

5

Cahiers de l'Observatoire de la culture – Valais

# Le poids de la culture dans l'économie valaisanne

Sous la direction de  
Pierre-Alain Hug



CANTON DU VALAIS  
KANTON WALLIS

## **Observatoire de la culture – Valais**

La Politique d'encouragement culturel du Canton du Valais (2007) prévoit que « Le Conseil de la culture et le Service de la culture observent de manière soutenue l'orientation et le développement de l'activité culturelle dans le canton ». Pour concrétiser ce mandat, le Gouvernement a choisi d'établir, dans le cadre des activités courantes du Service de la culture, l'Observatoire de la culture - Valais. Depuis 2014, il a pour mission de fournir aux acteurs publics et privés du champ culturel des bases utiles au pilotage de leurs actions et politiques. Dans ce but, il réunit, traite, étudie et diffuse des données statistiques et quantitatives. Il a également pour tâche de favoriser une connaissance et une appréciation des domaines artistiques et culturels dans la complexité de leurs dimensions qualitatives.

## **Impressum**

Réalisation : Jacques Cordonier, Axel Roduit

Coordination : Line Dayer

Conception graphique : Angelika Gamper

Mise en page : Angelika Gamper

Photo de la couverture: Robert Hofer, R-Art - Lang+Baumann

Impression : Valmedia, Viège

© 2017, État du Valais, Service de la culture

ISSN 2296-5858 (version imprimée)

ISSN 2296-5866 (version en ligne)

Reproduction autorisée avec mention de la source

# **Le poids de la culture dans l'économie valaisanne**

économie créative – pratiques culturelles – financement de la culture

Sous la direction de

**Pierre-Alain Hug**

Rédaction

**Sandy Clavien**

**Christine Matthey**

**Aida Suljicic**

**Nic Ulmi**

Statistiques

**Guillaume Fürst**

## Préface

---

### La culture, davantage que la culture

Le périmètre du domaine culturel sur lequel agit un service cantonal de la culture est généralement celui des institutions, de la production ou des pratiques culturelles qui, ponctuellement ou dans la durée, nécessitent une aide ou une initiative publiques pour exister et se développer. Jusqu'ici, il n'est que marginalement concerné par le champ plus global de l'économie créative.

Au moment où les dimensions sociétale et économique de la culture prennent de l'importance, nous avons voulu en savoir davantage sur la situation qui prévaut en la matière dans notre canton. Sous le titre *Les espaces de la participation culturelle*, le troisième Cahier de l'Observatoire de la culture (2016) a abordé les dimensions sociétales et sociales dans la perspective d'une implication renforcée des créateurs et du public dans des démarches communes conçues comme une contribution au dynamisme, à l'ouverture et à la capacité d'intégration de la société valaisanne. Cela a débouché sur le dispositif *L'Art en partage*.

Abordant le second volet évoqué ci-dessus, le Cahier no 5 évalue le « poids » de la culture dans l'économie valaisanne. Pour permettre des comparaisons avec d'autres travaux similaires, le périmètre retenu est celui de l'économie créative qui va de la création artistique à l'architecture. L'étude met ensuite ces éléments en relation avec les pratiques culturelles ainsi que le financement de la culture. En vous invitant à découvrir les multiples informations et analyses proposées dans cette étude, je relèverai simplement un point : si le poids de l'économie créative est en Valais plus faible que dans le reste de la Suisse, sa croissance y est désormais plus importante qu'en moyenne nationale tout comme elle est supérieure à celle des autres secteurs économiques du canton. En 2013, elle représentait 3.4% de l'emploi en Valais, chiffre peu éloigné de celui de l'ensemble du secteur primaire (4%).

Cette étude a pour ambition première de fournir aux acteurs publics et privés matière à l'élaboration de leurs stratégies et actions. Plus généralement, elle contribuera à la prise de conscience de l'importance du champ de la culture et de l'économie créative, que celui-ci soit pris dans sa globalité ou dans la singularité de ses sous-domaines.

Je remercie le directeur et l'équipe multidisciplinaire qui ont réalisé l'étude. De longue date, Pierre-Alain Hug exerce ses talents d'observateur, de scientifique et d'acteur dans le champ de la culture et de l'économie créative. Il a conduit un travail fouillé et rigoureux dont j'invite chacun à s'emparer.

**Jacques Cordonier**  
Chef du Service de la culture  
Canton du Valais

# Table des matières

|   |           |
|---|-----------|
| <b>1. INTRODUCTION</b>  | <b>5</b>  |
| <b>2. L'ÉCONOMIE CRÉATIVE VALAISANNE</b>  | <b>6</b>  |
| <b>2.1. Vue d'ensemble</b>  | <b>6</b>  |
| <b>2.2. Les secteurs de l'économie créative</b>   | <b>10</b> |
| 2.2.1. Musique  | 12        |
| 2.2.2. Livre  | 13        |
| 2.2.3. Beaux-arts   | 14        |
| 2.2.4. Cinéma   | 14        |
| 2.2.5. Radio-télévision   | 14        |
| 2.2.6. Arts de la scène   | 15        |
| 2.2.7. Design   | 15        |
| 2.2.8. Architecture   | 15        |
| 2.2.9. Publicité  | 16        |
| 2.2.10. Logiciels et jeux vidéo   | 16        |
| 2.2.11. Artisanat d'art   | 17        |
| 2.2.12. Presse  | 17        |
| 2.2.13. Equipement audiovisuel  | 17        |
| 2.2.14. Tableaux – les secteurs de l'économie créative  | 18        |
| <b>2.3. Taille des entreprises</b>  | <b>30</b> |
| <b>2.4. Taux d'activité</b>   | <b>31</b> |
| <b>2.5. Spécificités locales</b>  | <b>31</b> |
| <b>2.6. En résumé: spécificités cantonales</b>  | <b>32</b> |
| <b>3. LES PRATIQUES CULTURELLES</b>   | <b>33</b> |
| <b>3.1. Sorties culturelles</b>   | <b>33</b> |
| 3.1.1. Spécificités linguistiques et par type de localité                                       | 35        |
| 3.1.2. Spécificités de genre  | 36        |
| 3.1.3. Spécificités par niveau de formation   | 37        |
| 3.1.4. Spécificités par âge   | 38        |
| 3.1.5. Données subjectives : buts de la culture, satisfaction, obstacles dans l'accès à l'offre | 40        |
| <b>3.2. Sorties festives</b>  | <b>44</b> |
| 3.2.1. Spécificités linguistiques et par type de localité, genre, niveau de formation et âge    | 46        |
| <b>3.3. Consommation culturelle à domicile</b>  | <b>48</b> |
| 3.3.1. Musique  | 48        |
| 3.3.2. Films  | 51        |
| 3.3.3. Jeux vidéo, livres, bandes dessinées   | 52        |

|  |              |
|--|--------------|
| <b>3.4. Activités artistiques amateurs</b>                                     | <b>54</b>    |
| 3.4.1. Spécificités linguistiques et par type de localité                      | 55           |
| 3.4.2. Spécificités de genre   | 56           |
| 3.4.3. Spécificités par niveau de formation                                    | 56           |
| 3.4.4. Spécificités par âge  | 56           |
| <b>3.5. Bénévolat</b>  | <b>56</b>    |
| <b>3.6. En résumé: spécificités cantonales</b>                                 | <b>57</b>    |
| <b>4. LE FINANCEMENT DE LA CULTURE</b>   | <b>60</b>    |
| <b>4.1. Dépenses culturelles des collectivités publiques</b>                   | <b>60</b>    |
| 4.1.1. Dépenses de formation dans les domaines culturels                       | 64           |
| 4.1.2. Effets de levier, études d'impact                                       | 65           |
| <b>4.2. Financements privés (dons, sponsoring et financement participatif)</b> | <b>66</b>    |
| 4.2.1. Fondations et entreprises privées (dons et sponsoring)                  | 66           |
| 4.2.2. Crowdfunding  | 67           |
| <b>4.3. Dépenses culturelles des ménages</b>                                   | <b>68</b>    |
| <b>4.4. En résumé: spécificités cantonales</b>                                 | <b>70</b>    |
| <b>5. PERSPECTIVES</b>   | <b>71</b>    |
| <b>6. CONCLUSION</b>   | <b>72</b>    |
| <b>REMERCIEMENTS</b>   | <b>73</b>    |
| <b>BIBLIOGRAPHIE</b>   | <b>74</b>    |
| <b>LES AUTEURS</b>   | <b>75-76</b> |

# 1. INTRODUCTION

---

Plus de 40'000 mélomanes pour écouter les superstars globales de la musique classique en juillet-août au Verbier Festival<sup>1</sup>.

1'500 spécialistes de la réalité virtuelle présent-e-s en mai au World VR Forum de Crans-Montana<sup>2</sup>.

Plus de 200'000 visiteuses et visiteurs défilant tout au long de l'année pour Matisse, pour Picasso, ou pour « Hodler Monet Munch » à la Fondation Gianadda de Martigny<sup>3</sup>.

Parfois, un film qui récolte des Césars et des nominations aux Oscars, comme *Ma Vie de Courgette* de Claude Barras en 2016.

Et derrière ces grands arbres qui la cachent quelque peu, une forêt d'événements enracinés à la fois ici et ailleurs (le Festival des 5 Continents à Martigny), dans le passé et dans le futur (une Médiathèque hi-tech qui attire plus de 400'000 personnes par année<sup>4</sup>, des conférences TedX à Martigny), novateurs (l'exposition « Vivre l'Anthropocène » au Musée de la nature de Sion, Prix Expo 2016 de l'Académie suisse des sciences naturelles), transversaux (le Festival du Toûno dans le Val d'Anniviers, réunissant musique et littérature, ou le projet photographique SMArt/Sustainable Mountain Art, réalisé avec la Fondation pour le développement durable des régions de montagne), logés dans des espaces étonnants, aménagés dans des anciens hospices, arsenaux, châteaux, usines hydro-électriques, pénitenciers.

Avec tout cela, le Valais du XXI<sup>e</sup> siècle apparaît comme une terre de culture, riche et mouvante, déployant un dynamisme marqué et marquant dans ce domaine, reliant le patrimoine, la modernité numérique et le tourisme alpin. Mais que signifient ce foisonnement et ces chiffres de fréquentation ? Que disent-ils de la place de la culture dans l'économie du canton ? Comment évalue-t-on, au juste, cette place ?

L'intérêt pour ce genre d'évaluation – celle du poids, de l'impact, de l'importance économique de la culture – est de plus en plus marqué ces dernières années. De nombreuses études tentent d'aborder les dépenses culturelles des collectivités publiques sous l'angle des « effets de levier » (l'octroi d'une subvention à une organisation culturelle permet à celle-ci de générer des revenus supplémentaires à une échelle plus élevée) et des coefficients multiplicateurs (les dépenses publiques liées à une manifestation culturelle ont un impact démultiplié sur l'économie locale). L'enjeu paraît important en termes de gestion publique : même si les motivations de la politique culturelle sont avant tout idéales et sociétales, en révéler les retombées économiques apparaît à la fois comme une manière de mieux s'outiller en instruments de navigation et de mettre en valeur un champ dont on tend parfois à méconnaître les bénéfices et à ne voir que les coûts.

Cette étude tente d'apporter quelques éléments de réponse, en s'intéressant notamment aux chiffres de l'« économie créative » valaisanne, aux pratiques culturelles de la population, au financement de la culture, ainsi qu'à l'impact des dépenses publiques en la matière. Chacun de ces aspects est abordé à l'aide d'un corpus de données et d'une méthodologie qui lui sont propres, et qui sont présentés au début de chaque partie. La présente étude propose un regard aux perspectives multiples sur un objet qui, en l'état actuel des recherches, ne se laisse appréhender ni dans une approche englobante, ni dans un modèle unique. Mission délicate, donc, car le champ est vaste, divers et encore mal défini, et car les données disponibles sont éclatées : la culture, comme on le verra, se cache partout.

---

<sup>1</sup> Chiffres de 2016 ([www.verbierfestival.com/wp-content/uploads/CP\\_Clature.pdf](http://www.verbierfestival.com/wp-content/uploads/CP_Clature.pdf)).

<sup>2</sup> Chiffres de 2016 ([worldvrforum.com/our-organisation/](http://worldvrforum.com/our-organisation/)).

<sup>3</sup> Chiffres de 2013 (*Statistique de poche de la culture en Suisse*, Office fédéral de la culture/Office fédéral de la statistique, 2016).

<sup>4</sup> 416 600 visiteurs en 2015 et 433 289 en 2016 selon les rapports annuels du Service de la culture du Canton du Valais.

## 2. L'ÉCONOMIE CRÉATIVE VALAISANNE

---

### 2.1. Vue d'ensemble

3.4% de l'emploi<sup>5</sup>, 1.1% du chiffre d'affaires<sup>6</sup>, 2.7% de la valeur ajoutée<sup>7</sup> : tel est le poids de l'« économie créative »<sup>8</sup> valaisanne rapporté au volume global de l'économie cantonale selon les dernières données disponibles<sup>9</sup>, datées de 2013. En chiffres absolus, l'économie créative du canton emploie 6'685 personnes (4'421 en équivalents plein-temps, ou EPT) dans 2'471 entreprises ou entités économiques<sup>10</sup> et génère un chiffre d'affaires de 1,322 milliards de francs, ainsi qu'une valeur ajoutée brute de 384 millions.

Est-ce peu ? Est-ce beaucoup ? Quatre comparaisons permettent de situer ces valeurs.

- 1) Le secteur du tourisme (composé des activités d'hébergement et de restauration) représente, lui, 10.7% de l'emploi total du canton, 1.9% du chiffre d'affaires et 4.4% de la valeur ajoutée.
- 2) Au niveau suisse, l'économie créative représente 5.0% de l'emploi, 3.9% du chiffre d'affaires et 1.9% de la valeur ajoutée de l'ensemble de l'économie.
- 3) **La croissance de l'économie créative valaisanne est sensiblement plus rapide que celle de l'économie cantonale** dans son ensemble. Entre 2011 et 2013, l'économie créative a progressé de 3.9% en termes d'emploi, de 4.7% en termes de chiffre d'affaires et de 2.7% en termes de valeur ajoutée. L'économie valaisanne dans son ensemble n'a progressé, elle, que de 0.5% en termes d'emploi, de 1.9% en termes de chiffre d'affaires et de 0.7% en termes de valeur ajoutée. Le tourisme affiche quant à lui des performances plus contrastées : il a progressé de 2.4% sur le plan de l'emploi et de 5.2% en termes de chiffre d'affaires, tout en reculant (-5.2%) en termes de valeur ajoutée.
- 4) **La croissance de l'économie créative est plus rapide en Valais que dans l'ensemble de la Suisse**, du moins en termes d'emploi (3.9% contre 3.2%) et de chiffre d'affaires (4.7% contre 4.5%). Elle est toutefois moindre en termes de valeur ajoutée (2.7% contre 5.1%).

Ces indicateurs et ces comparaisons dépeignent **une branche de taille modeste mais significative, qui se distingue à la fois au sein de l'économie cantonale et de l'économie créative nationale par son dynamisme particulièrement marqué.**

---

<sup>5</sup> Sauf indication contraire, les chiffres de l'emploi sont formulés dans cette étude en équivalents plein-temps (EPT) plutôt qu'en nombre de postes. Deux postes à mi-temps équivalent par exemple à un poste en EPT.

<sup>6</sup> Le chiffre d'affaires d'un secteur économique est la somme d'argent totale obtenue par ce secteur à travers ses ventes de biens et de services au cours d'une année.

<sup>7</sup> La valeur ajoutée d'un secteur économique est égale à la différence entre la valeur de sa production écoulee sur le marché (chiffre d'affaires) et la valeur des achats effectués pour son processus de production. Elle correspond donc à la « création de richesse » du secteur concerné. Elle se répartit entre les salaires, les rémunérations des sources de financement, les taxes et impôts, les sommes destinées à l'autofinancement de nouveaux investissements et les bénéfices. Les données utilisées dans cette étude portent sur la valeur ajoutée brute, c'est-à-dire sans déduction des sommes nécessaires pour compenser l'usure des équipements (amortissements).

<sup>8</sup> Voir le chapitre 2.2. pour une définition de l'« économie créative ».

<sup>9</sup> Toutes les données de cette partie ont été fournies par la Haute école d'art de Zurich (ZHdK) dans le cadre de son projet CreativeEconomies ([www.creativeeconomies.com](http://www.creativeeconomies.com)), sur la base des sources suivantes : Office fédéral de la statistique (Statistique structurelle des entreprises STATENT, Comptes nationaux CN), Administration fédérale des contributions (Taxe sur la valeur ajoutée TVA), propres calculs de l'Office de la statistique du Canton de Zurich et de la ZHdK.

<sup>10</sup> Le terme « entreprise » est utilisé ici de manière élargie, incluant à la fois les sociétés privées, les professionnel-le-s indépendant-e-s travaillant seul-e-s (voir à ce propos chapitre 2.3. Taille des entreprises), les entités économiques sans but lucratif et les organismes relevant du service public.

**Economie créative et ensemble de l'économie valaisanne et suisse & comparaison avec le secteur touristique valaisan**

|  | Valais            |                     |                        | Suisse            |                        |
|--|-------------------|---------------------|------------------------|-------------------|------------------------|
|  | Economie créative | Secteur touristique | Ensemble de l'économie | Economie créative | Ensemble de l'économie |
| <b>Nombre d'entreprises</b>  | 2'471             | 2'836               | 28'102                 | 71'398            | 654'806                |
| <b>Nombre de postes de travail</b>   | 6'685             | 17'502              | 168'266                | 275'317           | 4'962'608              |
| <b>Postes en équivalents plein-temps et en % du total</b>                    | 4'421             | 13'948              | 130'131                | 195'894           | 3'901'740              |
|  | 3.4%              | 10.7%               | 100%                   | 5.0%              | 100%                   |
| <b>Chiffre d'affaires en millions de CHF et en % du total<sup>11</sup></b>   | 1'322             | 2'319               | 121'254                | 68'649            | 3'635'585              |
|  | 1.1%              | 1.9%                | 100%                   | 1.9%              | 100%                   |
| <b>Valeur ajoutée brute en millions de CHF et en % du total<sup>12</sup></b> | 384               | 632                 | 14'430                 | 22'347            | 572'472                |
|  | 2.7%              | 4.4%                | 100%                   | 3.9%              | 100%                   |

<sup>11</sup> Valeurs estimées sur la base des comptes nationaux.

<sup>12</sup> Valeurs estimées sur la base de la statistique relative à la TVA.

**Valais : économie créative, secteur touristique & ensemble de l'économie, évolution 2011-2013**

| Valais   |                   |       |       |                     |        |        |                        |         |         |
|--|-------------------|-------|-------|---------------------|--------|--------|------------------------|---------|---------|
|  | Economie créative |       |       | Secteur touristique |        |        | Ensemble de l'économie |         |         |
|  | 2011              | 2012  | 2013  | 2011                | 2012   | 2013   | 2011                   | 2012    | 2013    |
| <b>Nombre d'entreprises</b>                    | 2'286             | 2'380 | 2'471 | 2'832               | 2'876  | 2'836  | 27'677                 | 28'068  | 28'102  |
| <b>Nombre de postes</b>                        | 6'322             | 6'550 | 6'685 | 16'918              | 17'281 | 17'502 | 166'393                | 166'933 | 168'266 |
| <b>Postes en équivalent plein-temps</b>        | 4'257             | 4'350 | 4'421 | 13'620              | 13'723 | 13'948 | 129'525                | 129'121 | 130'131 |
| <b>Chiffre d'affaires en millions de CHF</b>   | 1'263             | 1'307 | 1'322 | 2'204               | 2'258  | 2'319  | 119'035                | 120'177 | 121'254 |
| <b>Valeur ajoutée brute en millions de CHF</b> | 374               | 378   | 384   | 666                 | 618    | 632    | 14'323                 | 14'363  | 14'430  |
| <b>Evolution emploi (EPT) 2011-13</b>          |                   |       | +3.9% |                     |        | 2.40%  |                        |         | +0.5%   |
| <b>Evolution chiffre d'affaires 2011-13</b>    |                   |       | +4.7% |                     |        | 5.20%  |                        |         | +1.9%   |
| <b>Evolution valeur ajoutée brute 2011-13</b>  |                   |       | +2.7% |                     |        | -5.20% |                        |         | +0.7%   |

*Suisse : économie créative & ensemble de l'économie, évolution 2011-2013*

| Suisse   |                   |         |         |                        |           |           |
|--|-------------------|---------|---------|------------------------|-----------|-----------|
|  | Economie créative |         |         | Ensemble de l'économie |           |           |
|  | 2011              | 2012    | 2013    | 2011                   | 2012      | 2013      |
| <b>Nombre d'entreprises</b>                    | 67'028            | 68'266  | 71'398  | 637'627                | 644'426   | 654'806   |
| <b>Nombre de postes</b>                        | 264'713           | 270'646 | 275'317 | 4'854'745              | 4'903'830 | 4'962'608 |
| <b>Postes en équivalent plein-temps</b>        | 189'897           | 193'774 | 195'894 | 3'838'744              | 3'858'828 | 3'901'740 |
| <b>Chiffre d'affaires en millions de CHF</b>   | 65'722            | 68'345  | 68'649  | 3'527'838              | 3'591'538 | 3'635'585 |
| <b>Valeur ajoutée brute en millions de CHF</b> | 21'269            | 21'988  | 22'347  | 555'960                | 562'502   | 572'472   |
| <b>Evolution emploi (EPT) 2011-13</b>          |                   |         | 3.20%   |                        |           | 1.60%     |
| <b>Evolution chiffre d'affaires 2011-13</b>    |                   |         | 4.50%   |                        |           | 3.10%     |
| <b>Evolution valeur ajoutée brute 2011-13</b>  |                   |         | 5.10%   |                        |           | 3.00%     |

## 2.2. Les secteurs de l'économie créative

De quoi parle-t-on au juste ? Que mesure-t-on ? Comment définit-on le périmètre de l'« économie créative » ? En quoi cette notion diffère-t-elle de celle, plus classique, d'« économie de la culture » ?

Un changement de paradigme est en cours dans la compréhension de la place de la culture dans l'économie. L'UNESCO<sup>13</sup>, la CNUCED/UNCTAD<sup>14</sup> et le Conseil de l'Europe ont entamé au cours des vingt dernières années un vaste chantier de réflexion et d'analyse sur les liens entre culture et développement économique. L'approche retenue ici prend son origine, elle, dans le travail réalisé entre la fin des années 1990 et le début des années 2000 par la Creative Industries Taskforce du gouvernement britannique et par le Centre of Excellence for Creative Industries and Innovation de l'Université de technologie du Queensland, Australie. Elle a été développée ultérieurement en Grande Bretagne au sein de la fondation Nesta pour l'innovation<sup>15</sup> et du Department for Culture, Media & Sport (DCMS), ainsi qu'en Suisse, dans les travaux de Christoph Weckerle au Département d'analyses culturelles de la Haute école d'art de Zurich (ZHdK), puis dans le cadre de la plateforme CreativeEconomies, créée conjointement par la ZHdK, par le laboratoire RISE de management de l'innovation de l'Université de Saint-Gall et par l'initiative Critical Thinking de l'Ecole polytechnique fédérale de Zurich.

Christoph Weckerle (de l'Haute école d'art de Zurich), Roman Page (de l'Office de la statistique du Canton de Zurich) et Simon Grand (du laboratoire RISE) ont appliqué pour la première fois cette approche à la Suisse dans le rapport *Von der Kreativwirtschaft zu den Creative Economies. Kreativwirtschaftsbericht Schweiz 2016*<sup>16</sup>.

Le modèle s'élabore à partir de la perspective de l'emploi. Il consiste à identifier une liste des « occupations créatives » et des secteurs économiques où le pourcentage de ces occupations (« intensité créative ») atteint ou dépasse un seuil fixé à 33%. Il s'attache ensuite à repérer de manière systématique toutes les occupations créatives intégrées (*embedded*) en dehors des secteurs créatifs eux-mêmes, comme « par exemple un-e designer de jeux travaillant dans un service financier »<sup>17</sup>. Ce redéploiement de l'observation à travers l'ensemble de l'activité économique, baptisé *dynamic mapping*, conduit à passer de la notion d'« économie créative » au singulier (soit l'ensemble des secteurs économiques dont l'intensité créative est de 33% ou plus – dénommée *Kreativwirtschaft* dans l'étude zurichoise) à celle plus transversale d'« économies créatives » au pluriel (soit l'ensemble des occupations créatives, *embedded* incluses – dénommées *Creative Economies* dans ladite étude).

Selon l'évaluation de la ZHdK, le Valais compte quelque 7'000 personnes (moyenne 2012-2014) qui exercent un travail créatif intégré dans un autre secteur. Cela s'ajouterait aux quelques 6'500 postes recensés dans les secteurs créatifs, doublant ainsi, sur le plan de l'emploi, la taille de l'économie créative. Celle-ci représenterait dès lors quelque 8% du total des postes de travail de l'économie valaisanne, soit environ un poste sur 12. Pour l'ensemble de la Suisse, les économies créatives ainsi définies représenteraient environ 10% du total des postes. Cet élément d'analyse n'étant pas décliné d'une manière plus détaillée dans les données disponibles, il est évoqué ici à titre indicatif et comme une direction de recherche possible, mais il ne sera pas repris dans la suite de cette étude, qui se concentre sur les secteurs créatifs eux-mêmes.

Au niveau de l'observation statistique, l'approche « économie créative » (tant dans son acception au singulier qu'au pluriel) implique dans tous les cas de dépasser la délimitation, à la fois trop extensive et trop étroite<sup>18</sup>, du domaine « Arts, spectacles et activités récréatives »<sup>19</sup> tel qu'on le trouve inscrit

<sup>13</sup> Organisation des Nations unies pour l'éducation, la science et la culture.

<sup>14</sup> Conférence des Nations unies sur le commerce et le développement.

<sup>15</sup> Peter Higgs, Stuart Cunningham et Hasan Bakhshi, *Beyond the Creative Industries: Mapping the Creative Economy in the United Kingdom*, Londres, Nesta, 2008. Hasan Bakhshi, Alan Freeman et Peter Higgs, *A Dynamic Mapping of the UK's Creative Industries*, Londres, Nesta, 2013. Hasan Bakhshi, Ian Hargreaves et Juan Mateos-Garcia, *A Manifesto for the Creative Economy*, Londres, Nesta, 2013.

<sup>16</sup> Christoph Weckerle, Roman Page, Simon Grand, *Von der Kreativwirtschaft zu den Creative Economies. Kreativwirtschaftsbericht Schweiz 2016*, Zurich, Zürcher Hochschule der Künste Zürich, 2016.

<sup>17</sup> Weckerle, Page, Grand, op. cit., p. 65.

<sup>18</sup> Trop extensive car incluant des activités du types social ou sportif, mais trop étroite pour tenir compte des réalités du type médias, graphisme et autres activités créatives plus « commerciales ».

<sup>19</sup> Le code 90 correspond aux « Activités créatives, artistiques et de spectacle », le 91 aux « Bibliothèques, archives, musées et autres activités culturelles », le 92 aux « Organisation de jeux de hasard et d'argent » et le 93 aux « Activités sportives,

dans la Statistique structurelle des entreprises (STATENT) sous les codes 90-93 de la Nomenclature générale des activités économiques (NOGA). Pour évaluer l'étendue de l'économie créative, il faut quitter ce niveau d'analyse (le Niveau 2 de la NOGA, dit « à 2 *digits* », c'est-à-dire à deux chiffres) et passer au Niveau 5, à six chiffres, qui dénombre 794 activités économiques<sup>20</sup>.

Ayant passé en revue ce répertoire, le modèle regroupe les activités concernées en 13 secteurs créatifs : Musique, Livre, Beaux-arts, Cinéma, Radio-télévision, Arts de la scène, Design, Architecture, Publicité, Informatique et jeu vidéo, Artisanat d'art, Presse, Equipement audiovisuel<sup>21</sup>.

**Cinq secteurs se détachent** par leur importance : **l'architecture** (qui représente à elle seule un tiers de l'emploi et un quart du chiffre d'affaires de l'économie créative), **la musique, l'informatique, la presse et la publicité**.

Il ne s'agit pas là d'un phénomène spécifiquement valaisan : **la primauté de ces secteurs se retrouve dans l'ensemble de l'économie créative suisse**.

L'inclusion des secteurs de l'informatique, de la presse et de la publicité dans l'économie créative pourrait surprendre. Elle est motivée par l'impact culturel de ces secteurs, particulièrement important dans le cadre actuel marqué par la globalisation numérique. Les « médias de masse », incluant aussi bien les journaux imprimés qu'Internet ou la radio-télévision, et placés précisément à l'intersection de l'informatique, de la presse et de la publicité, sont considérés par l'Office fédéral de la statistique comme l'une des subdivisions du domaine culturel<sup>22</sup>. L'administration fédérale suit ainsi les recommandations d'Eurostat<sup>23</sup> et de l'UNESCO, qui préconisent l'inclusion des médias dans les dépenses des ménages privés pour la culture<sup>24</sup>.

Les cinq secteurs dominants de l'économie créative ont des structures internes très différentes. **L'économie de la musique est centrée sur la main-d'œuvre** : son poids est nettement plus important en termes d'emploi que de chiffre d'affaires. **Dans les secteurs de l'informatique, de la publicité et – dans une moindre mesure – de la presse, c'est l'inverse : ces branches étant davantage centrées sur le capital, leur importance est sensiblement plus marquée en termes de chiffre d'affaires qu'en termes d'emploi**. Seule **l'architecture a un poids similaire sur le plan de la main-d'œuvre et sur celui du chiffre d'affaires**.

---

récréatives et de loisirs » (NOGA 2008. *Nomenclature générale des activités économiques. Notes explicatives*, Neuchâtel, Office fédéral de la statistique, 2008, p. 232).

<sup>20</sup> La NOGA est un outil de travail de l'Office fédéral de la statistique. Sa version actuelle (NOGA 2008) est en vigueur depuis 2008. Elle tient compte à la fois des conditions cadres pour la nomenclature des branches et activités économiques données par la Communauté européenne (NACE) et des spécificités suisses. La NOGA est directement compatible avec la NACE jusqu'au niveau 4 (à 4 chiffres), alors que le niveau 5 tient compte des spécificités suisses (Fiche signalétique – Nomenclature – Nomenclature générale des activités économiques – NOGA, Office fédéral de la statistique, 2016).

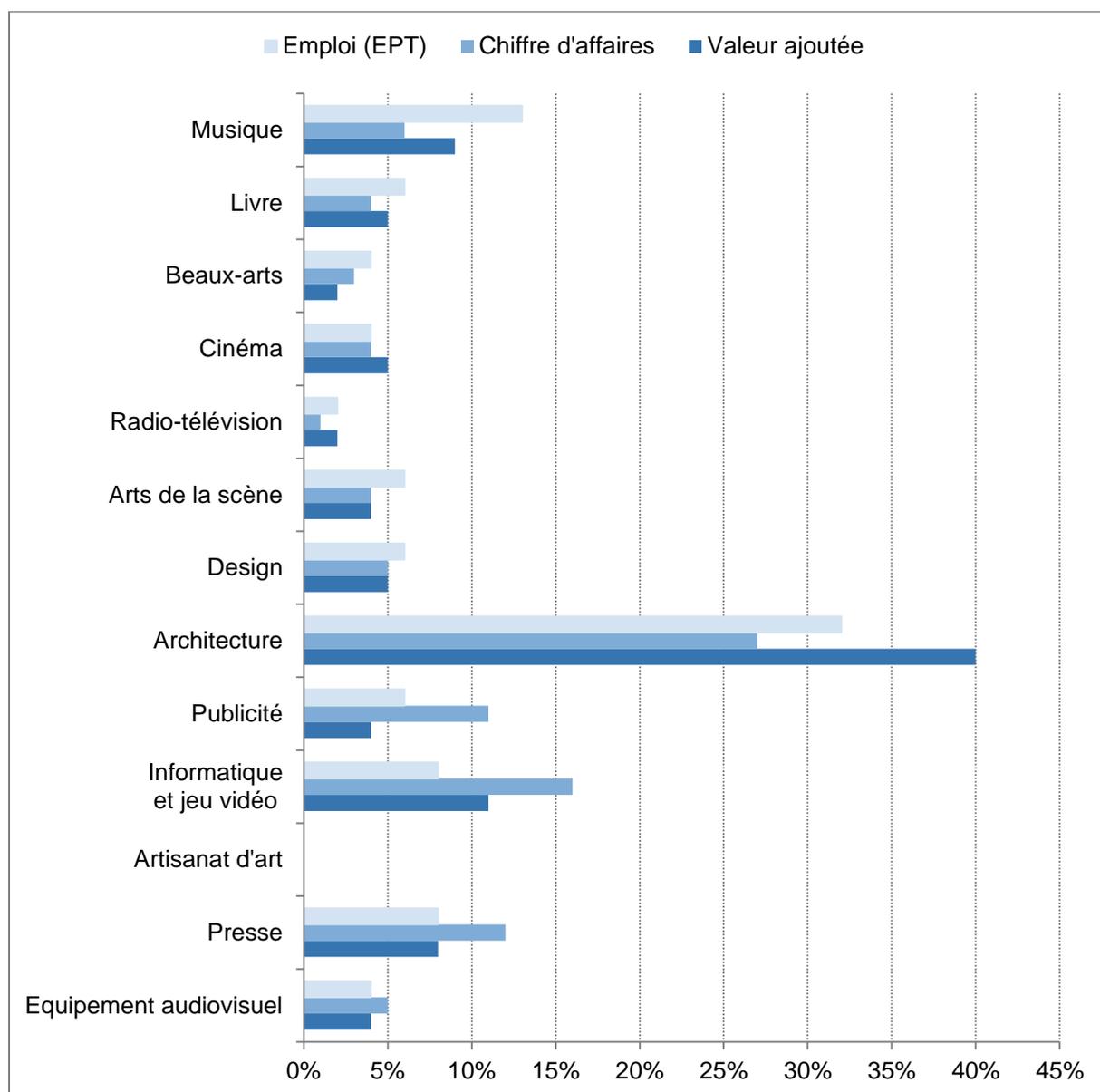
<sup>21</sup> Cet ordre reprend celui qui est utilisé par la Haute école d'art de Zurich (ZHdK) et par la plateforme CreativeEconomies dans leurs publications.

<sup>22</sup> Les données de l'OFS, et les relevés de l'Administration fédérale des finances sur lesquels ces données sont basées, subdivisent le domaine culturel en plusieurs catégories : « encouragement de la culture », « concerts et théâtres », « musées et arts plastiques », « bibliothèques », « patrimoine culturel et monuments historiques », « film et cinéma », « médias de masse », « recherche et développement culturel et médias ».

<sup>23</sup> La direction générale de la Commission européenne chargée de l'information statistique.

<sup>24</sup> *Statistique des dépenses des ménages privés pour la culture et les médias. Définitions et méthode*, Neuchâtel, Office fédéral de la statistique, 2015, p. 2.

## Poids relatif des secteurs de l'économie créative valaisanne<sup>25</sup>



Les données sur lesquelles se base le passage en revue des secteurs dans les chapitres suivants sont regroupées dans une série de tableaux au chapitre 2.2.14.

### 2.2.1. Musique

L'économie de la musique emploie 1'071 personnes (553 équivalents plein temps) dans 478 entreprises<sup>26</sup> dans le canton du Valais. Elle y génère un chiffre d'affaires de 85 millions de francs et une valeur ajoutée brute de 33 millions de francs (ou de 59'074 francs par emploi en équivalent plein temps). Si l'on classe les 13 secteurs de l'économie créative par ordre d'importance, la musique est dans le **groupe de tête** : elle est en 2<sup>e</sup> position en termes d'emploi, en 3<sup>e</sup> position en termes de valeur ajoutée, en 5<sup>e</sup> position en termes de chiffre d'affaires.

<sup>25</sup> Les valeurs de l'artisanat d'art (0.3% de l'emploi en EPT, 0.4% du chiffre d'affaires, 0.4% de la valeur ajoutée) sont trop faibles pour apparaître sur ce graphique.

<sup>26</sup> La mise en garde de la note 10 est valable pour tous les secteurs : le terme « entreprise » est utilisé ici de manière élargie, incluant à la fois les sociétés privées, les professionnel-le-s indépendant-e-s travaillant seul-e-s, les entités économiques sans but lucratif et les organismes relevant du service public (voir 2.3. Taille des entreprises).

Entre 2011 et 2013, le secteur de la musique est en recul en termes d'emploi (-9%) et de valeur ajoutée (-11%), mais son chiffre d'affaires se maintient (+1%). Il semble donc **évoluer vers une structure légèrement plus capitalistique<sup>27</sup> et moins centrée sur la main-d'œuvre**, ou vers une professionnalisation accrue, chaque emploi devenant plus efficace car mieux formé et mieux inséré dans les réseaux professionnels. Le nombre d'entreprises augmente aussi (+5%). En Suisse, bien que le nombre d'entreprises augmente également (+7%), le secteur est en recul sur le plan de l'emploi (-3%), du chiffre d'affaires (-5%) et de la valeur ajoutée (-8%).

En termes d'emploi, les services de réservation et de billetterie et la gestion de salles représentent 36% du total des emplois liés au secteur de la musique, la profession de musicien-ne et ses professions support (ingénieur-e du son etc.) 23%, les discothèques et boîtes de nuit 15%, la musique enregistrée (production et commercialisation) 10%, l'enseignement 10%, la fabrication et vente d'instruments de musique 6%. Pour l'ensemble de la Suisse, les billetteries et la gestion de salles représentent 20% du total, l'activité de musicien-ne et les professions supports 32%, les discothèques et boîtes de nuit 15%, la musique enregistrée 9%, l'enseignement 14%, la fabrication et vente d'instruments de musique 10%. **Par rapport à l'ensemble du pays, le Valais apparaît ainsi plus fortement centré sur l'accueil et l'organisation de concerts** (36% de la main-d'œuvre du secteur contre 20% en Suisse) **que sur la création musicale** (23% contre 32% en Suisse).

À remarquer, sur une échelle temporelle légèrement plus longue, que **l'emploi dans le secteur musical s'est accru considérablement par rapport aux valeurs de 2008**, passant en Valais de 706 à 1'071 (+52%) en termes de postes et de 442 à 553 en termes d'équivalents plein temps (+25%). **Pour l'ensemble de la Suisse, ces valeurs ont augmenté de manière comparable** : de 20'760 à 30'862 (+49%) en termes de postes et de 12'366 à 16'044 (+30%) en termes d'EPT.

Ces indicateurs quelque peu contradictoires traduisent la **transformation interne du secteur** : alors que **le marché de la musique enregistrée se réduit drastiquement** depuis le début du siècle<sup>28</sup>, **d'autres segments, liés notamment aux concerts et aux festivals (musique live), parviennent à se maintenir et à se développer.**

### 2.2.2. Livre

En Valais, le marché du livre emploie 409 personnes (252 équivalents plein temps) dans 170 entreprises. Il génère un chiffre d'affaires de 59 millions de francs et une valeur ajoutée brute de 19 millions de francs (ou de 74'564 francs par emploi en équivalent plein temps). Si l'on classe les 13 secteurs de l'économie créative par ordre d'importance, le livre est dans le **groupe médian** : il est en 7<sup>e</sup> position en termes d'emploi, 8<sup>e</sup> en termes de chiffre d'affaires et 6<sup>e</sup> en termes de valeur ajoutée.

Entre 2011 et 2013, le secteur du livre est en recul en termes d'emploi (-5%) et de valeur ajoutée (-8%), mais son chiffre d'affaires augmente (+6%). Il semble donc **évoluer vers une professionnalisation accrue et/ou vers une structure légèrement plus capitalistique et moins centrée sur la main-d'œuvre**. Le nombre d'entreprises augmente (+6%). L'évolution du marché du livre dans le canton est **semblable à la tendance de ce secteur dans l'ensemble de la Suisse**.

En termes d'emploi, l'édition (traduction incluse) représente 41% du total du secteur, le commerce 26%, les bibliothèques 23%, la profession d'auteur-e 10%. Dans l'ensemble de la Suisse, l'édition représente 46% du total, le commerce 25%, les bibliothèques 20%, la profession d'auteur-e 9%. Les différences entre le Valais et les moyennes nationales sont très faibles ; elles ont une **très légère tendance à placer le Valais, comparativement à l'ensemble du pays, davantage du côté de la création (écriture), ainsi que de la conservation et de la diffusion (bibliothèques) que de la production (édition).**

---

<sup>27</sup> L'intensité capitalistique d'un secteur est élevée si son chiffre d'affaires est généré en utilisant une proportion plus importante de biens et de capital que de main d'œuvre.

<sup>28</sup> Le marché suisse de la musique enregistrée atteint son sommet en 1995 (317 millions de francs de chiffre d'affaires) et se maintient malgré quelques fluctuations au cours de la seconde moitié des années 1990. À partir de l'année 2000 (312 millions), il amorce sa dégringolade, perdant 74% de son chiffre d'affaires jusqu'aux 81.8 millions de l'année 2015 (source : IFPI, Groupe national suisse de l'International Federation of the Phonographic Industry, *Umsatzzahlen der IFPI Mitglieder 1980 bis 2015*, [www.ifpi.ch/statistik-hitparade/jahreszahlen-schweiz/](http://www.ifpi.ch/statistik-hitparade/jahreszahlen-schweiz/)).

### 2.2.3. Beaux-arts

Le marché de l'art emploie 374 personnes (182 équivalents plein temps) dans 239 entreprises. Il génère un chiffre d'affaires de 40 millions de francs et une valeur ajoutée brute de 9 millions de francs (ou de 48'398 francs par emploi en équivalent plein temps). Si l'on classe les 13 secteurs de l'économie créative par ordre d'importance, les beaux-arts sont dans le **dernier groupe** : ils sont en 11<sup>e</sup> position en termes d'emploi, de chiffres d'affaires et de valeur ajoutée.

Entre 2011 et 2013, le secteur de l'art est en croissance en termes d'emploi (+5%) et beaucoup plus fortement en termes de chiffre d'affaires (+40%), mais sa valeur ajoutée décroît légèrement (-2%). Il semble **évoluer vers une professionnalisation accrue et/ou vers une structure plus capitalistique et moins centrée sur la main-d'œuvre**. Le nombre d'entreprises s'accroît (+6%). Cette **tendance à la hausse se retrouve dans l'ensemble du pays**, où le marché de l'art a un poids relatif comparable. **La progression est toutefois nettement plus marquée en Valais** que dans l'ensemble de la Suisse.

En termes d'emploi, la création représente 45% du total de ce secteur, l'enseignement 31%, le commerce 18%, les musées 6%. Dans l'ensemble de la Suisse, la création représente 31% du total, l'enseignement 34%, le commerce 25%, les musées 10%. Par rapport à l'ensemble du pays, **le Valais se situe ainsi davantage du côté de la création, et un peu moins du côté du commerce**.

L'art représente un **marché de petite taille** (son poids relatif dans l'économie créative, au niveau valaisan comme au niveau suisse, est comparable à celui de l'économie créative dans l'économie globale), mais il s'agit d'un **secteur particulièrement dynamique**.

### 2.2.4. Cinéma

L'économie du cinéma emploie 290 personnes (198 équivalents plein temps) dans 84 entreprises. Il génère un chiffre d'affaires de 50 millions de francs et une valeur ajoutée brute de 19 millions de francs (ou de 96'516 francs par emploi en équivalents plein temps). Si l'on classe les 13 secteurs de l'économie créative par ordre d'importance, le cinéma est dans le **groupe médian** : il est en 9<sup>e</sup> position en termes d'emploi et de chiffres d'affaires, en 7<sup>e</sup> en termes de valeur ajoutée.

Entre 2011 et 2013, le secteur cinématographique est en recul en termes d'emploi (-2%), en croissance en termes de chiffre d'affaires (+16%) et plus légèrement en termes de valeur ajoutée (+2%). Il semble donc **évoluer vers une professionnalisation accrue et/ou vers une structure plus capitalistique et moins centrée sur la main-d'œuvre**. Le nombre d'entreprises augmente (+12%). En Suisse, l'évolution est de +1% en termes d'emploi, de +4% en termes de chiffre d'affaires et de -4% en termes de valeur ajoutée. Le secteur cinématographique est donc **plus dynamique en Valais que dans l'ensemble de la Suisse**, du moins en termes de revenus.

En termes d'emploi, la production de films représente 84% du total de ce secteur, alors que la commercialisation (distribution, projection, vente et location de films) représente 16%. En Suisse, ces valeurs sont de 66% pour la production et de 34% pour la commercialisation. **Le Valais se distingue donc dans le secteur du cinéma par le poids relatif particulièrement élevé qu'y prend la production de films, comparativement à leur diffusion** (comme on le verra dans le chapitre sur les pratiques culturelles, cette différence s'explique en partie par un penchant moins marqué des Valaisan-ne-s pour la fréquentation des salles de cinéma, en comparaison avec l'ensemble de la population suisse).

### 2.2.5. Radio-télévision

Le marché de la radio-télévision emploie 129 personnes (89 équivalents plein temps) dans 7 entreprises. Il génère un chiffre d'affaires de 14 millions de francs et une valeur ajoutée brute de 9 millions de francs (ou de 100'088 francs par emploi en équivalent plein temps). Si l'on classe les 13 secteurs de l'économie créative par ordre d'importance, la radio-télévision est dans le **dernier groupe** : elle est en 12<sup>e</sup> position en termes d'emploi, de chiffre d'affaires et de valeur ajoutée.

Entre 2011 et 2013, le secteur croît en termes d'emploi (+40%) et de valeur ajoutée (+45%), et il est stable en termes de chiffre d'affaires. Le (petit) nombre des acteurs en présence augmente aussi, passant de 5 à 7. **Ce secteur se révèle beaucoup plus dynamique en Valais que dans l'ensemble du pays** (où ces valeurs sont de +3% pour l'emploi, -6% pour le chiffre d'affaires et -1% pour la valeur ajoutée).

En termes d'emploi, la radio représente 84% du total de ce secteur, la télévision 16%. En Suisse, cette hiérarchie est inversée : 39% pour la radio, 61% pour la télévision. **La très forte prépondérance de la radio représente une singularité valaisanne.**

### 2.2.6. Arts de la scène

Le marché des arts de la scène emploie 472 personnes (280 équivalents plein temps) dans 126 entreprises. Il génère un chiffre d'affaires de 48 millions de francs et une valeur ajoutée brute de 15 millions de francs (ou de 53'770 francs par emploi en équivalent plein temps). Si l'on classe les 13 secteurs de l'économie créative par ordre d'importance, les arts de la scène sont en 5<sup>e</sup> position en termes d'emploi, en 10<sup>e</sup> position en termes de chiffres d'affaires et de valeur ajoutée.

Entre 2011 et 2013, le secteur croît en termes d'emploi (+2%), de chiffre d'affaires (+29%) et de valeur ajoutée (+5%). Il semble **évoluer vers une professionnalisation accrue (qui correspond à l'un des axes de la politique culturelle du Canton dans ce secteur) et/ou vers une structure plus capitalistique et moins centrée sur la main-d'œuvre**. Le nombre d'entreprises augmente aussi (+11%). **Le secteur de la scène se révèle plus dynamique que dans l'ensemble de la Suisse** (où ces valeurs sont de +1% pour l'emploi, +6% pour le chiffre d'affaires et -6% pour la valeur ajoutée).

En termes d'emploi, la diffusion (réservations, billetteries, gestion de salles) représente 71%, l'enseignement 20% et la création 9% du total de ce secteur. En Suisse, ces valeurs sont de 41% pour la diffusion, 29% pour l'enseignement et 30% pour la création. Dans le domaine des arts de la scène, **le Valais est donc plus fortement centré sur l'accueil de spectacles que sur leur production.**

### 2.2.7. Design

L'économie du design emploie 413 personnes (278 équivalents plein temps) dans 237 entreprises. Elle génère un chiffre d'affaires de 71 millions de francs et une valeur ajoutée brute de 20 millions de francs (ou de 70'212 francs par emploi en équivalent plein temps). Si l'on classe les 13 secteurs de l'économie créative par ordre d'importance, le design est dans le **groupe médian** : il est en 6<sup>e</sup> position en termes d'emploi et de chiffres d'affaires, en 5<sup>e</sup> en termes de valeur ajoutée.

Entre 2011 et 2013, le secteur croît en termes d'emploi (+6%), de chiffre d'affaires (+11%) et de valeur ajoutée (+5%). **Cette croissance se retrouve dans l'ensemble du pays**, dans des proportions identiques. Le nombre d'entreprises croît aussi (+15% en Valais, +12% en Suisse).

En termes d'emploi, le graphisme et la communication visuelle représentent 67% du total de ce secteur, le design industriel et de produit 6%, l'organisation de salons et de congrès 27%. **Dans l'ensemble de la Suisse, cette répartition est grosso modo la même** : le graphisme et la communication visuelle représentent 67% du total, le design industriel et de produit 8%, l'organisation de salons et de congrès 25%.

### 2.2.8. Architecture

Le marché de l'architecture emploie 1'780 personnes (1'430 équivalents plein temps) dans 574 entreprises. Il génère un chiffre d'affaires de 358 millions de francs et une valeur ajoutée brute de 153 millions de francs (ou de 107'146 francs par emploi en équivalent plein temps). Dans le classement des secteurs qui composent l'économie créative, l'architecture est **en 1<sup>e</sup> position, loin devant les autres**, en termes d'emploi, de chiffres d'affaires et de valeur ajoutée.

**Cette primauté se retrouve, dans une moindre mesure, au niveau national.** La part de l'architecture dans l'économie créative valaisanne est de 32% en termes d'emploi, de 27% en termes de chiffre d'affaires, de 40% en termes de valeur ajoutée. En Suisse, ces valeurs sont respectivement de 22%, 16% et 26%. **Le poids relatif de l'architecture est donc sensiblement plus élevé en Valais.**

Entre 2011 et 2013, le secteur est en croissance en termes d'emploi (+4%) et de chiffre d'affaires (+4%), stable en termes de valeur ajoutée. Il s'agit donc d'une croissance équilibrée. Le nombre d'entreprises augmente aussi (+4%). **La croissance de ce secteur dans l'économie valaisanne reflète, bien qu'à des taux plus modestes, la progression de l'architecture dans l'ensemble du pays** : au niveau Suisse, ces valeurs sont de +6% pour l'emploi et pour le chiffre d'affaires, de +14% pour la valeur ajoutée.

En termes d'emploi, les bureaux d'architecte représentent le 89% du total de ce secteur, l'aménagement du territoire 3%, les architectes paysagistes 3%, l'architecture d'intérieur 5%. **Cette répartition est très proche de celle de l'ensemble du pays.**

### 2.2.9. Publicité

Le marché de la publicité emploie 432 personnes (252 équivalents plein temps) dans 69 entreprises. Il génère un chiffre d'affaires de 151 millions de francs et une valeur ajoutée brute de 17 millions de francs (ou de 67'948 francs par emploi en équivalent plein temps). Si l'on classe les 13 secteurs de l'économie créative par ordre d'importance, la publicité est dans le **groupe médian** : elle est en 4<sup>e</sup> position en termes de chiffre d'affaires, en 8<sup>e</sup> position en termes d'emploi et en 7<sup>e</sup> en termes de valeur ajoutée.

Entre 2011 et 2013, le secteur est en baisse en termes d'emploi (-4%), de chiffre d'affaires (-11%) et de valeur ajoutée (-5%). **Cette baisse se retrouve au niveau national** (-4%, -10%, -7%), liée au déplacement en cours du marché publicitaire vers les acteurs globaux (Facebook, Google), qui en captent une part croissante<sup>29</sup>. Toutefois, **contrairement à ce qui se passe dans l'ensemble du pays, le nombre d'entreprises augmente sensiblement en Valais (+17%). On assiste donc à un certain émiettement du secteur, un plus grand nombre d'entreprises se répartissant un chiffre d'affaires réduit.**

En termes d'emploi, la création publicitaire (agences de pub) représente 40% du total, sa diffusion (régies publicitaires des médias) 60%. Pour l'ensemble de la Suisse, cet ordre est inversé : 74% pour les agences, 26% pour les régies des médias. **La part la plus directement créative de ce marché est donc moindre en Valais que dans l'ensemble du pays.**

### 2.2.10. Logiciels et jeux vidéo

L'industrie du logiciel<sup>30</sup> et des jeux vidéo emploie 456 personnes (342 équivalents plein temps) dans 190 entreprises. Elle génère un chiffre d'affaires de 214 millions de francs et une valeur ajoutée brute de 43 millions de francs (ou de 125'058 francs par emploi en équivalent plein temps). Si l'on classe les 13 secteurs de l'économie créative par ordre d'importance, le secteur est dans le **groupe de tête** : il est en 2<sup>e</sup> position en termes de chiffre d'affaires et de valeur ajoutée, en 4<sup>e</sup> position en termes d'emploi.

Entre 2011 et 2013, **le secteur est en croissance** en termes d'emploi (+10%), de chiffre d'affaires (+9%) et de valeur ajoutée (+7%). **La tendance est sensiblement la même en Suisse** (+10%, +9%, +13%). L'indicateur du nombre d'entreprises s'accroît plus fortement que les autres (+22%) : **on assiste donc à un certain émiettement du secteur.**

---

<sup>29</sup> En 2016, Google et Facebook ont absorbé ensemble le 20% de toutes les dépenses mondiales pour des annonces publicitaires dans les médias. Ce pourcentage était de 11% en 2012. Les deux entreprises ont par ailleurs absorbé le 64% de la croissance globale du marché publicitaire entre ces deux dates. Source : étude de l'agence Zenith Media (rapport *Top Thirty Global Media Owners 2017*).

<sup>30</sup> Un nombre croissant de pays, suivant en cela le modèle de l'UNESCO, inclut la création de logiciels dans les statistiques de l'économie créative (*Creative Economy Report 2013 Special Edition*, New York, UNESCO, 2013, pp. 16, 20).

En termes d'emploi, la programmation informatique représente 91% du total de ce secteur, l'édition de logiciels 3%, la création de sites Web 6%. Ces **proportions sont grosso modo les mêmes dans l'ensemble du pays** (91%, 1%, 8%). La part des jeux vidéo demeure statistiquement négligeable, en Valais comme en Suisse, dans les chiffres de 2013, mais les données avancées par les organisations professionnelles du secteur<sup>31</sup> montrent qu'il s'agit là d'un segment prometteur de l'économie créative.

### 2.2.11. Artisanat d'art

Le marché de l'artisanat d'art emploie 19 personnes (13 équivalents plein temps) dans 17 entreprises. Il génère un chiffre d'affaires de 6 millions de francs et une valeur ajoutée brute d'un million de francs (ou de 106'169 francs par emploi en équivalent plein temps). Si l'on classe les secteurs de l'économie créative par ordre d'importance, l'artisanat d'art est en **dernière position** en termes d'emploi et de chiffre d'affaires, en avant-dernière en termes de valeur ajoutée.

Entre 2011 et 2013, le secteur est en baisse en termes d'emploi (-7%), en très forte croissance en termes de chiffre d'affaires (+117%), stable en termes de valeur ajoutée. **Il semble donc évoluer vers une professionnalisation accrue. Cette évolution reflète celle du secteur sur le plan national**, où l'on retrouve la très forte croissance du chiffre d'affaires (+98%), mais où l'emploi et la valeur ajoutée sont en hausse aussi (+2%, +12%). Le nombre d'entreprises croît sensiblement en Valais (+42%), alors qu'il se réduit très légèrement en Suisse (-1%). Ces indicateurs quelque peu contradictoires traduisent un certain **renouveau en cours dans le secteur. Sur une échelle temporelle légèrement plus longue (2008-2013), on remarque d'ailleurs que l'emploi est également à la hausse** en Valais (+6%).

En termes d'emploi, la bijouterie représente 97% du total et la céramique 3%. Dans l'ensemble de la Suisse, ces proportions sont très proches (99%, 1%).

### 2.2.12. Presse

Le marché de la presse emploie 623 personnes (355 équivalents plein temps) dans 219 entreprises. Il génère un chiffre d'affaires de 164 millions de francs et une valeur ajoutée brute de 30 millions de francs (ou de 84'815 francs par emploi en équivalent plein temps). Si l'on classe les 13 secteurs de l'économie créative par ordre d'importance, la presse est dans le **groupe de tête** : elle est en 3<sup>e</sup> position en termes d'emploi, de chiffre d'affaires et de valeur ajoutée.

Entre 2011 et 2013, le secteur croît en termes d'emploi (+24%), de chiffre d'affaires (+2%) et de valeur ajoutée (+27%). Cette hausse, à rebours de la tendance de l'ensemble du pays (où ces valeurs sont de -4%, -5% et -7%) cache un mouvement en dent de scie : une hausse des trois indicateurs entre 2011 et 2012, suivie d'une baisse entre 2012 et 2013. Le nombre d'entreprises croît en Valais (+6%) comme dans l'ensemble du pays (+4%). Dans une perspective un peu plus longue (2008-2013), l'emploi dans le secteur de la presse baisse en Valais (-9%) comme dans l'ensemble de la Suisse (-6%). Ces légères contradictions entre les indicateurs traduisent les **mutations en cours dans le secteur, marqué à la fois par un recul global et par quelques signes de renouveau.**

En termes d'emploi, la diffusion de journaux et magazines représente 59% du total de ce secteur, la production (édition, journalistes indépendant-e-s, photographie, agences de presse) 41%. Dans l'ensemble du pays, cet ordre est inversé: 24% pour la diffusion, 76% pour la production. **Le marché de la presse valaisan, contrairement à ce qui se passe pour l'ensemble de la Suisse, est donc plus fortement structuré par la vente de journaux que par leur production.**

### 2.2.13. Equipement audiovisuel

Le marché de l'équipement audio et vidéo (ou « marché phonotechnique ») emploie 218 personnes (195 équivalents plein temps) dans 62 entreprises. Il génère un chiffre d'affaires de 62 millions de francs et une valeur ajoutée brute de 17 millions de francs (ou de 85'269 francs par emploi en équivalent plein

---

<sup>31</sup> ATS/Benoît Studer, « Les jeux vidéo suisses en plein essor », *Le Temps* (édition numérique), 4 janvier 2017. « Les ventes de jeux développés en Suisse sont quant à elles évaluées à 50 millions de francs par an, en croissance constante, précise Matthias Sala, président de l'Association des développeurs suisses (SGDA). Ce dernier estime à environ 50 le nombre de jeux publiés par an. »

temps). Si l'on classe les 13 secteurs de l'économie créative par ordre d'importance, l'équipement audiovisuel est dans le dernier **groupe** : il est en 7<sup>e</sup> position en termes de chiffre d'affaires, en 10<sup>e</sup> en termes d'emploi et en 8<sup>e</sup> en termes de valeur ajoutée.

Entre 2011 et 2013, le secteur est en croissance en termes d'emploi (+26%), de chiffre d'affaires (+3%) et de valeur ajoutée (+23%). Il est donc **sensiblement plus dynamique que dans l'ensemble de la Suisse**, où ces valeurs sont de +10%, -9% et +8%. Le nombre d'entreprises croît aussi (+7%).

En termes d'emploi, la vente de matériel audiovisuel représente 98% du total, la fabrication d'appareil 2%. En Suisse, ces proportions sont de 79% et 21%. **Par rapport au reste du pays, la prépondérance de la vente par rapport à la production est nettement plus marquée en Valais que dans l'ensemble du pays.**

## 2.2.14. Tableaux – les secteurs de l'économie créative

### Poids des secteurs de l'économie créative valaisanne

|                                | Nombre d'entreprises | Nombre de postes de travail | Postes en équivalents plein-temps et en % du total de l'écon. créative |             | Chiffre d'affaires en millions de CHF et en % du total de l'écon. créative <sup>32</sup> |             | Valeur ajoutée brute en millions de CHF et en % du total de l'écon. créative <sup>33</sup> |             | Valeur ajoutée par emploi (EPT) |
|--------------------------------|----------------------|-----------------------------|--|-------------|--|-------------|--|-------------|---------------------------------|
| 1. Musique                     | 478                  | 1'071                       | 553  | 13%         | 85   | 6%          | 33   | 9%          | 59'074                          |
| 2. Livre                       | 170                  | 409                         | 252  | 6%          | 59   | 4%          | 19   | 5%          | 74'564                          |
| 3. Beaux-arts                  | 239                  | 374                         | 182  | 4%          | 40   | 3%          | 9  | 2%          | 48'398                          |
| 4. Cinéma                      | 84                   | 290                         | 198  | 4%          | 50   | 4%          | 19   | 5%          | 96'516                          |
| 5. Radio-TV                    | 7                    | 129                         | 89   | 2%          | 14   | 1%          | 9  | 2%          | 100'088                         |
| 6. Arts de la scène            | 126                  | 472                         | 280  | 6%          | 48   | 4%          | 15   | 4%          | 53'770                          |
| 7. Design                      | 237                  | 413                         | 278  | 6%          | 71   | 5%          | 20   | 5%          | 70'212                          |
| 8. Architecture                | 574                  | 1'780                       | 1'430  | 32%         | 358  | 27%         | 153  | 40%         | 107'146                         |
| 9. Publicité                   | 69                   | 432                         | 252  | 6%          | 151  | 11%         | 17   | 4%          | 67'948                          |
| 10. Informatique, jeu vidéo    | 190                  | 456                         | 342  | 8%          | 214  | 16%         | 43   | 11%         | 125'058                         |
| 11. Artisanat d'art            | 17                   | 19                          | 13   | 0%          | 6  | 0%          | 1  | 0%          | 106'169                         |
| 12. Presse                     | 219                  | 623                         | 355  | 8%          | 164  | 12%         | 30   | 8%          | 84'815                          |
| 13. Equipement audiovisuel     | 62                   | 218                         | 195  | 4%          | 62   | 5%          | 17   | 4%          | 85'269                          |
| <b>Total économie créative</b> | <b>2'471</b>         | <b>6'685</b>                | <b>4'421</b>   | <b>100%</b> | <b>1'322</b>   | <b>100%</b> | <b>384</b>   | <b>100%</b> | <b>86'915</b>                   |

**Evolution de l'emploi dans les secteurs de l'économie créative valaisanne et suisse, 2008-2013**

| Postes en équivalents plein-temps         |                    |              |              |              |                        |                        |
|---|--------------------|--------------|--------------|--------------|------------------------|------------------------|
| VALAIS                                    | 2008 <sup>34</sup> | 2011         | 2012         | 2013         | Evolution<br>2011-2013 | Evolution<br>2008-2013 |
| 1. Musique                                | 442                | 611          | 549          | 553          | -9%                    | +25%                   |
| 2. Livre                                  | 196                | 266          | 263          | 252          | -5%                    | +29%                   |
| 3. Beaux-arts                             | 112                | 174          | 179          | 182          | 5%                     | +63%                   |
| 4. Cinéma                                 | 139                | 202          | 202          | 198          | -2%                    | +42%                   |
| 5. Radio-télévision                       | 43                 | 64           | 93           | 89           | +40%                   | +107%                  |
| 6. Arts de la scène                       | 249                | 276          | 270          | 280          | +2%                    | +12%                   |
| 7. Design                                 | 229                | 262          | 272          | 278          | +6%                    | +21%                   |
| 8. Architecture                           | 1'199              | 1'374        | 1'374        | 1'430        | +4%                    | +19%                   |
| 9. Publicité                              | 301                | 262          | 243          | 252          | -4%                    | -16%                   |
| 10. Informatique<br>et jeu vidéo          | 213                | 313          | 331          | 342          | +10%                   | +61%                   |
| 11. Artisanat d'art                       | 12                 | 14           | 12           | 13           | -7%                    | +6%                    |
| 12. Presse                                | 392                | 287          | 361          | 355          | +24%                   | -9%                    |
| 13. Equipement<br>audiovisuel             | 279                | 154          | 199          | 195          | +26%                   | -30%                   |
| <b>Total économie<br/>créative Valais</b> | <b>3'807</b>       | <b>4'257</b> | <b>4'350</b> | <b>4'421</b> | <b>+4%</b>             | <b>+16%</b>            |

<sup>32</sup> Valeurs estimées sur la base des comptes nationaux.

<sup>33</sup> Valeurs estimées sur la base de la statistique relative à la TVA.

<sup>34</sup> Les données de 2008 ne sont disponibles que pour l'emploi.

| <b>SUISSE</b>                             | <b>2008<sup>35</sup></b> | <b>2011</b>    | <b>2012</b>    | <b>2013</b>    | <b>Evolution<br/>2011-2013</b> | <b>Evolution<br/>2008-2013</b> |
|---|--------------------------|----------------|----------------|----------------|--------------------------------|--------------------------------|
| 1. Musique                                | 12'366                   | 16'539         | 15'940         | 16'044         | -3%                            | +30%                           |
| 2. Livre                                  | 8'315                    | 9'021          | 8'763          | 8'658          | -4%                            | +4%                            |
| 3. Beaux-arts                             | 5'361                    | 6'604          | 6'606          | 6'673          | +1%                            | +24%                           |
| 4. Cinéma                                 | 5'318                    | 6'701          | 6'589          | 6'735          | +1%                            | +27%                           |
| 5. Radio-télévision                       | 6'095                    | 7'309          | 7'513          | 7'524          | +3%                            | +23%                           |
| 6. Arts de la scène                       | 6'642                    | 7'812          | 7'809          | 7'862          | +1%                            | +18%                           |
| 7. Design                                 | 13'992                   | 16'075         | 16'550         | 17'083         | +6%                            | +22%                           |
| 8. Architecture                           | 37'558                   | 41'500         | 43'216         | 44'168         | +6%                            | +18%                           |
| 9. Publicité                              | 15'760                   | 13'368         | 12'964         | 12'767         | -4%                            | -19%                           |
| 10. Informatique et<br>jeu vidéo          | 29'080                   | 33'150         | 35'139         | 36'475         | +10%                           | +25%                           |
| 11. Artisanat d'art                       | 4'622                    | 4'390          | 4'473          | 4'458          | +2%                            | -4%                            |
| 12. Presse                                | 20'563                   | 20'151         | 19'967         | 19'414         | -4%                            | -6%                            |
| 13. Equipement<br>audiovisuel             | 10'960                   | 7'277          | 8'247          | 8'035          | +10%                           | -27%                           |
| <b>Total économie<br/>créative Suisse</b> | <b>176'633</b>           | <b>189'897</b> | <b>193'774</b> | <b>195'894</b> | <b>+3%</b>                     | <b>+11%</b>                    |

<sup>35</sup> Les données de 2008 ne sont disponibles que pour l'emploi.

**Evolution du chiffre d'affaires dans les secteurs de l'économie créative valaisanne et suisse, 2011-2013**

| <b>Chiffre d'affaires (millions de CHF)</b> |              |              |              |                            |
|---|--------------|--------------|--------------|----------------------------|
| <b>VALAIS</b>                               | <b>2011</b>  | <b>2012</b>  | <b>2013</b>  | <b>Evolution 2011-2013</b> |
| 1. Musique                                  | 84           | 82           | 85           | +1%                        |
| 2. Livre                                    | 55           | 60           | 59           | +6%                        |
| 3. Beaux-arts                               | 29           | 33           | 40           | +38%                       |
| 4. Cinéma                                   | 43           | 47           | 50           | +16%                       |
| 5. Radio-télévision                         | 14           | 15           | 14           | 0%                         |
| 6. Arts de la scène                         | 37           | 42           | 48           | +29%                       |
| 7. Design                                   | 65           | 68           | 71           | +11%                       |
| 8. Architecture                             | 346          | 350          | 358          | +4%                        |
| 9. Publicité                                | 170          | 158          | 151          | -11%                       |
| 10. Informatique et jeu vidéo               | 196          | 215          | 214          | +9%                        |
| 11. Artisanat d'art                         | 3            | 4            | 6            | +117%                      |
| 12. Presse                                  | 161          | 168          | 164          | +2%                        |
| 13. Equipement audiovisuel                  | 60           | 64           | 62           | +3%                        |
| <b>Total économie créative Valais</b>       | <b>1'263</b> | <b>1'307</b> | <b>1'322</b> | <b>+5%</b>                 |

| <b>SUISSE</b>                         | <b>2011</b>   | <b>2012</b>   | <b>2013</b>   | <b>Evolution<br/>2011-2013</b> |
|---------------------------------------|---------------|---------------|---------------|--------------------------------|
| 1. Musique                            | 1'929         | 1'945         | 1'836         | -5%                            |
| 2. Livre                              | 2'029         | 2'122         | 2'089         | +3%                            |
| 3. Beaux-arts                         | 1'700         | 1'771         | 2'048         | +20%                           |
| 4. Cinéma                             | 2'673         | 2'539         | 2'770         | +4%                            |
| 5. Radio-télévision                   | 3'942         | 3'681         | 3'716         | -6%                            |
| 6. Arts de la scène                   | 631           | 643           | 669           | +6%                            |
| 7. Design                             | 3'973         | 4'150         | 4'412         | +11%                           |
| 8. Architecture                       | 10'414        | 10'969        | 11'048        | +6%                            |
| 9. Publicité                          | 5'715         | 5'448         | 5'165         | -10%                           |
| 10. Informatique et jeu vidéo         | 20'890        | 22'902        | 22'823        | +9%                            |
| 11. Artisanat d'art                   | 915           | 1'654         | 1'810         | +98%                           |
| 12. Presse                            | 7'926         | 7'776         | 7'540         | -5%                            |
| 13. Equipement audiovisuel            | 2'986         | 2'746         | 2'722         | -9%                            |
| <b>Total économie créative Suisse</b> | <b>65'722</b> | <b>68'345</b> | <b>68'649</b> | <b>+4%</b>                     |

**Evolution de la valeur ajoutée brute par secteurs de l'économie créative valaisanne et suisse, 2011-2013**

| <b>Valeur ajoutée brute (millions de CHF)</b> |             |             |             |                            |
|---|-------------|-------------|-------------|----------------------------|
| <b>VALAIS</b>                                 | <b>2011</b> | <b>2012</b> | <b>2013</b> | <b>Evolution 2011-2013</b> |
| 1. Musique                                    | 37          | 33          | 33          | -11%                       |
| 2. Livre                                      | 21          | 20          | 19          | -8%                        |
| 3. Beaux-arts                                 | 9           | 9           | 9           | -2%                        |
| 4. Cinéma                                     | 19          | 20          | 19          | 2%                         |
| 5. Radio-télévision                           | 6           | 9           | 9           | +45%                       |
| 6. Arts de la scène                           | 14          | 15          | 15          | +5%                        |
| 7. Design                                     | 19          | 19          | 20          | +5%                        |
| 8. Architecture                               | 153         | 144         | 153         | 0%                         |
| 9. Publicité                                  | 18          | 17          | 17          | -5%                        |
| 10. Informatique et jeu vidéo                 | 40          | 42          | 43          | +7%                        |
| 11. Artisanat d'art                           | 1           | 1           | 1           | 0%                         |
| 12. Presse                                    | 24          | 31          | 30          | +27%                       |
| 13. Equipement audiovisuel                    | 13          | 17          | 17          | +23%                       |
| <b>Total économie créative Valais</b>         | <b>374</b>  | <b>378</b>  | <b>384</b>  | <b>+3%</b>                 |

| <b>SUISSE</b>                         | <b>2011</b>   | <b>2012</b>   | <b>2013</b>   | <b>Evolution<br/>2011-2013</b> |
|---------------------------------------|---------------|---------------|---------------|--------------------------------|
| 1. Musique                            | 1'186         | 1'129         | 1'091         | -8%                            |
| 2. Livre                              | 864           | 820           | 784           | -9%                            |
| 3. Beaux-arts                         | 413           | 408           | 393           | -5%                            |
| 4. Cinéma                             | 781           | 738           | 751           | -4%                            |
| 5. Radio-télévision                   | 913           | 899           | 905           | -1%                            |
| 6. Arts de la scène                   | 450           | 448           | 422           | -6%                            |
| 7. Design                             | 1'297         | 1'325         | 1'363         | +5%                            |
| 8. Architecture                       | 5'070         | 5'466         | 5'761         | +14%                           |
| 9. Publicité                          | 1'075         | 1'019         | 995           | -7%                            |
| 10. Informatique et jeu vidéo         | 5'323         | 5'792         | 6'007         | +13%                           |
| 11. Artisanat d'art                   | 543           | 571           | 610           | +12%                           |
| 12. Presse                            | 2'374         | 2'283         | 2'210         | -7%                            |
| 13. Equipement audiovisuel            | 979           | 1'089         | 1'054         | +8%                            |
| <b>Total économie créative Suisse</b> | <b>21'269</b> | <b>21'988</b> | <b>22'347</b> | <b>+5%</b>                     |

**Evolution du nombre d'entreprises par secteurs de l'économie créative valaisanne et suisse, 2011-2013**

| <b>Nombre d'entreprises</b>           |              |              |              |                            |
|---------------------------------------|--------------|--------------|--------------|----------------------------|
| <b>VALAIS</b>                         | <b>2011</b>  | <b>2012</b>  | <b>2013</b>  | <b>Evolution 2011-2013</b> |
| 1. Musique                            | 456          | 472          | 478          | +5%                        |
| 2. Livre                              | 160          | 154          | 170          | +6%                        |
| 3. Beaux-arts                         | 225          | 231          | 239          | +6%                        |
| 4. Cinéma                             | 75           | 85           | 84           | +12%                       |
| 5. Radio-télévision                   | 5            | 6            | 7            | +40%                       |
| 6. Arts de la scène                   | 113          | 122          | 126          | +11%                       |
| 7. Design                             | 207          | 217          | 237          | +15%                       |
| 8. Architecture                       | 554          | 553          | 574          | +4%                        |
| 9. Publicité                          | 59           | 64           | 69           | +17%                       |
| 10. Informatique et jeu vidéo         | 156          | 181          | 190          | +22%                       |
| 11. Artisanat d'art                   | 12           | 12           | 17           | +42%                       |
| 12. Presse                            | 206          | 219          | 219          | +6%                        |
| 13. Equipement audiovisuel            | 58           | 65           | 62           | +7%                        |
| <b>Total économie créative Valais</b> | <b>2'286</b> | <b>2'380</b> | <b>2'471</b> | <b>+8%</b>                 |

| <b>SUISSE</b>                         | <b>2011</b>   | <b>2012</b>   | <b>2013</b>   | <b>Evolution<br/>2011-2013</b> |
|---------------------------------------|---------------|---------------|---------------|--------------------------------|
| 1. Musique                            | 9'255         | 9'445         | 9'915         | +7%                            |
| 2. Livre                              | 4'500         | 4'504         | 4'755         | +6%                            |
| 3. Beaux-arts                         | 5'556         | 5'524         | 5'836         | +5%                            |
| 4. Cinéma                             | 2'474         | 2'571         | 2'727         | +10%                           |
| 5. Radio-télévision                   | 142           | 153           | 152           | +7%                            |
| 6. Arts de la scène                   | 2'617         | 2'667         | 2'828         | +8%                            |
| 7. Design                             | 8'966         | 9'195         | 10'046        | +12%                           |
| 8. Architecture                       | 14'870        | 15'073        | 15'404        | +4%                            |
| 9. Publicité                          | 3'235         | 3'239         | 3'265         | +1%                            |
| 10. Informatique et jeu vidéo         | 7'020         | 7'381         | 7'771         | +11%                           |
| 11. Artisanat d'art                   | 1'202         | 1'159         | 1'193         | -1%                            |
| 12. Presse                            | 5'706         | 5'739         | 5'955         | +4%                            |
| 13. Equipement audiovisuel            | 1'485         | 1'616         | 1'552         | +5%                            |
| <b>Total économie créative Suisse</b> | <b>67'028</b> | <b>68'266</b> | <b>71'398</b> | <b>+7%</b>                     |

**Répartition de l'emploi en segments de marché/activités économiques au sein des secteurs de l'économie créative valaisanne et suisse (en % de l'emploi total de chaque secteur en équivalents plein-temps)<sup>36</sup>**

| <b>1. Musique</b>   | <b>Valais</b> | <b>Suisse</b> |
|---|---------------|---------------|
| Reproduction d'enregistrements  | 1%            | 1%            |
| Fabrication d'instruments de musique  | 1%            | 1%            |
| Commerce de détail d'instruments de musique   | 5%            | 5%            |
| Commerce de détail d'enregistrements musicaux et vidéo en magasin spécialisé (part du secteur Musique 50% <sup>37</sup> ) | 1%            | 1%            |
| Discothèques, dancings, night clubs   | 15%           | 15%           |
| Enregistrement sonore et édition musicale (part du secteur Musique 95%)   | 8%            | 8%            |
| Autres services de réservation et activités liées (part du secteur Musique 50%)   | 33%           | 33%           |
| Enseignement culturel (part du secteur Musique 33%)   | 10%           | 10%           |
| Orchestres, chœurs, musiciens   | 22%           | 22%           |
| Activités de soutien au spectacle vivant (part du secteur Musique 33%)  | 2%            | 2%            |
| Gestion de salles de spectacles (part du secteur Musique 50%)   | 3%            | 3%            |
| <b>2. Livre</b>   |               |               |
| Commerce de détail de livres en magasin spécialisé  | 26%           | 25%           |
| Édition de livres   | 18%           | 21%           |
| Enregistrement sonore et édition musicale (part du secteur Livre 5%)  | 1%            | 1%            |
| Traduction et interprétation  | 22%           | 25%           |
| Autres activités artistiques et littéraires (part du secteur Livre 90%)   | 10%           | 9%            |
| Gestion des bibliothèques et des archives (part du secteur Livre 50%)   | 23%           | 20%           |

<sup>36</sup> La dénomination des segments de marché de chaque secteur suit celle du document NOGA 2008, Nomenclature générale des activités économiques. Titres, Neuchâtel, Office fédéral de la statistique, 2008.

<sup>37</sup> Lorsqu'un segment de marché (par exemple ici « Commerce de détail d'enregistrements musicaux et vidéo en magasin spécialisé ») est à l'intersection de plusieurs secteurs de l'économie créative (dans ce cas Musique et Cinéma), les chiffres entre parenthèses indiquent les pourcentages correspondant à chaque secteur concerné.

|   |     |     |
|---|-----|-----|
| <b>3. Beaux-arts</b>  |     |     |
| Commerce de détail d'objets d'art   | 12% | 17% |
| Commerce de détail d'antiquités   | 6%  | 8%  |
| Enseignement culturel (part du secteur Beaux-arts 33%)  | 31% | 34% |
| Peintres, sculpteurs et autres artistes indépendants  | 43% | 30% |
| Autres activités artistiques et littéraires (part du secteur Beaux-arts 10%)  | 2%  | 1%  |
| Gestion des musées (part du secteur Beaux-arts 20%)   | 6%  | 10% |
| Gestion des sites et monuments historiques et des attractions touristiques similaires (part du secteur Beaux-arts 2%) | 0%  | 0%  |
| <b>4. Cinéma</b>  |     |     |
| Commerce de détail d'enregistrements musicaux et vidéo en magasin spécialisé (part du secteur Cinéma 50%)             | 3%  | 5%  |
| Production de films cinématographiques, de vidéo et de programmes de télévision                                       | 77% | 50% |
| Post-production de films cinématographiques, de vidéo et de programmes de télévision                                  | 1%  | 2%  |
| Distribution de films cinématographiques, de vidéo et de programmes de télévision                                     | 3%  | 10% |
| Projection de films cinématographiques; cinémas   | 9%  | 18% |
| Location de vidéocassettes et DVD (part du secteur Cinéma 50%)  | 1%  | 1%  |
| Troupes de théâtre et de ballet (part du secteur Cinéma 20%)  | 2%  | 7%  |
| Activités de soutien au spectacle vivant (part du secteur Cinéma 33%)   | 4%  | 7%  |
| <b>5. Radio-télévision</b>  |     |     |
| Édition et diffusion de programmes radio  | 84% | 39% |
| Programmation de télévision et télédiffusion  | 16% | 61% |
| <b>6. Arts de la scène</b>  |     |     |
| Autres services de réservation et activités liées (part du secteur Arts de la scène 50%)                              | 66% | 18% |
| Enseignement culturel (part du secteur Arts de la scène 33%)  | 20% | 29% |
| Troupes de théâtre et de ballet (part du secteur Arts de la scène 80%)  | 6%  | 24% |

|   |     |     |
|---|-----|-----|
| Activités de soutien au spectacle vivant (part du secteur Arts de la scène 33%)     | 3%  | 6%  |
| Gestion de salles de spectacles (part du secteur Arts de la scène 50%)              | 5%  | 22% |
| <b>7. Design</b>  |     |     |
| Conseil en relations publiques et communication (part du secteur Design 10%)        | 6%  | 2%  |
| Conseil pour les affaires et autres conseils de gestion (part du secteur Design 1%) | 1%  | 2%  |
| Activités des agences de publicité (part du secteur Design 20%)                     | 9%  | 14% |
| Design industriel et de produits  | 6%  | 8%  |
| Design graphique et communication visuelle  | 36% | 40% |
| Studios photographiques (part du secteur Design 50%)                                | 14% | 7%  |
| Laboratoires photographiques (part du secteur Design 50%)                           | 2%  | 1%  |
| Organisation de salons professionnels et congrès                                    | 27% | 25% |
| <b>8. Architecture</b>  |     |     |
| Bureaux d'architectes   | 89% | 89% |
| Bureaux d'aménagement du territoire (part du secteur Architecture 50%)              | 3%  | 1%  |
| Bureaux d'architectes paysagistes   | 3%  | 3%  |
| Design d'intérieur et design spatial  | 6%  | 7%  |
| <b>9. Publicité</b>   |     |     |
| Activités des agences de publicité (part du secteur Publicité 80%)                  | 40% | 74% |
| Régie publicitaire de médias  | 60% | 26% |
| <b>10. Logiciels et jeux vidéo</b>  |     |     |
| Édition de jeux électroniques   | 0%  | 0%  |
| Édition d'autres logiciels  | 3%  | 1%  |
| Programmation informatique  | 91% | 92% |
| Portails Internet   | 7%  | 8%  |

|   |     |     |
|---|-----|-----|
| <b>11. Artisanat d'art</b>  |     |     |
| Fabrication d'autres produits céramiques  | 3%  | 1%  |
| Activités des lapidaires  | 3%  | 18% |
| Fabrication de bijoux, d'articles de bijouterie en or ou en argent n.c.a. (sans la fabrication de bijoux fantaisie) | 94% | 81% |
| <b>12. Presse</b>   |     |     |
| Commerce de détail de journaux et de périodiques, kiosques  | 59% | 24% |
| Édition de journaux   | 23% | 41% |
| Édition de revues et périodiques  | 1%  | 14% |
| Autres activités d'édition  | 1%  | 6%  |
| Activités des agences de presse   | 0%  | 5%  |
| Studios photographiques (part du secteur Presse 50%)  | 11% | 7%  |
| Laboratoires photographiques (part du secteur Presse 50%)   | 1%  | 1%  |
| Journalistes indépendants   | 3%  | 3%  |
| <b>13. Equipement audiovisuel</b>   |     |     |
| Fabrication d'équipements de communication (part du secteur Equipement audiovisuel 33%)                             | 2%  | 16% |
| Fabrication de produits électroniques grand public  | 0%  | 5%  |
| Commerce de détail de matériels audio/vidéo en magasin spécialisé   | 98% | 79% |

### 2.3. Taille des entreprises

38% des personnes travaillant dans l'économie créative valaisanne le font en solo, en tant que praticien-ne-s d'une profession libérale ou que propriétaires d'une entreprise individuelle sans employé-e-s. 73% des personnes travaillant dans l'économie créative du canton le font au sein d'une microentreprise (comptant entre 1 et 9 postes). **93% des personnes travaillant dans l'économie créative valaisanne le font au sein d'une petite entreprise** (soit une entreprise comptant entre 1 et 49 postes).

Ces chiffres reflètent deux phénomènes:

- 1) La taille des entreprises dans l'économie valaisanne a tendance à être plus petite que dans l'ensemble de la Suisse.** En Valais, 74% des personnes actives le sont au sein d'une petite entreprise (comptant de 1 à 49 postes) et 26% dans une entreprise comptant 50 postes ou plus. En Suisse, la proportion est de 60% pour les petites entreprises et 40% pour les entreprises de plus grande taille.

2) **La taille des entreprises dans l'économie créative a tendance à être plus petite que dans l'ensemble de l'économie.** En Valais, la part de la petite entreprise est de 93% dans l'économie créative et de 74% dans l'ensemble de l'économie. En Suisse, ces proportions sont de 78% et 60%.

Cette double tendance explique le fait que la part de l'économie créative dans l'ensemble de l'économie valaisanne apparaît nettement plus importante si on l'observe sous l'angle du nombre d'entreprises. 8.8% des entreprises valaisannes appartiennent en effet à l'un des secteurs de l'économie créative (alors que cette dernière, rappelons-le, ne représente que 2.4% du chiffre d'affaires de l'économie valaisanne).

La répartition des entreprises par taille varie entre les différents secteurs de l'économie créative. Les personnes travaillant en solo forment le groupe prédominant dans les secteurs de la musique (49% du total des personnes actives dans ce secteur), du livre (46%), de l'art (70%), du design (57%), de l'informatique (41%), de l'artisanat d'art (84%) et de la presse (46%). Les entreprises comptant de 2 à 9 postes forment le groupe prédominant dans les secteurs de l'architecture (53%) et de l'équipement audiovisuel (66%). Les entreprises comptant de 10 à 49 postes forment le groupe prédominant dans les secteurs de la radio-télévision (98%) et des arts de la scène (45%). Les entreprises comptant 50 postes et plus forment le groupe dominant dans le secteur de la publicité (56%). Le secteur du cinéma se distingue des autres par une répartition relativement homogène des personnes actives dans des entreprises de toutes tailles (à l'exception de la catégorie «250 postes et plus», où aucune entreprise créative valaisanne ne figure).

## 2.4. Taux d'activité

En ce qui concerne les taux d'activité, on constate que, entre 2008 et 2013, l'accroissement du nombre de postes dans l'économie créative valaisanne (+18%) est légèrement plus important que celui des équivalents plein temps (+16%). Le même phénomène vaut pour l'ensemble de la Suisse (+12% contre +11%). Dans l'ensemble de l'économie, cet ordre est inversé : en Valais, les postes augmentent de 3% et l'équivalent plein temps de 5.4% ; en Suisse, ces taux sont de +4% et +6%. **Le poids des postes à temps partiel a donc tendance à s'accroître dans l'économie créative, contrairement à ce qui se passe dans l'économie en général.**

S'agit-il d'un phénomène de précarisation ? D'une attitude propre à l'économie créative qui valorise l'emploi à temps partiel ? D'une inclination des secteurs créatifs pour le statut de « slasheur/slasheuse », c'est-à-dire d'une personne exerçant plusieurs professions simultanément (par exemple juriste/DJ avec un *slash*, une barre oblique pour les séparer) plutôt qu'une seule ? Les données ne permettent pas de répondre. Relevons toutefois que la tendance, assez intrigante pour être signalée, demeure relativement modeste en termes quantitatifs.

## 2.5. Spécificités locales

Évaluée en termes d'emploi, l'économie créative se répartit dans les districts du canton d'une manière globalement proportionnelle à la population. Les statistiques disponibles regroupent les 12 districts et les 2 demi-districts en 8 régions. Celles dans lesquelles l'économie créative se concentre de manière plus forte que la population sont Conches, Viège-Rarogne Occidentale, Sion-Hérens-Conthey, Martigny-Entremont et Monthey-Saint-Maurice. Les régions dans lesquelles l'économie créative se concentre de manière moins forte que la population sont Brigue-Rarogne Orientale, Loèche et Sierre. L'architecture est le secteur dominant dans tous les districts, sauf à Conches et Loèche, où cette place est prise par la musique, qui occupe respectivement le 58% et le 40% de la main-d'œuvre de l'économie créative dans ces districts (en équivalent plein temps).

Certains districts ont un poids plus important dans un secteur donné que dans l'ensemble de l'économie créative. C'est le cas de Sion avec la publicité (le district concentre 90% des emplois en équivalents plein-temps de ce secteur, alors qu'il ne pèse que 31% dans l'emploi de l'économie créative en général), de Viège-Rarogne Occidentale avec la radio-télévision (49%) et la presse (33%), de Sierre et de Martigny-Entremont avec le cinéma (respectivement 46% et 32%), de Brigue-Rarogne Orientale avec l'artisanat d'art (30%, mais cela ne représente en chiffres absolus que 4 personnes...).

## 2.6. En résumé: spécificités cantonales

Lorsqu'on évalue le poids économique de l'économie créative, on constate que le Valais se différencie par rapport à la situation et aux tendances de l'ensemble du pays de deux manières :

- La part de la branche créative dans l'ensemble de l'économie est plus faible en Valais que dans l'ensemble de la Suisse.
- L'économie créative valaisanne se distingue, à la fois au sein de l'économie cantonale et de l'économie créative nationale, par son dynamisme particulièrement marqué, qui se traduit par une croissance plus importante que la moyenne en termes d'emploi, de chiffre d'affaires et de valeur ajoutée. Cette croissance semble toutefois s'accompagner de quelques éléments de transformation structurelle qui sont plutôt défavorables sur le plan de l'emploi. Dans plusieurs secteurs (musique, livre, beaux-arts, cinéma, arts de la scène et même artisanat d'art), l'emploi croît moins vite que le chiffre d'affaires, ou diminue alors que le chiffre d'affaires augmente. Pour l'ensemble de l'économie créative, le poids relatif des temps partiels a tendance à augmenter (en Valais comme en Suisse).

Ces taux de croissance supérieurs aux moyennes nationales reflètent plusieurs spécificités sectorielles de l'économie créative valaisanne :

- Le poids relatif de l'architecture, le secteur dominant de l'économie culturelle, est sensiblement plus élevé en Valais que dans l'ensemble du pays.
- Les secteurs des beaux-arts, du cinéma, de la radio-télévision, des arts de la scène et de l'équipement audiovisuel ont, en Valais, un dynamisme supérieur à la moyenne nationale.

Si l'on observe la structure interne des différents secteurs, on constate d'autres particularités cantonales :

- Dans les secteurs de la musique, des arts de la scène, de la publicité, de la presse et des équipements audiovisuels, la répartition entre la commercialisation/diffusion et la création/production, mesurée en termes d'emploi (EPT), révèle un accent plus fort sur la commercialisation/diffusion par rapport à ce qui se passe dans l'ensemble du pays. Autrement dit, le Valais se singularise dans ces secteurs en étant davantage un marché qu'un producteur/créateur.
- Dans les secteurs du cinéma et des beaux-arts, et dans une moindre mesure dans le secteur du livre, c'est l'inverse : la part de la création/production est plus importante que dans l'ensemble du pays. Autrement dit, le Valais se singularise dans ce secteur en étant moins un marché qu'un producteur/créateur.
- Dans le secteur de la radiotélévision, la très forte prépondérance de la radio représente une singularité valaisanne très prononcée.

## 3. LES PRATIQUES CULTURELLES

---

Allez-vous voir des spectacles de danse ? Ecoutez-vous de la musique sur votre téléphone ? Considérez-vous qu'une sortie culturelle a pour but de vous faire découvrir quelque chose de nouveau ? Trouvez-vous que la longueur des déplacements entrave votre accès à l'offre culturelle ?

Dans le nouveau système de recensement de la population, introduit en 2014, les questions sur les pratiques culturelles sont incluses dans l'Enquête sur la langue, la religion et la culture (ELRC). Le questionnaire s'intéresse entre autres aux sorties culturelles et festives, à la consommation de produits culturels à domicile, aux activités artistiques amateurs, au bénévolat, ainsi qu'aux motivations et aux éventuels obstacles qui s'opposent à l'accès à l'offre dans ce domaine. L'étude est constituée d'une enquête téléphonique et d'une enquête par écrit (en ligne ou sur papier). Pour l'édition 2014 de cette enquête (qui sert de base à cette partie de l'étude), l'échantillon suisse compte 35'736 résident-e-s permanent-e-s, dont 1'344 sont établi-e-s en Valais. Le taux de réponses est de 43%<sup>38</sup>.

Ce chapitre présente les principaux résultats valaisans de l'enquête<sup>39</sup>, mettant en lumière les variations sociodémographiques à l'intérieur du canton et les singularités des pratiques cantonales par rapport aux moyennes nationales. Il apporte un éclairage oblique à la question du poids économique de la culture, plongeant dans la vaste constellation des déterminants sociaux (région linguistique, niveau de formation, âge, type de localité...), des inclinations collectives et des choix individuels qui sous-tendent la dynamique de l'économie créative.

### 3.1. Sorties culturelles

95% des Valaisan-ne-s ont fait au moins une sortie culturelle au cours des douze mois précédant l'enquête.

#### **Ces sorties ont été réparties par l'enquête en dix catégories :**

74% de la population valaisanne a visité un monument ou un site archéologique au moins une fois au cours de l'année écoulée.

69% a assisté à un concert ou à un autre spectacle musical (tous genres confondus).

58% a été au moins une fois au cinéma.

56% a visité une exposition d'art.

56% a visité une exposition d'un autre type, « historique, ethnologique, scientifique, technique, régionale, etc. »

51% a pris part à un festival, tous genres confondus (« par exemple théâtre, musique, cinéma »).

45% a été au théâtre, « y compris mime et théâtre pour enfants ».

46% a été à un spectacle d'un autre type : « spectacles de cabaret-théâtre ou revues, cirque, spectacles son et lumière, etc. »

24% a été à un spectacle de danse.

41% a été dans une bibliothèque pour des raisons extra-professionnelles.

---

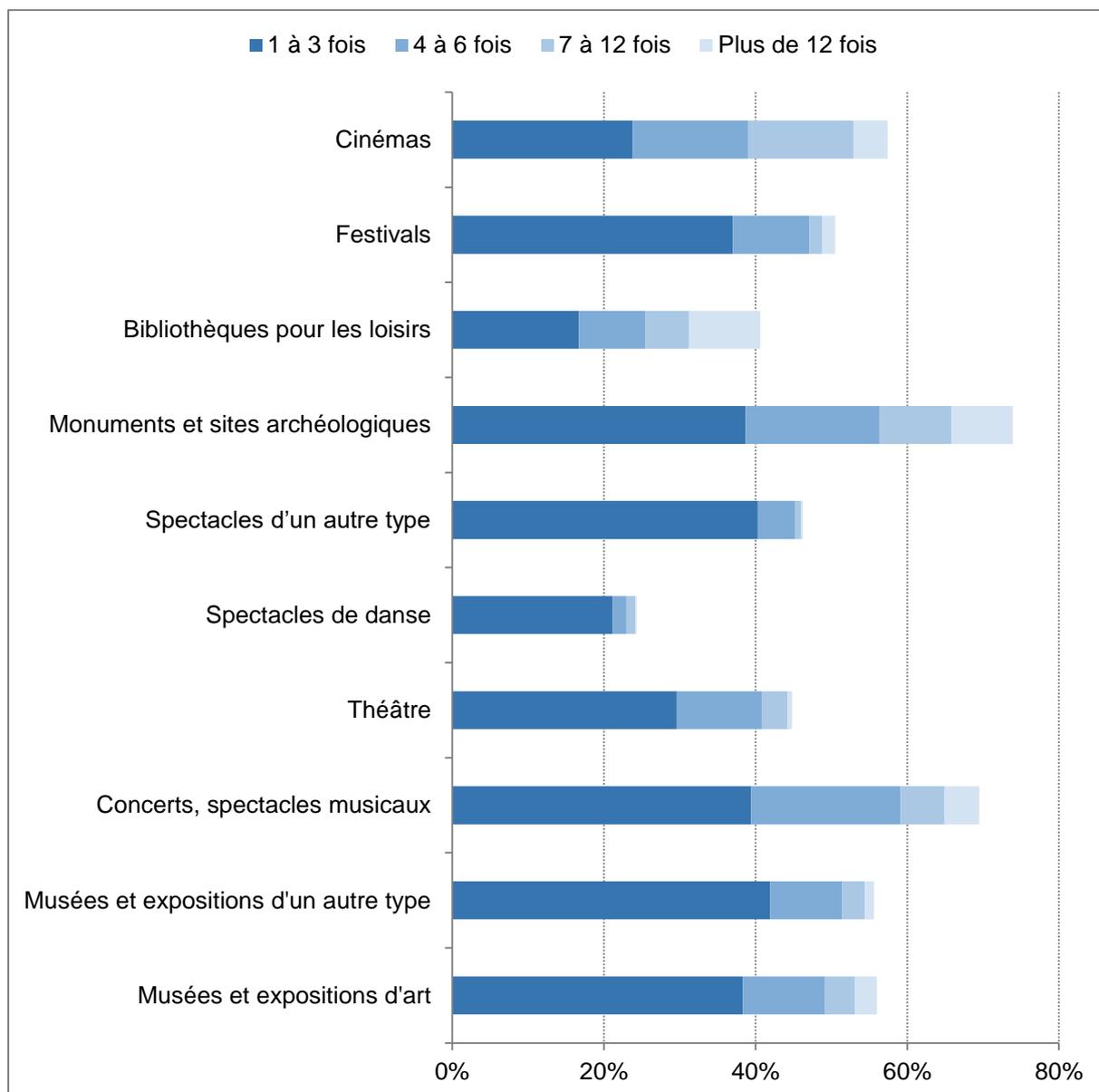
<sup>38</sup> *Rapport succinct sur la pondération personnes. Enquête sur la langue, la religion et la culture 2014*, Office fédéral de la statistique, 2015. Le chiffre de 1'344 représente l'échantillon de personnes qui ont été contactées. Pour le nombre final d'observations (réponses) voir la note 39.

<sup>39</sup> Taille des échantillons valaisans pour l'ELRC 2014 : Enquête téléphonique CATI (*computer-assisted telephone interview*) – n = 579 ; Enquête internet CAWI (*computer-assisted web interview*) – n = 488. L'échantillon valaisan n= 579 représente 3,5% du n=16'487 pour l'ensemble de la Suisse dans le cadre de cette enquête. En tenant compte de la pondération, on atteint les 4%, ce qui correspond au ratio de population Suisse/Valais en 2013 (Cf. *Rapport succinct sur la pondération personnes. Enquête sur la langue, la religion et la culture 2014*, Office fédéral de la statistique, 2015).

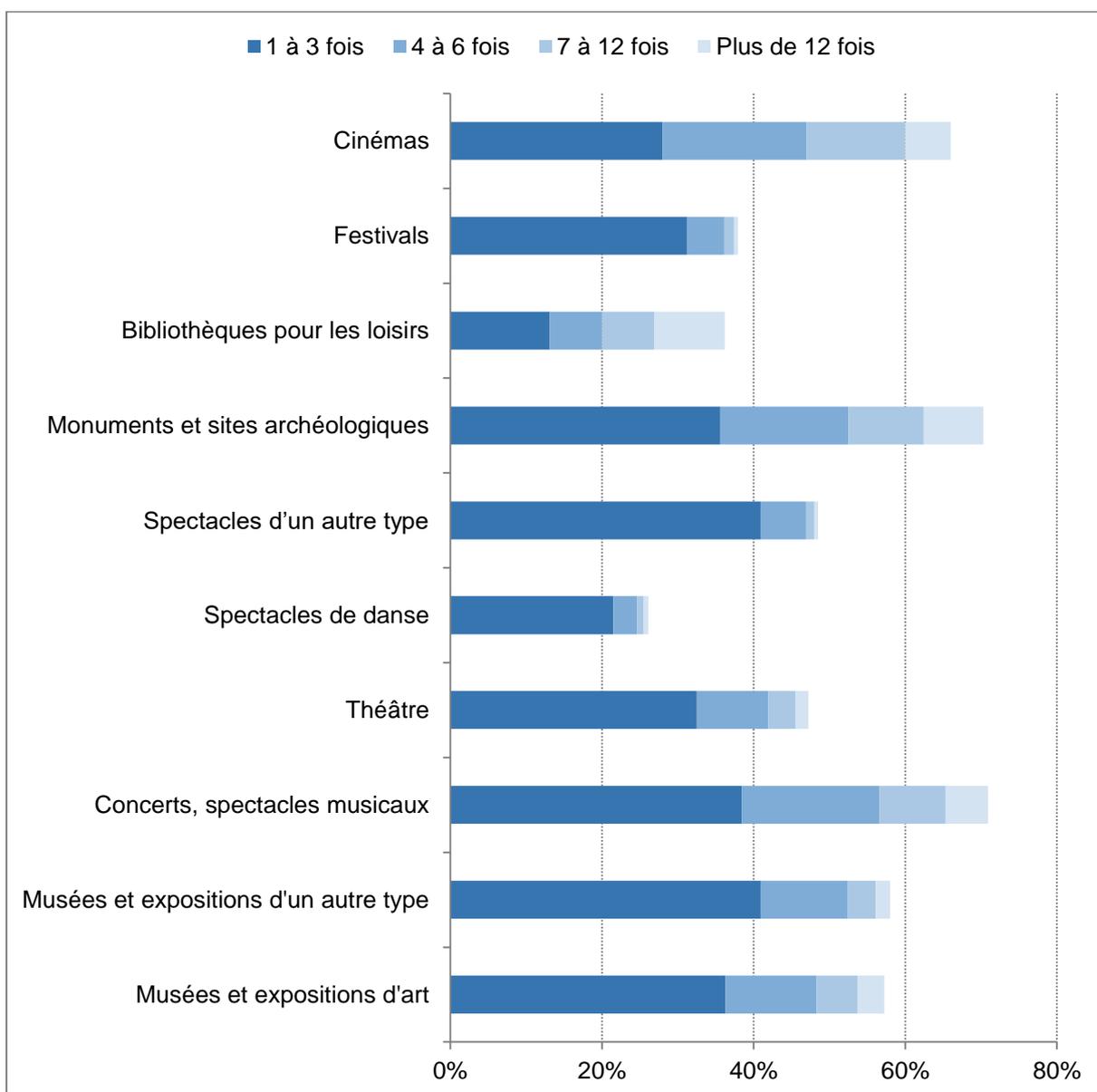
Chez la majorité des personnes concernées, les sorties sont ponctuelles (1 à 3 fois par an), sauf pour le cinéma et les bibliothèques, où la fréquentation régulière (4 fois et plus) prévaut.

**Les pratiques de sortie culturelle des Valaisan-ne-s ne se distinguent guère de celles de la population suisse** dans son ensemble, à deux **exceptions** près : une **fréquentation plus importante des festivals** (51% en Valais, 38% en Suisse) et une **moindre fréquentation des cinémas** (58% en Valais, 66% en Suisse). Ces singularités font écho aux spécificités évoquées dans les chapitres sur l'économie créative. Rappelons que le Valais se distingue de la moyenne nationale par un secteur musical fortement centré sur l'accueil et l'organisation de concerts et par un secteur cinématographique où la diffusion de films est proportionnellement moins importante que dans l'ensemble de la Suisse.

### Sorties culturelles par année – Valais



## Sorties culturelles par année – Suisse



### 3.1.1. Spécificités linguistiques et par type de localité

Le taux de personnes ayant fait au moins une sortie culturelle dans l'année est sensiblement le même dans les parties germanophone et francophone du canton (respectivement 96% et 95%).

Les deux régions se distinguent quelque peu au niveau des préférences selon le type de sortie. **La partie francophone affiche un taux plus élevé dans les domaines des monuments et sites archéologiques, des festivals, du cinéma et des expositions**, tous types confondus (relevons, à ce propos, que la majorité des musées valaisans – 62,5% – sont situés en zone francophone<sup>40</sup>). **La partie germanophone affiche un taux plus élevé dans les domaines des concerts et du théâtre.**

La distribution selon le type de localité (« ville-centre d'une agglomération », « autre commune d'agglomération », « ville isolée », « commune rurale »<sup>41</sup>) ne fait pas apparaître de différences

<sup>40</sup> Office fédéral de la statistique, Statistique suisse des musées 2015.

<sup>41</sup> Ces catégories, correspondant à la terminologie utilisée dans le recensement fédéral de la population 2000, ont été remaniées en 2012 (*L'espace à caractère urbain en Suisse en 2012*, Neuchâtel, Office fédéral de la statistique, 2014). Lors de

marquées. Le taux de personnes déclarant au moins une sortie culturelle dans l'année varie entre 92% dans la catégorie « villes isolées » (qui ne compte à vrai dire que la commune de Zermatt)<sup>42</sup>, 95% dans les agglomérations (c'est-à-dire dans un ensemble composé d'une ville-centre et des communes qui forment sa couronne d'agglomération) et 97% dans les communes rurales. Lorsque des écarts apparaissent pour certaines catégories de sorties, ils différencient autant la ville de la campagne que les types de communes urbaines entre eux. Pour le théâtre et la danse, par exemple, le taux des communes rurales se trouve à mi-chemin entre le pourcentage plus faible des communes suburbaines et celui, plus élevé, des centres d'agglomération.

**Sorties culturelles par région linguistique et type de localité (% de personnes déclarant au moins une sortie dans l'année écoulée)**

|                         | Expos d'art | Autres expos | Concerts | Théâtre | Danse | Autres spectacles | Monuments et sites | Bibliothèques (loisirs) | Festivals | Cinéma |
|-------------------------|-------------|--------------|----------|---------|-------|-------------------|--------------------|-------------------------|-----------|--------|
| Région germanophone     | 44%         | 48%          | 74%      | 55%     | 21%   | 43%               | 64%                | 44%                     | 46%       | 53%    |
| Région francophone      | 59%         | 58%          | 68%      | 42%     | 25%   | 47%               | 77%                | 40%                     | 52%       | 59%    |
| Ville centre d'agglom.  | 62%         | 56%          | 67%      | 50%     | 31%   | 51%               | 79%                | 46%                     | 50%       | 61%    |
| Autre commune d'agglom. | 54%         | 56%          | 71%      | 40%     | 20%   | 47%               | 73%                | 40%                     | 57%       | 59%    |
| Ville isolée            | 70%         | 59%          | 55%      | 39%     | 19%   | 36%               | 75%                | 43%                     | 34%       | 60%    |
| Commune rurale          | 51%         | 55%          | 73%      | 45%     | 23%   | 44%               | 71%                | 37%                     | 50%       | 53%    |

### 3.1.2. Spécificités de genre

Le taux de personnes ayant fait au moins une sortie culturelle dans l'année ne varie que très légèrement en fonction du genre. Il est de 97% pour les femmes et de 94% pour les hommes. Des écarts plus importants apparaissent dans la répartition par type de sortie. On n'observe pas de différences de genre pour les concerts, les monuments et sites archéologiques et les cinémas. Les **femmes** sont en revanche **plus nombreuses à signaler au moins une sortie dans les domaines du théâtre, des spectacles de danse et des bibliothèques**. Le pourcentage des **hommes** est plus important dans les **domaines des festivals, des spectacles en dehors du théâtre et de la danse, ainsi que des expositions** (tous genres confondus).

la réalisation de l'Enquête sur la langue, la religion et la culture, en 2014, les « villes-centres d'agglomérations » valaisannes sont Brig-Glis, Martigny, Monthey, Sierre, Sion et Viège.

<sup>42</sup> La catégorie « ville isolée » est renommée « commune-centre hors agglomération » dans la terminologie 2012. Zermatt n'atteint pas le seuil de 10'000 habitant-e-s, fixé en Suisse pour qu'une commune acquière le statut de ville, mais l'administration fédérale se base sur la notion de « ville statistique », tenant compte à la fois des habitant-e-s, des emplois et des nuitées dans l'hôtellerie (*L'espace à caractère urbain en Suisse en 2012*, op. cit., pp. 5, 8).

**Sorties culturelles par sexe (% de personnes déclarant au moins une sortie dans l'année écoulée)**

|               | Expos d'art | Autres expos | Concerts | Théâtre | Danse | Autres spectacles | Monuments et sites | Bibliothèques (loisirs) | Festivals | Cinéma |
|---------------|-------------|--------------|----------|---------|-------|-------------------|--------------------|-------------------------|-----------|--------|
| <b>Femmes</b> | 54%         | 52%          | 68%      | 49%     | 27%   | 42%               | 72%                | 45%                     | 47%       | 59%    |
| <b>Hommes</b> | 58%         | 59%          | 71%      | 40%     | 21%   | 51%               | 76%                | 36%                     | 55%       | 56%    |

**3.1.3. Spécificités par niveau de formation**

Le taux de personnes ayant fait au moins une sortie culturelle dans l'année varie selon le niveau de formation. Il est de 90% pour les Valaisan-ne-s ayant un niveau de formation « secondaire I » (école obligatoire), de 96% pour le niveau « secondaire II » (école professionnelle ou gymnasiale) et de 98% pour le niveau tertiaire (formation professionnelle supérieure, haute école ou université).

Ces écarts se retrouvent dans toutes les catégories de sorties. Ils sont **le plus fortement marqués dans le domaine des expositions d'art et du théâtre**, où la fréquence du niveau « secondaire I » équivaut à la moitié de celle du niveau tertiaire. **Les domaines où ces différences sont les moins marquées sont les concerts et les festivals** (où le taux de « secondaire I » équivaut à 2/3 de celui du tertiaire), **ainsi que les monuments et sites archéologiques** (où le taux de « secondaire I » équivaut à 3/4 de celui du tertiaire).

**Sorties culturelles par niveau de formation (% de personnes déclarant au moins une sortie dans l'année écoulée)**

|                      | Expos d'art | Autres expos | Concerts | Théâtre | Danse | Autres spectacles | Monuments et sites | Bibliothèques (loisirs) | Festivals | Cinéma |
|----------------------|-------------|--------------|----------|---------|-------|-------------------|--------------------|-------------------------|-----------|--------|
| <b>Secondaire I</b>  | 36%         | 42%          | 55%      | 29%     | 19%   | 32%               | 64%                | 31%                     | 39%       | 43%    |
| <b>Secondaire II</b> | 53%         | 53%          | 70%      | 47%     | 23%   | 46%               | 72%                | 35%                     | 51%       | 56%    |
| <b>Tertiaire</b>     | 75%         | 71%          | 80%      | 55%     | 31%   | 58%               | 84%                | 58%                     | 58%       | 72%    |

### 3.1.4. Spécificités par âge

Le taux de personnes ayant fait au moins une sortie culturelle dans l'année varie légèrement selon l'âge, suivant une courbe en U. Après un premier pic pour la tranche 25-39 ans (97%), il baisse jusqu'à la tranche 55-64 ans (91%), où il est au plus bas, et remonte ensuite pour atteindre un deuxième pic dans la tranche 75 ans et plus (100%).

Les courbes par âge varient par ailleurs très fortement selon le type de sortie.

Dans 6 des 10 catégories de sorties, le sommet de la courbe correspond au public le plus jeune. **La tranche d'âge des adolescent-e-s et jeunes adultes (15-24 ans) compte le taux le plus élevé de personnes ayant fait au moins une sortie dans les domaines du cinéma (92%), des concerts (82%) et des festivals (76%), mais aussi des monuments et sites archéologiques (88%), des bibliothèques (55%) et des spectacles de danse (36%).** Pour les concerts, les festivals et les monuments et sites, le taux baisse ensuite constamment au fil des âges, atteignant son minimum chez les 75 ans et plus (51% pour les monuments et sites, 43% pour les concerts, 15% pour les festivals). Pour le cinéma, les spectacles de danse et les bibliothèques, le minimum est atteint en revanche chez les 65-74 ans (29% pour le cinéma, 23% pour les bibliothèques, 10% pour la danse), et les taux remontent ensuite légèrement chez les 75 ans et plus (32% pour le cinéma et les bibliothèques, 23% pour les spectacles de danse).

D'autres catégories de sorties se distinguent par un pic situé dans une autre tranche d'âge. **Pour les expositions d'art, le sommet de la courbe correspond à la tranche des 55-64 ans (63%). Pour les autres types d'expositions et pour les spectacles ne relevant pas du théâtre et de la danse, le sommet est situé chez les 25-39 ans (respectivement 69% et 56%).** Pour ces trois catégories de sorties, le creux de la courbe correspond à la tranche des 65-74 ans.

Le théâtre se différencie des autres catégories par une répartition homogène des fréquences, avec des taux situés entre 44% et 49% dans toutes les tranches d'âge.

Les pourcentages par catégorie de sorties nuancent ainsi l'impression donnée par la courbe d'ensemble (celle des personnes ayant fait au moins une sortie dans l'année, toutes catégories confondues). La courbe globale semblait confirmer une notion intuitive : la jeunesse, la première partie de la vie active et la retraite apparaissent naturellement comme les âges les plus propices pour les sorties culturelles. L'analyse par catégorie de sorties tend à confirmer cette notion pour la jeunesse, mais elle fait apparaître une réalité plus complexe pour les retraité-e-s : **pour la plupart des catégories de sorties, on observe chez les personnes du troisième et quatrième âge un pourcentage bien moindre** que dans les autres tranches d'âge.

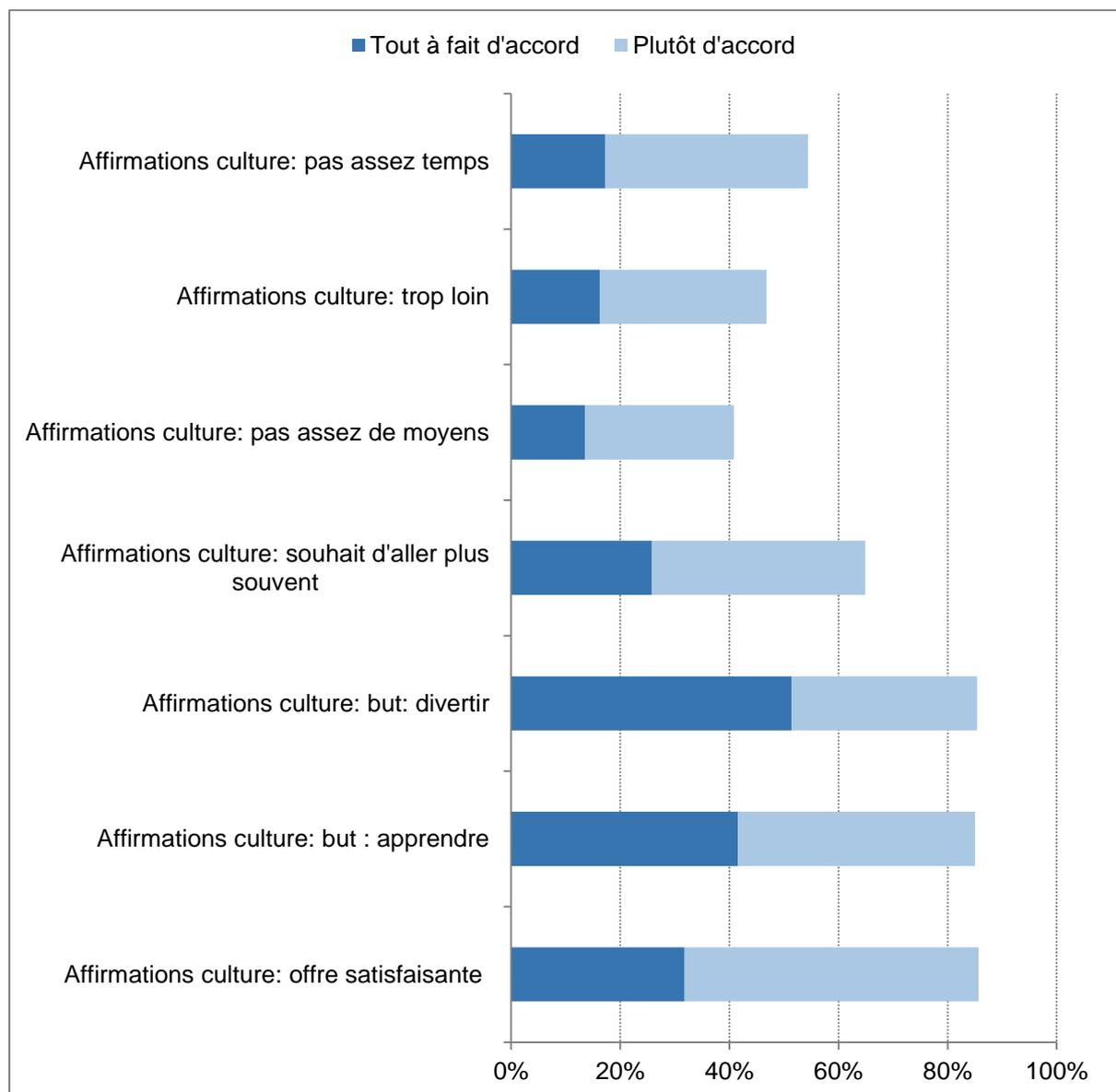
Relevons enfin que 75% des familles ont emmené au moins une fois leurs enfants à une manifestation culturelle de type « classique », c'est-à-dire « au musée, au théâtre, à des concerts classiques, à l'opéra ou à des spectacles de danse », ce qui correspond à la moyenne helvétique (73%).

**Sorties culturelles par tranche d'âge (% de personnes déclarant au moins une sortie dans l'année écoulée)**

|              | <b>Expos d'art</b> | <b>Autres expos</b> | <b>Concerts</b> | <b>Théâtre</b> | <b>Danse</b> | <b>Autres spectacles</b> | <b>Monuments et sites</b> | <b>Bibliothèques (loisirs)</b> | <b>Festivals</b> | <b>Cinémas</b> |
|--------------|--------------------|---------------------|-----------------|----------------|--------------|--------------------------|---------------------------|--------------------------------|------------------|----------------|
| <b>15-24</b> | 46%                | 64%                 | 82%             | 44%            | 36%          | 50%                      | 88%                       | 55%                            | 76%              | 92%            |
| <b>25-39</b> | 59%                | 69%                 | 81%             | 44%            | 22%          | 56%                      | 85%                       | 43%                            | 69%              | 80%            |
| <b>40-54</b> | 60%                | 58%                 | 79%             | 44%            | 29%          | 53%                      | 76%                       | 46%                            | 56%              | 57%            |
| <b>55-64</b> | 63%                | 52%                 | 64%             | 49%            | 25%          | 41%                      | 76%                       | 38%                            | 42%              | 39%            |
| <b>65-74</b> | 45%                | 35%                 | 44%             | 45%            | 10%          | 35%                      | 52%                       | 23%                            | 20%              | 29%            |
| <b>75+</b>   | 54%                | 39%                 | 43%             | 46%            | 23%          | 24%                      | 51%                       | 32%                            | 15%              | 32%            |

### 3.1.5. Données subjectives : buts de la culture, satisfaction, obstacles dans l'accès à l'offre

#### Opinions sur l'offre culturelle : buts de la culture, satisfaction, obstacles dans l'accès à l'offre



#### 3.1.5.1. Buts de la culture

À quoi sert la culture ? Son but est double selon les Valaisan-ne-s. Les affirmations « Pour moi, une sortie culturelle doit me faire oublier mon quotidien, me divertir, me distraire » et « Quand je fais une sortie culturelle, c'est par curiosité, par intérêt, pour m'informer, par envie d'apprendre ou de découvrir quelque chose de nouveau » récoltent, à égalité, 85% d'adhésions parmi la population cantonale.

**L'angle « me divertir » est plus marqué en Valais que dans l'ensemble de la Suisse**, où il récolte 76% d'adhésions (quant à l'angle « par envie d'apprendre », il rassemble en Suisse 81% de la population).

#### 3.1.5.2. Satisfaction et obstacles

La partie « opinions » de l'Enquête sur la langue, la religion et la culture s'intéresse à la satisfaction du public face à l'offre culturelle. Bonne nouvelle : **86% des Valaisan-ne-s estiment que celle-ci est**

**satisfaisante (même pourcentage que dans l'ensemble du pays).** 65% des personnes sondées souscrivent par ailleurs à l'affirmation « Je souhaiterais pouvoir aller plus souvent au musée, au théâtre, à des concerts classiques, à l'opéra ou à des spectacles de danse » (59% dans l'ensemble de la Suisse).

Y a-t-il des ombres au tableau ? 54% des personnes interrogées se déclarent d'accord avec l'affirmation « Je n'ai pas assez de temps pour avoir des (ou plus de) pratiques culturelles ». 47% souscrivent à l'énoncé « Afin de profiter de l'offre culturelle, depuis là où j'habite, je dois faire des déplacements trop longs ». Et 41% s'identifient avec la phrase « Je n'ai pas assez de moyens financiers pour me permettre d'avoir des activités culturelles ». En Suisse, le problème « temps » est évoqué par 52% des personnes, le problème « distance » par 32% et le problème financier par 36%. **Les Valaisan-ne-s divergent ainsi de la moyenne nationale en évoquant beaucoup plus souvent la distance comme un obstacle** dans l'accès à l'offre culturelle.

L'enquête passe également en revue une série de traits personnels potentiellement vécus comme des obstacles dans l'accès à l'offre culturelle : la religion, le sexe, l'âge, le nom et l'accent, l'apparence physique et la couleur de peau, les origines ethniques, culturelles ou nationales, l'orientation sexuelle, l'état de santé et la présence éventuelle d'un handicap, la situation familiale. Selon les réponses récoltées, ces aspects représentent des problèmes mineurs pour les Valaisan-ne-s. Le pourcentage de la population qui déclare éprouver l'une ou l'autre de ces caractéristiques personnelles comme un obstacle « plutôt important » ou « très important » dans l'accès à l'offre culturelle varie entre 1% (religion, sexe, apparence physique ou couleur de peau, orientation sexuelle), 2% (nom ou accent, origines ethniques, culturelles ou nationales), 3% (santé), 4% (âge) et 5% (situation familiale).

### 3.1.5.3. Spécificités linguistiques et par type de localité

Les francophones sont plus satisfait-e-s de l'offre culturelle que les germanophones (88% contre 79%) et se déclarent plus souvent intéressé-e-s à profiter davantage de certaines opportunités culturelles (68% contre 53%).

Au niveau des obstacles dans l'accès à l'offre culturelle, **les francophones évoquent plus souvent le manque de moyens (42% contre 36%), les germanophones la distance** (59% contre 44%).

En ce qui concerne les finalités attribuées à la culture, **l'angle « apprentissage » est sensiblement plus marqué chez les francophones** que chez les germanophones (90% contre 66%) ; l'angle « divertissement » l'est aussi, dans une moindre mesure (87% contre 79%).

La distribution selon le type de localité (centre d'agglomération, commune suburbaine, ville isolée, commune rurale) ne fait **pas tant apparaître de différence ville/campagne que des différences entre types de communes**, suivant un schéma complexe. **La catégorie « ville isolée » (qui ne compte, rappelons-le, que Zermatt) semble se considérer la mieux lotie** : on y trouve à la fois le taux de satisfaction le plus élevé (100%) et les pourcentages les plus faibles de personnes évoquant des obstacles dans l'accès à l'offre : 6% pour la distance, 53% pour le temps (quant au problème « moyens », il est évoqué de manière homogène – 40% à 42% – dans tous les types de localité). **Le type de localité le moins bien loti selon ces mesures subjectives semble être la commune suburbaine** (ou « autre commune d'agglomération »), avec le taux de satisfaction le plus faible (81%) et la mention la plus fréquente d'obstacles liés au temps (59%) et à la distance (55%).

**Opinion sur l'offre culturelle et les obstacles à l'accès selon la région linguistique et le type de localité (% de personnes se déclarant d'accord avec l'affirmation)**

|                               | Satisfait-e de l'offre | But de la culture: apprendre | But de la culture: se divertir | Souhaite plus souvent <sup>43</sup> | Obstacle: manque de moyens | Obstacle: distance | Obstacle: manque de temps |
|-------------------------------|------------------------|------------------------------|--------------------------------|-------------------------------------|----------------------------|--------------------|---------------------------|
| Région germanophone           | 79%                    | 66%                          | 79%                            | 53%                                 | 36%                        | 59%                | 54%                       |
| Région francophone            | 88%                    | 90%                          | 87%                            | 68%                                 | 42%                        | 44%                | 55%                       |
| Ville centre d'agglomération  | 87%                    | 89%                          | 89%                            | 76%                                 | 41%                        | 39%                | 53%                       |
| Autre commune d'agglomération | 81%                    | 81%                          | 81%                            | 59%                                 | 40%                        | 55%                | 59%                       |
| Ville isolée                  | 100%                   | 82%                          | 89%                            | 75%                                 | 42%                        | 6%                 | 53%                       |

#### 3.1.5.4. Spécificités par âge

**Le taux le plus élevé de personnes satisfaites s'observe chez les 55-64 ans (93%),** le moins élevé chez les 25-39<sup>44</sup> et chez les 75 ans et plus (81% pour les deux tranches d'âge). L'affirmation « Je souhaiterais pouvoir aller plus souvent au musée, au théâtre, à des concerts classiques, à l'opéra ou à des spectacles de danse » récolte le taux d'adhésion le plus faible chez les 15-24 ans (55%) et le plus élevé chez les 75 ans et plus (75%).

Au niveau des obstacles, **le manque de moyens financiers est ressenti le plus fortement chez les 55-64 ans (52%), le moins fortement chez les jeunes** (34% pour les 15-24 ans, 35% pour les 25-39 ans). **Le problème de la distance est ressenti le plus fortement dans la tranche des 75 ans et plus (57%), le moins fortement dans la tranche des 15-24 (38%). La perception d'un manque de temps tend à baisser au fil de l'âge :** elle est ressentie par 2/3 des personnes dans les tranches d'âge de 15 à 54 ans (entre 62% et 65%), par la moitié des 55-64 ans (48%) et par un tiers seulement des 65 ans et plus (32% à 36%). **Les différents obstacles se répartissent ainsi entre les différentes tranches d'âge : chacune d'entre elles a ses problèmes spécifiques et aucune ne tend à les cumuler.**

En ce qui concerne les finalités attribuées à la culture, **l'importance accordée à l'angle « apprendre » diminue légèrement avec l'âge** jusqu'à la tranche des 65-74 ans (de 86% à 79%), **mais remonte ensuite et atteint son sommet chez les 75 ans et plus (89%).** L'angle « me divertir » diminue, lui, régulièrement avec l'âge (de 88%-90% chez les 15-39 ans à 77% chez les 65 ans et plus).

<sup>43</sup> La formulation du questionnaire porte précisément sur certaines catégories de sorties : « à des concerts classiques, à l'opéra ou à des spectacles de danse ».

<sup>44</sup> Pour rappel : cette tranche d'âge est celle qui connaît les plus hauts taux de personnes faisant des sorties culturelles au moins une fois par année – cf. point 3.1.4.

**Opinion sur l'offre culturelle et les obstacles à l'accès selon la classe d'âge (% de personnes se déclarant d'accord avec l'affirmation)**

|       | Satisfait-e de l'offre | But de la culture: apprendre | But de la culture: se divertir | Souhaite plus souvent <sup>45</sup> | Obstacle: manque de moyens | Obstacle: distance | Obstacle: manque de temps |
|-------|------------------------|------------------------------|--------------------------------|-------------------------------------|----------------------------|--------------------|---------------------------|
| 15-24 | 84%                    | 86%                          | 88%                            | 55%                                 | 34%                        | 38%                | 62%                       |
| 25-39 | 81%                    | 86%                          | 90%                            | 68%                                 | 35%                        | 52%                | 65%                       |
| 40-54 | 89%                    | 85%                          | 88%                            | 65%                                 | 43%                        | 40%                | 62%                       |
| 55-64 | 93%                    | 84%                          | 83%                            | 63%                                 | 52%                        | 44%                | 48%                       |
| 65-74 | 85%                    | 79%                          | 77%                            | 63%                                 | 37%                        | 55%                | 32%                       |
| 15-24 | 84%                    | 86%                          | 88%                            | 55%                                 | 34%                        | 38%                | 62%                       |

### 3.1.5.5. Spécificités selon le niveau de formation

Le groupe doté d'un niveau de formation tertiaire est celui qui rencontre le moins de problèmes à financer sa consommation culturelle : les personnes qui considèrent que le coût est un obstacle ne représentent que 29% de ce groupe, alors qu'elles forment le 46% des groupes de niveau secondaire I et II.

Il en va de même pour l'obstacle « manque de temps », dont l'importance est inversement proportionnelle au niveau de formation. Cet obstacle est évoqué par 64% des personnes ayant une formation de niveau secondaire I, 57% pour le niveau secondaire II et seulement 45% pour le niveau tertiaire.

La même chose vaut, dans une moindre mesure, pour le problème de la distance, reconnue comme une entrave par 48%-49% des personnes ayant une formation de niveau secondaire I et II, par 44% des personnes ayant une formation supérieure.

**Les obstacles limitant l'accès à l'offre culturelle (temps, argent, distance) ont ainsi tendance à se cumuler pour les groupes ayant un niveau de formation inférieur.**

**Curieusement, ces groupes sont par ailleurs ceux où la satisfaction est la plus importante** (bien que les écarts ne soient pas très marqués : 89% pour le niveau secondaire I, 86% pour le niveau secondaire II, 84% pour le niveau tertiaire).

<sup>45</sup> La formulation du questionnaire porte précisément sur certaines catégories de sorties : « à des concerts classiques, à l'opéra ou à des spectacles de danse ».

**Opinion sur l'offre culturelle et les obstacles à l'accès selon le niveau de formation  
(% de personnes se déclarant d'accord avec l'affirmation)**

|                      | Satisfait-e de l'offre | But de la culture: apprendre | But de la culture: se divertir | Souhaite plus souvent <sup>46</sup> | Obstacle: manque de moyens | Obstacle: distance | Obstacle: manque de temps |
|----------------------|------------------------|------------------------------|--------------------------------|-------------------------------------|----------------------------|--------------------|---------------------------|
| <b>Secondaire I</b>  | 89%                    | 82%                          | 83%                            | 61%                                 | 46%                        | 49%                | 64%                       |
| <b>Secondaire II</b> | 86%                    | 86%                          | 88%                            | 66%                                 | 46%                        | 48%                | 57%                       |
| <b>Tertiaire</b>     | 84%                    | 86%                          | 83%                            | 65%                                 | 29%                        | 44%                | 45%                       |

### 3.2. Sorties festives

L'écrasante majorité des Valaisan-ne-s a participé au moins une fois à une fête de village ou de quartier (86%) et/ou à une fête traditionnelle (78%) au cours l'année écoulée. Un quart de la population (27%) a participé au moins une fois « à des grandes fêtes urbaines ou p. ex. à la Street Parade ». Un bon tiers de la population (37%) est sorti au moins une fois en discothèque.

La **primauté des fêtes de village ou de quartier** parmi toutes les catégories de sorties culturelles et festives n'est pas un phénomène spécifiquement cantonal : elle **se retrouve dans l'ensemble du pays**. **L'engouement valaisan pour ce type de fête dépasse toutefois le taux national**, qui est de 77%.

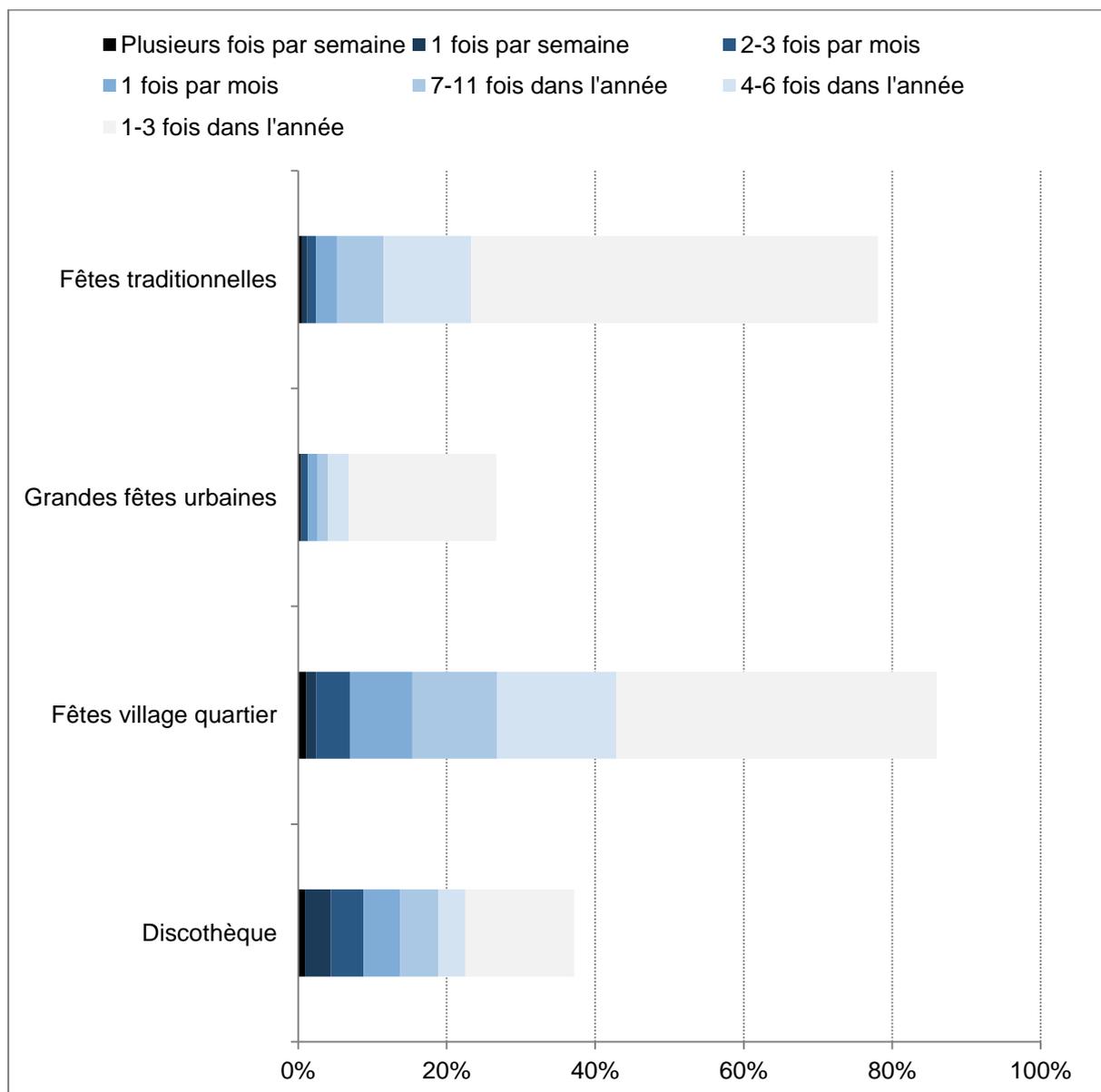
Dans le « top 4 » des sorties culturelles et festives effectuées au moins une fois dans l'année par le plus grand nombre de personnes, les Valaisan-ne-s placent ensuite les fêtes traditionnelles (en 2<sup>e</sup> position avec 78%), suivies par les monuments et sites archéologiques (74%) et les concerts (69%). Pour l'ensemble de la Suisse, ce sont les concerts qui viennent en 2<sup>e</sup> position (71%), les monuments et sites sont également en 3<sup>e</sup> position (70%), suivis par les fêtes traditionnelles en 4<sup>e</sup> position (67%).

**Les « grandes fêtes urbaines » ont, en revanche, une importance moindre en Valais (27%) que dans l'ensemble du pays (41%).** Elles se retrouvent d'ailleurs en queue du classement des sorties culturelles et festives : en Valais, elles occupent la 13<sup>e</sup> position parmi les 14 catégories de sortie, devant les spectacles de danse. En Suisse, les grandes fêtes urbaines occupent la 10<sup>e</sup> position, devant les discothèques, les festivals, les bibliothèques et les spectacles de danse.

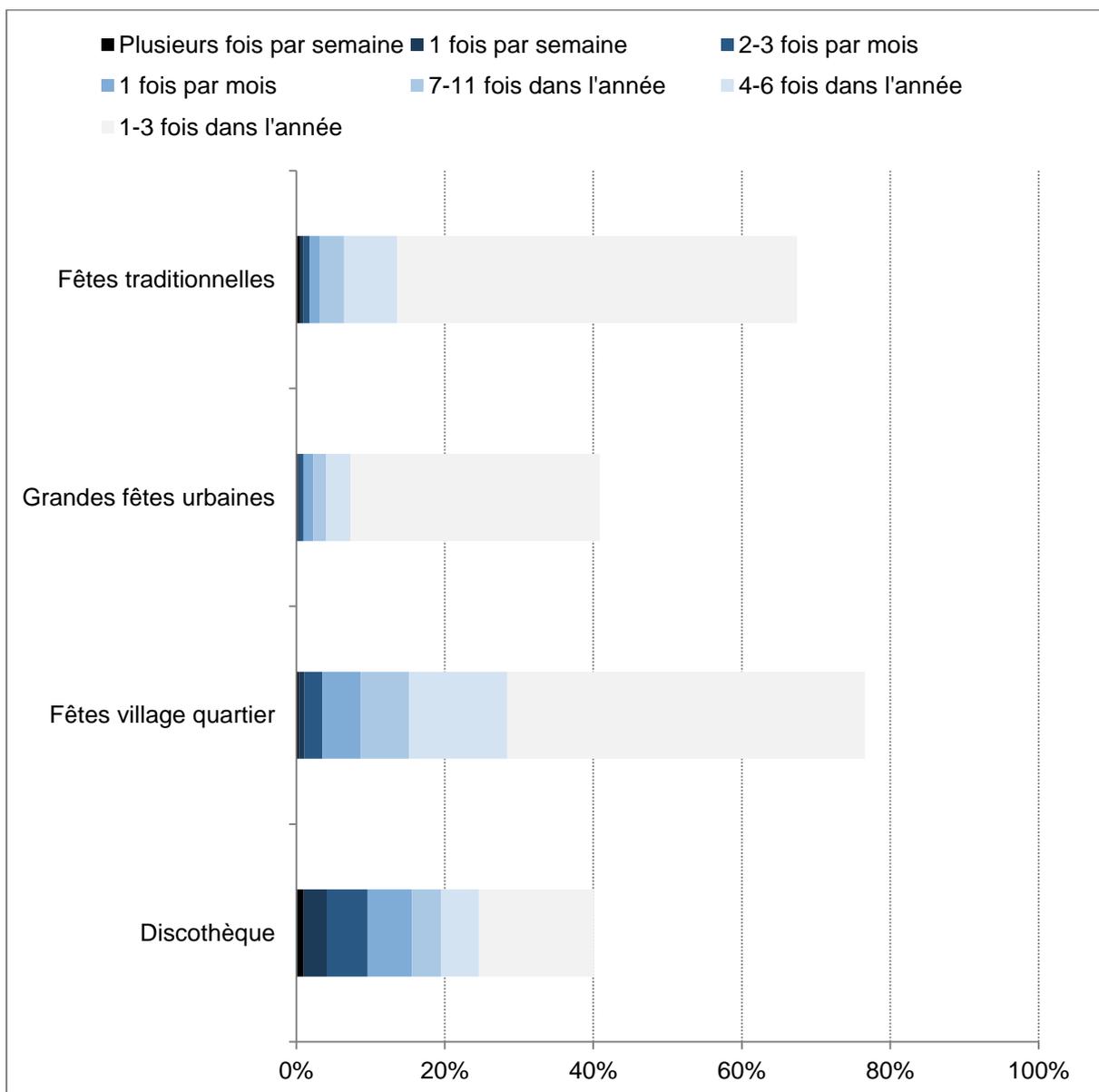
En ce qui concerne les soirées en discothèque, les valeurs valaisannes et suisses sont très proches : ces sorties festives mobilisent 37% de la population cantonale et 40% de la population nationale.

<sup>46</sup> La formulation du questionnaire porte précisément sur certaines catégories de sorties : « à des concerts classiques, à l'opéra ou à des spectacles de danse ».

**Sorties festives, fréquence par type de sortie – Valais**



### Sorties festives, fréquence par type de sortie – Suisse



#### 3.2.1. Spécificités linguistiques et par type de localité, genre, niveau de formation et âge

Les régions linguistiques ne se différencient guère dans le domaine des fêtes de village ou de quartier et des fêtes traditionnelles. **La partie germanophone se distingue en revanche par une participation plus fréquente aux grandes fêtes urbaines (38%, contre 24% dans le Valais francophone) et aux sorties en discothèque (44% contre 35%).**

Le type de localité dans lequel on réside a une influence sensible sur ces taux. Globalement, **les communes suburbaines sont celles où la participation aux sorties festives est la plus élevée**, sauf en ce qui concerne les fêtes de village ou de quartier qui trouvent, elles, leur taux de participation le plus élevé dans les communes rurales (90%). Ici comme ailleurs, **les différences ne semblent pas tant recouper un clivage ville/campagne que singulariser les différentes typologies urbaines.**

Le genre et le niveau de formation n'influencent pas de manière marquée la fréquence des sorties festives.

**Sorties festives par région linguistique, type de localité, genre, niveau de formation et âge  
(% de personnes déclarant au moins une sortie dans l'année écoulée)**

|                               | Disco | Fêtes village et quartier | Grandes fêtes urbaines | Fêtes trad. |
|-------------------------------|-------|---------------------------|------------------------|-------------|
| Région germanophone           | 44%   | 87%                       | 38%                    | 77%         |
| Région francophone            | 35%   | 86%                       | 24%                    | 79%         |
| Ville centre d'agglomération  | 40%   | 82%                       | 30%                    | 74%         |
| Autre commune d'agglomération | 49%   | 87%                       | 37%                    | 81%         |
| Ville isolée                  | 19%   | 71%                       | 8%                     | 74%         |
| Commune rurale                | 31%   | 90%                       | 20%                    | 81%         |
| Femmes                        | 35%   | 84%                       | 26%                    | 76%         |
| Hommes                        | 40%   | 88%                       | 27%                    | 81%         |
| Formation Secondaire I        | 32%   | 81%                       | 23%                    | 75%         |
| Formation Secondaire II       | 38%   | 87%                       | 27%                    | 79%         |
| Formation Tertiaire           | 39%   | 89%                       | 27%                    | 81%         |
| 15-24 ans                     | 81%   | 89%                       | 66%                    | 91%         |
| 25-39 ans                     | 63%   | 88%                       | 32%                    | 90%         |
| 40-54 ans                     | 31%   | 91%                       | 22%                    | 79%         |
| 55-64 ans                     | 16%   | 85%                       | 18%                    | 73%         |
| 65-74 ans                     | 5%    | 84%                       | 7%                     | 67%         |
| 75 ans et plus                | 0%    | 70%                       | 6%                     | 53%         |

L'âge a, sans surprise, une influence variable selon le type de sortie festive. Les taux sont inversement proportionnels à l'âge pour les soirées en discothèque et les grandes fêtes urbaines, mais aussi pour les fêtes traditionnelles. Les discothèques sont en effet populaires chez les 15-24 ans (81%) et les 25-39 ans (63%), chutant ensuite à 31% chez les 40-54 ans. **Les grandes fêtes urbaines sont surtout populaires chez les 15-24 ans (66%), chutant à 32% chez les 25-39 ans. Pour les fêtes traditionnelles, la fréquentation décroît également avec l'âge**, bien que dans une mesure moindre et plus progressive (90%-91% des 15-39 ans s'y rendent au moins une fois,

67%-79% des 40-74 ans, 53% des 75 ans et plus). **Pour les fêtes de village ou de quartier, enfin, les pourcentages varient moins** et de manière moins linéaire (entre 84% et 91% pour les tranches entre 15 et 74 ans, 70% pour les 75 ans et plus).

### 3.3. Consommation culturelle à domicile

#### 3.3.1. Musique

99% des Valaisan-ne-s (et 98% des Suisses) déclarent écouter de la musique.

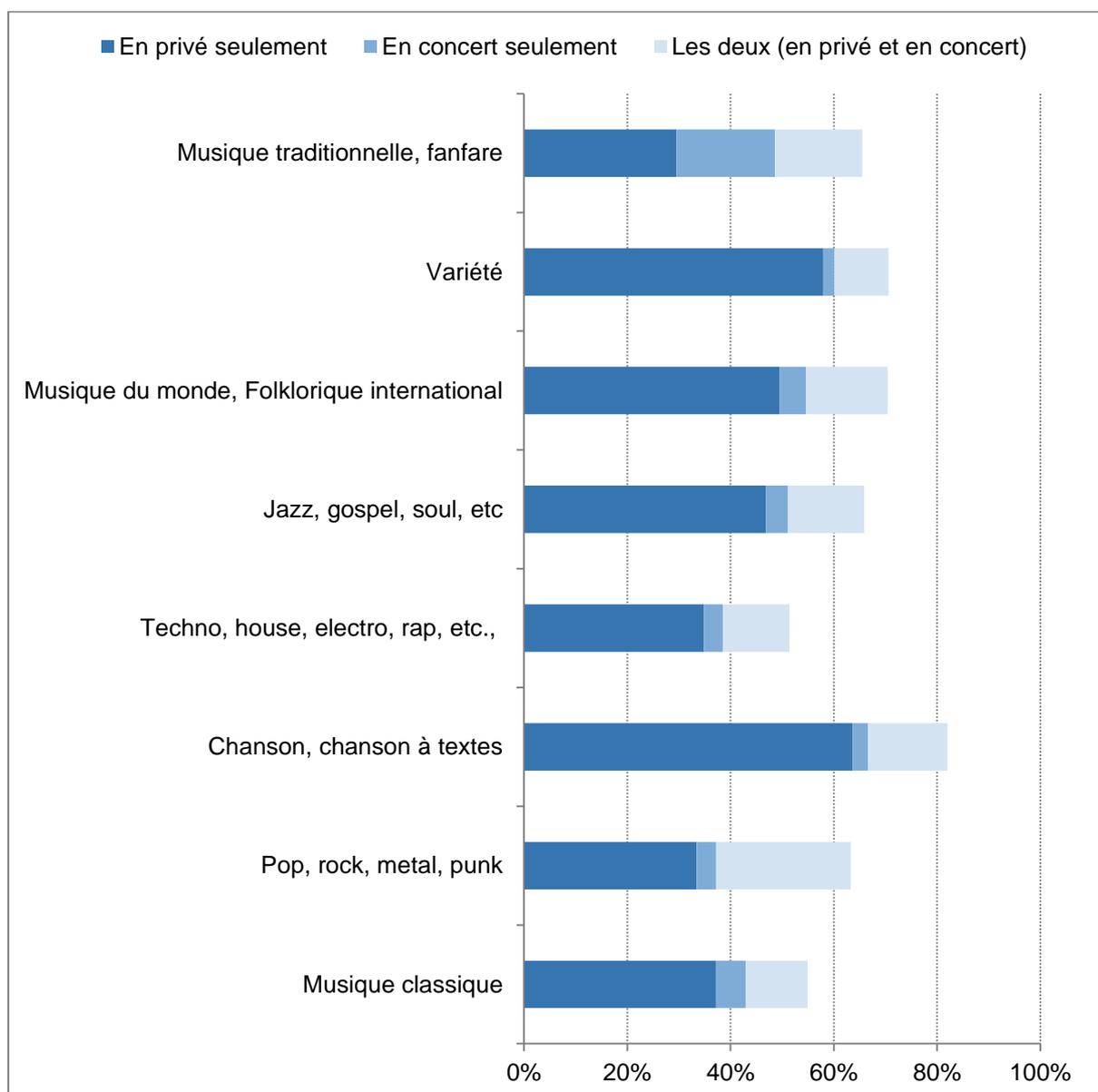
Comme on peut s'y attendre, quel que soit le genre musical choisi, l'écoute domestique dépasse très largement celle de la musique *live*. La majorité du public de chaque genre musical, à l'exception de celui de la « musique traditionnelle suisse ou fanfare », écoute en fait la musique en question exclusivement à domicile. Ce cas de figure concerne 45% des amatrices et amateurs de musique traditionnelle, contre 53% (pour la pop et le rock) à 82% (pour la variété) pour le public des autres genres.

Une minorité de personnes (15% à 25% des adeptes de chaque genre) écoute sa musique préférée aussi bien à la maison qu'en concert. Une petite minorité de personnes (4% à 10% des adeptes de chaque genre) déclare n'écouter de la musique qu'en concert. Deux genres musicaux s'écartent de ce schéma en accordant une part plus importante au *live* : la musique traditionnelle et de fanfare (29% de ses amatrices et amateurs ne l'écoutent qu'en concert, 26% aussi bien en concert qu'à la maison), ainsi que les musiques électriques (« pop, rock, hard rock, metal ou punk »), pour lesquelles le 6% des adeptes ne l'écoute qu'en concert et le 41% cumule l'écoute domestique et *live*.

Dans la répartition de l'écoute musicale entre le *live* et la maison, le Valais se distingue quelque peu de l'ensemble de la Suisse dans le domaine de la musique classique, des musiques électriques et des fanfares. **Pour le classique, le taux de personnes qui l'écoutent en concert est moins élevé en Valais** (32% des adeptes contre 43% en Suisse). **Pour les musiques électriques et surtout pour les musiques traditionnelles et fanfares, il est plus élevé en Valais que dans l'ensemble de la Suisse** (47% contre 39% pour les musiques électriques, 55% contre 38% pour les fanfares).

À la maison, la musique s'écoute majoritairement via la radio ou la télévision (92% de la population), loin devant les CD (74%), le streaming sur Internet (52%), les MP3 ou autres fichiers numériques stockés dans des appareils fixes ou mobiles (entre 37% et 49%). Il faut relever toutefois que le changement technologique et les transformations des habitudes sont extrêmement rapides dans ce domaine, et que la situation a certainement évolué par rapport à l'année de référence 2014. Quoi qu'il en soit, les pourcentages sont quasiment identiques pour l'ensemble de la Suisse.

### Ecoute de musique, modalités et fréquences par genre (en % de la population) – Valais



On ne constate pas de différence dans l'usage des supports musicaux selon la région linguistique, ni selon le genre. Le niveau de formation a en revanche une influence marquée et très linéaire : quel que soit le support considéré, le taux d'utilisateur-s augmente avec le niveau de formation.

Sans surprise, l'âge est un déterminant majeur du choix des supports avec lesquels on écoute de la musique. Pour les fichiers numériques, le taux le plus élevé s'observe chez les 15-24 et les 25-39 ans (le *streaming* vient en tête parmi les différentes modalités d'écoute numérique de ce groupe, il est pratiqué respectivement par 97% et 83% des Valaisan-ne-s appartenant à ces classes d'âge). Pour le CD, le pourcentage le plus élevé s'observe chez les 40-54 et les 55-64 ans (82% et 86%). Pour les vinyles et cassettes audio, le pic de la courbe se trouve chez les 65-74 et les 75 ans et plus (40% et 38%).

L'écoute de musique via la radio ou la télévision est moins sujette aux effets de l'âge. C'est la modalité d'écoute la plus répandue dans toutes les tranches d'âge en dehors des 15-24 ans, qui lui préfèrent le *streaming*. Son taux le plus élevé s'observe chez les 25-39 (97%) et se distribue de façon assez homogène chez les autres classes d'âges (entre 88% et 92%), sauf chez les 75 ans et plus, où il baisse à 78%. Il s'agit dans tous les cas du type de support le plus intergénérationnel.

**Ecoute musicale domestique selon les supports, par niveau de formation et par classe d'âge (en % de la population)**

|                                | Vinyles, cassettes | CD  | Streaming | Radio, TV | Baladeur MP3 | Tél. mobile | MP3 stockés dans ordinateur |
|--------------------------------|--------------------|-----|-----------|-----------|--------------|-------------|-----------------------------|
| <b>Formation Secondaire I</b>  | 23%                | 58% | 44%       | 85%       | 31%          | 35%         | 36%                         |
| <b>Formation Secondaire II</b> | 24%                | 77% | 50%       | 93%       | 35%          | 44%         | 48%                         |
| <b>Formation Tertiaire</b>     | 27%                | 81% | 62%       | 96%       | 44%          | 47%         | 60%                         |
| <b>15-24 ans</b>               | 18%                | 71% | 97%       | 92%       | 74%          | 95%         | 81%                         |
| <b>25-39 ans</b>               | 17%                | 74% | 83%       | 97%       | 60%          | 67%         | 77%                         |
| <b>40-54 ans</b>               | 22%                | 86% | 54%       | 94%       | 36%          | 40%         | 51%                         |
| <b>55-64 ans</b>               | 23%                | 82% | 26%       | 88%       | 16%          | 18%         | 28%                         |
| <b>65-74 ans</b>               | 38%                | 59% | 16%       | 92%       | 12%          | 13%         | 14%                         |
| <b>75 ans et plus</b>          | 40%                | 54% | 6%        | 78%       | 1%           | 12%         | 15%                         |

En quoi les goûts musicaux des Valaisan-ne-s se différencient-ils de ceux de leurs compatriotes ?

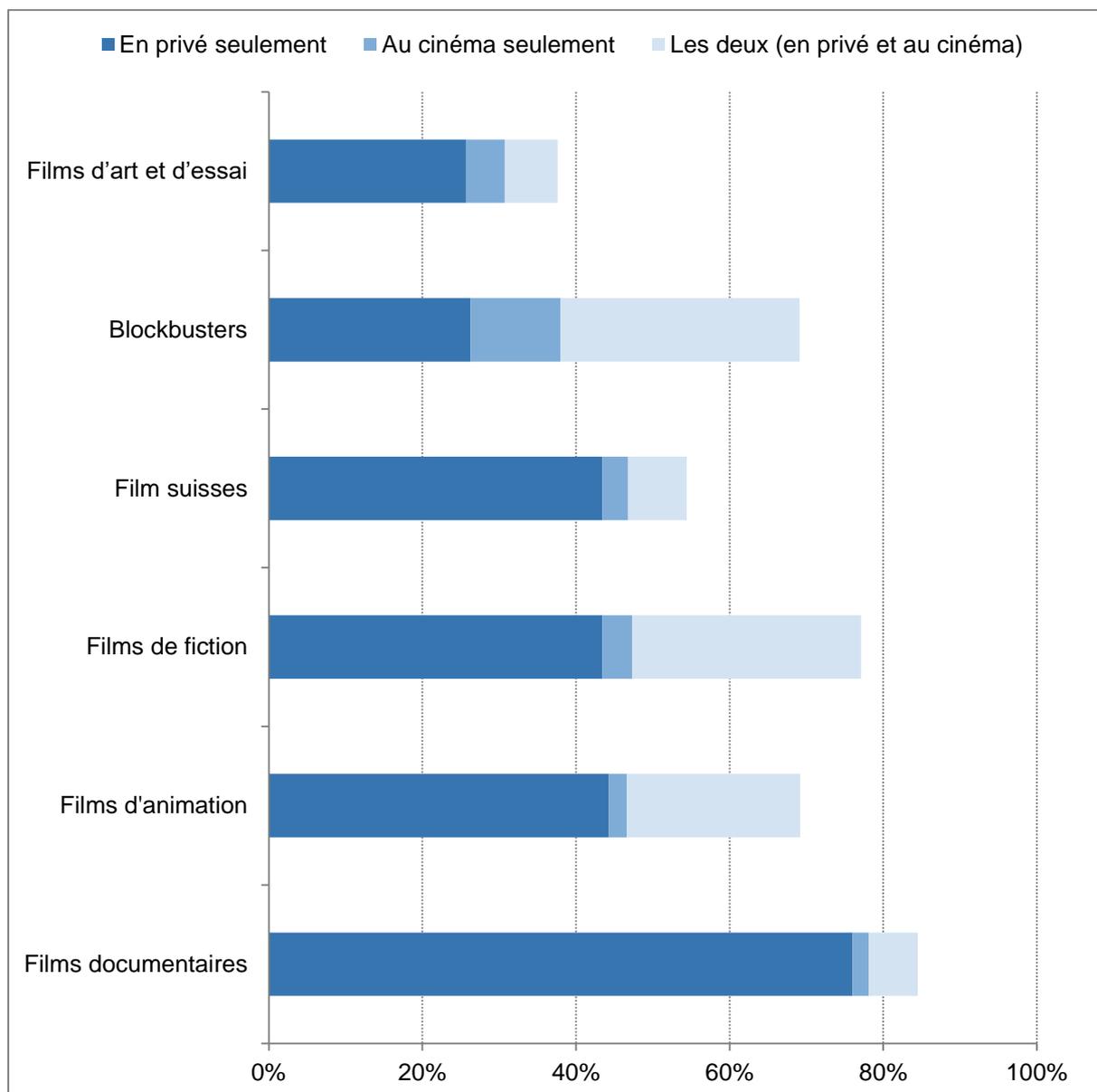
Le pourcentage est grosso modo identique pour l'écoute de la variété – plus précisément « musique légère, variété, comédies musicales, musique de film ou pour danser (tango, valse), musique pour enfants » –, qui regroupe 71% de la population en Valais et 72% en Suisse. Il est également presque identique pour les musiques du monde (70% partout), pour la catégorie « jazz, gospel, soul, RnB, funk, improvisation, dixie, blues, country ou folk » (66% et 68%), pour la musique classique (55% et 57%), ainsi que pour les musiques électroniques et urbaines, « dance, techno, house, musique électronique, rap, hip-hop ou ambient/lounge » (51% et 54%).

**Le Valais se distingue en revanche par un intérêt plus fortement marqué pour la catégorie « chanson française, italienne ou allemande (chanson à texte), chanson en dialecte suisse » (82% contre 74% en Suisse), qui est par ailleurs le genre le plus couru dans l'ensemble du pays. Il se distingue également par un penchant plus marqué pour la musique traditionnelle et de fanfare (65% contre 49% en Suisse), ainsi que par une affection moindre pour les musiques électriques (63% contre 70% en Suisse).**

À l'intérieur du canton, **la partie francophone se distingue par son attrait pour la chanson (86%, contre 66%)** alors que **la partie germanophone, dans une mesure moindre, préfère la variété (76% contre 69%).**

### 3.3.2. Films

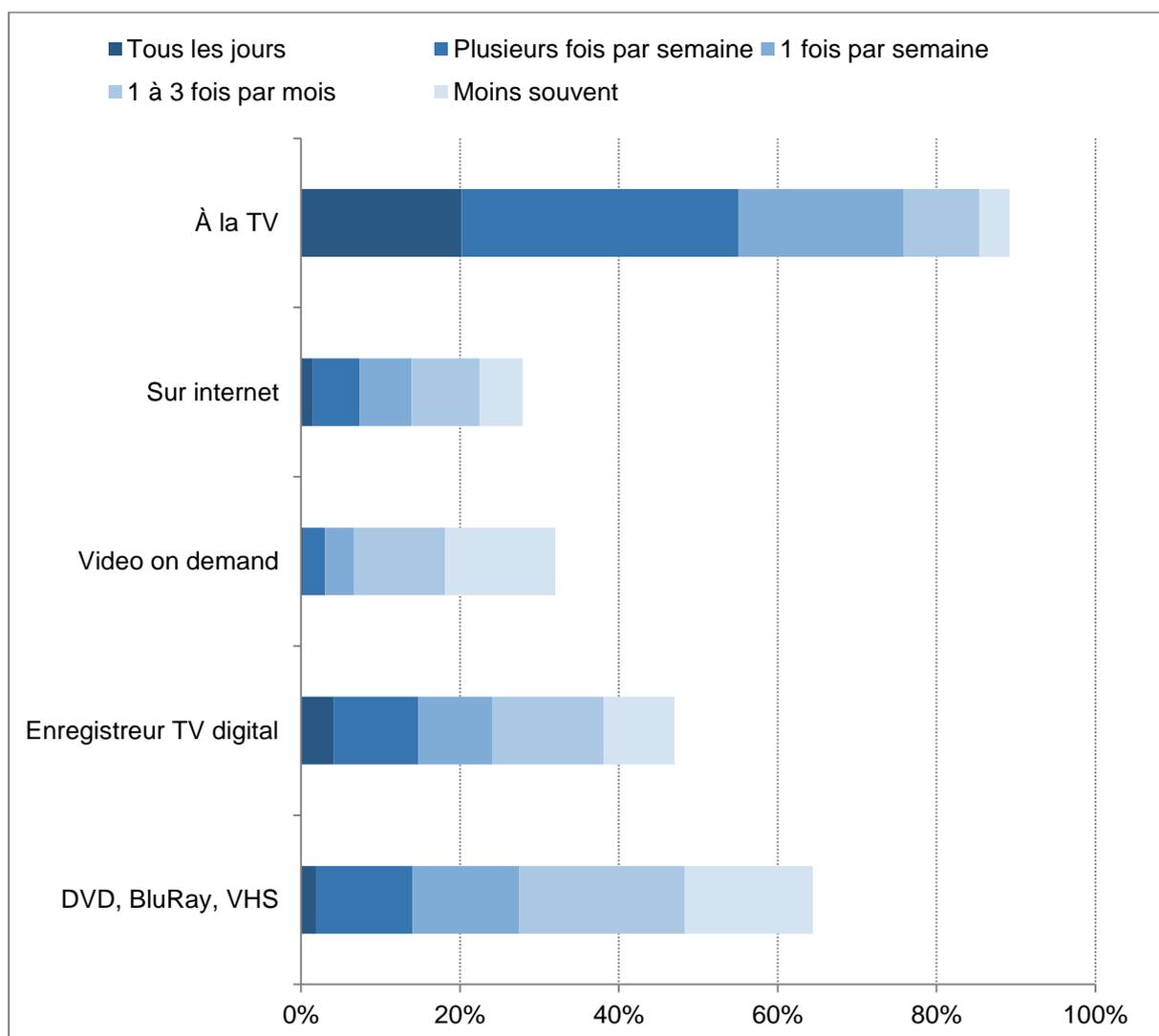
#### Visionnement des films, modalités et fréquences par genre (en % de la population) – Valais



Comme c'est le cas pour la musique, les films se consomment avant tout en privé. Les habitudes des spectatrices et des spectateurs varient toutefois en fonction du type de films. Pour les documentaires et les films suisses, le visionnement est quasi-exclusivement domestiques (90% et 80% du public concerné). À l'autre bout du spectre, les *blockbusters* (« films à gros budget et à grand succès commercial ») sont la catégorie qui fait sortir le plus (62% du public de ces films a été au moins une fois au cinéma dans l'année écoulée pour en voir un). Ces indicateurs collent de près aux tendances nationales.

À la maison, les films se regardent avant tout à la télévision (89% de la population concernée), qui vient loin devant les supports enregistrés (DVD, Blu-ray ou VHS, 64%), la vidéo *on demand* (32%) et le *streaming* ou le téléchargement sur Internet (28%). Ces chiffres sont très proches des moyennes nationales.

## Visionnement des films, modalités et fréquences par support (en % de la population) – Valais



On ne constate pas de différence sensible dans l'usage des supports selon la région linguistique. **Le genre a une influence sur les pratiques de téléchargement et de streaming** sur Internet, qui touchent 23% de la population féminine et 33% de la population masculine. **Le niveau de formation a une influence marquée et linéaire : quel que soit le support considéré, la fréquence de l'usage augmente avec le niveau de formation** ; l'écart le plus important s'observe dans le visionnement via Internet (de 20% pour le Secondaire I à 33% pour le niveau tertiaire), le plus faible dans la consommation de films via la télévision (de 84% à 92%).

L'influence de l'âge dans le mode de visionnement s'observe pour les supports enregistrés et pour Internet. Les DVD, Blu-ray etc. ont leur taux de diffusion le plus élevé chez les 15-24 ans (93% de la population de cette tranche d'âge les utilise), dont ils constituent le support préféré avec la télévision (90%) ; le pourcentage baisse ensuite rapidement au fil des classes d'âge ; à partir de 65 ans, il n'est plus que de 30%-35%. Le visionnement via Internet a également son taux le plus élevé chez les 15-24 ans (66%) et baisse ensuite considérablement (22% chez les 40-54 ans, 6% chez les 55-64 ans). Le visionnement de films à la télévision, support privilégié pour toutes les classes d'âge à l'exception des plus jeunes, tend, lui, à fédérer les générations, se distribuant entre 86% et 92%.

En quoi les goûts cinématographiques des Valaisan-ne-s se différencient-ils de ceux de leurs compatriotes ?

Les pourcentages sont très proches pour les documentaires (le genre le plus couru dans tout le pays, touchant 84% de la population valaisanne et 89% de la population suisse), les *blockbusters* (69% en Valais, 67% en Suisse) et les films d'animation (69% et 64%).

**Le Valais se distingue en revanche par un intérêt moins marqué pour la catégorie «films de fiction» (77% contre 90% dans l'ensemble du pays), pour les films suisses (54% contre 70%) et pour les films d'art et d'essai (37% contre 49%).**

### 3.3.3. Jeux vidéo, livres, bandes dessinées

Parmi les autres pratiques à domicile liées à l'économie créative, on notera les **jeux vidéo**. 56% de la population valaisanne y joue au moins une fois par année, 46% considère cette activité comme au moins mensuelle et 24% s'y adonne plusieurs fois par semaine. **Le Valais colle ici aux tendances helvétiques** (55% y joue au moins une fois par année), **même si la fréquence du canton est légèrement plus élevée** (seulement 41% des Suisse-sse-s y jouent plusieurs fois par semaine et 19% au moins une fois par mois).

À l'intérieur du Valais, les germanophones pratiquent le jeu vidéo davantage que les francophones (62% contre 55%), tandis que les hommes le font légèrement plus que les femmes (58% contre 54%), et les plus formé-e-s (niveau tertiaire et secondaire II) plus que les personnes ayant un niveau de formation secondaire I (58-59% contre 47%). Dans les agglomérations (centres urbains et communes suburbaines), on joue davantage que dans les communes hors-agglomération (60-63% contre 50-51%). Les 15 à 39 ans font grimper nettement les taux, avec 81% à 89% des personnes dans ces tranches d'âge pratiquant le jeu vidéo (et 47% de la tranche 15-24 ans qui y joue plusieurs fois par semaine).

La lecture apparaît également comme une activité d'importance majeure (on ne considère ici que celle qui a lieu dans le cadre des loisirs). La moyenne de livres lus par les Valaisan-ne-s s'élève à 9,7 pour l'année écoulée, contre 10,6 pour les Suisse-sse-s en général. 76% des Valaisan-ne-s ont lu au moins 1 livre dans l'année (contre 79% des Suisses) et 52% déclarent en avoir lu au moins 10 (contre 54% en Suisse). 15% des Valaisan-ne-s en ont lu 20 ou plus (16% en Suisse). **L'importance de la lecture à domicile en Valais semble ainsi être légèrement en-dessous de la moyenne nationale, alors même que le taux de personnes qui ont fréquenté au moins une fois dans l'année une bibliothèque pour les loisirs est légèrement plus élevé en Valais que dans l'ensemble du pays (41% contre 36%, voir graphiques du chapitre 3.1.).**

Si les hommes valaisans lisent en moyenne 7,7 livres par années, les femmes en consomment en moyenne 11,7. Il n'y a en revanche pas de différence notable entre les régions germanophone et francophone. La formation impacte passablement – mais de manière non-linéaire – la pratique de la lecture : 9,5 livres/an pour le secondaire I, 7,7 pour le secondaire II et 13,1 pour le tertiaire. L'âge est également un facteur important : de 7,2 livres en moyenne pour les 15-24 ans, on passe de manière presque linéaire à 12,7 pour les 75 et plus. Le lieu de vie n'a qu'un impact limité ; les chiffres sont légèrement plus élevés pour les centres d'agglomération, avec 11 livres annuels, contre environ 9 dans les autres milieux. On relèvera encore que la moyenne des livres lus sur des supports électroniques se monte à 1,2 en Valais (contre 1,4 en Suisse). Le papier garde donc une forte prédominance.

En moyenne, les Valaisan-ne-s ont consommé **3,5 bandes dessinées** dans l'année écoulée, contre 3,2 en moyenne en Suisse. Cependant, **33% des habitant-e-s du canton en consomment, ce qui est beaucoup plus qu'en Suisse, où seul 21% de la population dit en avoir lu au moins une au cours de l'année écoulée**. Le lectorat est sensiblement masculin (moyenne de 5,6 BD pour les hommes, contre 1,6 pour les femmes) et très clairement francophone (moyenne inférieure à 1 BD par année en région germanophone, contre 4,4 en région francophone). La tranche d'âge qui prédomine est celle des 40-54 ans (moyenne de 5,8 BD par année), suivi par les 55-64 ans (4,5) puis par les 15-24 ans (3,1). La consommation de BD suit également linéairement le niveau de formation (secondaire I à 1,2 de moyenne, secondaire II à 3,6 et tertiaire à 5,2). Les communes suburbaines semblent être les plus friandes en bandes dessinées avec une moyenne de 5,3 par an, suivies par les villes centres d'agglomération (3,1), tandis que les communes rurales tournent autour des 2,5 BD par an.

### 3.4. Activités artistiques amateurs

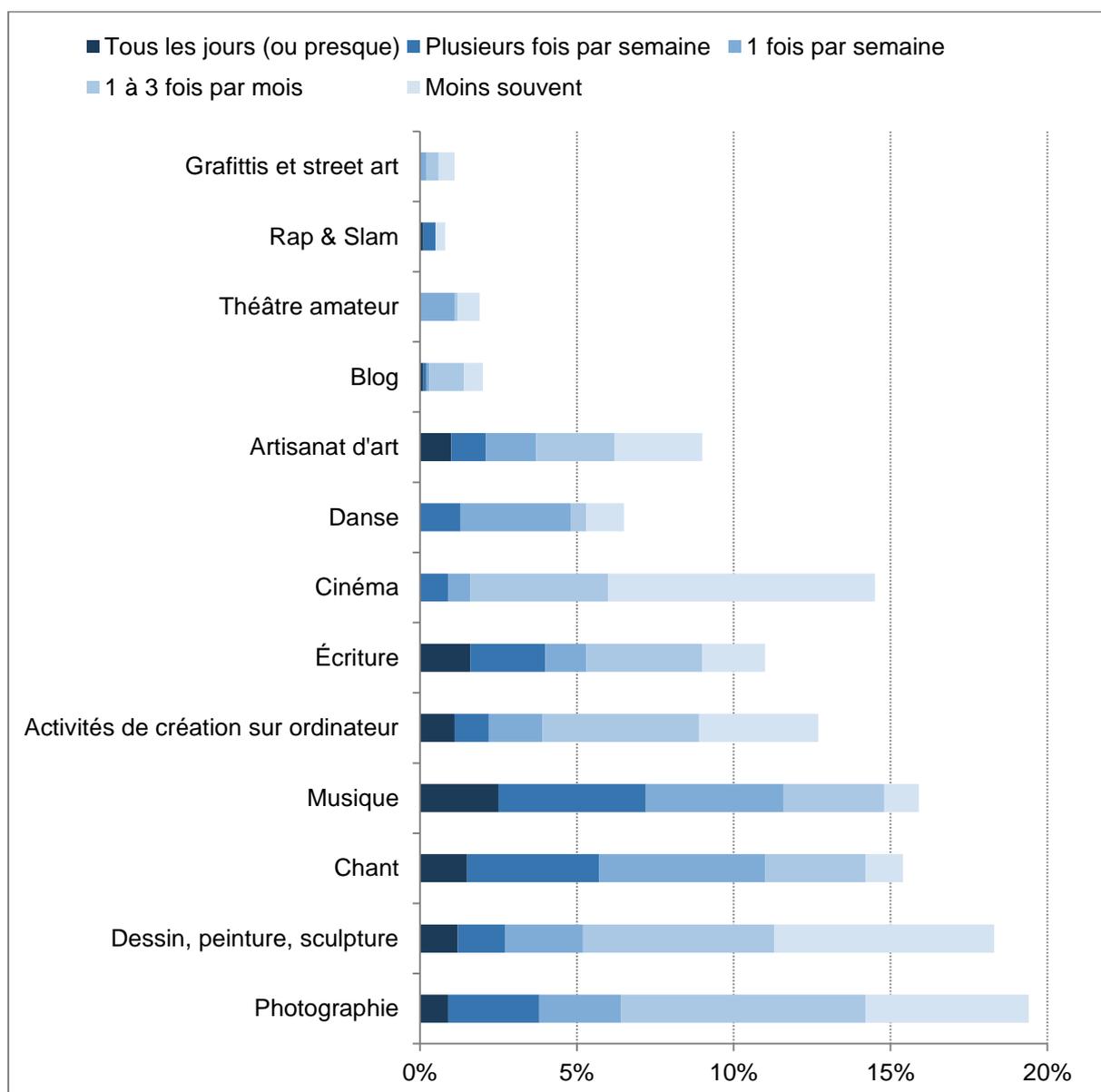
61% des Valaisan-ne-s ont pratiqué une activité artistique non professionnelle au moins une fois au cours des douze mois précédant l'enquête.

On peut classer ces pratiques en trois groupes selon leur popularité.

- Les activités les plus répandues (pratiquées par 10 à 20% de la population) sont la photographie (19%), les arts plastiques (dessin, peinture, sculpture : 18%), la musique instrumentale (16%), le chant (15%), le cinéma (14%), les activités de création sur ordinateur (13%) et l'écriture (11%).
- Le groupe médian (activités pratiquées par 5 à 10% de la population) comprend l'artisanat d'art (9%) et la danse (6%).
- Les activités les moins répandues (moins de 5% de la population) sont le théâtre amateur (2%), la tenue d'un blog (2%) et les formes artistiques relevant de la culture hip-hop (rap, slam, graffiti, street art : 1%).

Les activités artistiques non professionnelles des Valaisan-ne-s se distinguent très peu de celles de la population suisse dans son ensemble (où elles sont pratiquées par 64% de la population). Le classement des pratiques selon leur popularité est quasiment identique. **Le taux de chaque pratique en Valais est très légèrement inférieur aux valeurs nationales, sauf en ce qui concerne l'artisanat d'art (occurrence identique) et le cinéma amateur, pratique pour laquelle les valeurs valaisannes sont légèrement supérieures** aux valeurs suisses (15% contre 11%).

### Activités artistiques amateurs, fréquence par type d'activité (en % de la population) – Valais



#### 3.4.1. Spécificités linguistiques et par type de localité

Les activités artistiques amateurs sont légèrement plus répandues dans la partie francophone que dans la partie germanophone du canton (62% contre 55% de la population).

Si l'on observe l'occurrence de chaque activité, cet écart entre les régions linguistiques se retrouve concentré pour l'essentiel dans trois domaines : la photographie (21% dans la partie francophone, 12% dans la partie germanophone), les arts plastiques (21% contre 9%) et le cinéma (16% contre 10%).

Les différences par type de localité sont très marquées. Dans plusieurs domaines artistiques (photo, arts plastiques, chant, création à l'ordinateur, danse, théâtre) **le taux de praticien-ne-s non professionnel-le-s le plus important se trouve dans les villes-centres d'agglomérations. Le cinéma fait exception : le pourcentage de personnes qui le pratiquent est le plus élevé (18-19%) dans les communes rurales**, contre seulement 11-12% dans les agglomérations ; on retrouve donc ici, dans le domaine amateur, la relation assez atypique que le canton semble entretenir avec le cinéma. Comme signalé au chapitre 2.2.4., le marché valaisan du cinéma se distingue en effet au sein du pays par le poids élevé que représente la production de films, comparativement à leur diffusion.

### 3.4.2. Spécificités de genre

Les activités artistiques amateurs sont légèrement plus répandues chez les hommes que chez les femmes (63% de la population masculine, 58% de la population féminine).

La différence est peu marquée – ou ne l'est pas du tout – dans le domaine de la photo (17% des femmes, 21% des hommes), du chant (15% des femmes, 16% des hommes), du théâtre (2% pour tout le monde), du *blogging* (2%) et de la culture hip-hop (1%). D'autres activités sont en revanche fortement genrées. La pratique est plus élevée chez les femmes dans les arts plastiques (22% contre 12%), dans l'écriture (14% contre 8%), dans la danse (10% contre 3%) et dans l'artisanat d'art (10% contre 3%). Elle l'est davantage chez les hommes dans la musique (21% contre 11%), la création sur ordinateur (17% contre 8%) et le cinéma (20% contre 10%).

### 3.4.3. Spécificités par niveau de formation

**Le niveau de formation a une influence marquée** sur la fréquence des activités artistiques amateurs. Le pourcentage de la population qui s'est adonné à l'une de ces pratiques au moins une fois dans l'année écoulée est de 47% pour le niveau secondaire I, de 61% pour le niveau secondaire II et de 70% pour le niveau tertiaire.

Ces écarts se retrouvent dans tous les types d'activité, à l'exception du cinéma et de la danse, pour lesquelles les taux sont les mêmes, indépendamment du niveau de formation (14-15% pour le cinéma, 6-7% pour la danse). **Pour les pratiques liées à la culture hip-hop, la tendance générale semble s'inverser, avec des taux de participation plus importants dans la population ayant un niveau de formation moins élevé.**

### 3.4.4. Spécificités par âge

La fréquence globale des pratiques artistiques amateurs se maintient à des **niveaux grosso modo constants entre 15 et 64 ans** (entre 63% et 73% de la population). Elle **chute ensuite à partir de l'âge de la retraite** (46% pour les 65-74 ans, 39% pour les 75 ans et plus).

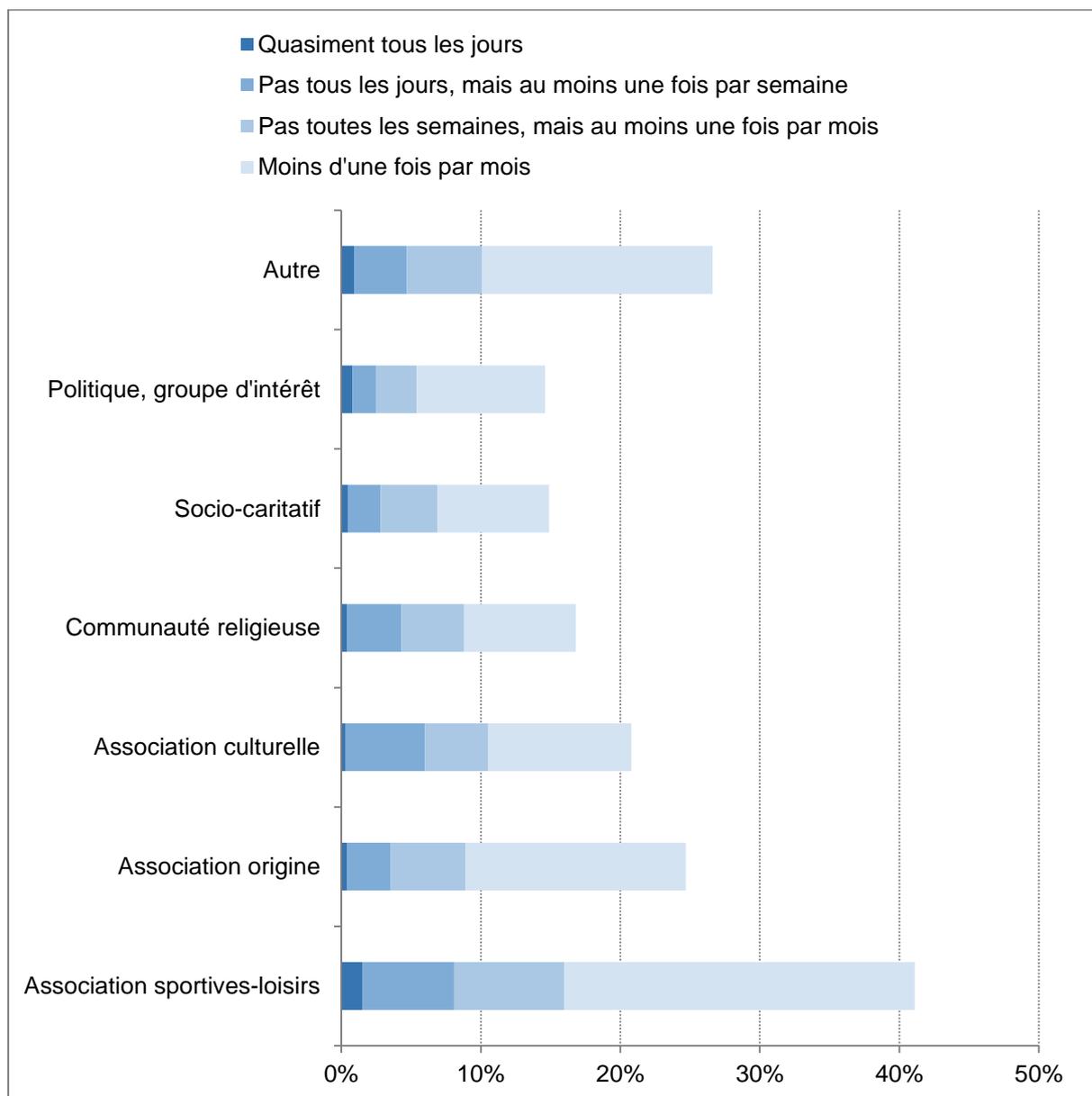
Pour la plupart des types de pratiques, le taux le plus élevé s'observe chez les plus jeunes, et il décroît ensuite au fil des classes d'âge : c'est notamment le cas pour la photo, les arts plastiques, le cinéma, la création sur ordinateur, la musique, le *blogging* et les disciplines hip-hop. Le chant et l'artisanat d'art se distinguent en enregistrant les taux de pratique le plus élevés dans la tranche des 55-64 ans. Les pratiques de l'écriture et de la danse évoluent, elles, de manière irrégulière au fil des classes d'âge.

## 3.5. Bénévolat

21% des Valaisan-ne-s pratiquent le bénévolat au sein d'une association culturelle (définie comme « un orchestre ou chœur, une association de théâtre, de cinéma ou qui organise des expositions »). Dans le classement des activités bénévoles effectuées au sein « d'associations ou organisations sans but lucratif », la catégorie culturelle vient en 4<sup>e</sup> position, après les « associations sportives ou de loisirs » (41% de la population valaisanne), les associations « liées à votre région ou pays d'origine » (25%) et les « autres types d'association ou d'organisation » (27%). Le bénévolat culturel est suivi dans ce classement par les « organisations, communautés religieuses ou groupes spirituels » (17%), les « associations socio-caritatives ou activités d'utilité publique (pompiers, samaritains, etc.) » (15%) et les « partis politiques, charges politiques ou publiques, associations de défense d'intérêts (professionnels, consommateurs, environnement, etc.) » (15% aussi).

Par rapport à l'ensemble du pays, **le Valais se distingue par un engagement légèrement plus élevé dans le bénévolat culturel (21% contre 17%), comme d'ailleurs dans le bénévolat en général.** L'écart le plus marqué s'observe dans les associations liées à une identité d'origine (25% en Valais, 20% en Suisse).

### Bénévolat, fréquence par type d'activité (en % de la population) – Valais



Le bénévolat culturel est plus répandu dans la partie germanophone que dans la partie francophone du canton (29% contre 19%). Il est plus fréquent chez les hommes que chez les femmes (25% contre 17%). Il augmente avec le niveau de formation (de 14% à 25%). Il se rencontre plus fréquemment chez les 15-24 ans (27%) et les 55-74 ans (23-24%) que dans les autres classes d'âge.

#### 3.6. En résumé: spécificités cantonales

Comparé-e-s à l'ensemble de la population suisse, les Valaisan-ne-s se distinguent sur le plan de leurs pratiques culturelles et festives par :

- un penchant plus marqué pour la fréquentation des festivals ;
- un engouement plus marqué pour les fêtes de village ou de quartier, et moins marqué pour les grandes fêtes urbaines ;
- une affection moindre pour les salles de cinémas ;
- des préférences cinématographiques accordant moins de place aux catégories « films de fiction », « films suisses » et « films d'art et d'essai » ;

- des préférences musicales privilégiant plus fortement la chanson, ainsi que la musique traditionnelle et de fanfare, et un intérêt moindre pour les musiques électriques ;
- une plus forte tendance à envisager la culture sous l'angle du divertissement ;
- des difficultés spatiales (distance excessive) considérées comme plus importantes pour l'accès à l'offre culturelle.

Ces éléments semblent évoquer une **image, quelque peu caricaturale, d'un canton particulièrement orienté vers la tradition et vers les aspects divertissants et festifs de la culture, si on le compare à la moyenne du pays**. Cette image paraît **contraster avec les conclusions de la partie 2, qui mettent en lumière le dynamisme marqué de l'économie créative valaisanne dans un éventail de secteurs très variés (beaux-arts, cinéma, radio-télévision, arts de la scène, équipement audiovisuel)**. Comment faut-il comprendre la tension qui semble se manifester entre ces tendances ? Deux hypothèses apparaissent, parmi lesquelles on ne saurait trancher ici. D'une part, il se pourrait que le dynamisme de l'économie créative valaisanne s'enracine dans un certain nombre de particularismes culturels du Valais résidant, entre autres, dans le lien avec la fête et les traditions. D'autre part, la tension entre les deux images pourrait suggérer **une transition, un mouvement en cours au sein du champ culturel** dans le canton. Les données sur l'économie créative étant objectives, enracinées dans la réalité du marché et concrétisées en chiffre d'affaires, alors que les données sur les pratiques culturelles ont été récoltées par l'intermédiaire d'un questionnaire, on pourrait imaginer, dans ce cas, que les pratiques effectives se modifient plus vite que les perceptions. Autrement dit, **la représentation que la population se fait de ses propres pratiques accuserait un temps de retard – un coup d'œil qui s'attarde dans le rétroviseur – par rapport au changement de ses pratiques réelles...**

Si l'on s'intéresse à la différence entre les régions linguistiques, on constate que :

- la partie francophone a un intérêt plus marqué pour les expositions (tous types confondus), les monuments et sites archéologiques, les festivals et les cinémas, ainsi que pour la chanson ;
- la partie germanophone a un intérêt plus marqué pour les concerts et le théâtre, ainsi que pour la musique de variété ; elle considère l'angle « divertissement » plus important que l'angle « apprentissage/découverte » ; elle est plus fortement affectée par le problème de la distance ; elle participe davantage aux grandes fêtes urbaines et aux sorties en discothèque ; elle pratique davantage le bénévolat culturel.

En ce qui concerne le milieu de résidence, **on observe tant un clivage ville/campagne que des différences selon le type de localité** où l'on réside :

- si l'on observe les différents types de **sorties culturelles**, on constate que **le pourcentage le plus faible** de personnes qui s'y sont rendues au moins une fois dans l'année se trouve en général **dans les communes rurales**. Mais pour le théâtre et la danse, les communes rurales présentent au contraire un taux de sorties plus élevé que les communes suburbaines, et ces dernières dépassent les centres d'agglomération en ce qui concerne la fréquentation des festivals (la catégorie « villes isolées » ne comptant que la commune de Zermatt, elle n'a pas été incluse dans ces comparaisons).
- si l'on considère les **indicateurs subjectifs**, **le type de localité le moins bien loti semble être la commune suburbaine**, avec à la fois le taux de satisfaction le plus faible et la mention la plus fréquente d'obstacles liés au temps, ainsi qu'à la distance.

Le niveau de formation est un déterminant majeur des différences dans les pratiques culturelles. De fait, **un niveau de formation inférieur semble être l'obstacle le plus important à la participation à toute forme de pratique culturelle, au domicile comme à l'extérieur**.

- quel que soit le type de pratique considéré, plus le niveau de formation est élevé, plus on consomme de la culture, plus on participe à des sorties festives, plus on exerce une activité artistique amateur (à l'exception des disciplines relevant de la culture hip-hop) et plus on pratique le bénévolat culturel ;
- les obstacles limitant l'accès à l'offre culturelle (temps, argent, distance) se cumulent, eux, pour les groupes ayant un niveau de formation inférieur ;
- le niveau de satisfaction, à l'inverse, décroît à mesure que le niveau de formation augmente.

Si l'on en vient enfin aux différences par âge, on observe que :

- **la jeunesse (surtout les 15-24 ans) se distingue par un penchant plus marqué pour presque toutes les formes** de sorties culturelles et festives, de consommation culturelle domestique, d'activités artistiques amateurs et de bénévolat culturel ;
- la même classe d'âge est celle qui se déclare la moins affectée par le manque de moyens et la distance, mais la plus affectée par le manque de temps ;
- les retraité-e-s (65 ans et plus) ressentent le problème inverse : l'obstacle n'est pas le temps, mais des distances excessives ;
- **les retraité-e-s sont la classe d'âge où le pourcentage ayant participé à une activité au moins une fois dans l'année est le plus faible** pour la plupart des catégories de sorties culturelles et festives, de consommation culturelle au domicile, d'activités artistiques amateurs et de bénévolat culturel.
- la classe d'âge des 75 ans et plus est celle qui évoque le plus fréquemment le désir d'aller plus souvent au musée, au théâtre, à des concerts classiques, à l'opéra ou à des spectacles de danse ; c'est aussi celle où l'angle « apprendre/découvrir » est le plus important.

La participation relativement faible des retraité-e-s, et surtout des 75 ans et plus, à la vie culturelle, telle qu'elle apparaît dans cette enquête, semble donc moins le résultat d'un désintérêt et d'un choix volontaire que d'un ensemble de facteurs qui entravent cette participation.

Ces fortes différences par âge pourraient être dues à un effet du cycle de vie qui tendrait à faire baisser la participation aux activités culturelles au fil du temps. Elles pourraient également s'expliquer par les changements sociétaux en cours, les jeunes générations adoptant des habitudes de participation culturelles nouvelles et quantitativement plus importantes, qu'elles garderont (peut-être) en vieillissant.

## 4. LE FINANCEMENT DE LA CULTURE

---

Comment se finance l'offre culturelle? Quel est le rôle des collectivités publiques, du sponsoring privé, des dépenses des ménages, de ce mode de financement en plein essor qu'est le financement participatif (*crowdfunding*)? Peut-on établir une relation entre les budgets publics et le poids des différents secteurs de l'économie créative? Ce chapitre présente les principaux chiffres rendant compte du financement de la culture en Valais, mettant en lumière leur évolution récente et leurs singularités par rapport aux valeurs moyennes du pays. Il évoque ensuite la question, aussi cruciale qu'évasive, des effets de levier et des mécanismes multiplicateurs qui amplifient l'impact économique des dépenses culturelles publiques.

### 4.1. Dépenses culturelles des collectivités publiques

En 2014 (dernière année pour laquelle ces chiffres sont disponibles), les collectivités publiques ont dépensé en Valais 112'384'731 francs pour la culture, soit 339 francs par habitant-e<sup>47</sup>.

Ce chiffre inclut les dépenses du Canton et des Communes du Valais, ainsi que les contributions de la Loterie romande (LoRo), qui représentent 14'733'000 francs en 2014, soit 13% du total<sup>48</sup>. Les contributions culturelles de la LoRo sont incluses dans les dépenses des collectivités publiques parce qu'il s'agit d'une société créée précisément par les Cantons romands pour en « destiner le bénéfice net à des institutions d'utilité publique – sociale, culturelle, de recherche ou sportive »<sup>49</sup>.

Ce chiffre inclut également les montants en provenance de la Confédération (par exemple via Pro Helvetia, qui a soutenu, entre 2013 et 2016, 137 projets déposés par un-e Valaisan-ne ou événements se déroulant en Valais, pour un montant total de 2,2 millions de francs<sup>50</sup>), le solde des transferts intercantonaux effectués dans le cadre de divers concordats<sup>51</sup> ainsi que le soutien aux écoles de musique, qui dans les autres cantons est en principe intégré à la statistique financière de l'éducation.

Au niveau suisse, les dépenses culturelles des Cantons et de leurs Communes (incluant également les loteries et les transferts fédéraux) représentent, en 2014, 315 francs par habitant-e. **Le Valais est donc légèrement au-dessus de la moyenne des cantons suisses en ce qui concerne les dépenses culturelles publiques par habitant-e.**

---

<sup>47</sup> Les données de ce chapitre ont été fournies pour cette étude par l'Office fédérale de la statistique. Elles ont été produites sur la base de la statistique du financement de la culture, de la statistique financière (Administration fédérale des finances) et des données des loteries (Swisslos, Loterie romande).

<sup>48</sup> Le calcul est fait sur la base des montants attribués pendant l'année, pas des montants effectivement versés au cours de l'année.

<sup>49</sup> [www.loro.ch/fr/portrait](http://www.loro.ch/fr/portrait). L'inclusion des contributions des loteries dans les budgets culturels publics suit par ailleurs les lignes directrices des organisations et conventions internationales.

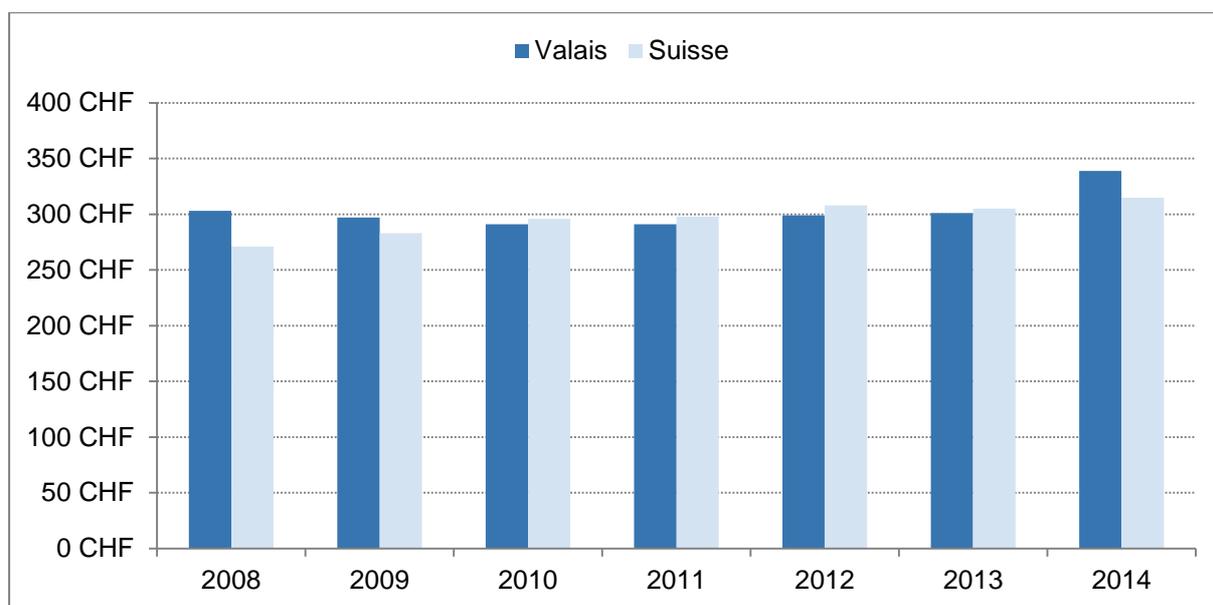
<sup>50</sup> Données communiquées par Pro Helvetia.

<sup>51</sup> En revanche, les transferts entre Canton et Communes et entre les Communes elles-mêmes ont été éliminés de ce montant.

**Dépenses culturelles des collectivités publiques en Valais et dans l'ensemble des cantons suisses en CHF, 2008-2014**

|               | Dépenses culturelles des Cantons (y compris loteries et transferts de la Confédération) et de leurs Communes | Population résidente au 31.12 | Dépenses culturelles par habitant-e |
|---------------|--|-------------------------------|-------------------------------------|
| <b>VALAIS</b> |  |                               |                                     |
| 2008          | 91'745'350   | 303'241                       | 303                                 |
| 2009          | 91'274'335   | 307'392                       | 297                                 |
| 2010          | 90'912'228   | 311'985                       | 291                                 |
| 2011          | 92'275'890   | 317'022                       | 291                                 |
| 2012          | 96'080'161   | 321'732                       | 299                                 |
| 2013          | 98'268'124   | 327'011                       | 301                                 |
| 2014          | 112'384'731  | 331'763                       | 339                                 |
| <b>SUISSE</b> |  |                               |                                     |
| 2008          | 2'085'753'319  | 7'701'856                     | 271                                 |
| 2009          | 2'204'731'906  | 7'785'806                     | 283                                 |
| 2010          | 2'333'080'949  | 7'870'134                     | 296                                 |
| 2011          | 2'368'504'829  | 7'954'662                     | 298                                 |
| 2012          | 2'479'250'843  | 8'039'060                     | 308                                 |
| 2013          | 2'481'079'226  | 8'139'631                     | 305                                 |
| 2014          | 2'594'180'448  | 8'237'666                     | 315                                 |

**Dépenses culturelles des collectivités publiques en Valais et moyenne dans les cantons suisses (montants annuels en francs par habitant-e-s), 2008-2014**



**Dépenses culturelles des collectivités publiques en Valais par domaine d'affectation (en millions de francs et en % du total)**

|      | Total culture | Musées et beaux-arts |     | Monuments et sites |     | Bibliothèques |     | Concerts et théâtre |     | Mass-médias |    | Divers |     |
|------|---------------|----------------------|-----|--------------------|-----|---------------|-----|---------------------|-----|-------------|----|--------|-----|
| 2008 | 92            | 9                    | 10% | 16                 | 17% | 15            | 16% | 21                  | 22% | 6           | 7% | 25     | 28% |
| 2009 | 91            | 7                    | 8%  | 21                 | 23% | 14            | 15% | 14                  | 16% | 5           | 6% | 30     | 33% |
| 2010 | 91            | 8                    | 8%  | 20                 | 22% | 14            | 15% | 15                  | 17% | 5           | 5% | 30     | 33% |
| 2011 | 92            | 10                   | 11% | 17                 | 18% | 15            | 17% | 15                  | 17% | 4           | 4% | 31     | 33% |
| 2012 | 96            | 10                   | 11% | 13                 | 13% | 18            | 19% | 17                  | 18% | 6           | 6% | 33     | 34% |
| 2013 | 98            | 10                   | 10% | 13                 | 13% | 24            | 24% | 20                  | 20% | 2           | 2% | 29     | 30% |
| 2014 | 112           | 9                    | 8%  | 14                 | 12% | 25            | 23% | 27                  | 24% | 5           | 5% | 32     | 28% |

La répartition de ce total entre les différents domaines culturels est assez malaisée à déterminer, en raison, d'une part, de l'hétérogénéité des modes de calculs du Canton et des Communes, liée à la marge d'autonomie des collectivités publiques dans le système fédéraliste suisse, et d'autre part de la diversité dans les définitions du domaine « culture », notamment au niveau des Communes.

On peut néanmoins signaler, à titre indicatif, que les bibliothèques représentent environ un quart de la somme totale, les concerts et le théâtre un autre quart, les monuments et sites un gros dixième, les

musées et les beaux-arts un petit dixième, les médias un vingtième, le quart restant se répartissant entre plusieurs projets et activités, ainsi qu'entre des dépenses culturelles dont l'attribution précise n'est pas clairement identifiée. Ce pourcentage très important de dépenses à la classification incertaine rend délicate l'analyse de ces données. On constate toutefois que **l'accroissement des dépenses culturelles au cours des dernières années est essentiellement dû à l'augmentation des budgets alloués aux domaines les plus importants de cette répartition, à savoir les bibliothèques, les concerts et le théâtre, alors que les dépenses liées au patrimoine (monuments et sites, fouilles et études archéologiques) ont tendance à baisser.**

Faute de données exploitables, on ne peut comparer cette répartition à celle qui est pratiquée dans d'autres cantons. On peut, tout au plus, comparer le poids respectif des domaines « Culture » et « Conservation du patrimoine » dans les différents cantons romands tel qu'il apparaît dans les soutiens accordés par la Loterie romande. Ces données demeurent approximatives, car d'autres projets soutenus par la LoRo, par exemple dans la catégorie « Jeunesse », sont également susceptibles de relever de la culture ; elles permettent néanmoins une comparaison entre les cantons. Les chiffres montrent ainsi que le Valais est le canton romand où la part des subventions de la Loterie romande dévolue au domaine Culture est la plus faible dans notre année de référence (38%, contre une moyenne romande de 46% en 2014), alors que la part dévolue au domaine Patrimoine est la plus élevée (18%, contre une moyenne romande de 11% en 2014, année qui représente un pic dans ce domaine). Cet écart a toutefois tendance à se résorber : la part dévolue à la culture tend à augmenter au cours des dernières années (de 37% en 2012 à 44% en 2015, année où la moyenne romande était de 47%), alors que la part dévolue au patrimoine tend globalement à se réduire (de 14% en 2012 à 12% en 2015, année où la moyenne romande était de 9%).

Comment les dépenses culturelles se répartissent-elles entre les différentes collectivités publiques ?

Pour 2014, les dépenses du Canton (incluant les montants de la Loterie romande, les transferts de la Confédération, ainsi que le solde des transferts intercantonaux et entre Canton et Communes) sont de 61'764'258 francs (55% du total des collectivités publiques)<sup>52</sup>. Les dépenses des Communes (sans les transferts entre Canton et Communes) sont de 50'620'473 francs (45% du total).

La même année, pour l'ensemble de la Suisse, les Cantons (incluant les loteries et les différents transferts mentionnés ci-dessus) ont pris en charge en moyenne 46% du total, les Communes 54%. **La situation valaisanne se différencie ainsi de la moyenne du pays par une part plus importante assumée par le Canton (55% contre 46%) et une part moindre assumée par les Communes (45% contre 54%).** Il faut manier cette comparaison avec une certaine prudence, en raison de la complexité des transferts en jeu et des différences dans les modes de calcul<sup>53</sup>. Cet écart par rapport à la moyenne suisse est néanmoins attendu, car le Valais ne compte pas de centres urbains prépondérants : le Canton est amené par conséquent à jouer un rôle moteur plus important qu'ailleurs.

Notons enfin que, conformément à notre définition du périmètre de l'économie créative, il faudrait idéalement pouvoir ajouter d'autres postes à ces montants pour avoir une réelle vision d'ensemble. Parmi ces dépenses, citons par exemple les commandes publiques aux bureaux d'architecture, ainsi que le soutien apporté à des start-ups dans le domaine des technologies de l'information et de la communication

---

<sup>52</sup> Les lignes budgétaires qui composent ce montant se trouvent réparties à plusieurs endroits dans la comptabilité du Canton : dans les comptes du Service de la culture avant tout, mais aussi dans d'autres budgets, tels que celui du Service des bâtiments, monuments et archéologie (SBMA).

<sup>53</sup> Un autre mode de calcul aboutit à la répartition moyenne suisse suivante : Communes 49%, Cantons 40%, Confédération 11%. Source : Office fédéral de la statistique (statistique du financement de la culture, ESPOP/STATPOP, comptes nationaux), Administration fédérale des finances (statistique financière), Secrétariat d'Etat à l'économie. C'est également cette clé de répartition que donne la publication *Statistique de poche 2016* de l'Office fédéral de la statistique (sur la base des données 2013). La différence est due au fait qu'on adopte dans ce cas l'optique du financement plutôt que celle des dépenses, retenue en général dans la présente étude. L'optique des dépenses s'intéresse aux montants dépensés par une collectivité publique, indépendamment de leur source (ici, par exemple, les dépenses du Canton incluent les subsides fédéraux). L'optique du financement consiste, elle, à prendre en considération les paiements chez la collectivité publique qui en est effectivement la source, et à les déduire des dépenses effectuées par la collectivité qui les reçoit (les subsides fédéraux seraient dans ce cas comptabilisés dans les dépenses de la Confédération, mais pas dans celles du Canton).

En revenant à l'optique de la dépense retenue dans cette partie et en comparant les clés de répartition valaisanne et suisse, on constate par ailleurs un décrochage à partir de 2009. En 2008, la répartition valaisanne est identique à la moyenne suisse (46% Canton, 54% Communes). À partir de 2009, la clé de répartition moyenne suisse demeure très proche de ces valeurs, alors que la répartition valaisanne inverse les proportions, en déplaçant la charge la plus importante du côté du Canton.

par la fondation The Ark, financée pour l'essentiel par l'Etat et les Communes du Valais, ainsi que par la Confédération et par la Loterie Romande<sup>54</sup>.

#### 4.1.1. Dépenses de formation dans les domaines culturels

Pour avoir une image plus complète des dépenses publiques qui alimentent l'économie créative, il faudrait ajouter aux chiffres évoqués ci-dessus les sommes que le Canton et les Communes allouent aux différentes formations dans les domaines de la culture.

Une partie de ces sommes est incluse dans les comptes du Service de la culture. Conformément à l'art. 12 de la loi sur la promotion de la culture, ce bilan comporte une ligne « Soutien aux formations culturelles », destinée à des écoles qui dispensent une « formation à finalité personnelle ou préprofessionnelle (...) en vue du développement de la pratique artistique personnelle ». Ces subventions (3,6 millions de francs en 2014, auxquels s'ajoutent 0,8 millions en provenance de la Loterie Romande) concernent quatre établissements : l'Allgemeine Musikschule Oberwallis (AMO), le Conservatoire Cantonal de Musique (CCM), l'Ecole de Jazz et de Musique (EJMA) et l'Ecole de Théâtre de Martigny<sup>55</sup>.

Les dépenses pour les hautes écoles relèvent, elles, pour l'essentiel du Service de la formation tertiaire jusqu'en 2014, puis du Service des hautes écoles (SHE) à partir de 2015, suite à l'entrée en vigueur de la loi fédérale sur l'aide aux hautes écoles (LEHE).

Les principales institutions valaisannes relevant du domaine des hautes écoles et situées dans le périmètre de l'économie créative sont l'Ecole cantonale d'art du Valais (ECAV), sise à Sierre, et le Site de Sion de la Haute Ecole de Musique Vaud-Valais-Fribourg (HEMU-Sion). Sur le versant de la recherche et développement, il conviendrait d'y ajouter l'Institut de recherche informatique ICARE à Sierre et l'Institut de recherche Idiap à Martigny, actif notamment « dans les domaines du management de l'information multimédia, des systèmes perceptifs et cognitifs, des médias sociaux »<sup>56</sup>.

Il faudrait également y ajouter les montants publics liés à la formation en architecture, secteur phare de l'économie créative. Les hautes écoles valaisannes ne dispensent pas cette formation, mais le Canton contribue à financer, via le système des HES, les études des futur-e-s architectes valaisan-n-e-s dans les autres cantons romands. Le principe du libre choix et la garantie de la libre circulation des étudiant-e-s dans le domaine des hautes écoles priment par rapport au pur calcul du retour sur investissement. D'après l'enquête réalisée auprès des diplômé-e-s valaisan-n-e-s de la volée 2012 pour le *Rapport cantonal sur les hautes écoles 2016 – Financement et impact*, seulement un-e diplômé-e sur deux travaille en Valais<sup>57</sup>...

L'identification d'un montant correspondant aux dépenses des collectivités publiques valaisannes pour les formations dans les domaines de l'économie créative n'est pas aisée. Pour l'année 2014, sur la base des comptes du Service de la formation tertiaire, on peut l'estimer, à titre indicatif, à quelque 10 millions de francs<sup>58</sup>.

---

<sup>54</sup> Selon le dernier rapport d'activité publié en 2015, le financement total de The Ark représente 7'548'842 CHF, dont 6'400'000 CHF en provenance des collectivités publiques et de la Loterie romande. Les sciences de l'informatique et de la communication sont l'un des champs d'activité de The Ark, à côté des sciences de la vie et du domaine Energie et environnement (The Ark, La Fondation pour l'innovation en Valais, *Rapport d'activités 2015*, p. 32).

<sup>55</sup> Canton du Valais, *Compte 2014. Compte administratif*, p. 119 ; Canton du Valais, Administration, Ecoles de musique et de théâtre, [www.vs.ch/web/culture/ecoles-de-musique-et-de-theatre](http://www.vs.ch/web/culture/ecoles-de-musique-et-de-theatre).

<sup>56</sup> [www.idiap.ch/fr/a-propos](http://www.idiap.ch/fr/a-propos)

<sup>57</sup> Canton du Valais, *Rapport cantonal sur les hautes écoles 2016 – Financement et impact*, p. 7.

<sup>58</sup> Domaine Design et Arts Visuels : 3'428'390 francs ; Domaine Musique et Arts de la scène : 941'930 francs, Contribution au site de Sion de la Haute école de musique : 326'790 francs, Contribution au canton de Vaud (Haute école de musique) : 965'760 francs. Domaine Ingénierie & architecture : 10'253'403 francs. Service du développement économique, Contrats de prestations et participations, Idiap : 400'000 francs. Source : Canton du Valais, *Compte 2014. Compte administratif*, p. 146. Le financement des Hautes écoles spécialisées fait l'objet de multiples transferts intercantonaux. Les montants ci-dessus représentent le solde net à la charge du Canton du Valais. Si l'on revient ici aux comptes du Canton, et donc à l'optique de la dépense plutôt qu'à celle du financement (cf. note 23), c'est parce que les données sur les Hautes écoles de l'Office fédéral de la statistique ne permettent pas de ventiler les sommes par canton.

#### 4.1.2. Effets de levier, études d'impact

Peut-on identifier des effets de levier, des mécanismes multiplicateurs qui amplifient l'impact économique des dépenses culturelles publiques ? Dans les études existantes sur l'économie de la culture, deux types d'approche ont été tentées pour aborder ce type de question.

##### 4.1.2.1. Effets de levier : l'exemple de la recherche et développement dans les HES

En parallèle à son rôle dans la formation, le domaine des hautes écoles déploie une activité importante dans le secteur de la recherche et développement. À la différence de la formation, financée pour l'essentiel par des dépenses publiques, la recherche et développement est largement tributaire d'autres sources. C'est ici que l'effet de levier se manifeste : « Une subvention cantonale limitée permet de soulever un volume bien plus conséquent provenant d'autres sources de financement », note le *Rapport cantonal sur les hautes écoles 2016 – Financement et impact*. Pour les instituts de recherche des HES valaisannes et pour les instituts universitaires établis dans le canton, le coefficient de multiplication entre le financement public (incluant les contributions des communes où siègent les hautes écoles) et les fonds tiers est supérieur à 6, selon le rapport. Chaque franc alloué par les collectivités publiques déclenche l'allocation de 5,4 francs en provenance d'autres fonds.

Pour les instituts de recherche des HES, cela correspond à un montant annuel total de 28,5 millions de francs, dont 4,4 financés par des subventions et 24,2 par d'autres sources. Pour les instituts universitaires, le montant total est de 38,5 millions, dont 6 financés par des subventions et 28,5 par d'autres sources (données de 2014). Malheureusement, « les subventions octroyées à la Haute école de musique Vaud Valais Fribourg site de Sion (HEMU) et à l'École cantonale d'art du Valais (ECAV) ne sont pas incluses dans la présente analyse », prévient le rapport. Cela ne signifie pas que les HES du secteur culturel n'ont pas de projets relevant de la recherche et développement. Dans le nouvel environnement défini par la loi fédérale de 2015 sur l'aide aux hautes écoles (LEHE), la culture fait partie des « axes stratégiques de recherche » que le Canton du Valais entend soutenir, au même titre que l'énergie, l'environnement, les technologies de l'information, les sciences du vivant, la santé, l'économie, le management, le tourisme, la pédagogie et les sciences sociales. Le rapport précise que la valorisation de la recherche et développement dans les domaines liés à la culture « se réalise principalement au travers de manifestations culturelles ».

L'ampleur de ces effets de levier, basés sur le ratio entre le financement public et les fonds tiers, varie considérablement en fonction du contexte. Le domaine de la recherche et développement se caractérise habituellement par une forte proportion de fonds privés. Son coefficient multiplicateur de 6 ne saurait donc *a priori* être généralisé.

On peut tenter, à titre purement indicatif et sans la moindre prétention scientifique, d'évaluer un coefficient multiplicateur pour les secteurs de la musique et des arts de la scène (qui figurent conjointement dans le tableau de la répartition par domaine du chapitre 4.1). En additionnant les 27 millions des activités « Concerts et théâtre » et les montants alloués aux formations dans ces domaines<sup>59</sup>, on obtient un total de 32 millions de francs, correspondant au financement public total des secteurs Musique et Arts de la scène. On pourrait dès lors comparer cette somme au chiffre d'affaires de ces mêmes secteurs : 85 millions pour la musique, 48 millions pour les arts de la scène, 133 millions en tout, soit un peu plus de 4 fois le montant des dépenses publiques dans ces secteurs. On aboutirait ainsi à un coefficient de 4. Autrement dit, 1 franc de soutien public correspondrait à 4 francs de chiffre d'affaires, dont 3 francs que les secteurs en question auraient levés ailleurs (fonds privés, dépenses du public...).

##### 4.1.2.2. Etudes d'impact : l'exemple du Verbier Festival

Une évaluation de l'impact du Verbier Festival sur l'économie de la commune de Bagnes et du canton a été menée en 2014<sup>60</sup>. L'impact économique de la manifestation a été observé dans 5 domaines : les

---

<sup>59</sup> Cf. note 57.

<sup>60</sup> *Evaluation de l'impact du Verbier Festival*, Préparé par McKinsey & Co pour le Verbier Festival, Mai 2014.

dépenses directes du Festival (logement, traiteur, infrastructures, impôts et taxes...) ; les salaires versés par le Festival ; les dépenses effectuées par le public et par le staff (logement, nourriture, transports) ; les répercussions sur l'immobilier (résident-e-s attirés par la manifestation, accroissement de la valeur de l'immobilier, recettes fiscales) ; et les effets indirects (investissements, emploi...). Le rapport conclut que le coefficient multiplicateur (ou le retour sur investissement) est de 10 : l'impact économique correspondrait à 10 fois les subsides publics accordés au Festival.

En dehors du Valais, dans une optique semblable (dont le cadre de référence est donné par les études de l'économiste français Yann Nicolas<sup>61</sup>), une équipe de la Haute école de gestion Arc a mené en 2014 une étude sur *L'économie de la culture dans la République et Canton du Jura*, interrogeant 50 entités du domaine culturel subventionné pour connaître leurs sources de financement et leurs dépenses. L'enquête met d'abord en lumière, sur le plan des fonds mobilisés, un effet de levier avec un coefficient de 2 : « Pour 1 franc de soutien public ou parapublic, 1 franc a été obtenu dans le privé. »

En ce qui concerne l'impact économique, l'étude aboutit à un coefficient multiplicateur sensiblement plus élevé : « Les sommes réinvesties directement dans l'économie cantonale par nos acteurs culturels sont nettement supérieures à l'investissement cantonal qui figure dans leurs comptes (entre 3 et 5 fois) ». Le coefficient multiplicateur paraît ainsi nettement inférieur à celui du Verbier Festival. Mais le rapport signale qu'il s'agit là d'un résultat partiel : « Pour obtenir l'impact véritable de ces organisations, les dépenses du public — très délicates à mesurer — doivent encore être ajoutées dans les secteurs de la restauration, de l'hôtellerie, du commerce de détail, des transports publics, etc. » Des études d'impact de cette nature, envisageables dans un cadre délimité dans le temps et dans l'espace comme un festival, se transposent en effet difficilement à l'échelle d'une branche économique et d'un canton.

On se contentera de relever, à titre indicatif et en guise de conclusion ouverte, que les fourchettes fournies par les exemples cités situent l'effet de levier entre des coefficients multiplicateurs de 4 et 6 sur le plan du financement, et l'impact économique entre des coefficients de 3 et 10. Autant de tentatives partielles de cerner une évidence globale : les dépenses culturelles publiques rapportent beaucoup plus qu'elles ne coûtent.

## **4.2. Financements privés (dons, sponsoring et financement participatif)**

### **4.2.1. Fondations et entreprises privées (dons et sponsoring)**

Un certain nombre de fondations et d'entreprises participent au subventionnement de la culture en Valais. Il s'agit là d'un domaine discret, peu transparent, pour lequel il est extrêmement difficile de récolter des données<sup>62</sup>. L'exemple du Pour-cent culturel Migros, qui alloue le 0,5% du chiffre d'affaires des magasins Migros à un fonds culturel et qui publie ses chiffres, fait figure d'exception<sup>63</sup>.

L'enquête sur le financement de la culture par les entreprises menées par l'OFS en 2001 est trop ancienne pour servir de référence (et ses résultats ne sont plus disponibles). Il n'existe donc pas de données actuelles à ce sujet, ni pour le Valais, ni au niveau national. Un moyen de contourner l'obstacle consisterait à interroger systématiquement les entités du domaine culturel pour connaître leurs sources de financement, quitte à « anonymiser » les soutiens privés.

---

<sup>61</sup> Yann Nicolas, *L'analyse d'impact économique de la culture*, Paris, Ministère de la Culture et de la Communication, 2006.

<sup>62</sup> On notera qu'il en va de même pour le mécénat (dons et soutiens financiers de particuliers) pour lequel aucun chiffre n'est disponible.

<sup>63</sup> En Valais, le Pour-cent culturel Migros correspond à un montant annuel moyen de 2,5 millions de francs. Le fonds est utilisé principalement pour réduire les prix des cours de l'Ecole-club Migros, afin d'en favoriser l'accessibilité : cette tranche représente en moyenne 2,0 millions de francs par an. Sur le demi-million restant, 200'000 francs sont alloués à des organisations culturelles pour l'ensemble de leurs activités, 80'000 francs sont versés sous la forme de soutiens ponctuels à des projets (31% musique, 29% soutiens sociaux, 22% arts de la scène, 15% divers soutiens culturels, 3% littérature, cinéma et arts plastiques), le solde couvrant les frais de fonctionnement du fonds lui-même. Source: Migros Pourcent Culturel Valais

#### 4.2.2. Crowdfunding

Le financement participatif (ou *crowdfunding*), soit la pratique consistant à lever des fonds pour un projet en s'adressant à l'ensemble de la population, le plus souvent via des plateformes dédiées sur Internet, est une source de financement mineure, mais son importance est croissante. À l'heure où ce rapport est rédigé, le phénomène semble entrer dans une phase de boum en Suisse, du moins en termes d'attention et de sympathie collective qui s'y rattachent.

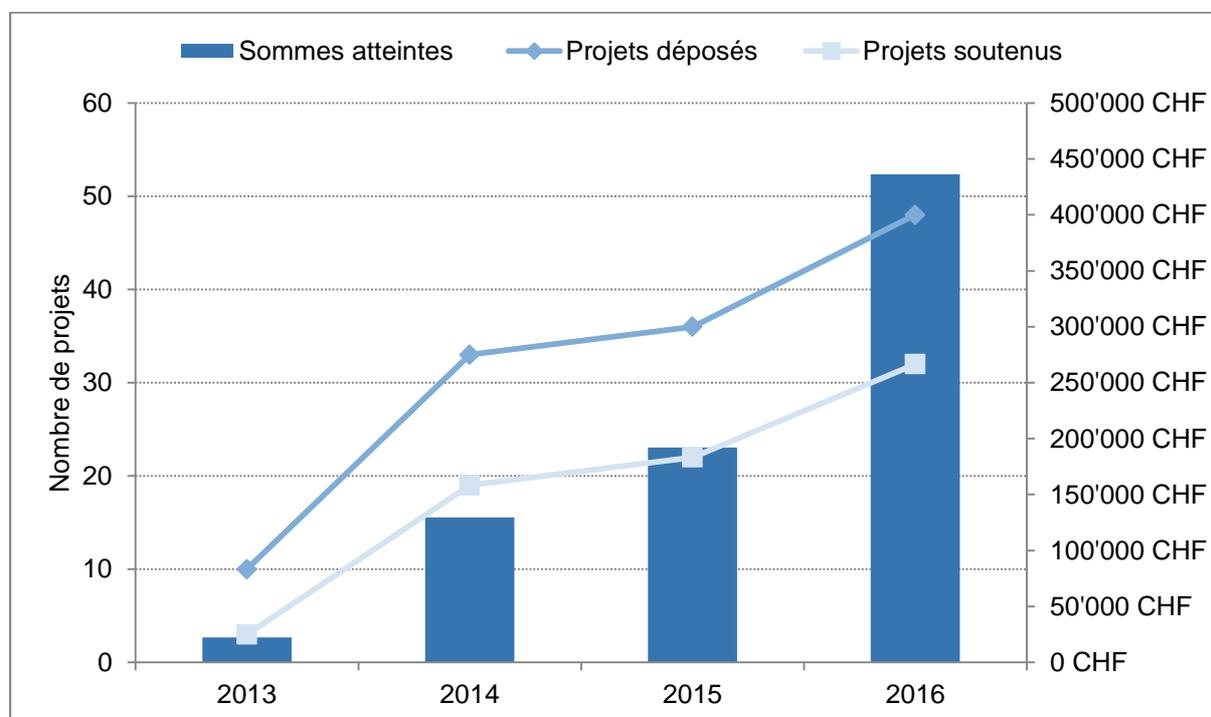
Les levées de fonds participatives en Valais ont lieu principalement à travers les plateformes suisses WeMakelt (la plus importante dans le pays) et 100-days. Sur WeMakelt, **le Valais est l'un des trois Cantons, avec Bâle-Ville et le Tessin, à avoir lancé une « chaîne », c'est-à-dire une rubrique sur le site Web regroupant tous les projets qui le concernent**<sup>64</sup>.

Sur 127 projets valaisans lancés entre 2013 et 2016 via ces deux plateformes, 90 (soit 71% du nombre total) relèvent directement de l'économie créative<sup>65</sup>.

Les sommes récoltées par ce biais en Valais pour des projets culturels sont globalement en forte progression. De 22'201 francs en 2013, elles montent à 99'739 francs en 2014, puis à un pic de 172'486 francs en 2015, pour baisser ensuite légèrement à 165'237 francs en 2016. Pour l'ensemble de la période, on observe une augmentation de 644% en 3 ans (ou une multiplication des sommes par 7.4).

Si les montants globaux mobilisés en Valais via ces deux plateformes sont en hausse constante dans la période de référence (de 22'201 francs en 2013 à 779'905 en 2016), on assiste donc à une légère baisse des sommes récoltées pour la culture entre 2015 et 2016. Le poids relatif des projets culturels par rapport à la somme totale récoltée pour l'ensemble des projets monte quant à lui de 70% en 2013 à 77% en 2014, en atteignant un pic de 83% en 2015, et en baissant ensuite à 58% en 2016. Cette réduction s'explique moins par le léger recul des montants levés pour des projets culturels que par la présence accrue d'autres types de projets sur les plateformes. Le domaine culturel aura ainsi joué un rôle de pionnier de ce moyen de financement, ouvrant la voie pour d'autres branches d'activité.

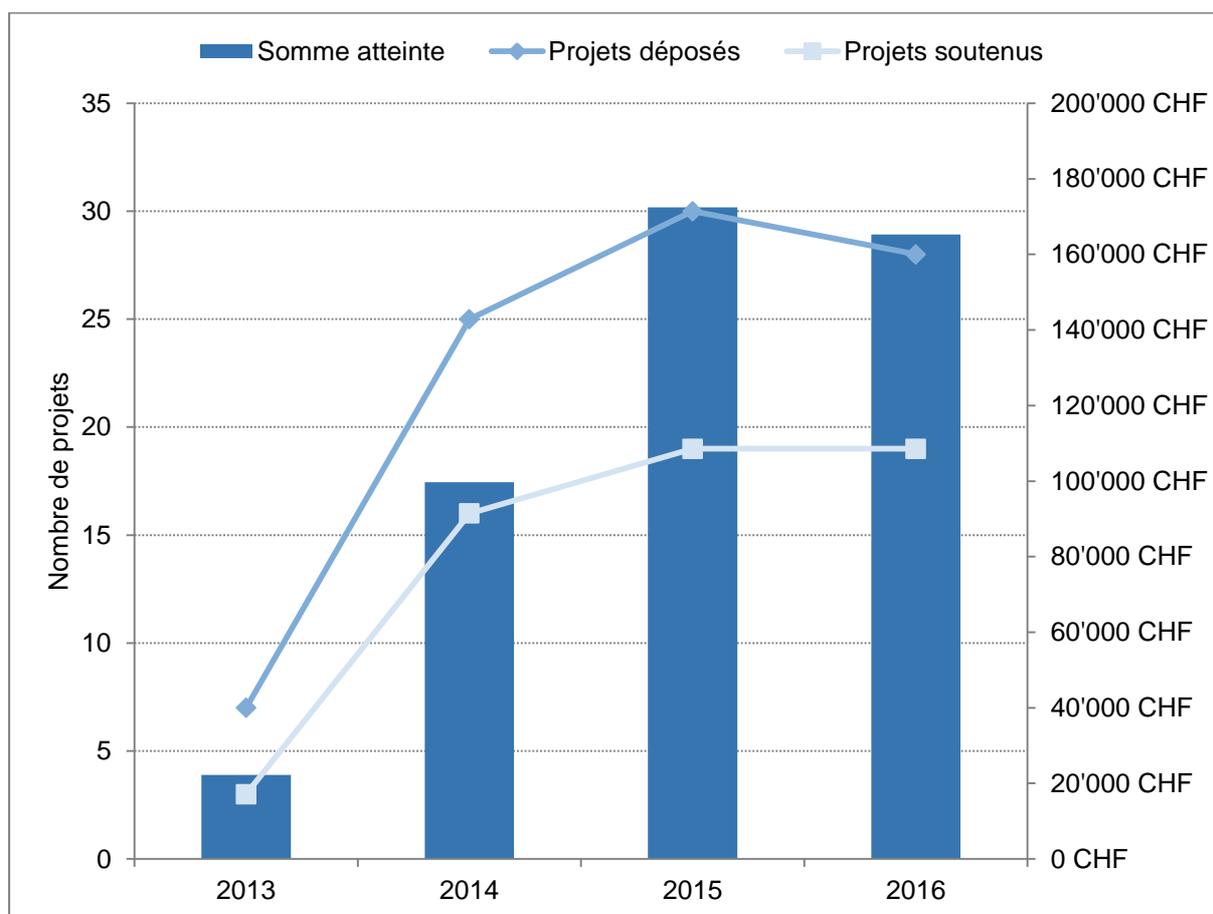
#### **Crowdfunding : évolution du nombre et de l'issue des projets valaisans, 2013-2016**



<sup>64</sup> Institut für Finanzdienstleistungen Zug (IFZ), *Crowdfunding dans le domaine culturel*, 2016 (étude réalisée sur mandat de Pro Helvetia et de l'Office fédéral de la culture).

<sup>65</sup> Données fournies par WeMakelt et 100-days.

### Crowdfunding : évolution du nombre et de l'issue des projets culturels valaisans, 2013-2016



Dans le même ordre d'idées, on observe sur WeMakelt que le pourcentage de levées de fonds ayant atteint leur objectif est systématiquement plus élevé pour des projets culturels que pour l'ensemble des projets, mais que cette différence tend à se réduire au fil des ans.

La comparaison avec l'ensemble de la Suisse n'est pas aisée, les chiffres de 2014 étant les seuls disponibles au niveau national. Le *crowdfunding* suisse destiné « à des projets de l'industrie culturelle et créative » était estimé pour cette année-là à 4-4,5 millions de francs (sur un total de 7,7 millions récoltés)<sup>66</sup>. Cela équivaut à environ 50 centimes par habitant-e, contre seulement 30 centimes en Valais<sup>67</sup>. **Cette faiblesse par rapport à la moyenne nationale en chiffre absolu cache le fait que la part du crowdfunding destinées à l'économie créative (par rapport à l'ensemble des projets faisant l'objet d'un financement participatif) semble être plus élevée en Valais (77%) que dans l'ensemble du pays (55%).**

#### 4.3. Dépenses culturelles des ménages

Enfin, les dépenses des ménages représentent une part importante – si ce n'est la plus importante – du financement de la culture.

On ne dispose pas de données valaisannes à ce sujet, l'échantillon étant trop limité. Le total suisse calculé par l'Office fédéral de la culture sur la base des données de l'Office fédéral de la statistique aboutit à une dépense culturelle cumulée des ménages suisses de 10,1 milliards pour 2013 (1241 francs par habitant-e en moyenne), soit 4 fois le montant alloué à la culture par les collectivités

<sup>66</sup> IFZ, *Crowdfunding dans le domaine culturel*, p.12.

<sup>67</sup> 331'763 habitant-e-s au 31.12.2013 (Office fédéral de la statistique, *Bilan de la population résidante permanente selon les cantons*).

publiques<sup>68</sup>. Si l'on applique cette moyenne par habitant-e au Valais<sup>69</sup> (ce qui ne saurait se faire qu'à titre indicatif), on obtient une somme d'environ 406 millions, soit 3.6 fois le total des dépenses culturelles publics.

Selon les données suisses, les dépenses mensuelles moyennes d'un ménage pour la culture se montent à 238 francs, soit 2,6% des dépenses globales, qui correspondent à 9'065 francs par ménage.

***Dépenses culturelles moyennes par mois des ménages suisses (en francs et en % du total)***

|  |            |             |
|--|------------|-------------|
| Contenus et services                         | 172        | 72%         |
| Contenus et services audiovisuels            | 60         | 25%         |
| Imprimés                                     | 49         | 21%         |
| Accès à internet                             | 19         | 8%          |
| Théâtre et concerts                          | 18         | 8%          |
| Cours de musique et de danse                 | 13         | 6%          |
| Musées, bibliothèques, etc.                  | 6          | 2%          |
| Autres services                              | 5          | 2%          |
| Contributions à des associations culturelles | 2          | 1%          |
| Matériel et biens                            | 66         | 28%         |
| Appareils de lecture et de réception         | 41         | 17%         |
| Biens destinés à une activité créatrice      | 18         | 7%          |
| Autres                                       | 7          | 3%          |
| <b>Total</b>                                 | <b>238</b> | <b>100%</b> |

<sup>68</sup> Source: Office fédéral de la statistique (enquête sur le budget des ménages EBM, statistique du financement de la culture).

<sup>69</sup> 327'011 habitant-e-s au 31.12.2013 (Office fédéral de la statistique, *Bilan de la population résidente permanente selon les cantons*).

#### 4.4. En résumé: spécificités cantonales

- Le Valais se situe légèrement au-dessus de la moyenne des cantons suisses en ce qui concerne les dépenses culturelles publiques, y compris le soutien aux écoles de musique (Canton, Loterie, Communes et Confédération) par habitant-e.
- La répartition de la charge entre le Canton et les Communes s'écarte de la moyenne suisse. En Valais, la part la plus importante est assumée par le Canton, alors que c'est l'inverse pour l'ensemble du pays. Le fait que le Valais ne compte pas de centres urbains prépondérants, et que l'administration cantonale est amenée dès lors à jouer un rôle moteur plus important qu'ailleurs, explique selon toute vraisemblance cet état de fait.
- En ce qui concerne les subventions de la Loterie Romande, la part dévolue en Valais au domaine Culture est inférieure à la moyenne romande, tandis que la part destinée au domaine Patrimoine est supérieure à cette moyenne. L'écart a toutefois tendance à se résorber progressivement.
- Le Valais s'est doté d'une visibilité particulière sur la principale plateforme suisse de *crowdfunding*, WeMakelt, en y créant une « chaîne » qui regroupe tous les projets qui le concernent. La somme par habitant-e levée en Valais grâce au financement participatif pour des projets culturels est inférieure à la moyenne suisse en chiffres absolus, mais la part de la culture sur le total du *crowdfunding* semble y être plus importante.
- En ce qui concerne les dépenses culturelles des ménages, l'absence de données disponibles pour les cantons empêche malheureusement de faire des comparaisons avec le reste du pays.

## 5. PERSPECTIVES

---

Comment aller plus loin ?

- Les entités de l'économie créative ont été observées ici au niveau macroéconomique. Compléter l'analyse au niveau microéconomique impliquerait de pouvoir examiner systématiquement leurs comptes, afin d'évaluer le poids respectif de leurs sources de financement et l'affectation de leurs dépenses. Cette approche a été tentée dans le cadre de cette étude, mais le faible taux de réponses obtenues et le caractère très hétérogène des données récoltées n'a pas permis de les exploiter. Il s'agirait là, sans doute, d'une recherche à part entière, semblable à celle réalisée – à une échelle, il est vrai, beaucoup plus petite – par l'équipe de la Haute école de gestion Arc qui a mené l'étude *L'économie de la culture dans la République et Canton du Jura* (2014), citée au chapitre 4.1.2.2. Une telle approche permettrait notamment de cerner les effets de levier des subventions publiques.
- Une démarche semblable pourrait être tentée au niveau de l'observation des pratiques culturelles. L'approche « macro » de l'Enquête sur la langue, la religion et la culture de l'OFS, qui interroge la fréquence avec laquelle certaines pratiques sont présentes dans la vie des populations, pourrait être complétée par une observation « micro », de type ethnographique, visant à comprendre comment les pratiques se construisent au jour le jour. Une telle approche devrait également s'intéresser à la manière dont les dynamiques de changement s'inscrivent dans les pratiques. Elle permettrait ainsi d'observer le devenir du champ culturel d'une façon complémentaire à celle des enquêtes statistiques, qui livrent, elles, une succession d'instantanés.
- L'identification des dépenses publiques dans les secteurs de l'économie créative est rendue délicate par les différences entre les définitions multiples du champ culturel et créatif au sein des diverses collectivités publiques. Ces différences sont particulièrement importantes en Suisse en raison du système fédéraliste. Aller plus loin impliquerait de redéployer l'observation à travers l'ensemble des comptabilités publiques, en s'intéressant notamment aux secteurs qui échappent au repérage traditionnel des dépenses culturelles (par exemples les commandes aux bureaux d'architecture), ainsi qu'aux montants alloués à toutes les filières de formations en lien avec les domaines créatifs.
- Il faudrait enfin veiller à renouveler régulièrement l'observation en mettant à jour l'outillage méthodologique et conceptuel. Les définitions, les approches et les sources de données concernant l'économie créative sont en effet en constante évolution.

## 6. CONCLUSION

---

Cette étude dresse le portrait, quelque peu cubiste par son croisement de perspectives, d'une branche économique dont le poids relatif se révèle en Valais plus faible que dans l'ensemble du pays, mais qui se distingue à la fois au sein de l'économie cantonale et de l'économie créative nationale par un dynamisme particulièrement marqué. L'économie créative valaisanne affiche en effet une croissance en termes d'emploi, de chiffre d'affaires et de valeur ajoutée plus importante que la moyenne, aussi bien si on la compare à l'ensemble de l'économie valaisanne qu'en comparaison avec l'économie créative suisse.

Les pratiques culturelles de la population valaisanne sont présentées ici telles qu'elles apparaissent dans la perception de la population elle-même. Le résultat semble conforter une certaine image du Valais tendanciellement plus traditionaliste que la moyenne du pays. On peut émettre l'hypothèse qu'il s'agit là, au moins en partie, de la représentation quelque peu figée d'une réalité plus mouvante.

Des inégalités, des difficultés et des frustrations apparaissent à travers les données subjectives sur l'accès à la culture. Les habitant-e-s des communes suburbaines semblent ainsi les moins bien loti-e-s, avec le taux de satisfaction le plus faible et la mention la plus fréquente d'obstacles dans l'accès à la culture. Les retraité-e-s semblent quelque peu en retrait dans la vie culturelle : une situation qui paraît être, au moins en partie, subie plutôt que choisie. Surtout, un faible niveau de formation constitue l'obstacle le plus important, le plus constant et le plus linéaire à toutes les formes de participation culturelle.

On remarque par ailleurs que la jeunesse se distingue comme le groupe d'âge ayant le penchant le plus marqué pour presque toutes les formes de sortie culturelle et festive, de consommation culturelle domestique, d'activité artistique amateur et de bénévolat culturel. On peut avancer l'hypothèse que ce facteur ne reflète pas seulement le changement des habitudes le long du cycle de vie, mais que la jeunesse fait figure ici de préceuseuse de pratiques nouvelles : elle serait l'un des vecteurs par lesquels la participation aux différentes formes de pratique culturelle s'intensifie dans l'ensemble de la population.

Au niveau des dépenses publiques par habitant-e consacrées à la culture, le Valais colle de près la moyenne suisse (le dépassant légèrement en 2014, dernière année pour laquelle les données sont disponibles).

Cette étude tente enfin d'apporter quelques éléments à la réflexion sur les répercussions économiques de la culture. La qualité de ce débat tend parfois à être menacée d'une part par des discours hostiles, qui fustigent la culture comme une forme de gaspillage, d'autre part par la tentation de donner un semblant de certitude chiffrée aux différentes hypothèses sur les coefficients multiplicateurs.

Les effets de levier des dépenses culturelles publiques sont chiffrables, à condition d'adopter une approche « micro » et de mener un travail d'observation systématique auprès des entités culturelles qui bénéficient de ces subsides. L'existence d'un impact démultiplié des manifestations culturelles sur l'ensemble de l'économie est indéniable, mais son évaluation chiffrée demeure, en l'état, assez ardue. Il faudrait donc lancer de nouvelles recherches, développer de nouveaux outils et de nouvelles mesures, concevoir de nouveaux modèles. Tout cela en prenant garde de ne pas tomber dans l'obsession des « métriques » qui ravage aujourd'hui certains secteurs de l'économie créative elle-même, et en tenant compte du fait que les répercussions économiques de la culture ne se réduisent pas à un décompte d'effets immédiats. Car *in fine*, l'impact de la culture est toujours systémique : il influence le cadre même dans lequel prend place la vie économique.

## REMERCIEMENTS

---

Les auteur-e-s de l'étude remercient Monsieur Roman Page de la Zürcher Hochschule der Künste Zürich et Monsieur Olivier Moeschler de l'Office fédéral de la statistique pour leurs conseils, renseignements et disponibilité. Ils remercient également Axel Roduit, du Service de la Culture du Canton du Valais, pour son soutien dans la récolte des données des collectivités publiques, ainsi que tous les responsables d'organisations, d'associations et d'entreprises culturelles au sens large du terme qui ont accepté de mettre leurs données à disposition pour cette étude.

## BIBLIOGRAPHIE

---

Cette bibliographie comprend les études citées ou utilisées comme cadre de référence. Elle n'inclut pas les sources primaires, citées dans les notes

*Creative Economy Report 2010*, Genève, CNUCED/UNCTAD, 2010

*Creative Economy Report 2013 Special Edition*, New York, UNESCO, 2013

Hasan Bakhshi, Alan Freeman et Peter Higgs, *A Dynamic Mapping of the UK's Creative Industries*, Londres, Nesta, 2013.

Hasan Bakhshi, Ian Hargreaves et Juan Mateos-Garcia, *A Manifesto for the Creative Economy*, Londres, Nesta, 2013

Institut für Finanzdienstleistungen Zug (IFZ), *Crowdfunding dans le domaine culturel*, 2016 (étude réalisée sur mandat de Pro Helvetia et de l'Office fédéral de la culture)

Peter Higgs, Stuart Cunningham et Hasan Bakhshi, *Beyond the Creative Industries: Mapping the Creative Economy in the United Kingdom*, Londres, Nesta, 2008

Etienne Mounir, *L'économie créative en Suisse. Une chance pour nos métropoles ? Regard sur l'Arc Lémanique Lausanne-Genève*, Travail de master, Executive Master in Arts Administration, Université de Zurich

Yann Nicolas, *L'analyse d'impact économique de la culture*, Paris, Ministère de la Culture et de la Communication, 2006.

José V. Ramirez et Joëlle Latina, *Le « poids » de l'économie créative et culturelle à Genève. Analyse quantitative des effets directs*, Genève, Haute école de gestion, 2017

Christoph Weckerle, Roman Page, Simon Grand, *Von der Kreativwirtschaft zu den Creative Economies. Kreativwirtschaftsbericht Schweiz 2016*, Zurich, Zürcher Hochschule der Künste Zürich, 2016.

## LES AUTEURS

---

### *Pierre-Alain Hug*

Titulaire d'un Master en sciences politiques à l'Université de Lausanne en 1999, Pierre-Alain Hug s'engage dans l'enseignement de la sociologie, de l'économie et des politiques sportives à l'Université de Lausanne et à l'Ecole polytechnique fédérale de Lausanne. Simultanément, il assume des activités de consultant indépendant en matière de politiques publiques, sportives, culturelles et urbaines, notamment auprès du Comité international olympique. Dès 2003, il se tourne vers la culture et dirige le Festival international de la bande dessinée de Sierre, puis crée et dirige le Festival de bande dessinée de Lausanne. Par la suite, il endosse plusieurs mandats dans le domaine culturel et rejoint le comité d'organisation du Festival de Jazz de Cully. Pierre-Alain Hug intègre en 2010 la Fondation suisse pour la culture Pro Helvetia et y assume la responsabilité des programmes d'échanges internationaux (France, Allemagne, Italie, Russie) ainsi que la coordination des Centres culturels suisses à l'étranger (Paris, Rome, Milan, New York et San Francisco). Fin 2014, il quitte Pro Helvetia et mène à bien des mandats liés aux politiques de la culture et de l'innovation, notamment dans leurs implications cantonales, nationales et internationales. En octobre 2017, il est engagé par le Département de l'instruction publique, de la culture et du sport de la République et Canton de Genève afin de mettre sur pied et diriger l'Office cantonal de la culture et du sport.

### *Sandy Clavien*

Titulaire d'une Licence en économie politique de l'école des HEC de l'Université de Lausanne en 2006, Sandy Clavien a travaillé tant dans le secteur privé que public durant plusieurs années. Tout au long de son parcours professionnel et personnel se mêlent finance, communication, événementiel et interculturalité. De 2008 à 2010 elle est notamment engagée en tant qu'analyste financière dans le domaine du *private equity* auprès d'une société de gestion vaudoise. Fin 2011, de retour sur sol helvétique après une mission humanitaire en tant que coordinatrice administration et finances en Haïti, elle saisit l'opportunité de se lancer en indépendante et démarre son activité de conseil en communication, relations publiques et événementiel début 2012. Ses mandats s'orientent rapidement vers le domaine culturel et plus particulièrement autour de la musique.

### *Christine Matthey*

Titulaire d'une Licence en histoire et d'un Master en études européennes de l'Université de Genève, Christine Matthey entre en 2009 à la Fondation suisse pour la culture Pro Helvetia. Collaboratrice des programmes d'impulsions, d'abord pour les relations entre culture et politique en Suisse puis sur la question des jeux vidéo entre art, culture et économie de marché, elle dirige ensuite le programme de la Fondation dédié à la diversité culturelle. Fin 2014, Christine Matthey quitte Pro Helvetia pour prendre la direction du Forum Helveticum, association qui s'engage pour la compréhension culturelle et linguistique en Suisse.

### *Aida Suljicic*

Détentrice d'un Master en sciences sociales (communication) de l'Université de Zurich, Aida Suljicic a collaboré comme responsable du fundraising auprès d'Amnesty International puis de Mira Film pour la création et distribution de documentaires cinématographiques. En 2010, elle rejoint la Fondation suisse pour la culture Pro Helvetia où elle collabore à divers projets. Ceux-ci ont pour objectif de créer de nouvelles impulsions dans différents domaines, de la politique culturelle à l'art vidéoludique en passant par la médiation culturelle. Elle dirige ensuite un programme d'échange international qui met en réseau les acteurs culturels suisse et étrangers. En 2015, elle quitte Pro Helvetia et rejoint SWISS FILMS, l'agence de promotion internationale du cinéma Suisse. Elle y dirige les programmes à l'étranger et opère comme consultante pour la distribution des films sur le marché international.

### *Nic Ulmi*

Historien économique et social de formation, Nic Ulmi a été animateur de radio à Lugano, coordinateur du centre culturel L'Usine à Genève, chercheur en histoire contemporaine dans une équipe interuniversitaire travaillant sur «La guerre d'Espagne et la Suisse», chroniqueur radio pour Couleur 3, musicien électro-pop avec le duo Gina & Tony. Depuis l'année 2000, il est journaliste pour la presse écrite (*Tribune de Genève, Edelweiss, Le Temps, Horizons...*) dans les domaines de la culture, de la société et des sciences.

### *Guillaume Fürst*

Psychologue de formation, Guillaume Fürst est titulaire d'un doctorat sur le thème de la créativité et est au bénéfice d'une formation approfondie en statistiques. Il a collaboré à divers projets de recherche portant notamment sur le marché de l'art, la créativité et l'adoption de la nouveauté, la conception de tests et d'instruments de mesure en psychologie, ou encore la diversité culturelle en Suisse. Parallèlement à ces activités de recherche, il a régulièrement enseigné les méthodes quantitatives. Depuis 2014, Guillaume Fürst travaille principalement à l'Université de Genève pour des recherches sur les relations entre la créativité, la personnalité et la diversité culturelle (le multilinguisme en particulier). Il enseigne également la méthodologie de la recherche et l'analyse de données à l'Université de Neuchâtel.

## Les Cahiers de l'Observatoire de la culture – Valais

1. Antille Benoît, *Arts visuels en Valais, un état des lieux*, Janvier 2014
2. Moroni Isabelle, *Parcours d'artistes, chemin d'épreuves...*, Janvier 2014
3. Moroni Isabelle, Bianco Gaëlle, *Les espaces de la participation culturelle*, Janvier 2016
4. Aeschlimann Iris, *Les publics de la culture en question, usages et réceptions au Théâtre les Halles – TLH*, September 2016

Le Valais du XXI<sup>e</sup> siècle apparaît comme une terre de culture, riche et mouvante, déployant un dynamisme marqué et marquant dans ce domaine, reliant le patrimoine, la modernité numérique et le tourisme alpin. Mais que signifie ce foisonnement? Que dit-il de la place de la culture dans l'économie du canton ? Comment évalue-t-on, au juste, cette place ? De nombreuses études tentent d'aborder et décrire le poids économique de la culture. L'enjeu est important en termes de gestion publique : même si les motivations de la politique culturelle sont avant tout idéales et sociétales, en révéler les retombées économiques apparaît à la fois comme une manière de mieux s'outiller en instruments de navigation et de mettre en valeur un champ dont on tend parfois à méconnaître les bénéfices et à ne voir que les coûts. Placée sous la direction de Pierre-Alain Hug, cette étude révèle les chiffres de l'« économie créative » valaisanne, les pratiques culturelles de la population, le financement de la culture, ainsi que l'impact des dépenses publiques en la matière. Une démarche globale pour prendre la mesure du poids de la culture dans l'économie valaisanne.