

Hlavná finančná inšpekcia

č.2013-M-067-02

Hlavná inšpekcia  
pre kultúrnych záležitostí

č.2013-40

**SPRÁVA**

**Prínos kultúry do ekonomiky vo Francúzsku**

Vypracovali

**JÉRÔME ITTY**  
Finančný inšpektor

**SERGE KANCEL**  
Hlavný inšpektor  
pre kultúrne záležitosti

**MORGANE WEILL**  
Finančný inšpektor

Dohľad  
**BRUNO DURIEUX**  
Hlavný finančný inšpektor

**DECEMBER 2013**

## OBSAH

<b>1. KULTÚRNE ODVETVIA PRISPIEVAJÚ K 3,2 PERCENTÁM NÁRODNÉHO BOHATSTVA A ZAMESTNÁVAJÚ 670 000 ĽUDÍ</b> .....	1
1.1. Konceptný a štatistický rámec inšpirovaný iniciatívami Unesco a Európskej únie ..	1
1.2. Pridaná hodnota kultúry vo výške 57,8 miliárd eur v roku 2011, ktorej podiel ale v štátnej pridanej hodnote klesá od roku 2005 .....	3
1.2.1 Pridaná hodnota kultúrnych podnikov: 57,8 miliárd eur v roku 2011 .....	3
1.2.2 Po raste v rokoch 1995 a 2005 časť kultúrnych činností v štátnej pridanej hodnote od tej doby pravidelne klesá .....	5
1.3. Širší vplyv kultúry na ekonomiku prostredníctvom medzispotreby a zamestnanosti 7	7
1.3.1 Kultúrna produkcia 129,8 miliárd eur a prínos kultúry do ekonomiky 104,5 miliárd eur v roku 2011 .....	7
1.3.2 Ak kultúrne podniky zamestnávajú 670 000 osôb v kultúrnych profesiách a nekultúrnych profesiách, kultúrne profesie (870 000 osôb) pokrývajú i nekultúrne podniky .....	9
1.4. Podpora štátu do ekonomiky kultúry, intenzita a spôsoby líšiace sa v závislosti na oblastiach .....	10
<b>2. KREATÍVNE OBLASTI VIDEOHIER, AUDIOVIZUÁLNA OBLASŤ, KINEMATOGRAFIA A MÓDA PREDSTAVUJÚ ŠTRUKTÚROVANIE PRIDANEJ HODNOTY, ALE RÔZNE VÝZVY NA MEDZINÁRODNEJ ÚROVNI</b> .....	12
2.1. Rôzny ekonomický význam, no štruktúrovanie podobného hodnotového reťazca .....	13
2.2. Rôzna intenzita a rôzne spôsoby verejných príspevkov, ale s konvergentnými cieľmi vo všetkých štyroch oblastiach .....	14
2.3. Konkurencieschopnosť v exporte a „rušivý“ charakter digitalizácie, štrukturálne výzvy pre všetky štyri oblasti .....	15
<b>3. ANALÝZA DOPADU KULTÚRNEJ IMPLEMENTÁCIE NA SOCIOEKONOMICKÚ DYNAMIKU ISTÉHO ÚZEMIA SMERUJE K POUKÁZANIU NA KLDNÚ SPOJITOSŤ MEDZI KULTÚROU A MIESTNYM ROZVOJOM</b> .....	17
3.1. Najnovšia iniciatíva pre formalizáciu metodológií analýz konjunkturálneho dopadu kultúrnych podujatí .....	17
3.2. Metodológia zameraná na analýzu štrukturálneho dopadu kultúrnej implementácie na miestny rozvoj .....	19
3.3. Výsledky určujúce prípustnú spojitosť medzi kultúrnou implementáciou a socioekonomickou dynamikou územia .....	20
<b>ZÁVER</b> .....	22

## Správa

### ÚVOD

Poverovacím listom, ktorý podpísal minister hospodárstva a financií a minister kultúry a komunikácie dňa 17.06.2013, boli hlavná inšpekcia pre kultúrne záležitosti a hlavná finančná inšpekcia poverené spoločnou úlohou týkajúcou sa ekonomických agregátov v kultúre. Konštatujú, že kultúrne štatistiky, ak sa v posledných rokoch obohatili, neumožňujú plne zmerať pozíciu kultúrneho sektora v ekonomike ani úplne a koherentne uchopiť ciele tejto oblasti, obaja ministri chceli, aby pracovný tím lepšie zmeral význam kultúry v ekonomike a určil rozhodujúce činitele umožňujúce plne využiť potenciál rastu kultúrneho a tvorivého priemyslu.

V rámci tejto úlohy sa práce zamerali na tri oblasti. V prvom rade si kládli za cieľ zmerať význam kultúry v ekonomike krajiny ako i intenzitu a spôsoby finančných príspevkov štátu a regionálnych spoločenstiev na ekonomiku jednotlivých oblastí kultúry (kapitola 1 správy). Ďalej podrobne analyzoval štruktúru a ekonomickú dynamiku, najmä na medzinárodnej úrovni, piatich kultúrnych oblastí: audiovizuálna oblasť, kinematografia, videohry, trh s umením a móda (kapitola 2 správy). Nakoniec bola v rámci úlohy zavedená metodológia, ktorej cieľom je zmerať dopad implementácie kultúrnych podujatí a zariadení na ekonomický rozvoj územia (kapitola 3 správy).

#### **1. Kultúrne odvetvia prispievajú k 3,2 percentám národného bohatstva a zamestnávajú 670 000 ľudí.**

Jedným z cieľov pracovného tímu bolo zmerať „ekonomický význam“ kultúry z pohľadu pridanej hodnoty, produkcie a zamestnanosti.

**Pracovný tím bol zrazu konfrontovaný s otázkou rozsahu oblasti, ktorý je nutné zohľadniť.** Okrem intuitívneho „hlavného jadra“ orientovaného na tovar a služby v kultúre sa zaujímal najmä o možnosť zahrnúť oblasti „rozšírenej“ tvorivosti (vrátane napríklad dekoratívneho umenia, luxusu, gastronómie) a zohľadniť všetky segmenty ekonomického reťazca tovarov a služieb v kultúre (vrátane napríklad výrobných priemyslov, prístrojov na čítanie, veľkodistribúcie...).

##### **1.1. Konceptný a štatistický rámec inšpirovaný iniciatívami Unesco a Európskej únie**

**Pracovný tím sa rozhodol, že sa bude opierať o údaje národného účtovníctva, ktoré vypracoval Štátny ústav štatistiky a ekonomického výskumu (Insee).** Tento zdroj údajov bol uprednostnený pred ostatnými zdrojmi z troch dôvodov: v prvom rade tieto údaje umožňujú získať informácie vyčíslené zo všetkých činností vykonaných vo Francúzsku, bez ohľadu na to, či tieto činnosti boli obchodného charakteru alebo nie (istú nezanedbateľnú časť kultúrnych činností vykonávajú správne orgány a predáva sa za cenu ekonomicky nie významnú); ďalej údaje národného účtovníctva prinášajú koherentné množstvo ukazovateľov (najmä o výrobe, pridanej hodnote a medzispotrebe), ktoré umožňujú analyzovať interakcie medzi jednotlivými ekonomickými činnosťami (najmä medzi začiatkom a koncom); nakoniec, tieto údaje sú k dispozícii za dlhé obdobie, čo umožňuje merať vývoj významu kultúry v HDP od roku 1995.

**Táto voľba si vyžadovala určiť v rámci štátneho hospodárstva činnosti považované za „kultúrne“.** V rámci štatistík, ktoré zverejnila Insee, jednotlivé ekonomické činnosti, ktoré realizovali podniky, orgány verejnej správy, združenia, atď. sa všeobecne určujú vzhľadom k položke francúzskej nomenklatúry činností (NAF). Na najpodrobnejšej úrovni má táto nomenklatúra 732 kódov<sup>1</sup>. Niektoré odvetvia ekonomiky sú jednoducho identifikovateľné položkami tejto nomenklatúry (napríklad automobilový priemysel alebo chemický priemysel), neplatí to však pre oblasť kultúry. V dôsledku toho, za predpokladu, že neexistuje špeciálna kategória pre kultúru, jednou z prvých úloh pracovného tímu bolo určiť v rámci týchto 732 kódov činností tie, ktoré sú schopné obsiahnuť činnosti kultúrneho druhu. Z tohto dôvodu sa inšpirovala štatistickými rámcami, ktoré vyvinuli Unesco a Európska únia.

### **Rámec 1: Konceptný a štatistický rámec ekonomiky kultúry Unesco a Európskej únie**

**V rámci Unesco (rámec pre kultúrne štatistiky, 2009) a Európskej únie (projekt ESSnet-Kultúra, 2011) boli vedené iniciatívy s cieľom napomáhať medzinárodnému porovnávaniu štatistických údajov týkajúcich sa ekonomiky kultúry.** Tieto práce viedli k výberu jednotlivých kultúrnych oblastí, mierne konvergentných, ale s niektorými špecifikami (napríklad oblasť „nehmotného kultúrneho dedičstva“ pre Unesco, ktorého zabezpečenie bolo predmetom hlavnej dohody v roku 2003). Iniciatíva vedená pracovnou skupinou ESSet-Kultúra viedla k tomu, že sa vyčlenilo hlavné jadro 29 z 732 činností európskej nomenklatúry (NACE Rev.2, 2008), ako jadro nepopierateľne kultúrneho druhu a ktoré cieľom je byť predmetom štatistického sledovania realizovaného v členských štátoch, z toho 22 činností „úplne kultúrnych“ a 7 iných, ktoré sú iba „principiálne“ kultúrne, no natoľko kultúrne, aby mohli byť úplne zahrnuté do rámca sledovania.

**Tieto práce boli predĺžené do Francúzska úsekom štúdií, prognostiky a štatistík (DEPS) ministerstva kultúry a komunikácie,** ktoré si osvojilo európsky postup integrujúc všetkých 22 kódov NACE „úplne kultúrnych“ a zahrňujúc medzi 7 kódov „principiálne“ kultúrnych reklamu a fotografiu, ale nie maloobchod v rámci predaja a prenájmu kultúrnych majetkov, ani preklad a tlmočenie. Na tomto základe DEPS zverejnila prvú ekonomickú syntézu v septembri 2013<sup>2</sup>, vyhodnotiac na 40 miliárd eur pridanú hodnotu kultúrnych odvetví zodpovedajúcu rámcu (teda 2,2% pridanej hodnoty zo všetkých odvetví) a 85 miliárd eur ich produkcie<sup>3</sup>.

**Metodológia vyvinutá pracovným tímom s cieľom zmerať „význam“ kultúry v štátnej ekonomike sa inšpiruje prácami DEPS,** tak pokiaľ ide o definíciu rámca vybraných činností ako i pokiaľ ide o metódu účtovania pridaných hodnôt a iných ekonomických agregátov

**Vyznačuje sa tým najmä z pohľadu rôznych štyroch metodologických a štruktúrnych výberov.**

<sup>1</sup>Pracovný tím založil svoju definíciu kultúrneho rámca vo vzťahu k nomenklatúre francúzskych činností (NAF) v platnosti od 1.1.2008. Na jej najdetailnejšej úrovni táto nomenklatúra obsahuje 732 položiek identifikovaných kódom s 5 znakmi (štyri čísla a jedno písmeno). Štyri prvé znaky tohto kódu zodpovedajú triede nomenklatúry činností európskeho spoločenstva (NACE). Piaty znak zodpovedá dodatočnému rozšíreniu tejto triedy na francúzskej úrovni, ktoré je vyjadrené písmenom (napríklad 2086Z). Vo francúzskej nomenklatúre činností sa činnosť označená kódom s piatimi znakmi nazýva „podtrieda“. Ak je označená kódom s dvomi číslami, nazýva sa „oddelenie“.

<sup>2</sup> Priamy ekonomický význam kultúry, Yves Jauneau, Kultúra-čísla č.2013-3, september 2013: <http://www.culturecommunication.gouv.fr/Politiques-ministerielles/Etudes-et-statistiques/L-actualite-du-DEPS/Le-poids-economique-direct-de-la-culture-CC-2013-3>

<sup>3</sup> Ako príklad kanadský rámec pre štatistiky kultúry (CCSC) viedol podobný postup vyhodnotiac na 33 miliárd kanadských dolárov ekonomický význam kultúrnych oblastí v roku 2001, teda 3,8% hrubého domáceho produktu v Kanade.

## Správa

**V prvom rade sa pracovný tím snažil zachytiť kultúrne činnosti v ich celistvosti**, pričom sem zahrnul aj kultúrne činnosti nachádzajúce sa medzi kódmi NAF, ktoré sa neskladajú iba z kultúrnych činností. Niektoré sú výlučne kultúrne (napríklad kód NAF 9102Z týkajúci sa riadenia múzeí), iné sú čiastočne zložené z kultúrnych činností (napríklad kód NAF 4711F týkajúci sa hypermarketov, ktorý okrem iného zahŕňa predaj kultúrnych produktov). V tomto zmysle sa v rámci úlohy muselo postupovať prostredníctvom úmerného rozdelenia pridaných hodnôt niektorých čiastočne kultúrnych kódov NAF<sup>4</sup>.

**V druhom rade si pracovný tím osvojil širšiu definíciu kultúrnych činností**, na jednej strane rozšírením oblasti činností špecificky kultúrnych<sup>5</sup>, no zahrnul sem i činnosti nepriamo kultúrne<sup>6</sup>, ktoré sami osebe nie sú kultúrne, ale ktorých činnosť je hlboko a nedeliteľne spojená s existenciou kultúrnych činností (napríklad oblasť stavebníctva špecializujúca sa na obnovovanie historických pamiatok). Pridanie činností špecificky kultúrnych a činností nepriamo kultúrnych zodpovedá rozsahu kultúrnych činností, ktoré boli v rámci úlohy vybrané.

**V treťom rade pracovný tím analyzoval „odvodené účinky“ kultúrnych činností**, to znamená časť aktivít vytvorených kultúrnymi činnosťami v rámci činností nekultúrneho charakteru: ide napríklad o spotrebu energie v audiovizuálnom priemysle<sup>7</sup>.

Kultúrne činnosti boli rozdelené do jedenástich ekonomicky koherentných oblastí, ktoré slúžia ako rámec v popisnej práci tejto správy: živé predstavenie, dedičstvo, vizuálne umenie, tlač, knihy, audiovizuálna oblasť, reklama, architektúra, kinematografia, obrazový a zvukový priemysel, prístup k vzdelaniu a ku kultúre. Za predpokladu, že kódy nomenklatury sú relatívne presné pre tieto jednotlivé činnosti, pracovný tím sa nestretol s väčšími ťažkosťami rámca pre týchto jedenásť kultúrnych oblastí.

### **1.2. Pridaná hodnota kultúry vo výške 57,8 miliárd eur v roku 2011, ale ktorej podiel v štátnej pridanej hodnote klesá od roku 2005**

#### **1.2.1 Pridaná hodnota kultúrnych podnikov: 57,8 miliárd eur v roku 2011**

**Pridaná hodnota kultúrnych činností vo Francúzsku dosahuje výšku 57,8 miliárd eur**, z toho 44,5 miliárd eur z činností špecificky kultúrnych a 13,3 miliárd eur z činností nepriamo kultúrnych. Táto suma, ktorá definuje „pridanú hodnotu kultúry vo Francúzsku“ predstavuje 3,2% sumy pridaných hodnôt francúzskej ekonomiky. Je to najpresnejšie hodnotenie toho, čo by sme mohli nazvať „kultúrny HDP“, ak tento termín nevyvolá niektoré metodologické výhrady definície.

<sup>4</sup> Z 136 kódov NAF, 58 bolo predmetom úmerného rozdelenia s cieľom určiť podiel kultúrnych činností v rámci odvetvia činností. Pre väčšinu kódov (41) sa toto rozdelenie opieralo o úsekové údaje získané od združení alebo na základe ich prác (napríklad pre stavebníctvo, papier alebo obchod). V prípade, že tieto údaje neboli k dispozícii (17 kódov), ich zovšeobecnenie bolo vykonané na základe analýzy definície a zloženia triedy tak, ako ju opisuje Insee.

<sup>5</sup> Okrem 29 kódov štatistického jadra, ktorý si zvolila DEPS, ďalších 20 dodatočných kódov bolo zahrnutých do tejto kategórie (maloobchod s kultúrnymi produktmi, hudobné nástroje, preklad a tlmočenie, atď.).

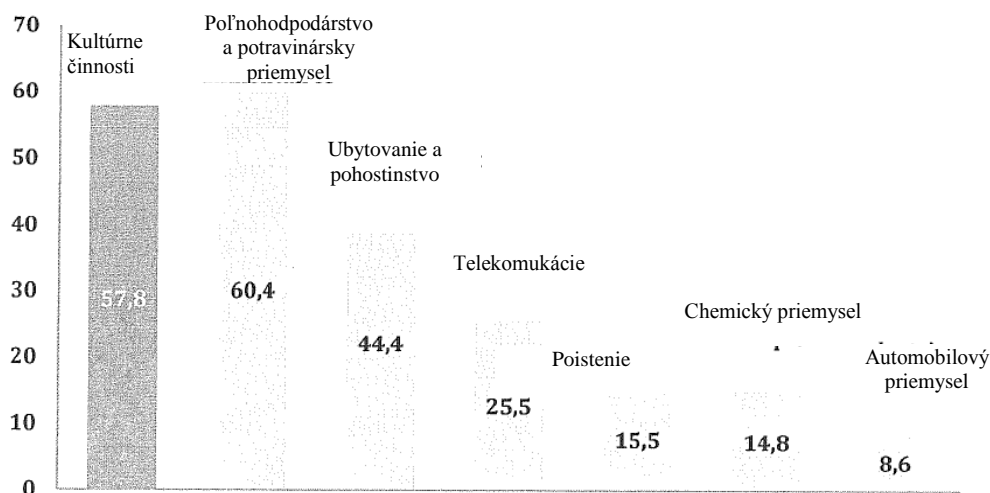
<sup>6</sup> 50 kódov bolo braných v úvahu z tohto titulu bez ohľadu na to, či sa týkajú začiatku produkcie (výroba, tlač, atď.) alebo konca produkcie (veľkoobchod, veľkodistribúcia, atď.).

<sup>7</sup> Činnosti odvodené od kultúry boli identifikované prostredníctvom „tabuľky stredných vstupov“ Insee (ktorá zúčtováva všetky vzájomné spotreby produktov medzi odvetviami), aplikujúc do nich tie isté úmerné rozdelenia ako i pre kultúrne činnosti a odpočítaním činností vyvolaných spotrebou medzi odvetviami (napríklad spotreba plnení podnikov z oblasti kinematografie inými podnikmi kinematografie). S cieľom nadmerne kaskádovito nerozširovať skúmanú oblasť kultúry sa pracovný tím rozhodol zohľadňovať iba činnosti odvodené „priamo“ kultúrnymi činnosťami popísanými vyššie.

## Správa

Pridaná hodnota kultúrnych činností je ekvivalentná v roku 2011 pridanej hodnote poľnohospodárstva a potravinárskych priemyslov (60,4 miliárd eur)<sup>8</sup>. Predstavuje sedemnásobok automobilového priemyslu (8,6 miliárd eur v roku 2011), štvornásobok chemického priemyslu (14,8 miliárd eur) alebo poistenia (15,5 miliárd eur) a viac ako dvojnásobok telekomunikácií (25,5 miliárd eur)<sup>9</sup>.

**Graf 1: Porovnanie pridanej hodnoty kultúrnych činností s pridanou hodnotou iných odvetví hospodárstva v roku 2011 (v miliárdach eur)**



Source : Mission.

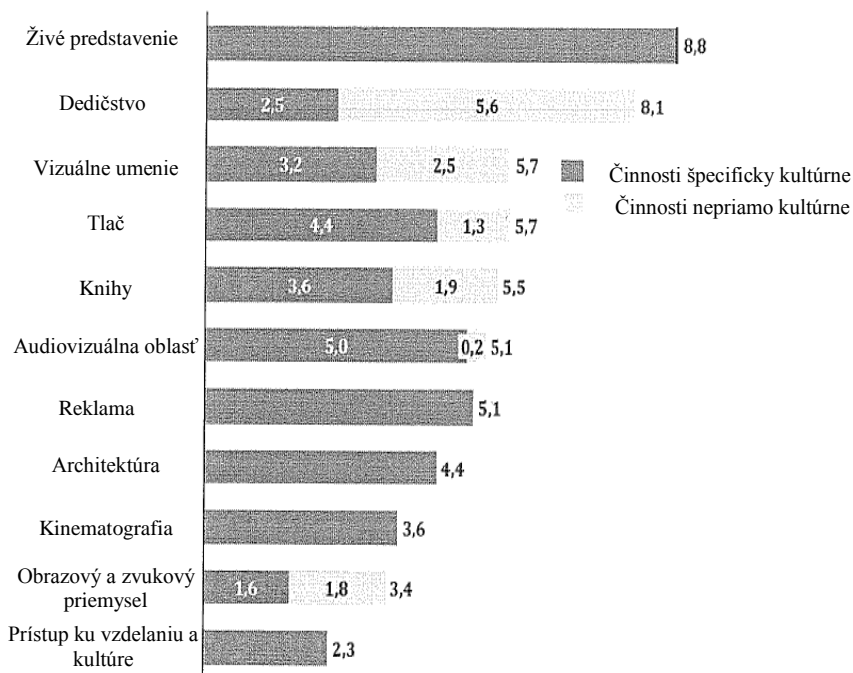
<sup>8</sup> Poľnohospodárstvo, lesné hospodárstvo a rybolov (34,2 miliárd eur) a potravinársky priemysel (26,2 miliárd eur).

<sup>9</sup> Pojem kultúrnych činností pokrýva činnosti špecificky kultúrne a činnosti nepriamo kultúrne. Iné skupiny pridanej hodnoty, s ktorými sa porovnáva, pokrývajú činnosti uvedené v nomenklatúre Insee ako patriace do jednotlivých identifikovaných odvetví. Žiadna z odvodených činností nie je zohľadnená a to ani pre kultúrne činnosti, ani pre iné predstavené odvetvia.

V rámci pridanej kultúrnej hodnoty (57,8 miliárd eur) je jedenásť oblastí rozdelených na tri skupiny.

Dve oblasti prispievajú na seba samým pre približne tretinu z celkového počtu: ide o živé prestavenie (8,8 miliárd eur pridanej hodnoty) a dedičstvo (múzeá a dedičstvo pamiatok: 8,1 miliárd eur), z toho podstatná časť (5,6 miliárd eur) pochádza z nepriamej činnosti spojenej najmä s oblasťou reštaurovania vybudovaného dedičstva.

Graf 2: Pridaná hodnota kultúrnych činností v roku 2011 (v miliardách eur)



Zdroj: Mission

Ďalej nasledujú štyri oblasti, ktoré majú spolu relatívne významný rozsah (3,4 až 5,7 miliárd eur pridanej hodnoty) a vzájomné závislé vzťah s nepriamymi činnosťami: vizuálne umenie, teda výtvarné umenie, dizajn a štýl, trh umenia a fotografie, táto posledná oblasť je závislá na výrobe, distribúcii a oprave materiálov; tlač a knihy, dve priemyselné oblasti závislé na nepriamych činnostiach spojených s ich procesom výroby (papier, tlač) a s ich distribúciou v špecializovanom alebo bežnom obchode. Pridaná hodnota oblasti obrazového a zvukového priemyslu, to znamená kultúrne priemyselné tovary (natočená hudba, video, videohry), ku ktorým sa pripájajú partitúry a hudobné nástroje, je štruktúrovaná porovnateľným spôsobom v menšej výške (3,4 miliardy eur).

Nakoniec, päť oblastí má vlastnosť nezahrňat' alebo zahrňat' málo nepriamych kultúrnych činností, inak povedané riešiť s vnútornou samostatnosťou podstatnú časť výrobného cyklu/ distribúciu navrhnutých kultúrnych služieb: audiovizuálna oblasť, kinematografia, reklama, architektúra a neobchodná oblasť prístupu k vzdelaniu a ku kultúre (knížnice a archívy, špecializované kultúrne vzdelávanie).

### 1.2.2 Po raste v rokoch 1995 a 2005, časť kultúrnych činností v štátnej pridanej hodnote od tej doby pravidelne klesá

Po pravidelnom zvyšovaní v rokoch 1995 až 2005 (z 3,3 na 3,5% sumy pridanej hodnoty) sa časť pridanej hodnoty znížila v množstve od roku 2005: prechádza z 3,5% sumy pridaných hodnôt na 3,2% sumy pridaných hodnôt v roku 2011.

**Rámec 2: Vývoj pridanej hodnoty pri bežných cenách a pri konštantných cenách (1995/2011)**

Meranie pridanej hodnoty sa v národnom účtovníctve vyjadruje v bežných cenách. Za účelom vypracovať historické porovnania je však nevyhnutné neutralizovať efekt vývoja cien s cieľom získať pridané hodnoty v rámci konštantných cien, to znamená „v objeme“. Vývoj cien bol viac či menej významný v závislosti na oblastiach v priebehu obdobia 1995/2011. A tak pre oblasti dedičstva (+63%), prístupu k vzdelaniu a ku kultúre (+71%), živého vystúpenia (+43%) a architektúry (+43%), bol tento vývoj mimoriadne podporený.

**Tabuľka 1 Vývoj cien pridanej hodnoty v rokoch 1995 až 2011 po oblastiach**

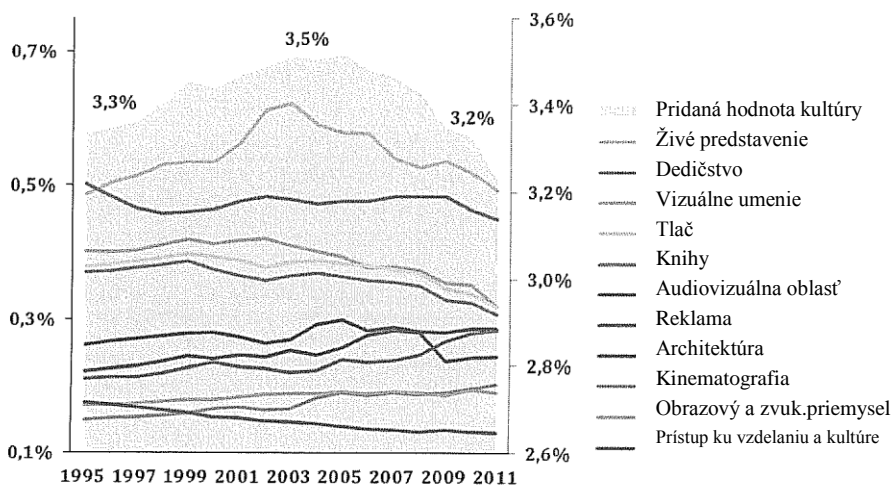
	Pridaná hodnota v bežných eurách (hodnota, M eur)			Pridaná hodnota v konštantných eurách (hodnota, M eur)			Cenový index (základ 1:2011)			Vývoj cien 1995/2011
	1995	2004	2011	1995	2004	2011	1995	2004	2011	
Živé predstavenie	4 688	8 261	8 848	6 694	9 858	8 848	0,7	0,8	1,0	+42,8
Dedičstvo	4 233	6 111	8 070	6 918	7 880	8 070	0,6	0,8	1,0	+63,4
Vizuálne umenie	4 772	6 265	5 724	5 546	6 706	5 724	0,9	0,9	1,0	+16,2
Tlač	4 822	6 291	5 710	5 216	6 486	5 710	0,9	1,0	1,0	+8,2
Knihy	4 761	5 958	5 511	5 101	6 166	5 511	0,9	1,0	1,0	+7,1
Audiovizuálna oblasť	3 240	5 154	5 128	3 604	4 875	5 128	0,9	1,1	1,0	+11,2
Reklama	2 964	4 226	5 068	2 912	3 734	5 068	1,0	1,1	1,0	-1,7
Architektúra	2 140	3 575	4 368	3 060	4 114	4 368	0,7	0,9	1,0	+43,0
Kinematografia	1 838	3 210	3 649	2 067	3 046	3 649	0,9	1,1	1,0	+12,4
Obrazový a zvukový priemysel	2 166	3 092	3 415	2 360	3 158	3 415	0,9	1,0	1,0	+9,0
Prístup k vzdelaniu a kultúre	1 414	1 900	2 344	2 411	2 407	2 344	0,6	0,8	1,0	+70,6
<b>Celkovo</b>	<b>37 038</b>	<b>54 042</b>	<b>57 835</b>	<b>45 890</b>	<b>58 429</b>	<b>57 835</b>	<b>0,8</b>	<b>0,9</b>	<b>1,0</b>	<b>+23,9</b>

Zdroj: Mission.

**Graf3: Vývoj pridanej hodnoty kultúrnych oblastí v rokoch 1995 až 2011 v podiele sumy pridaných hodnôt (v %, konštantná cena)**

Podiel pridanej hodnoty každej kultúrnej oblasti

Podiel pridanej hodnoty kultúry celkovo





**Okrem živého predstavenia, ktoré zaznamenalo výrazné zníženie od roku 2003, tri oblasti podobného významu a podobného vývoja (vizuálne umenie, tlač, knihy) vysvetľujú významný podiel zníženia globálnej kultúrnej pridanej hodnoty<sup>10</sup>. Zníženie pridanej hodnoty zistené v niektorých oblastiach môže mať rôzne dôvody. V prvom rade sú to štrukturálne a technologické dôvody, ktoré môžu vysvetliť tento pokles: štrukturálne zmeny čitateľov tlače a kníh, prudký pokles v oblasti nahrávanej hudby (vyváženej v oblasti „obrazový a zvukový priemysel“ zvýšením podielu videohier) a pokles cien kultúrneho technologického vybavenia (fotografia, video a elektroakustické prístroje) rozvracajú oblasti tlače, kníh, vizuálneho umenia obrazového a zvukového priemyslu. Ďalej, konjunkturálnejším spôsobom, ekonomická kríza od roku 2008 vysvetľuje orientáciu smerom k poklesu na konci obdobia niektorých oblastí silne vystavených ekonomickému cyklu, ako reklama a architektúra, zrýchlenie transformácie v oblastiach silne podriadených štrukturálnym zmenám (tlač, knihy, hudba).**

### **1.3. Širší vplyv kultúry na ekonomiku prostredníctvom medzispotreby a zamestnanosti**

Ako doplnok k pridanej hodnote, ďalšie dva ekonomické agregáty dokazujú vplyv kultúry na národné hospodárstvo: kultúrna produkcia a zamestnanosť, či už ide o zamestnanosť v kultúrnych podnikoch alebo o kultúrne zamestnanie.

#### **1.3.1 Kultúrna produkcia 129,8 miliárd eur a prínos kultúry do ekonomiky 104,5 miliárd eur v roku 2011**

**Kultúrna produkcia dosahuje v roku 2011 výšku 129,8 miliárd eur<sup>11</sup>, teda 111,7 miliárd eur obchodnej produkcie a 14,0 miliárd eur neobchodnej produkcie**, to znamená služby dodané (najmä správnymi orgánmi) zdarma alebo za predajnú cenu nižšiu ako 50% výrobných nákladov<sup>12</sup>. Živé predstavenie (17,5 miliárd eur), audiovizuálna oblasť (15,2 miliárd eur) a reklama (11,7 miliárd eur) sú tri oblasti špeciálne kultúrne, ktorých produkcia je najväčšia. Produkcia nazývaná neobchodná sa sústreďuje na oblasti s vysokou verejnou podporou, ktorou sú živé predstavenie (10 miliárd eur), dedičstvo (2 miliardy eur) a prístup k vzdelaniu a kultúre (2 miliardy eur).

**Kultúrna produkcia sa skladá z 57,8 miliárd eur pridanej hodnoty (vid' supra) a 72,0 miliárd eur medzispotreby**, v súlade s klasickou definíciou národného účtovníctva. Kultúrne činnosti, patriac do oblasti produkujúcej zároveň tovar i služby, sú činnosti s vysokou pridanou hodnotou v produkcii (45%), na polceste medzi pridanou hodnotou obchodných služieb (56%) alebo neobchodných služieb (74%) a pridanou hodnotou priemyselných odvetví (27%).

**Medzi kultúrnymi oblasťami umožňuje analýza podradenej štruktúry produkcie rozlišovať dva hlavné typy oblastí.**

---

<sup>10</sup> Je nutné pripomenúť, že tieto čísla merojú pridanú hodnotu oblastí (rozlišujúc napríklad čísla produkcie alebo obrát) a poskytujú iba údaje o oblasti, za predpokladu, že môžu závisieť od štrukturálnych zmien aj v rámci produkcie (podiel úhrnu miezd, vývoj marží, rentabilita...), zmeny, ktoré by si sami osebe zaslúžili vlastnú štúdiu.

<sup>11</sup> Oproti pridanej hodnote, ktorá je účtovaná iba jedenkrát pre každý podnik a teda môže byť mierne pridaná bez rizika dvojitého účtov, suma produkcií je metodologicky citlivejšia, za predpokladu, že dvojité účty sú schopné existovať medzi dvomi podnikmi, ktoré medzi sebou obchodujú.

<sup>12</sup> Zostatok, teda 4,1 miliárd eur sa skladá v národnom účtovníctve z „produkcie pre konečné vlastné použitie“, to znamená tovary alebo služby, ktoré si výrobná jednotka ponecháva pre konečnú spotrebu alebo pre vytvorenie vlastného hrubého fixného kapitálu.

Na jednej strane sú niektoré oblasti charakterizované veľkým významom pridanej hodnoty v rámci ich produkcie. Je to prípad prístupu k vzdelaniu a ku kultúre (neobchodná činnosť, ratio pridanej hodnoty/produkcia vo výške 82%), architektúra (70%) a živé predstavenie (51%), pre ktoré činnosti tvorby a produkcie koncentrujú podstatu hodnoty.

Na druhej strane sa niektoré kultúrne oblasti prejavujú silným domino efektom na zvyšok ekonomiky. A tak, vysoké medzispotreby v podiele produkcie v audiovizuálnej oblasti (66%) a v kinematografii (58%) sú znakmi oblasti so silným domino efektom.

### Rámec 3: Prínos kultúry do ekonomiky: 104,5 miliárd eur

Aby bolo možné zmerať celkový prínos kultúry do ekonomiky, pracovný tím pridal do rámca definovaného vyššie (57,8 miliárd eur), účinky „odvodené“ kultúrnymi činnosťami pridriavajúc sa však účinkov odvodených iba činnosťami „špecificky“ kultúrnymi<sup>13</sup>. Odvodené činnosti, to znamená činnosť vytvorená v iných podnikoch existenciou kultúrnych podnikov, predstavujú 49% špecificky kultúrnej produkcie. Medzi činnosťami špecificky kultúrnymi sú audiovizuálny priemysel (65%), knihy (57%) a tlač (55%) charakterizované silnými odvodenými účinkami týkajúcimi sa priemyselných oblastí, ktoré silne mobilizujú iné podniky mimo vlastnej oblasti.

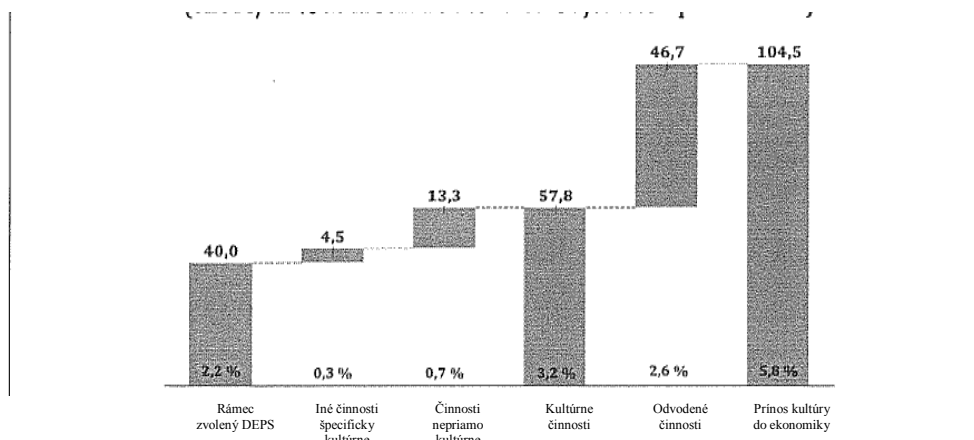
Tabuľka 2: Prínos kultúry do ekonomiky (2011 v miliárdach eur)

	Príklady	Pridaná hodnota	Odvodené činnosti*	Celkovo
Činnosti špecificky kultúrne	Knižnice, spoločnosti s audiovizuálnou produkciou, kinosály, fotografi, predajcovia umenia, knižnice	44,5	46,7	-
Činnosti nepriamo kultúrne	Tlačiarne pracujúce pre tlač a knihy, robotníci v stavebníctve špecializujúci sa na rekonštrukciu historických pamiatok, kultúrne centrá vo veľkých obchodných domoch	13,3	-	-
<b>Celkovo</b>		<b>57,8</b>	<b>46,7</b>	<b>104,5</b>

Zdroj: Mission\*: napríklad spotreba elektriny, nájomné, materiály na činnosti špecificky kultúrne

„Prínos kultúry do ekonomiky“ takto definovaný pracovným tímom predstavuje celkovo 104,5 miliárd eur, teda ekvivalent 5,8% sumy pridaných hodnôt.

Graf č.4: Prínos kultúry do ekonomiky  
(v M eur/ v % sumy pridaných hodnôt - cena v roku 2011)



Zdroj: Mission.

<sup>13</sup> Činnosti odvodené činnosťami špeciálne kultúrnymi zapovedajú medzispotreby týchto činností, od ktorých boli odpočítané spotreby medzi odvetvami s cieľom vyhnúť sa dvojitému účtom.

#### Rámec 4: Ekonomický význam oblastí spojených s kultúrnou prestížou Francúzska

Pracovný tím tiež hodnotil ekonomické agregáty týkajúce sa činností spojených s prestížou a atraktivitou Francúzska (luxus, móda, gastronómia a dekoratívne umenie), ale bez toho, aby to bolo zahrnuté do rámca kultúrnych činností tak, ako si ho zvolil pracovný tím.

**V rámci týchto činností sa pracovný tím nesnažil umelo úmerne oddeliť to, čo by bolo kultúrneho rázu od toho, čo by nebolo kultúrneho rázu** (napríklad oddeliť módu od obliekania, dizajn od nábytku alebo gastronómii od pohostinstva). S výnimkou podielu, ktorý predstavujú tieto produkty v číslach distribúcie v malých a veľkých zariadeniach, čo je merateľné a čo bolo zahrnuté ako také, činnosti NAF týchto oblastí boli plne zohľadnené, čo vysvetľuje, že pridaná hodnota tejto tretej sektorovej oblasti je prakticky rovnaká ako všetky aktivity špecificky kultúrne.

**Pridaná hodnota „kultúrnej prestíže“ predstavuje 40,3 miliárd eur v roku 2011.** Gastronómia (22,3 miliárd eur) predstavuje najsilnejší podiel (z toho tradičné pohostinstvo vo výške 18,2 miliárd eur), po ktorých nasleduje úžitkové a dekoratívne umenie (6,8 miliárd eur), luxus (6,5 miliárd eur) a móda (4,7 miliárd eur).

**Produkcia týchto činností, ktorá je výlučne obchodného typu, dosahuje výšku 89,7 miliárd eur v roku 2011.** Zamestnávala 1 034 070 ľudí v roku 2010 (z toho 389 732 zamestnaní v tradičnom pohostinstve), teda nárast o 1,0% v porovnaní rokov 2008 a 2010.

#### 1.3.2 Ak kultúrne podniky zamestnávajú 670 000 osôb v kultúrnych profesiách a nekultúrnych profesiách, kultúrne profesie (870 000 osôb) pokrývajú i nekultúrne podniky.

**Zamestnanosť v kultúrnych podnikoch na jednej strane a kultúrnych profesiách na druhej strane zodpovedajú dvom rôznym meraniam zamestnanosti:** prvá spočíva v tom, že sa rozlišujú zamestnania v kultúrnych podnikoch (bez ohľadu na to, či sú tieto zamestnania kultúrneho alebo nekultúrneho typu), prostredníctvom údajov získaných z prieskumov o podnikoch každého kódu NAF; druhá má za cieľ rozlíšiť kultúrne zamestnania vo všetkých podnikoch, prostredníctvom nahlásenia domácností pri príležitosti sčítania obyvateľstva (napríklad ide o *dizajnéra* v automobilovom priemysle alebo *tlmočníka* vo farmaceutickom podniku).

**Kultúrne činnosti (špecificky a nepriamo) zamestnávali približne 670 000 osôb v roku 2010,** či už ide o kultúrne funkcie alebo nekultúrne funkcie. Zamestnanosť v kultúrnych činnostiach predstavuje teda 2,5% celkovej zamestnanosti vo Francúzsku (26 700 000 aktívneho obyvateľstva v zamestnaní v roku 2010). Kultúrna oblasť zabezpečujúca najvyšší počet pracovných miest je živé predstavenie (150 000 pracovných miest, teda 22% z celkového počtu týchto pracovných miest), pred reklamou (100 000) a tlačou (87 000). Zamestnanosť v kultúrnych činnostiach sa zvýšila o 2,0% v období rokov 2008 a 2010, teda 13 000 vytvorených pracovných miest: toto vytvorenie v čistom bolo mimoriadne silné (rádovo 3 000 alebo 4000 pracovných miest vytvorených v priebehu dvoch rokov pre každú oblasť) v reklame, prístupe k vzdelaniu a ku kultúre, vizuálne umenie a živé predstavenie. Naopak, niektoré oblasti zrušili pracovné miesta v oblastiach ako sú knihy alebo reštaurovanie dedičstva, a to najmä oblasť obrazového a zvukového priemyslu (800 pracovných miest zrušených v období rokov 2008 a 2010) a tlače (6 000 pracovných miest).

**V roku 2010, 870 000 osôb zastávalo pracovné miesto kultúrneho typu (v podniku kultúrneho alebo nekultúrneho typu)<sup>14</sup>**, z toho 770 000 pracovných miest zodpovedalo pracovnej oblasti považovanej vyššie za špecificky kultúrnu (32 profesií) a 100 000 pracovných miest zodpovedalo oblasti nepriamo kultúrnej (20 profesií). V dôsledku toho existuje viac osôb majúcich kultúrne zamestnanie mimo kultúrnych podnikov (napríklad fotograf v poľnohospodársko-potravinárskom podniku) ako osoby majúce zamestnanie nekultúrneho typu v kultúrnom podniku (napríklad telefonistka v televíznej stanici).

#### **1.4. Podpora štátu do ekonomiky kultúry, intenzita a spôsoby líšiace sa v závislosti na oblastiach**

**Celková suma finančnej podpory štátu do oblasti kultúry a komunikácie dosiahla v roku 2012 výšku 13,9 miliárd eur, z toho 11,6 miliárd eur v podobe dotácií z rozpočtu, 1,4 miliardy eur v podobe daňových výdavkov a 0.9 miliardy eur v podobe pridelených daní<sup>15</sup>.**

**Tri hlavné póly koncentrujú tri štvrtiny rozpočtových dotácií v prospech kultúry.** Ide v prvom rade o sedem rozpočtových programov riadených ministerstvom kultúry a komunikácie v celkovej výške 3,9 miliárd eur: tvorba, dedičstvo, odovzdávanie vedomostí, tlač, príspevok na audiovizuálnu oblasť a rozhlasová rozmanitosť, knihy, kultúrny priemysel, výskum v oblasti kultúry a vedecký výskum. Ďalšie hlavné položky hlavného rozpočtu sú zálohy na verejnú audiovizuálnu oblasť (príspevok na verejnú audiovizuálnu oblasť: 3,3 miliardy eur) a školské vzdelávanie (umelecká a kultúrna výchova v škole: 2,1 miliardy eur).

**K týmto rozpočtovým nákladom by bolo dobré pripočítať daňové výdavky v prospech kultúry, ktoré v roku 2012 predstavovali celkovo 1,4 miliardy eur.** Daňové výdavky sa v prvom rade týkajú audiovizuálnej oblasti (daňové úľavy na príspevok pre verejnú audiovizuálnu oblasť a odpočet DPH verejnoprávnymi stanicami, teda 47% z celkového počtu), oblasť tlače (daň mimoriadne znížená o DPH, teda 18% z celkového počtu) a živé predstavenie (daň mimoriadne znížená o DPH, teda 7% z celkového počtu).

**Nakoniec, verejná podpora môže mať aj formu daňových zdrojov udelených k výdavkom jednotlivých organizácií a kultúrnych podporných fondov:** národné centrum kinematografie a animovaného filmu (CNC), združenie na podporu súkromného divadla, národné centrum pre piesne, varieté a džez, národné centrum pre knihy, centrum národných historických pamiatok a národný inštitút pre výskum v preventívnej archeológii. Výška nákladov týchto organizácií dosahovala v roku 2012 celkovo 897 miliónov eur.

<sup>14</sup> Pracovné miesta v kultúre boli zistené v rámci nomenklatúry „profesie kategórie socioprofesionálne“ (PCS). Ide napríklad o výtvarníkov, maloobchodníkov s kultúrnym tovarom, zamestnancov v oblasti reklamy, novinárov alebo fotografov. 32 profesií špecificky kultúrnych a 20 profesií nepriamo kultúrnych (teda počet pracovných miest bol v dôsledku toho úmerne rozdelený) bolo zistených v nomenklatúre PCS.

<sup>15</sup> Okrem toho, podpora štátu v prospech niektorých kultúrnych profesií je tiež spôsob podpory oblasti kultúry. S ohľadom na zložitý a nesúvislý charakter istej časti kultúrnej činnosti niektorí obyvatelia využili „historicky“ úpravy hlavných zariadení, teda režim vlastný pre umelcov-autorov a režim príležitostných pracovníkov pracujúcich na predstavení.

### Rámec 5: Zásahy miestnych združení v prospech kultúry

**Vychádzajúc z administratívnych účtov (CA) združení, DEPS syntetizuje v pravidelných intervaloch údaje o nákladoch na kultúru miestnych združení** využívajúc národný prieskum na reprezentatívnej vzorke, čo mu umožňuje najmä hodnotiť a vyhnúť sa tomu, aby boli dvakrát započítané existujúce skrížené toky medzi jednotlivými úrovňami najmä vo forme finančnej podpory jedného združenia inému združeniu.

**Celkové úsilie miestnych združení v prospech kultúry (pre metropolitné Francúzsko a zámorské departementy) je 7,6 miliárd eur v roku 2010** podľa predbežných čísiel DEPS, číslo, ktoré by sa malo priblížiť k podpore štátu syntetizované vyššie pre rok 2012, teda 13,9 miliárd eur<sup>16</sup>. Predbežné čísla, ktoré dodala DEPS za rok 2010 uvádzajú, že obce s viac ako 10 000 obyvateľmi minuli 4,5 miliárd eur v oblasti kultúry (relatívne mali tieto náklady v roku 2006 predstavovať v priemere 8,1% v celkového rozpočtu obcí). Z ich strany verejné inštitúcie pre spoluprácu medzi obcami (EPCI), ktoré získali kultúrne kompetencie, minuli 1 miliardu eur v prospech oblasti v roku 2010 (v roku 2006 tieto výdavky predstavovali 5,7 % ich celkového rozpočtu). V roku 2010 nakoniec departementy minuli 1,4 miliardy eur (2,2% ich celkového rozpočtu pre čísla 2006) a regióny 0,7 miliardy eur (2,5% ich rozpočtu).

**Istý vývoj k rastu bolo celkovo cítiť v období rokov 2006 a 2010, rádovo 12%** a najmä zo strany regiónov a združení obcí.

**Z celkových 13,9 miliárd eur finančnej podpory štátu na kultúru 9,3 miliárd eur si pracovný tím zvolil ako podporu, ktorá má dopad na ekonomiku kultúry**<sup>17</sup>. Celok sa nachádza vo výške ekvivalentnej 16,1% pridanej hodnoty ekonomickej oblasti kultúry definovanej vyššie (57,8 miliárd eur) a 7,2% produkcie týchto oblastí (129,8 miliárd eur), tieto dve percentá môžu byť považované za prvý prístup sektoriálneho „dopadu“ výdavkov štátu.

**Analýza spôsobov podpory odкрýva tri významné formy možného vplyvu štátu na ekonomiku kultúrnej oblasti:** štát ako **sprievodca** a iniciátor kultúrnych aktérov (pomoc, dotácie, podporné fondy), štát ako plnoprávny **aktér** kultúrnej ponuky (operátori štátu na trhov úplne či čiastočne konkurenčných) a štát ako **nákupca** kultúrnych tovarov a služieb. Podľa tejto analytickej tabuľky sa rozdeľujú tri hlavné kategórie kultúrnych oblastí pokiaľ ide o význam verejnej podpory.

**Najskôr, audiovizuálna oblasť a prístup ku vzdelaniu a kultúre sú masívne financované štruktúrnym verejným výdavkom**, ktorý zodpovedá 35,7% pridanej hodnoty pre prístup k vzdelaniu a kultúre, oblasť štruktúrovaná dominantnou prítomnosťou štátnych operátorov (knihnice, archívy, zariadenia pre kultúrne vzdelávanie...) a 97,6% pre audiovizuálnu oblasť (33,5% mimo poplatku)<sup>18</sup>, oblasť v ktorej diverzifikované mechanizmy pomoci podnikom sú doplnené, v prípade verejnoprávnych staníc, príspevkom pre verejnú audiovizuálnu oblasť (audiovizuálny poplatok) a kompenzáciou ušlého reklamného zisku v *hlavnom vysielacom čase*.

<sup>16</sup> Nebolo by však koherentné pridať tieto dve čísla, na jednej strane z dôvodu rôznych definícií kultúrneho rámca, na druhej strane z dôvodu nezanedbateľného podielu štátnych výdavkov vo forme príspevkov združeniam (široká zložka miestnej kultúrnej ponuky riadená priamou správou), aby sa obyčajné pridanie započítalo dvakrát.

<sup>17</sup> Aby bolo možné získať rámec štátnych výdavkov majúci efektívny dopad na ekonomických aktérov, boli odpočítané celkové nerozdeliteľné náklady zamestnancov a výdavky mimo ekonomický rámec (externá činnosť štátu, umelecká a kultúrna výchova v škole, dokumentačné strediská a univerzitné knižnice).

<sup>18</sup> Toto vyčíslenie zohľadňuje zaúčtovanie daňových úľav príspevkov na verejnú audiovizuálnu oblasť (CAP) pre chudobné rodiny (daňové výdavky 0,5 miliardy eur) a dotácie vyplatené štátom na verejnú audiovizuálnu oblasť s cieľom kompenzácie ušlého zisku z dôvodu CAP (0,5 miliardy eur), ktorý sa teda pripočíta k čistej výške CAP (2,7 miliardy eur).

**Na druhej strane päť oblastí je iba mierne dotknutých verejnými výdavkami:** okrem reklamy, ktorá nedisponuje nástrojom vlastnej podpory, vzťah medzi verejnými výdavkami a pridanou hodnotou neprekračuje 2% pre vizuálne umenie a zostáva medzi 0,6 a 1,1% pre knihy, architektúru (mimo škôl zameraných na architektúru, ktoré sú zahrnuté do oblasti „prístup k vzdelaniu“) a obrazové a zvukové druhy priemyslu. Štátny príspevok je totiž dosť logicky nízky v týchto silne konkurenčných oblastiach ako sú trh s umením, kultúrne druhy priemyslu (okrem audiovizuálneho) alebo architektonické služby a ak môžu existovať zacielené podporné nástroje (prostredníctvom inštitúcií ako národné centrum pre knihy alebo CNC pre videohry alebo CNC alebo odpočítateľné položky...), zostávajú v kvalitatívnom rozpätí s ohľadom na ekonomiku oblastí.

**Štyri ďalšie oblasti sa nachádzajú medzi dvomi extrémami:** sú to kinematografia, dedičstvo, tlač a živé predstavenie, verejné výdavky pohybujúce sa rovnomerne v rozmedzí 9,4 až 14,8% pridanej hodnoty. Ide teda o stredné oblasti, ktoré, bez toho aby boli štruktúrované verejnými fondmi, sú napriek tomu nimi významným spôsobom financované. Týmto miešaním silného finančného zapojenia a relatívnu „externosťou“ (absencia verejného operátora) sa môžeme domnievať, že sme uprostred pojmu „dopad“ verejných výdavkov.

## **2. Kreatívne oblasti videohier, audiovizuálna oblasť, kinematografia a móda predstavujú štruktúrovanie pridanej hodnoty, ale rôzne výzvy na medzinárodnej úrovni.**

V súlade s cieľmi stanovenými v poverovacom liste pracovný tím analyzoval štruktúrovanie a ekonomickú dynamiku všetkých štyroch oblastí, ktoré stanovili komandisti (**priemysel zábavných videí, kinematografia, móda a audiovizuálna oblasť**)<sup>19</sup>.

**Pre každú z týchto oblastí pracovný tím postupne analyzoval hodnotový reťazec**, to znamená ekonomických aktérov pôsobiacich od tvorby produktov až po rozšírenie alebo distribúciu príslušných produktov, **druhy verejných príspevkov**, ktoré využívajú a nakoniec ich **konkurencieschopnosť**, najmä v medzinárodnom kontexte, pričom načrtli **ciele a perspektívy** vlastné a spoločné pre každú oblasť.

---

<sup>19</sup> Bol analyzovaný aj trh umenia, významná oblasť kultúry, ktorej postavenie je na ústupe na medzinárodnej úrovni a ktorej ekonomické charakteristiky nemôžu byť uchopené uspokojivým spôsobom na základe údajov Insee, ak chýba špeciálny kód NAF, *vid' infra*.

### **Rámec 6: Štyri oblasti nerovnomerne pokryté verejnými údajmi**

#### **Relatívne konsenzuálny rámec pre sektory audiovizuálnej oblasti a kinematografie.**

Audiovizuálna oblasť a kinematografia zodpovedajú kódom špecifických činností v zmysle Insee a tvoria oblasti mimoriadne podporované a teda vymedzené a definované verejnou mocou.

Jediné otázky závisia od eventuálneho zahrnutia technických priemyslov, rozhlasových programov a rádii a od eventuálneho zohľadnenia audiovizuálnych programov, ktoré nie sú podporované (programy „tokov“ a neaudiovizuálne diela). Vo svetle týchto možností si pracovná skupina zvolila nasledujúce rámce: pokiaľ ide o kinematografiu, boli analyzované činnosti výroby filmov, ich distribúcia, využitie a export, pokiaľ ide o audiovizuálnu oblasť: pracovná skupina sa rozhodla analyzovať podporovanú televíznu produkciu a ekonomiku televíznych staníc.

#### **Komplexná definícia rámcov módy a priemyslu videohier.**

Oproti všetkým ostatným oblastiam, ktoré pracovná skupina sledovala, móda nemá kód činnosti jasne stanovený v nomenklatúre Insee. Otázky sú teda potenciálne širšie, oblasť módy môže byť definovaná *stricto sensu* iba činnosťou módnych domov haute-couture a v širšom zmysle ako tvorba, výroba a distribúcia všetkého textilu, všetkých topánok, koženého tovaru, parfumov a šperkov.

Pokiaľ ide o priemysel videohier, tento ešte nie je štruktúrovaný natoľko, aby umožnil klasifikáciu všetkých podnikov do kódov činností špecifických pre videohry: podniky zaoberajúce sa videohrami sa nachádzajú vo viacerých kódoch činnosti, ktoré nie sú typické pre ich priemysel (napríklad programovanie v informatike).

V dôsledku toho v týchto dvoch oblastiach sa pracovná skupina rozhodla spoliehať sa na rámcové definície poskytnuté reprezentatívnymi aktérmi v každej oblasti, na základe sčítaní v podnikoch, ktoré sú sem zahrnuté. A tak pokiaľ ide o módu, boli analyzované činnosti krajčírov a tvorcov, príkazcov a výrobcov, subdodávateľov a distribučných štruktúr, všeobecných i špecializovaných. Pokiaľ ide o videohry, boli analyzované činnosti rozvojových štúdií, editorov, špecializovaných aktérov (návrhári počítačových programov, výrobcovia príslušenstva, špecializovaná tlač) a distribútorov.

#### **Ekonomické údaje týkajúce sa týchto oblastí nie sú vždy k dispozícii a nie sú kompletné.**

V oblastiach kinematografie a podporovanej audiovizuálnej produkcie, kde sú verejné príspevky štruktúrované, tak z pohľadu predpisov ako i z pohľadu financií, údaje sú sčasti k dispozícii a pravidelne aktualizované národným centrom kinematografie a animovaných filmov (CNC), ktoré každý rok zverejňuje podrobné správy o všetkých aspektoch týchto priemyslov.

Naproti tomu, pokiaľ ide o videohry informácie sú ťažšie dostupné a sú čiastočné, pracovný tím musel preto postupovať v spolupráci s odbornými inštitúciami danej oblasti (výbor pre rozvoj a propagáciu odievania (DEFI), Inštitút pre módnú tvorbu (IFM), národná agentúra videohier (ANJV), národný syndikát videohier (SNJV), pri identifikácii a využívaní špecifických údajov<sup>20</sup>.

## **2.1. Rôzny ekonomický význam, no štruktúrovanie podobného hodnotového reťazca**

**Ekonomický význam skúmaných oblastí je veľmi rozdielny.** Ak podporovaná audiovizuálna produkcia a kinematografia predstavujú podobné sumy (1,4 miliardy eur rozpočtu pre podporované audiovizuálne programy v roku 2012 a 1,3 miliardy eur investícií do filmov, ktoré schválila CNC v roku 2012), entity pre vydávanie a distribúciu týchto diel nie sú porovnateľné: celkový obchodný obrat televíznych staníc sa pohybuje okolo 9,5 miliárd eur, zatiaľ čo celkový obchodný obrat filmových distribútorov je 1,8 miliardy eur a 1,4 miliardy eur pre prevádzkovateľov kinosál.

<sup>20</sup> Za predpokladu, že zvolené rámce sa líšia v častiach 1 a 2 správy (najmä pokiaľ ide o videohry a módu), ekonomické údaje týkajúce sa týchto oblastí môžu vykazovať rozdiely.

Podľa rámca, ktorý si zvolil pracovný tím, obchodný obrat v móde sa pohybuje okolo 43,7 miliárd eur v roku 2011, z toho 33,6 miliárd eur pre odievanie, teda 10 miliárd eur pridanej hodnoty. Pokiaľ ide o priemysel videohier vo Francúzsku, jeho obrat je 4,8 miliárd eur, teda 1,1 miliardy eur pridanej hodnoty.

**Kreativita v týchto oblastiach je záležitosťou množstva malých entít** (módní návrhári, rozvojové štúdiá videohier, výrobné spoločnosti v audiovizuálnej oblasti), ktoré sú charakteristické delikátnou finančnou rovnováhou, závisia od ekonomiky prototypov (obmedzené množstvo kolekcii ročne pre módnych tvorcov, veľká hra vyrobená každé tri roky pre rozvojové štúdiá, jeden alebo dva filmy ročne v kinematografii), ktorých tvorivý proces nie je vo svojej podstate ľahko „industrializovateľný“. **Sledovanie práv je podstatné pre týchto tvorcov** (boj proti pirátstvu a falšovaniu), vrátane v ich vzťahu so segmentmi zo začiatku hodnotového reťazca (postúpenie práv editorom v prípade videohier).

**Teda, financovanie tvorby spočíva z väčšej časti na predošlej oblasti, ktorá vykonáva väčšiu či menšiu kontrolu tvorby.** V audiovizuálnej oblasti, v oblasti videohier a v istej miere v kinematografii financovanie tvorby spočíva z väčšej časti na segmente „editori“ a „distribútori“ (editori videohier, televíznych staníc). Pokiaľ ide o audiovizuálne programy a filmy, tento príspevok na začiatku je povinný; tvorí jadro verejných príspevkov (dane pridelené činnostiam CNC, povinnosti investícií staníc v prípade audiovizuálnych diel), ale dopĺňa sa i podmienkami nezávislosti tvorby (napríklad pokiaľ ide o audiovizuálnu oblasť) s cieľom vyhnúť sa produkcii „na objednávku“. Naproti tomu, v prípade videohier, rozvojové štúdiá, ktoré si nemôžu vybudovať finančnú nezávislosť sú „zajatcami“ editorov, pre ktorých sa stávajú dodávateľmi odmeňovanými paušálne, po postúpení všetkých práv („IP“).

**Nakoniec, významní francúzski aktéri sa objavili postupnou integráciou jednotlivých segmentov hodnotového reťazca.** Tento jav je mimoriadny výrazný v oblasti módy, s aktérmi v rámci luxusu, ktorí začali opätovne investovať do celého procesu výroby a distribúcie, aby mohli kontrolovať všetky procesy kvality a chrániť svoju značku. Ďalšie významné francúzske skupiny v týchto oblastiach predstavujú významných aktérov (napríklad Europacorp, Gaumont, TF1, France Télévisions).

## 2.2. Rôzna intenzita a rôzne spôsoby verejných príspevkov, ale s konvergentnými cieľmi vo všetkých štyroch oblastiach

**V oblastiach kinematografie a audiovizuálnej oblasti sa mobilizujú: všetky nástroje verejných príspevkov:** zákonné povinnosti (kvóty pre vysielanie pre televíziu, kvóty pre investície televíznych staníc v produkcii audiovizuálnych diel: 835,9 miliónov eur v roku 2011, z toho 794,7 miliónov eur v zmysle zdedených diel), mechanizmy pridelených daní financujúcich tvorbu prostredníctvom verejnej inštitúcie, ktorá koná ako správca (automatická podpora: 161,9 miliónov eur v kinematografii a 199,6 miliónov eur v podporovanej audiovizuálnej tvorbe v roku 2012) alebo ako poberateľ príspevku (selektívna podpora: 161,4 miliónov eur do kinematografie a 91,6 miliónov eur do podporovanej audiovizuálnej tvorby v roku 2012), odpočítateľné položky v prospech podnikov v danej oblasti (predpokladané náklady pre rok 2014 sú 82 miliónov eur pre oblasť kinematografie a 62 miliónov eur pre audiovizuálnu oblasť) a súkromníci, ktorí by chceli investovať do audiovizuálnej alebo kinematografickej produkcie (SOFICA: predpokladané náklady pre rok 2012 sú 26 miliónov eur) a verejné garancie (IFCIC).

**Všetky tieto podpory v prospech kinematografie a podporovanej audiovizuálnej produkcie predstavujú značné sumy,** ku ktorým by sa malo pripočítat financovanie verejných televíznych staníc (France Télévisions, Arte) štátnymi prostriedkami (najmä príspevok pre verejnú audiovizuálnu oblasť, teda 2,5 miliardy eur v roku 2012 pre televízne stanice), za predpokladu, že tieto prispievajú veľmi široko k financovaniu audiovizuálnej produkcie a kinematografie, teda priamo (každý 398 miliónov eur a 79 miliónov eur pre France Télévisions), teda prostredníctvom ich príspevku v zmysle pridelených daní (139 miliónov eur pre France Télévisions).



**V oblastiach videohier a módy je táto podpora novšia a limitovanejšia.** Daňové stimuly sa používajú v týchto dvoch oblastiach (odpočítateľné položky pre podniky zaoberajúce sa tvorbou videohier vo výške 4 miliónov eur na rok 2012; odpočítateľná položka na kolekciu zahrnutá do odpočítateľnej položky výskum pre oblasť módy). Okrem toho, móda využíva financovanie pridelenými daňami profesionálnych centier ekonomického rozvoja (CPDE), ktoré vedú iniciatívy hromadného charakteru (26 miliónov eur). Pokiaľ ide o oblasť videohier, tieto podniky sú voliteľné pre podpory podporného fondu videohier (FAJV), ktorý vedie CNC (podpora pri predvýrobe, podpora pri vytváraní duševného vlastníctva, podpora pri operáciách hromadného charakteru, v celkovej výške približne 5 miliónov eur v roku 2012).

**Ak sa ich intenzita a spôsoby rôznia medzi všetkými štyrmi analyzovanými oblasťami, verejné príspevky sa zameriavajú na spoločné ciele.** Ide v prvom rade o to posilniť finančnú rovnováhu štruktúry tvorby, ktoré sú najkrehkejšie, formou vynútenej objednávky (investičné povinnosti televíznych staníc), počiatočný príspevok na tvorbu (poplatky za miesta v kine, za televízne služby a za dodávateľov prístupu na internet pri financovaní kinematografickej a audiovizuálnej tvorby) alebo formou daňových výdavkov. V druhom rade, úlohou týchto príspevkov je podporovať kvalitu a rozmanitosť v produkcii: prostredníctvom povinnosti nezávislosti audiovizuálnych producentov, prostredníctvom selektívnosti podpôr, ktoré prideliť CNC alebo prostredníctvom schválení, ktoré udeľuje CNC udeliť právo na niektoré odpočítateľné položky. V treťom rade cieľom týchto príspevkov je konsolidovať aktivitu vo Francúzsku: niektoré odpočítateľné položky sú prispôbené na realizáciu časti produkcie vo Francúzsku, iné sú koncipované s cieľom pritiahnúť zahraničné investície do Francúzska („medzinárodné odpočítateľné položky pre kinematografiu) alebo s cieľom podporiť konkurencieschopnosť francúzskeho priemyslu (odpočítateľné položky pre podniky zaoberajúce sa tvorbou videohier).

### **2.3. Konkurencieschopnosť v exporte a „rušivý“ charakter digitalizácie, štrukturálne výzvy pre všetky štyri oblasti**

**Pokiaľ ide o kinematografiu a audiovizuálnu oblasť, export v úzkom zmysle slova, to znamená predaj distribučných a vysielacích práv do zahraničia, tvorí doplnkový spôsob, nie nevyhnutný, ako zrentabilniť dielo**<sup>21</sup>. V roku 2012 tento predaj predstavoval 127 miliónov eur pre audiovizuálnu oblasť (z toho 100 miliónov eur pre podporované programy, teda 7% vrátených celkovo z 1,4 miliardy eur rozpočtu pre podporované programy) a 301 miliónov eur pre kinematografiu (z toho 211 miliónov eur pre filmy vyrobené z francúzskej iniciatívy, teda 18% vrátených celkovo z 1,1 miliardy eur investícií do francúzskych filmov). Tento export zverený väčšinou splnomocnencom poverených ziskávať zahraničných vysielateľov a distribútorov, zodpovedá rozdielnej ekonomike domáceho trhu. Na domácom trhu, vďaka systému financovania založenému na povinnosti investovať do staníc a na podpore prostredníctvom CNC, podporovaná produkcia nepodlieha obmedzeniam rentability založených na očakávaných divákoch programov a filmov. Naopak, na medzinárodnom trhu sú predaje práv priamo indexované na eskontovanom úspechu nakupujúcim vysielania programov a filmov v zahraničí- nezávisle od nákladov vynaložených na ich realizáciu. Teda to nie sú náklady na produkciu, ktoré určujú konkurencieschopnosť týchto dvoch oblastí na medzinárodnej úrovni, ale ich schopnosť orientovať sa na zahraničných divákov buď vyzdvihnutím francúzskych špecifik (napríklad francúzske dedičstvo alebo francúzska tradícia náročného dokumentárneho filmu), alebo tvorbou filmov „ušitých“ tak, aby mali medzinárodné úspechy, podľa „receptov“ spoločných pre *blockbusters*.

<sup>21</sup> Na rozdiel od účasti zahraničných partnerov na financovaní diela *ab initio*, vo forme predpredajov, príspevkov alebo koprodukcii.

**Naopak, pre oblasti videohier a módy, ktoré operujú na svetových trhoch, rozvoj na medzinárodnej úrovni je integrálnou súčasťou ich obchodného modelu.** Podniky v týchto dvoch oblastiach sú plne začlenené do svetového obchodu: pokiaľ ide o videohry, obrat v exporte v roku 2011 rozvojových štúdií bol 55 miliónov eur (teda 31% ich obchodného obratu) a obchodný obrat editorov bol 668 miliónov eur (teda 36% ich obchodného obratu). Pokiaľ ide o oblasť módy, jej obchodný obrat na medzinárodnej úrovni dosahuje výšku 12,1 miliárd eur (teda 28% celkového obchodného obratu) v rámci zvolenom pracovným tímom. Okrem toho, podniky zaoberajúce sa tvorbou videohier a módy sa priamo orientujú na svetový klientelu, tieto trhy sú plne globalizované (módne prehliadky, celosvetová distribúcia hracích konzol a videohier). Tu je otázka výrobných nákladov rozhodujúca, i keď sa prejavuje rozdielnym spôsobom v oblastiach silne dotknutých konkurenciou pokiaľ ide o ceny (niektoré videohry, móda vyrobená v nízko nákladovej výrobe) a v oblastiach, ktoré sa tomu čiastočne vyhýbajú (luxus).

**„Rušivý“ charakter digitalizácie narúša vo všetkých smeroch všetky analyzované kultúrne oblasti**

**Zmenou technológií, digitalizácia mení do hĺbky užívanie a spôsoby sledovania kultúrnych produktov.** Rozšírenie platforiem pre sledovanie kultúry (smartfóny, tablety, televízie pripojené na internet) poskytuje spotrebiteľom nové skúsenosti (prenosnosť a všadeprítomnosť nehmotného sledovania, 3D programy) a rozširuje možný výber (delinearizácia obsahov, prístup ku svetovej ponuke). Tento vývoj spôsobov sledovania ovplyvňuje formát (kratšie programy, seriály) a obsah kultúrnych produktov (napríklad rozvoj *casual a social games* na úkor AAA hier).

**Táto silná línia mení hodnotový reťazec redefinovaním príslušných úloh jednotlivých segmentov.** Prvým segmentom zasiahnutým digitálnou revolúciou je segment distribúcie/vysielania: s rozšírením nehmotných hier musia siete pre predaj fyzických videohier opätovne prehodnotiť svoj ekonomický model. S on-line sledovaním audiovizuálnych alebo kinematografických programov sú televízne stanice schopné čeliť možnému poklesu svojich príjmov z reklamy. Druhým segmentom je segment tvorby: odkedy sa tvorcovia televíznych seriálov alebo videohier môžu priamo zameriavať na svojich spotrebiteľov prostredníctvom digitálnych platforiem (Netflix, Facebook, AppStore), definícia nového ekonomického modelu (predplatenstvo, *freemium*, platba za úkon) im umožňuje oslobodiť sa od financovania „editormi“ (televízne stanice, editori videohier). Táto opätovná definícia hodnotového reťazca prináša otázku nového rozloženia pridanej hodnoty, ktorá bude odteraz zachytená digitálnymi platformami poverenými byť sprostredkovateľmi medzi tvorcami a spotrebiteľmi a ktorá sa preto odteraz nachádza v silnej pozícii, aby pritiahla reklamné zdroje s cieľom „editovať“ tvorbu, to znamená vyzdvihnúť obsahy, ktoré si vyberie a aby presadila svoje podmienky u tvorcov.

### **3. Analýza dopadu kultúrnej implementácie na socioekonomickú dynamiku istého územia smeruje k poukázaniu na kladnú spojitosť medzi kultúrou a miestnym rozvojom**

Pracovný tím sa rozhodol riešiť túto otázku z dvoch hľadísk: z **hľadiska konjunkturálneho**, syntézou viacerých štúdií, ktoré merali vplyv kultúrnych podujatí v priebehu posledných rokov a analýzou nedávnych pokusov vytvoriť k tomu príslušnú metodológiu. Zo **štrukturálneho hľadiska** sledovaním v priebehu istej doby ukazovateľov ekonomického a sociálneho rozvoja v príslušných oblastiach implementáciou alebo rozvojom istého kultúrneho podujatia, pamiatky alebo zariadenia v priebehu posledných pätnástich rokov.

#### **3.1. Najnovšia iniciatíva pre formalizáciu metodológií analýz konjunkturálneho dopadu kultúrnych podujatí**

**Prehľad realizovaných štúdií dopadu vo Francúzsku počas desiatich rokov ukazuje, že pri chýbajúcom zdieľanom metodologickom rámci, sa rozhodli pre niekedy veľmi odlišné postupy,** synonymá veľkej rozmanitosti pokiaľ ide o výsledky a náležitosť a sťažením kapitalizácie vedomostí a porovnania získaných výsledkov. I keď sú súčasťou tých, ktoré využívali metodologický pokrok získaný časom, všetky tri štúdie, ktoré sa pracovný tím rozhodol analyzovať ako príklad (Francofolie de la Rochelle v roku 2005, múzeá Nord-Pas-de-Calais v roku 2007 a Jazz in Marciac v roku 2007) neuniknú tomuto konštatovaniu, boli poznačené viacerými neistotami: neistota, vrátane neistota v zmysle definície, medzi tým, čo musí byť považované ako priamy dopad a ako nepriamy dopad. Neistota pokiaľ ide o analyzovanú oblasť, ktorá môže byť definovaná rozdielnym spôsobom podľa toho, čo považujeme za analyzovanú verejnosť, ekonomických aktérov beneficentov alebo za partnerské združenia (i v zmysle udelenej podpory); nepresnosť rôznorodých meracích nástrojov, okrem obyčajných výdavkov návštevníkov.

**Práve na základe tohto konštatovania bola vykonaná konsolidačná metodologická práca** pod vedením generálneho riaditeľstva pre konkurencieschopnosť, priemysel a služby (DGCIS) a spojením služieb štátu (najmä DEPS) a miestnych združení s cieľom zmerať ekonomický dopad turistickej udalosti. Táto spoločná práca priniesla viaceré metodologické zistenia. V prvom rade štúdia tvrdí, že merať dopad spočíva v meraní diferenciálu, to znamená odchýlky medzi dvomi situáciami (s a bez udalosti) a teda zohľadňovať iba javy, ktoré by sa neprejavili pri neprítomnosti príslušnej udalosti. Ďalej sa v štúdiu zdôrazňuje, že pri meraní dopadu na isté „územie“ musia byť zohľadňované iba výmeny medzi aktérmi daného územia a externými aktérmi<sup>22</sup>. Nakoniec, štúdia rozlišuje primárne a sekundárne účinky istého podujatia: primárny dopad je spojený s nákupmi realizovanými v podnikoch organizátormi podujatia na jednej strane (nákup tovarov a služieb nevyhnutných na organizáciu podujatia) a návštevníkmi na druhej strane (verejnosť a účastníci). Sekundárny dopad je spojený s výmenami medzi podnikmi (nákupy, ktoré podniky využívajúce podujatie sami vykonávajú u dodávateľov na príslušnom území) na jednej strane a nákupy realizované na miestnej úrovni osobami, ktoré poberali odmenu v súvislosti s podujatím na druhej strane.

---

<sup>22</sup> Vymedzenie územia, na úrovni ktorého budú dopady merané, má teda najväčšiu dôležitosť: čím je rámec merania dopadu širší, tým budú endogénne interakcie, teda neutrálne interakcie, významnejšie, čím je rámec obmedzenejší, tým bude počet ekonomických aktérov potenciálne tvoriacich vyšší.

**Táto metóda bola zavedená najmä s cieľom vyhodnotiť dopad piatich kultúrnych udalostí v roku 2011 a 2012**, ktoré skúmal pracovný tím<sup>23</sup>. Prvý záver z prehľadu týchto štúdií dopadu je, že hodnotenie dopadov vykonané podľa tejto metodológie je mierne viac merané, najmä preto, že berie do úvahy ekonomicky presnejšiu definíciu príslušného územia, ktorých účtuje ekonomické toky „vychádzajúce“ mimo územia. I keď je panel týchto štúdií ešte obmedzený, prináša niekoľko indikácií. A tak návštevník festivalu prichádzajúci mimo referenčného územia môže zapríčiniť dopady rádovo 30 až 40 eur na miestnu ekonomiku, toto číslo môže byť vyššie, ak prichádza z diaľky a musí sa na danom mieste ubytovať (Vieilles Charrues), nižší, ak prichádza zo susedstva a/alebo ak podujatie trvá krátko (Médiévaux de Provins). Pokiaľ ide o ekonomické dopady festivalu „na obyvateľa“ príslušného územia, môžu dosahovať výšku 20 eur, ba aj viac, ak pomer medzi návštevníkmi prichádzajúcimi na festival a miestnym obyvateľstvom (Vieilles Charrues, Médiévaux de Provins) je mimoriadne zvýšený. Nakoniec, festival môže pravdepodobne vytvoriť priame ekonomické dopady ekvivalentné tretine alebo polovici svojho celkového rozpočtu, číslo sa môže značne zvyšovať alebo znižovať podľa toho, či sú náklady na produkciu relatívne vysoké (Cognac Blues) alebo nízke (Médiévaux de Provins). Pri takomto priamom ekonomickom dopade štúdie ukazujú, že môžeme aplikovať násobný koeficient od 1,3 do 1,8 s cieľom integrovať nepriamy dopad podujatia.

**Analýza ekonomických účinkov istého podujatia nabáda pozrieť sa obozretne na prístup prostredníctvom „pákového efektu“ medzi verejnými dotáciami a ekonomickými dopadmi.** Najskôr, bolo by paradoxné, aby každé partnerské združenie žiadalo svoju vlastnú dotáciu tak, ako tomu pôvodne bolo pri sledovaných dopadoch: dobré je vziať si ako referenciu celkovú výšku všetkých verejných dotácií. Ďalej, hovoriť o „pákovom efekte“ nemá veľký zmysel, nakoľko združenie môže mechanicky posilniť túto páku jednoduchým rozhodnutím znížiť svoju dotáciu. Nakoniec ekonomické dopady nie sú jediným odôvodnením verejnej dotácie: dotácia môže byť, presnejšie, dôsledkom odvážneho umeleckého plánovania, menej priamo „širokej verejnosti“, ktorej výsledky pre združenie (a odôvodnenie pred voličmi) je možné skôr očakávať z pohľadu prestíže a kultúrnej „pozície“ ako priameho ekonomického dopadu.

Celkovo pracovný tím odporúča systematizáciu tejto presnej metódy v štúdiách konjunkturálneho dopadu kultúrnych podujatí, ktorú tieto verejné alebo poloverejné inštitúcie budú musieť riadiť alebo dopĺňať v budúcnosti.

---

<sup>23</sup> Festival Blues Passion de Cognac (2011), festival des Vieilles-Charrues de Carhaix (2011), festival Django Reinhardt (2011), festival umení a tradícií Confolens /2012) a Médiévaux de Provins (2012).

### 3.2. Metodológia zameraná na analýzu štrukturálneho dopadu kultúrnej implementácie na miestny rozvoj

Mimo konjunkturálnych štúdií dopadu, ako sú tie približené vyššie, **existencia štrukturálnej spojitosti medzi prítomnosťou kultúrnej implementácie a ekonomickým a sociálnym rozvojom istého územia v dlhodobom meradle nebola nikdy potvrdená** prostredníctvom syntetizujúcej štúdie vychádzajúcej z diverzifikovaného panelu zariadení. S cieľom vykonať toto dokazovanie sa pracovný tím rozhodol vybrať územia, ktoré využívajú kultúrne implementácie a porovnať vývoj socioekonomických premenných na týchto územiach s územiami s podobnými charakteristikami, ale bez takej implementácie. Tento prístup sa voľne inšpiruje metodológiou Insee zavedenou za účelom vyhodnotiť budúci dopad implementácie Louvre-Lens na svoje územné prostredie<sup>24</sup>.

**V prvom kroku sa pracovný tím snažil identifikovať územia, ktoré využívali kultúrne implementácie v priebehu posledného desaťročia.** Pre túto prvú etapu sa pracovný tím spoliehal extenzívnym spôsobom na sieť regionálnych riaditeľstiev kultúrnych činností (DRAC) s cieľom identifikovať územia vlastniace návratné kultúrne zariadenia, pamiatky alebo podujatia (múzeum, otvorenie nejakej pamiatky pre verejnosť, sála na predstavenie, vrátane sály na súčasnú hudbu, mediatéka, kino, veľký špecializovaný obchod, festival, atď., bez ohľadu na to, či sú súkromné alebo verejné), ktoré boli vytvorené, implementované alebo ktoré využili mimoriadny rozkvet v rokoch 1996 až 2008 na dostatočne identifikovateľných územiach (malé alebo stredne veľké mesto, vrátane aglomerácií, vidiecka oblasť so silnou geografickou identitou) a dostatočne vzdialených od bohatej kultúrnej ponuky, aby eventuálna zmena socioekonomických ukazovateľov mohla byť hodnoverne udelená, aspoň čiastočne, spomínanej implementácii, čo viedlo k výberu obyvateľstva v rámci štúdie zameraného na malé a stredné obce.

**Vhodná zvolená územná stupnica pre analýzu bola „obývaná oblasť“, to znamená najmenšie územie na ktorom obyvatelia majú prístup k najbežnejšiemu vybaveniu a k najbežnejším službám.** Celkovo bolo vybraných 43 „kultúrnych“ obývaných oblastí: táto vzorka sa preto nepovažuje za reprezentatívnu, ale zostáva solídnym pracovným základom. Po vyhotovení zoznamu pracovný tím zatriedil obývané oblasti podľa typológie definujúcej veľkosť (malé/stredné) a umiestnenie (pobrežie, hory, mesto, vidiek).

**Následne pracovný tím pristúpil k identifikácii „referenčných“ území, teda území, s ktorými by mali byť kultúrne územia porovnávané.** Tieto územia boli vybrané v dvoch etapách. Najskôr pracovný tím vypočítal na základe referenčného územného analyzovaného dokumentu, ktorý dodala Insee<sup>25</sup>, „najbližšie“ obývané oblasti z pohľadu 25 demografických, geografických a ekonomických kritérií. Následne sa pracovný tím uistil, v spolupráci s DRAC, či územia nevyužívali kultúrne zariadenia alebo podujatia. Celkovo pre každú z 43 „kultúrnych“ obývaných oblastí bolo určených päť „referenčných“ obývaných oblastí, s podobnými charakteristikami, ale bez implementácie významných kultúrnych zariadení alebo podujatí v priebehu posledného desaťročia<sup>26</sup>.

<sup>24</sup> Prístup Insee a prístup pracovného tímu sú však rozdielne: prístup Insee má prieskumný charakter so zavedením nástroja ukazovateľov, ktorý bude sledovaný v priebehu niekoľkých rokov. Prístup pracovného tímu je retrospektívny, pretože má za cieľ vyhodnotiť v súčasnosti dopad, ktorý mohla mať prítomnosť zariadenia odvtedy, ako bolo implementované. Štúdia Insee na: [http://www.insee.fr/fr/themes/document.asp?ref\\_id=19089](http://www.insee.fr/fr/themes/document.asp?ref_id=19089).

<sup>25</sup> Nástroj na vytvorenie geografického referenčného dokumentu-2012.

<sup>26</sup> Táto metóda nezaručuje seba samej uvažovanie ceteris paribus. Totiž testovaná oblasť a referenčná oblasť mohli prejsť rozmanitými exogénnymi zmenami počas obdobia štúdie. Navyše zavedenie kultúrnej oblasti by mohlo byť tiež korelované s iným externým nesledovaným faktorom a ktorý by vysvetľoval zistenú zmenu.

**V tretom kroku pracovný tím určil socioekonomické premenné umožňujúce porovnávať relatívny vývoj kultúrnych obývaných oblastí a ich referenčných oblastí.** Všetkých šesť zvolených premenných sa týka zároveň aktivity obývanej oblasti (vývoj čistej mzdy pri priemernej pracovnej dobe, vývoj zo strany aktívneho zamestnaného obyvateľstva pracujúceho v obci v mieste bydliska, vývoj zo strany aktívneho obyvateľstva bez zamestnania) a jeho atraktivity (vývoj celej populácie, vývoj ceny domov za meter štvorcový a vývoj počtu vytvorených podnikov)<sup>27</sup>.

### **3.3. Výsledky určujúce prípustnú spojitosť medzi kultúrnou implementáciou a socioekonomickou dynamikou územia**

**Relatívny nárast dynamiky na územiach, ktoré využili kultúrnu implementáciu, vychádza z analýzy rozdielných výkonov medzi kultúrnymi územiami a referenčnými územiami z pohľadu šiestich socioekonomických študovaných premenných.**

**A tak, pre štyri premenné „kultúrne“ obývané oblasti zaznamenávajú vyšší výkon oproti svojim referenčným územiám.** Rozdiely sú najvýraznejšie pri vývoji počtu vytvorených podnikov (3,8 percentuálnych bodov rozdielu v priemere, 23 „kultúrnych“ oblastí z 43 výkonnejších ako ich referenčné oblasti, teda 53%) a pri vývoji ceny za meter štvorcový (2,3 bodov, 18 z 34, teda 53%). Je menší, ale rozšírenejší pre časť aktívneho pracujúceho obyvateľstva (1,0 bod, 25 z 40, teda 63%).

**Naproti tomu, pre obe premenné, priemerný rozdiel je v neprospech území, ktoré využili kultúrnu implementáciu.** Je to prípad vývoja zo strany nezamestnaných (negatívny rozdiel o 0,4 bodu, 19 „kultúrnych“ oblastí výkonnejších z 43, teda 44%) a vývoj celkovej populácie (negatívny rozdiel o 0,5 bodu, 21 z 43, teda 49%). Avšak pre tieto premenné sú rozdiely menej významné v hodnote, ako pozitívne rozdiely ostatných premenných, tak aby konštatovanie výkonnosti kultúrnych oblastí vzhľadom k ich referenčným oblastiam nebolo teda podstatne spochybnené týmito dvomi premennými.

**Analýza najvýkonnejších „kultúrnych“ oblastí prináša doplňujúce interpretačné prvky.** Bolo vybraných desať najvýkonnejších kultúrnych oblastí z pohľadu ich referenčných tried s cieľom určiť, či spoločné charakteristiky umožňujú určiť podmienky kladnej spojivosti medzi existenciou kultúrnej implementácie a socioekonomickým rozvojom istého územia<sup>28</sup>. V rámci tohto celku výkonných území tie, ktoré boli vybrané pre prítomnosť „kultúrneho podujatia“ sú predstavené vzhľadom na ich zastúpenie v celkovom počte obyvateľov (30% oproti 20%), opačne ako tie, ktoré boli vybrané pre prítomnosť „kultúrneho zariadenia“. Ide tiež o obývané oblasti relatívne malej veľkosti: prítomnosť kultúrnej implementácie by bola o to významnejšia ako je obývaná oblasť menšia z pohľadu obyvateľstva.

---

<sup>27</sup> Premenné, ktoré vzišli zo sčítania (aktívne obyvateľstvo, nezamestnaní, celková populácia) sú k dispozícii pre roky 1999 a 2010 pre všetky oblasti. Údaje daňovej správy (novo vzniknuté podniky, cena za meter štvorcový) sú k dispozícii samostatne pre obdobia 2006 až 2010 a 2004 až 2012, pre 43 a 34 oblastí. Údaje týkajúce sa čistej mzdy sú k dispozícii pre obdobia 2004 až 2010 pre 40 oblastí.

<sup>28</sup> Ide o oblasti Rethel, Albert, Riez, Caudry, Pontchâteau, Crozon, Eymoutiers, Valréas, Bar-sur-Aube a Bourbourg

**Celkovo, ak predpokladáme, že štúdia so šiestimi premennými správne určila existenciu kladnej spojitosti medzi prítomnosťou kultúrnej implementácie a dynamikou územia**, existencia skutočného vzťahu príčinnosti medzi investovaním do kultúry a socioekonomickou výkonnosťou nemôže byť v tomto štádiu dokázaná. Premenné, ktoré testoval pracovný tím neumožňujú určiť, či je to prítomnosť kultúrnej implementácie, ktorá podmieňuje vyššiu relatívnu výkonnosť istého územia, alebo či je to preto, lebo je relatívne dynamickejšie ako porovnateľné územia, že územie má tendenciu investovať do kultúrnej implementácie. Štúdia minimálne smeruje ku konštatovaniu, že územie, ktoré investuje do kultúrnej implementácie, je dynamickejšie ako jeho referenčné oblasti a teda že „prevzatie iniciatívy“ v kultúrnej oblasti je bezpochyby jednou zo zložiek dynamiky socioeconomickej výkonnosti.

## ZÁVER

Vyhodnocovaním pridanej hodnoty kultúrnych činností pracovný tím mohol konštatovať **inherentné ťažkosti pri vytváraní koherentného rámca**, homogénneho, založeného na objektívnych údajoch s cieľom zhodnotiť prínos kultúry do ekonomiky. Táto kompilačná práca **silne súvisí s metodologickými a koncepčnými výbermi** pracovného tímu, ktorého cieľom bolo zhodnotiť podiel hrubého domáceho produktu (HDP), ktorý by bolo možné prideliť kultúre opierajúc sa o dopĺňajúce prístupy kultúrnej oblasti.

**Táto práca umožňuje získať objektívne hodnotenie makroekonomického prínosu kultúry** a opiera sa o koherentný kultúrny rozsah. Z tohto titulu **by mala v budúcnosti umožniť, prostredníctvom pravidelnej aktualizácie, zabezpečenie koherentného sledovania vývoja kultúrnych aktivít**. Preto pracovný tím nehodnotil, či je odôvodnené **zavedenie stálej štruktúry** s cieľom dopĺňať eventuálny „satelitný účet“. Želateľné sledovanie bude presnejšie nabádaním v určitých kultúrnych podnikoch na účasť v úsilí inventarizácie systematickejším osvojením si kódu činnosti špecifického pre ich oblasť (videohra) alebo vytvorením nových kódov NAF s cieľom vystihnúť nesprávne určené činnosti: je to najmä to, čo odporúča pracovný tím pokiaľ ide o trh s umením, v súčasnosti zamieňaný v rámci príliš širokých celkov („iné druhy maloobchodu“ alebo „maloobchod s použitým tovarom“).

**Makroekonomická analýza, ktorú vykonal pracovný tím, musí byť hodnotená v jednom zo záverov uvedených v časti správy týkajúcej sa piatich kultúrnych oblastí študovaných z pohľadu štruktúrovania a ekonomickej konkurencieschopnosti**. Totiž, ak štatistické hodnotenie kultúry umožňuje získať hrubý prínos do HDP, je to práve schopnosť **verejných politik anticipovať a sledovať sektoriálne zmeny**, ktorá podmieňuje úspech kultúrnych činností a ich konkurencieschopnosť na medzinárodnej úrovni.

**Vytvorenie štatistickej metodológie za účelom zhodnotiť dopad investovania do kultúry na istom území je prvou etapou dokazovania existencie príčinnej súvislosti medzi kultúrou a rozvojom**. Ďaleko od konvenčných diskusií o záujme pre územie investovať do istého kultúrneho podujatia alebo zariadenia, pracovný tím mohol preukázať, že územia, ktoré využívali kultúrnu implementáciu, boli v priemere výkonnejšie z pohľadu socioekonomických údajov ako porovnateľné územia. **Pracovný tím určil kladnú spojitosť medzi prítomnosťou kultúrnej implementácie a sociokultúrnym rozvojom územia**.

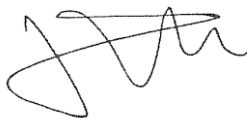


## Správa

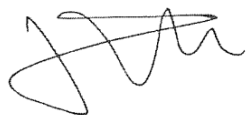
**S ohľadom na požiadavky efektívnosti, ktoré sa vyžadujú od každej verejnej politiky, metodológia hodnotenia dopadu investovania do kultúry bude môcť neskôr určiť činiteľov s rozhodovacou právomocou s cieľom určiť kultúrne profily, ktoré by mali najväčší efekt na rozvoj územia a eventuálne uprednostniť financovanie istého typu implementácie s cieľom maximalizovať zároveň kultúrny prínos i jeho ekonomický dopad.**

Vyhotovené v Paríži, dňa 20.12.2013

Finanční inšpektori

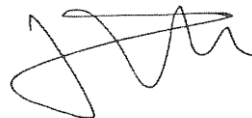


Jérôme ITTY



Morgane WEILL

Hlavný inšpektor pre správu kultúrnych  
záležitostí



Serge KANCEL

PRÍLOHA

*logo Francúzskej republiky*  
Sloboda-rovnosť-bratstvo

**MINISTERSTVO HOSPODÁRSTVA  
A FINANCIÍ**

**MINISTERSTVO KULTÚRY  
A KOMUNIKÁCIE**

Minister hospodárstva a financií  
Ministerka kultúry a komunikácie

určené pre

pani Marie-Christine LEPETIT  
vedúcu oddelenia Generálnej inšpekcie  
financií

a

pani Ann-José ARLOT  
vedúcu oddelenia Generálnej inšpekcie  
pre kultúrne záležitosti

Naše ref. číslo: TR/555/CAM

**Predmet: spoločná úloha o ekonomických agregátoch kultúry a najmä o „ kultúrnom HDP“**

V kontexte ekonomickej krízy, ktorou prechádzame, má Francúzsko šancu disponovať, prostredníctvom svojej činnosti a svojho kultúrneho dedičstva, vzácnymi výhodami z pohľadu rastu a zamestnanosti. Prostredníctvom toho, politické nástroje zamerané na zdynamizovanie rozvoja tejto ekonomickej oblasti budú mať mimoriadnu dôležitosť s cieľom posilniť ekonomickú pozíciu a budúcnosť krajiny.

Je preto dôležité mať podrobné ekonomické znalosti z kultúrnej oblasti. Ak sa ekonomické štatistiky za posledné roky i rozšírili, neumožňujú ešte plne zmerať pozíciu kultúrneho sektora v ekonomike ani kompletne a koherentne uchopiť ciele tejto oblasti. Z toho vyplýva náročnosť zamerať verejné činnosti, ktoré by sa mali viesť v nasledujúcich rokoch s cieľom urobiť z kultúry nástroj rastu a ekonomickej činnosti. Želali by sme si, aby obe generálne inšpekcie realizovali spoločnú úlohu s cieľom lepšie zmerať význam kultúry v ekonomike a určiť hybné páky, ktoré by umožnili plne využívať potenciál rastu kultúrneho priemyslu.

## PRÍLOHA

V prvom kroku a po tom, čo bola definovaná oblasť vhodných ekonomických činností, bude cieľom pracovného tímu zhodnotiť to, čo predstavuje v súčasnosti „kultúrny HDP“, aby bolo možné lepšie zmerať význam kultúry v ekonomike a ak je to možné, jej hodnotenie v priebehu času, určiac hlavné ekonomické agregáty v oblasti, ktoré sú v súčasnosti k dispozícii.

V tejto perspektíve pracovný tím vypracuje v definovanom rámci prehľad ekonomických údajov, ktoré sú v súčasnosti k dispozícii v kultúrnom sektore a stanoví štatistické alebo metodologické zlepšenia, ktoré je v tejto súvislosti možné priniesť.

Jeho cieľom je stanoviť hlavné ekonomické agregáty (investície, spotreba, import, export, obchodný obrat, pridaná hodnota, priame pracovné miesta, nepriame pracovné miesta...) oblasti kultúry prostredníctvom hlavných podoblastí umožňujúcich určiť ich pozíciu v rámci francúzskej ekonomiky a ich príspevok do ekonomickej činnosti. Bude sa tiež snažiť stanoviť hlavné ekonomické charakteristiky každej podoblasti, najmä s cieľom zacieliť organizáciu ekonomickej štruktúry (podnik, oblasť združení...) a jej interakciu s ostatnými oblasťami (turistika, digitalizácia...). Časť činností kultúrneho sektora závisí od neobchodnej oblasti: pracovný tím bude prikladať mimoriadnu dôležitosť tomuto špecifiku kultúrneho sektora.

V druhom kroku pracovný tím určí hybné páky, ktoré by mali umožniť maximalizovať ekonomický potenciál kultúrneho priemyslu. Mohli by byť riešené najmä dva uhly analýzy: rozvoj exportu kultúrnych tovarov a služieb a turizmus.

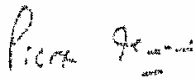
V tomto rámci bude pracovný tím detailnejšie analyzovať špecializácie Francúzska z pohľadu sektora a oblasti výmen, ako i silné a slabé stránky hlavných oblastí a nástroje podpory exportu, ktoré sú pre nich určené a vypracuje odporúčania s cieľom zlepšiť ich. Oblasť kinematografie, audiovizuálna oblasť, videohry a móda budú predmetom zacielenej analýzy, ako i zhodnotenie nehmotných aktív. Pracovný tím bude môcť prípadne rozšíriť svoje práce na iné oblasti na základe prehľadu realizovaného v prvej etape.

Pokiaľ ide o turistiku pracovný tím bude presnejšie analyzovať na základe konkrétnych príkladov úlohu, ktorú zohráva kultúra v turistickej dynamike územia a krajiny a určí kľúčové body, ktoré prispievajú k tejto dynamike opierajúc sa najmä o kvalitu kultúrnej ponuky (intenzita, rozmanitosť, obnovenie...). Na tomto základe pracovný tím určí hybné páky, ktoré by mali byť mobilizované, aby oblasť kultúry prispievala ešte aktívnejšie k rozvoju turizmu.

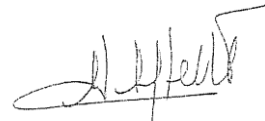
## PRÍLOHA

Aby boli tieto práce správne vedené a to najmä v ich prvej etape, budete sa opierať o Oddelenie štúdií, prognostiky a štatistik (DEPS) na Generálnom sekretariáte ministerstva kultúry ako i o Národný inštitút pre štatistiku a ekonomické štúdie, ktorých žiadame, aby vám dali k dispozícii všetky potrebné informácie, ako i o všetky tri generálne riaditeľstvá ministerstva kultúry a komunikácie.

Prvá etapa prác by mala byť vykonaná do 30.06.2013 a mala by zahŕňať návrh na riadenie a časový harmonogram druhej etapy prác.



Pierre MOSCOVICI



Aurélie FILIPPETTI

