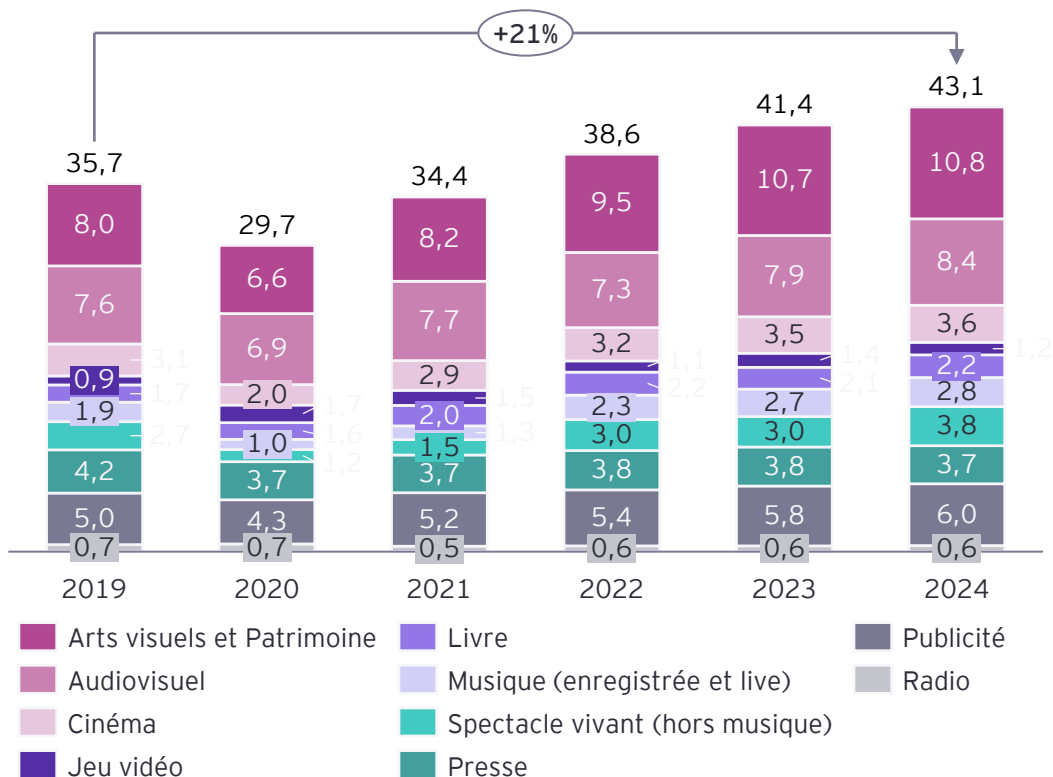


Source : EY, ETP directs en 2024, 2025

Si l'intégration de certains secteurs leur permet plus facilement de parler d'une seule voix, les 10 ICC réunies représentent près de trois fois plus d'emplois équivalents temps plein que le secteur de l'automobile. Si l'on considère les emplois directs, indirects et induits, c'est plus d'1,1 millions de personnes qui y travaillent à temps plein.

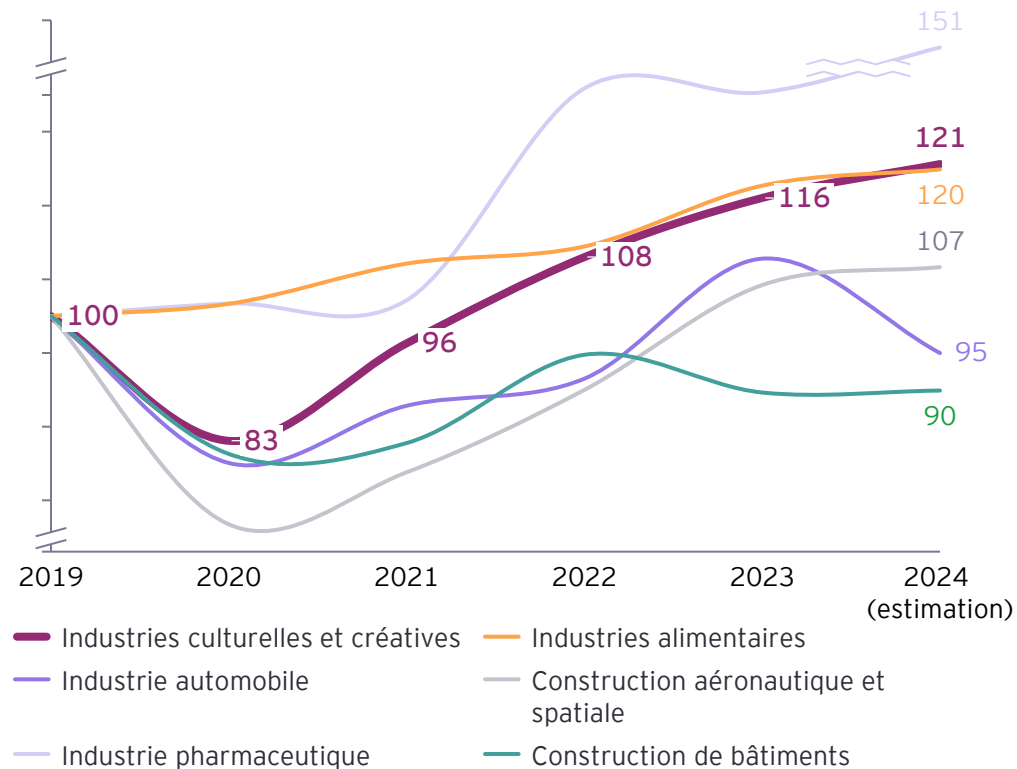
Croissance de la culture dans l'économie française

La valeur ajoutée directe des 10 secteurs a évolué de manière très différenciée entre 2019 et 2024



Les 10 secteurs ont connu des variations très diverses, issues de la manière dont ils ont traversé la pandémie, l'impact de la numérisation et de la transformation des usages, mais aussi des différentes de tension économique et financière.

Depuis 2019, la valeur ajoutée des ICC a augmenté de 21%, dépassant la croissance de plusieurs grandes industries françaises.

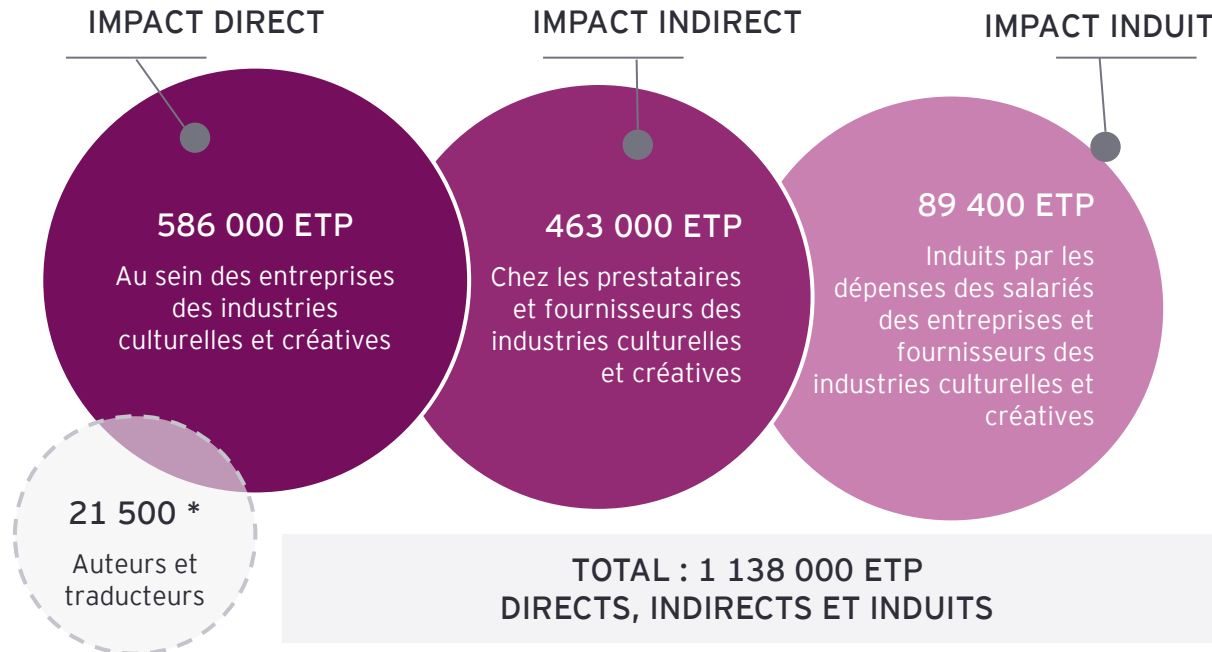


Les ICC ont connu une croissance de 21% entre 2019 et 2024, deux fois supérieure à celle de la filière aéronautique par exemple. Grâce à un plan de soutien ambitieux et à la mobilisation des acteurs de la filière, le fort impact du COVID a été en grande partie effacé dès 2023.

Source : EY, Analyse de la VA base 100 2019, 2025

Diversité des emplois culturels et créatifs

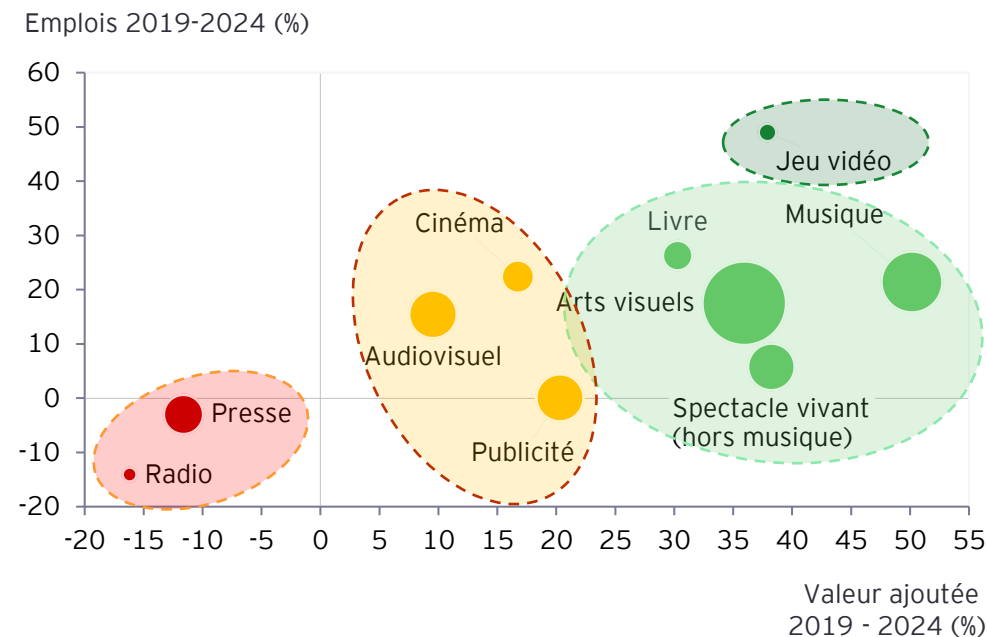
L'ensemble des effectifs des ICC représente plus d'1,1 million d'ETP et forme un vaste écosystème de professionnels et prestataires partout en France



En 2024, la filière des ICC regroupe 586 000 équivalents temps plein (ETP) directs, auxquels s'ajoutent 463 000 ETP indirects et 89 400 ETP induits, formant ainsi un vaste écosystème de professionnels, prestataires et fournisseurs, tant artistiques, techniques que commerciaux. À ces emplois s'ajoutent également ceux liés au tourisme, alimentés par les dépenses des visiteurs et des publics (musées, festivals, concerts...), qui ne sont pas pris en compte dans cette évaluation.

* non convertibles en ETP (temps de travail non connu)

Devant l'évolution des usages et la vulnérabilité des modèles économiques, les dynamiques restent contrastées

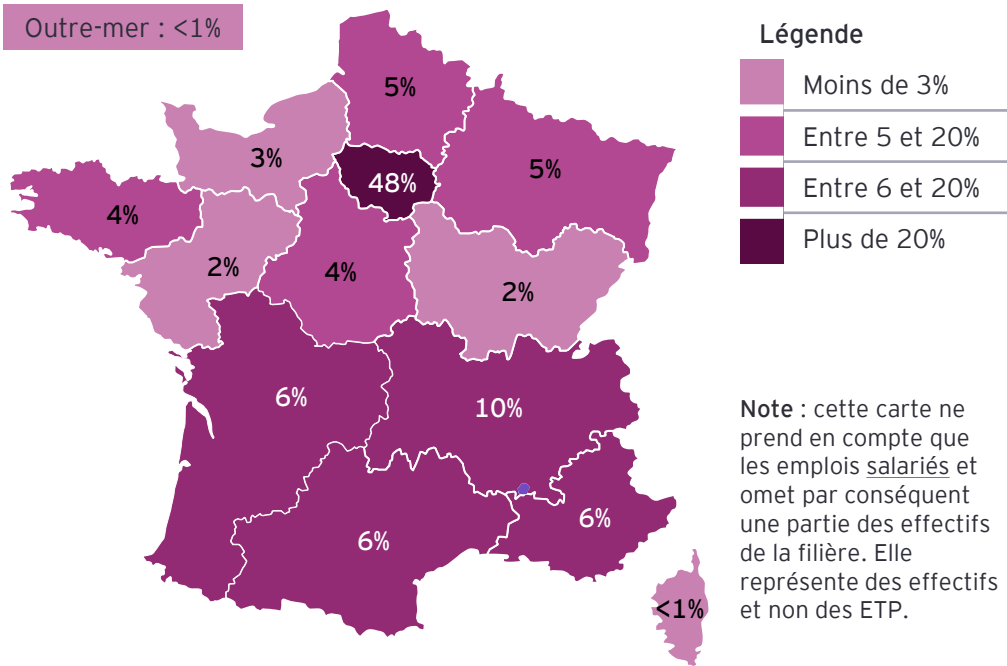


Source : EY, Analyse de la VA et des emplois 2019-2024, 2025

La radio et la presse traversent d'importantes difficultés, se traduisant par une diminution de leur valeur ajoutée et une perte d'emplois. En revanche, les secteurs des jeux vidéo et de la musique affichent une croissance soutenue, stimulée par leur internationalisation et les innovations numériques. Cependant, cette progression ne doit pas occulter la situation financière de plus en plus complexe des principaux employeurs, notamment le cinéma et le spectacle vivant, confrontés à une stagnation des revenus et à une hausse des coûts.

La culture en France et dans le monde

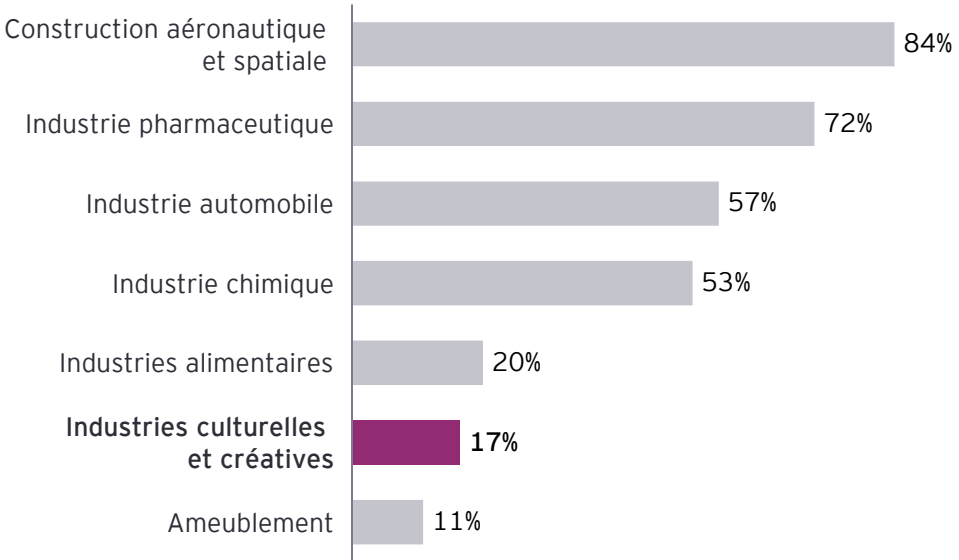
Avec 1 emploi sur 2 en Ile-de-France, la filière reste 2 fois plus « centralisée » que le reste de l'économie française



Source : EY, URSSAF, Répartition des emplois des ICC, 2025

La forte concentration des médias et des principaux centres culturels, ainsi que l'effet « capitale politique et économique » expliquent que près de la moitié des emplois dans les ICC soient toujours situés en Île-de-France. Toutefois, le secteur se régionalise progressivement, avec de nombreux succès liés à des « clusters » ICC dans la plupart des grandes métropoles, accompagnés d'une importante dynamique de festivals à travers tout le territoire français (plus de 7 000 festivals en 2024).

Les performances à l'exportation des ICC ne reflètent pas pleinement leur potentiel en termes de « soft power »



Note de lecture : Selon l'Insee, 17% du chiffre d'affaires des industries culturelles et créatives se réalise à l'export en 2023.

Source : EY, INSEE, Part du chiffre d'affaires à l'export sur le total du chiffre d'affaires en 2023, 2025

L'internationalisation des ICC « Made in France » reste limitée, bien que certains secteurs connaissent une forte dynamique : par exemple, 30 % du chiffre d'affaires de la musique enregistrée provient de l'exportation, comme l'illustrent la renommée des artistes français de la *French Touch* ou plus récemment celle d'Aya Nakamura. Souvent prise comme référence, la Corée du Sud exporterait, en valeur, près de 70 % de contenus culturels en plus que la France, grâce à une stratégie d'influence structurée et efficace.

Quelques défis transversaux des industries culturelles et créatives

Modèles économiques et digitalisation

La digitalisation rapide transforme la diffusion et les revenus, rendant les modèles traditionnels fragiles et la monétisation numérique difficile.



Concurrence internationale

Les ICC contribuent à l'image internationale de la France, mais font face à une forte concurrence mondiale et leurs exportations restent limitées.



Impact de l'IA

L'IA générative transforme la création et l'accès aux contenus, mais soulève des enjeux pour certains métiers, la propriété intellectuelle et le partage de la valeur, et la qualité des contenus.



Financement public et privé

La situation économique freine la croissance de nombreux secteurs. La crise budgétaire rend les modèles économiques plus fragiles.



Maillage territorial

L'Ile-de-France concentre la moitié des emplois, mais certains secteurs sont mieux répartis grâce à un réseau de lieux culturels.



Transition écologique

La hausse des coûts énergétiques et les exigences de durabilité créent des défis, notamment pour les petits acteurs qui manquent de moyens et de formation.



Effet d'entraînement

1 € de valeur ajoutée directe crée 1,13 € de valeur ajoutée dans d'autres secteurs. Outre ces retombées en amont de la chaîne de valeur, d'autres impacts peuvent être mesurés dans l'économie de proximité, notamment touristique (dépenses des visiteurs et des publics...).



Quelques mots sur les indicateurs et sur les comparaisons avec le Panorama 2019

INDICATEUR	DEFINITION
Chiffre d'affaires (CA)	<ul style="list-style-type: none"> Le CA hors taxes est calculé selon le périmètre et la méthode de la base ESANE. Sauf contre-indication, les analyses présentent le CA direct, c'est-à-dire celui généré directement par les entreprises et organisations de la filière.
Valeur ajoutée (VA)	<ul style="list-style-type: none"> La VA s'obtient en retirant les consommations intermédiaires du CA. Elle permet d'éviter tout double-compte et de se mesurer au PIB. Sauf mention, l'étude présente la VA directe, mais certaines analyses mentionnent la VA indirecte (retombées générées chez les fournisseurs et prestataires par l'achat de biens et services) et la VA induite (retombées générées par la consommation des salaires des emplois de la filière et de ses fournisseurs). La VA indirecte et la VA induite n'incluent cependant pas l'ensemble des externalités et effets multiplicateurs comme les retombées touristiques dues aux déplacements par exemple.
Emplois équivalents temps plein (ETP)	<ul style="list-style-type: none"> L'équivalent temps plein (ETP) est une mesure de la charge de travail proportionnelle au nombre d'heures travaillées par un salarié, de manière directe, indirecte ou induite. C'est l'indicateur principal pour évaluer les emplois de la filière, mais le panorama mentionne parfois les effectifs ou personnes concernées par une activité culturelle et créative.

Les écarts entre les données de 2019 des éditions 2019 et 2025 du Panorama des ICC s'expliquent par une amélioration et une modification des méthodes utilisées.

L'édition 2025 privilégie la valorisation de l'économie du secteur en termes de valeur ajoutée, ce qui évite les doubles comptes et permet de mesurer l'impact réel des secteurs sur le PIB, conformément aux recommandations de la Direction Générale des Entreprises et du Département des études, de la prospective, des statistiques et de la documentation (DEPS) du ministère de la Culture.

Par ailleurs, le périmètre a été ajusté, certaines activités étant désormais partiellement incluses. Par exemple, le choix a été fait de ne pas intégrer l'ensemble du secteur de l'architecture dans la catégorie Arts visuels. Ce choix peut être débattu puisque l'architecture fait partie intégrante de la stratégie d'accélération des ICC. Cependant, selon le rapport annuel publié par EY et la Fondation Palladio sous l'égide de la Fondation de France ([ICI](#)), l'architecture est intégrée au périmètre de la filière de l'immobilier et de la ville. Elle fait aussi l'objet de nombreux travaux dans le cadre de l'observatoire de l'économie de l'architecture porté par le ministère de la Culture (accessible [ICI](#)).

L'impact économique est désormais réparti entre effets directs, indirects et induits.

Ainsi, les chiffres des deux éditions ne sont pas directement comparables en se basant uniquement sur le Panorama 2019, mais il est possible de suivre une évolution pro forma reconstituée pour le Panorama 2025.

Les détails méthodologiques et les sources sont présentés en annexe du rapport complet qui a été établi pour We Are Creative et ses partenaires.

EY construit un meilleur monde du travail en créant de la valeur pour ses clients, ses collaborateurs, la société et la planète, tout en renforçant la confiance dans les marchés financiers.

Grâce aux données, à l'IA et aux technologies avancées, les équipes d'EY aident leurs clients à façonner l'avenir en toute confiance et à élaborer des réponses aux problèmes les plus urgents d'aujourd'hui et de demain.

Les équipes d'EY travaillent sur une gamme complète de services dans les domaines de l'assurance, du conseil, de la fiscalité, de la stratégie et des transactions. Alimentées par des connaissances sectorielles, un réseau multidisciplinaire connecté à l'échelle mondiale et divers partenaires de l'écosystème, les équipes d'EY peuvent fournir des services dans plus de 150 pays et territoires.

All in to shape the future with confidence.

EY désigne l'organisation mondiale et peut faire référence à l'un ou plusieurs des membres d'Ernst & Young Global Limited, dont chacun représente une entité juridique distincte. Ernst & Young Global Limited, société britannique à responsabilité limitée par garantie, ne fournit pas de prestations aux clients. Les informations sur la manière dont EY collecte et utilise les données personnelles, ainsi que sur les droits des personnes concernées au titre de la législation en matière de protection des données sont disponibles sur ey.com/privacy. Les cabinets membres d'EY ne pratiquent pas d'activité juridique lorsque les lois locales l'interdisent. Pour plus d'informations sur notre organisation, veuillez vous rendre sur notre site ey.com.

© 2025 - EY Consulting
Tous droits réservés.
Score n°2025-095
ED None

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

Contacts EY

Marc Lhermitte, Associé, EY Consulting
marc.lhermitte@fr.ey.com
+33 6 08 87 97 39

Nicolas Bouchez (relations médias)
nicolas.bouchez@fr.ey.com
+33 7 64 84 09 19

Contacts we are_creative

Eric Newton, CEO de we are_
eric.newton@weare.sh
+33 6 16 71 12 18

Elsa Forin (communication)
elsa@weare.sh
+ 33 6 76 11 72 13