

ÉVOLUTION DU POIDS DES ACTIVITÉS SPORTIVES ET (SOCIO)CULTURELLES

Les activités sportives, culturelles et de loisirs sont en progression constante dans la société française tout au long du XX^e siècle.¹

La démocratisation de l'éducation, de la culture et du sport, la réduction du temps de travail ainsi que l'allongement de la durée de la vie sont à l'origine de ce phénomène.

Ces activités occupent aujourd'hui une place prépondérante dans la vie des Français et dans l'économie nationale.

U ne évolution très forte de la demande

► Activités sportives et de loisirs de nature

Depuis le début des années 2000, les attentes accrues en matière d'environnement et la hausse des « pratiques libres » alimentent la montée en puissance des activités sportives de nature. Le développement durable, plus qu'une mode, accélère ce mouvement et contribue à placer ces activités au premier rang des disciplines pratiquées par les Français.

► Activités culturelles et socioculturelles

Dans le domaine de l'offre culturelle, c'est l'essor du numérique et d'Internet qui est le plus marquant : ces nouvelles technologies modifient substantiellement l'accès à l'art et à la culture².

L'émergence et le développement des cultures urbaines ont également largement contribué à renouveler les pratiques culturelles des Français et en particulier des jeunes.

► Activités sportives

Le développement de soi, la question du bien-être et de la santé, et la place accordée à l'épanouissement personnel ont largement contribué au développement des pratiques sportives ces dernières années.

Les politiques contractuelles développées par l'État et les collectivités territoriales ont conforté cette croissance en permettant de structurer les loisirs éducatifs et les activités sportives en direction des publics scolarisés, des actifs et des retraités.

¹ Selon la définition adoptée dans l'analyse des temps sociaux, notamment par l'INSEE.

² *Les Pratiques culturelles des Français à l'ère numérique*, coédition La Découverte/ ministère de la Culture.

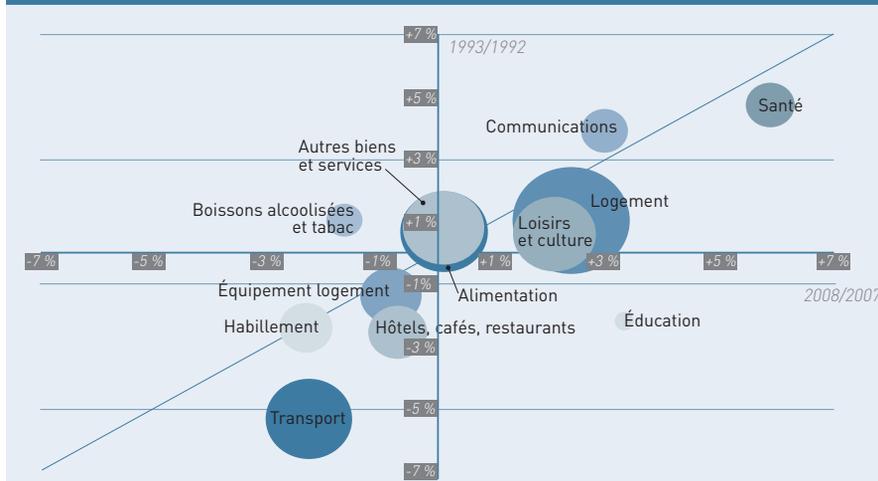
Une place majeure dans l'économie nationale

► Selon l'OCDE, la France consacre 1,5 % de son PIB à l'ensemble des activités culturelles et de loisirs, l'Allemagne 0,7 %, la Grande-Bretagne 0,5 % et les États-Unis 0,3 %.

► D'après l'INSEE, les ménages français ont investi en moyenne 1 020 € par an pour leurs dépenses culturelles, entre 1990 et 1999. Cela représente 3,5 % de leur budget sur cette période pour moins de 1 % dans les années 1980. En 2008, les dépenses culturelles et de loisirs comptaient pour 9,0 % de la dépense de consommation des ménages.

► Toujours d'après l'INSEE, la part des dépenses des ménages consacrée aux services récréatifs et sportifs, aux voyages à forfait et aux week-ends a augmenté de + 2,7 points depuis 2000.

Comparaison des croissances en euros constants des postes de consommation 1993 et 2008



Source : INSEE, Comptabilité nationale

► La pratique sportive soutenue concerne, en 2010, 34 millions d'individus. Cela signifie que près de 65 % de la population âgée de 15 ans et plus déclarent pratiquer une activité physique et sportive, à raison d'au moins une fois par semaine, tout au long de l'année.

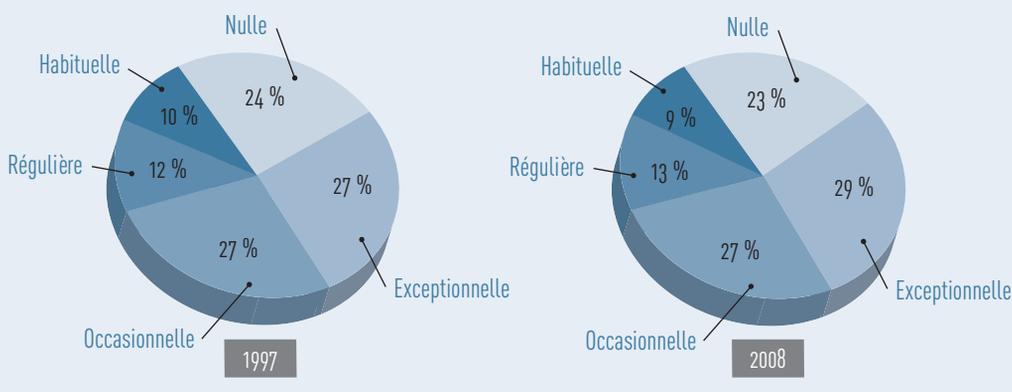
► La dynamique associative concerne, en 2008, un tiers des personnes de 16 ans ou plus, soit 15,8 millions de personnes (membres d'au moins une association). En prenant en compte les adhésions multiples, les associations totalisent environ 21 millions d'adhésions. Quatre grandes activités prédominent dans les associations : le sport, les activités de 3^e âge, la culture et les loisirs.

Enquête pratique physique et sportive 2010, CNDS/direction des Sports, INSEP, MEOS.

► **Les lieux de spectacle vivant**⁴ ont été fréquentés en 2008 1 à 2 fois dans l'année par 26 % des Français, et 3 fois plus par 22 % d'entre eux.

Fréquentation des équipements culturels au cours des 12 derniers mois

Sur 100 personnes de 15 ans et plus



➔ Source : Pratiques culturelles 2008. DEPS, ministère de la Culture et de la Communication, 2009

U ne observation difficile et incomplète

Certains métiers et certaines activités font l'objet de controverses quant au champ qu'ils recouvrent, surtout quand leurs contours sont évolutifs. Cette situation concerne directement les activités visées par le guide auxquelles fournisseurs de données, usagers ou chercheurs n'attribuent pas les mêmes définitions.

► Animation socioculturelle et action culturelle

Il existe traditionnellement un principe d'opposition entre animation socioculturelle et action culturelle⁵, l'animation socioculturelle proposant des activités dont l'objet est le processus d'expression des participants, l'animation culturelle partant des œuvres pour proposer à des groupes sociaux une familiarisation, une sensibilisation ou une diffusion de l'art. Cette distinction, souvent débattue par les experts et professionnels de la culture, est souvent ignorée des pratiquants, usagers ou spectateurs.

► Sport, culture et loisirs

Les frontières entre les champs du sport, de la culture et des loisirs sont perméables. La danse, par exemple, est considérée comme une pratique tout autant sportive que culturelle. La perméabilité de ces frontières est par ailleurs accrue par la multiplication des événements ou créations interdisciplinaires. C'est le cas de la musique et de la vidéo qui cohabitent fréquemment. De même, une « discipline » sportive ou

⁴ Spectacle de danses folkloriques, danse, cirque, music-hall, opérette, opéra, concert de rock, concert de jazz, concert de musique classique, autre concert, théâtre.

⁵ G. Poujol, M. Simonot, *Les Associations dans la vie et la politique culturelle*, ministère de la Culture et de la Communication, DEP, 2001.

culturelle peut être pratiquée comme une activité de loisir, une situation qui contribue à complexifier la classification de ces activités.

► Créativité

Par ailleurs, ces activités sont souvent portées par des acteurs aux démarches créatives, qui inventent en permanence de nouveaux modes d'expression, et de nouveaux termes pour les qualifier: X-games, ice climbing, cançayak, slacklining, ragga jam, breakbeat, turntablisme... Ce renouvellement permanent, y compris dans le vocabulaire, sert généralement l'image de ces secteurs dont il reflète la dynamique, mais ces mots peuvent aussi faire obstacle à leur connaissance, voire à leur reconnaissance.

U ne progression constante

Malgré ces difficultés, l'observation statistique s'adapte : l'évolution des contenus des nomenclatures des professions et activités, les travaux réalisés sur les familles professionnelles par la DARES ou les analyses de l'INSEE en témoignent.

► La définition du code NAF⁶

Dans ce contexte, la définition des activités proposée par la NAF, même si elle est insuffisante pour rendre compte de ces activités avec précision, représente une base intéressante.

■ **90 - Activités créatives, artistiques et de spectacle.** Cette division comprend l'exploitation d'installations et la prestation de services en vue de répondre aux intérêts des clients en matière de culture et de divertissement. Elle couvre la production et la promotion de spectacles, d'événements ou d'expositions destinés au grand public, la fourniture des compétences artistiques, créatives et techniques nécessaires à la production de spectacles et de produits artistiques.

■ **92 - Activités récréatives, culturelles et sportives.** La division 92, homogène dans ses finalités récréatives, culturelles et sportives, correspond à des activités diverses dans leurs manifestations, leurs financements et leurs imbrications.

La filière audiovisuelle (cinéma, télévision) réunit la production audiovisuelle, les prestations techniques connexes et la diffusion par les médias (TV, salles, édition vidéo, etc.). S'ajoutent les activités des agences de presse et de radio.

Les activités artistiques de scène ou d'exposition, les activités culturelles (musées, monuments, bibliothèques, etc.), les activités récréatives (spectacles, divertissements, jeux, etc.) et les activités sportives (organisation d'événements ou pratique sportive) participent à la division 92.

Les œuvres récréatives, littéraires ou artistiques originales constituent des actifs incorporels produits ; elles peuvent donner lieu à des transactions ; leur exploitation est une activité distincte de leur production.

6 www.insee.fr

► Leur évolution dans le secteur associatif

Si les associations proposant des activités culturelles ou récréatives et de loisirs ne représentent que 4,3 % des effectifs des associations en 2009, l'évolution de leur masse salariale sur les 11 dernières années est parmi les plus importantes observées dans le monde associatif (+ 80 %) ⁷.

► Leur progression dans le champ de la création d'entreprises

Les analyses de l'INSEE observent l'évolution des activités que le code NAF rév.1, 2008 recense essentiellement dans les divisions 90 et 92.

Sur la période d'octobre 2009 à janvier 2010, les arts, spectacles et activités récréatives ont représenté 3 % des créations d'entreprises, réparties de la façon suivante :

- 55 % dans les activités créatives, artistiques et de spectacles, dont un tiers dans les activités de création artistique (peintres, sculpteurs, écrivains, journalistes, compositeurs...);
- 33 % dans les activités récréatives et de loisirs (centres de culture physique, gestion d'installations sportives, exploitation de clubs de sports, guides de montagne, sportifs professionnels, écuries de chevaux de course...);
- 11 % dans les activités récréatives et de loisirs (parcs d'attractions, parcs à thèmes, parcs de loisirs, activités de plages, discothèques, location d'équipements de loisirs...) ⁸.

► Leur poids dans le champ de l'économie sociale et solidaire

Dans le champ de l'économie sociale et solidaire, les activités entrant dans le champ « culture et audiovisuel » ainsi que « sport et loisirs » sont recensées par l'INSEE comme étant les plus importantes derrière le secteur social.

L e renouvellement de l'analyse économique

Le besoin apparu depuis quelques années d'inventer de nouveaux modes d'évaluation des pays ⁹ prenant en compte des éléments difficilement appréciables, comme le bien-être, la qualité de vie, voire le bonheur, a conforté la visibilité et le poids de ces activités. Cette nouvelle approche a permis notamment de mettre en avant leur impact dans l'image globale de la France et leurs incidences en matière d'influence et d'attractivité internationales.

⁷ ACOSSTAT Bilan, n° 121, *Les associations en 2009 : un secteur qui résiste à la crise*, février 2011.

⁸ APCE.

⁹ Le président de la République a confié à Amartya Sen et Joseph Stiglitz une mission sur « les limites du produit national brut comme critère de mesure de la performance économique et du bien-être » dont les résultats ont été présentés à la Sorbonne en septembre 2009.

► L'image de la France

À travers toutes les enquêtes et études, les nombreux ouvrages, les témoignages, on observe que les traits dominants de l'image globale de la France sont la culture et le patrimoine, l'art de vivre et un tourisme florissant. Selon le géopoliticien Joseph Nye, ce *soft power*, dont la culture constitue un élément important, est un vecteur longtemps sous-estimé de l'influence d'un pays, une ressource de pouvoir mobilisable dans le jeu des relations internationales¹⁰.

► Les classes créatives

La Commission européenne, en faisant de 2009 « l'année de l'innovation et de la créativité », a contribué à rendre visible la « classe créative »¹¹, devenue ces dernières années la nouvelle élite à capter dans un contexte de concurrence mondiale. Incluant les professions artistiques, cette nouvelle classe culturelle repose aussi sur le développement des industries créatives ouvertes aux médias et à Internet¹².

► Les cadres des fonctions métropolitaines

La présence d'emplois « stratégiques » est utilisée dans l'approche du rayonnement ou de l'attractivité d'un territoire. Le concept de « cadres des fonctions métropolitaines » (CFM) vise à offrir une notion proche d'emplois « stratégiques », en assurant la cohérence avec les fonctions. Les cadres des fonctions métropolitaines sont définis comme suit : il s'agit des emplois de cadres ou les chefs d'entreprises de 10 salariés ou plus présents dans les 5 fonctions métropolitaines que sont Conception-recherche, Prestations intellectuelles, Commerce interentreprises, Gestion et Culture-loisirs¹³.

S'il n'y a pas de consensus sur les indicateurs de bien-être ou sur la définition des classes créatives, le renouvellement de l'analyse économique et statistique, en évoluant vers des sujets qui touchent de plus en plus à la vie quotidienne des individus et aux dynamiques territoriales, permet de rendre compte de l'importance croissante de ces activités et de ceux qui les développent.¹⁴

¹⁰ Bernard PLASAIT, Améliorer l'image de la France, avis et rapports du Conseil économique, social et environnemental, La Documentation française, avril 2010.

¹¹ La thèse de la classe créative (FLORIDA, 2002) met l'accent sur le rôle clé de la créativité au niveau des mécanismes de croissance économique locale. En identifiant trois formes majeures et inter-reliées de la créativité - technologique, économique et artistique ou culturelle - FLORIDA (2002b, 33) postule l'existence d'une classe créative qui rassemble l'ensemble des individus engagés dans des processus créatifs ou d'innovation dans le cadre de leur profession. ➔ Source : Insee

¹² F. Martel, *Mainstream. Enquête sur cette culture qui plaît à tout le monde*, Flammarion, mars 2010.

¹³ Insee.

¹⁴ Les décideurs reconnaissent à la France trois atouts principaux : sa qualité de vie multidimensionnelle (31 %), ses spécificités sectorielles (27 %) et sa capacité d'innovation (25 %). ➔ Source : « Baromètre attractivité du site France 2010 » Ernst & Young