



CONSEIL SUPÉRIEUR DE L'AUDIOVISUEL

# THÉMA



## TISSU ÉCONOMIQUE DE LA PRODUCTION AUDIOVISUELLE : *Éclairage sur les industries techniques*

4<sup>e</sup> édition

Décembre 2019

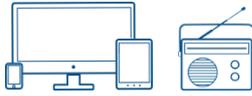
Les collections CSA





## Table des matières

<b>Introduction</b> .....	<b>5</b>
<b>Partie I. La structuration du marché de la production audiovisuelle</b> .....	<b>7</b>
<b>1. Le tissu économique des sociétés de production audiovisuelle</b> .....	<b>8</b>
1.1 <i>Les entreprises de production audiovisuelle</i> .....	9
1.2 <i>L'emploi dans la production audiovisuelle</i> .....	13
1.3 <i>Le chiffre d'affaires et la valeur ajoutée du secteur</i> .....	19
<b>2. Les évolutions des éditeurs de chaînes de télévision</b> .....	<b>25</b>
2.1 <i>L'évolution de la consommation de la télévision linéaire et de la répartition de l'audience</i> .....	26
2.2 <i>L'évolution des ressources financières des diffuseurs audiovisuels</i> .....	31
2.3 <i>L'évolution des dépenses des éditeurs dans les programmes</i> .....	32
<b>3. La performance des programmes français à l'étranger</b> .....	<b>37</b>
3.1 <i>L'évolution des recettes tirées des exportations de programmes français</i> .....	37
3.2 <i>Analyse des exportations françaises et des succès à l'export par genre de programmes</i> ...	40
<b>Partie II. Les industries techniques de l'audiovisuel et du cinéma</b> .....	<b>45</b>
<b>1. Le renouveau d'un secteur très dépendant des évolutions technologiques</b> .....	<b>45</b>
1.1 <i>Un tissu économique formé par des prestataires aux activités multiples</i> .....	45
1.2 <i>Un secteur restructuré sous les effets de la numérisation</i> .....	51
1.3 <i>Un retard d'équipement en studios à rattraper</i> .....	57
<b>2. Un secteur tributaire de la situation économique des éditeurs et des politiques publiques</b> .....	<b>59</b>
2.1 <i>Des industries techniques soumises aux stratégies des chaînes de télévision et des producteurs</i> .....	59
2.2 <i>Les opportunités créées par les services audiovisuels à la demande</i> .....	62
2.3 <i>Des politiques publiques qui réduisent la fragilité économique du secteur</i> .....	64
<b>Annexes</b> .....	<b>73</b>



## Introduction

Dès la première édition de l'étude, le Conseil a choisi d'appréhender globalement l'économie de la production audiovisuelle en s'éloignant de l'approche traditionnelle consistant à opposer les programmes de stock<sup>1</sup> et de flux<sup>2</sup>, qu'il s'agisse de programmes relevant de la production aidée ou non. Il a cherché à mieux comprendre la structuration du secteur de la production audiovisuelle dans son ensemble et à évaluer sa santé économique.

### Quatrième édition d'un cycle d'études sur le secteur de la production audiovisuelle

Le secteur de la production audiovisuelle doit s'adapter aux changements que traverse le secteur de l'édition de services audiovisuels. Depuis quelques années, les chaînes sont en proie à des difficultés économiques et doivent, en parallèle, affronter des évolutions d'usage et de consommation tout en répondant aux attentes des téléspectateurs en matière de ligne éditoriale.

Afin d'étudier la manière dont le secteur de la production audiovisuelle répond à ces changements, le Conseil supérieur de l'audiovisuel a initié dès 2015 des travaux visant à publier un cycle d'études annuelles sur l'économie du secteur. L'étude sur le tissu économique du secteur de la production audiovisuelle est un rapport annuel proposant notamment un état des lieux quantitatif actualisé du secteur de la production audiovisuelle<sup>3</sup> sur la base du suivi de séries statistiques.

Elle fournit aussi un éclairage approfondi sur une thématique particulière, nourri d'informations qualitatives issues de recherches documentaires et d'auditions de professionnels. À cet égard, la première édition de l'étude s'est intéressée au fonctionnement général du secteur, la deuxième à l'activité de distribution des programmes audiovisuels et la troisième aux spécificités de la production de programmes de flux.

### Méthodologie suivie et sources des données

Les données économiques de référence du secteur sont issues de plusieurs séries d'indicateurs extraites des bases de données de l'INSEE et d'Audiens, le groupe de protection sociale dédié aux secteurs de la culture, de la communication et des médias.

---

<sup>1</sup> Les programmes de stock (aussi appelés programmes de catalogue) conservent leur valeur indépendamment du nombre de diffusions.

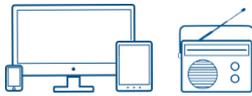
<sup>2</sup> Les programmes de flux sont destinés à être diffusés une seule fois ; après cela, ils perdraient leur valeur première.

<sup>3</sup> L'étude fournit des éléments d'information sur l'ensemble des entreprises qui interviennent dans le secteur de la production audiovisuelle et relevant du code NAF 5911A, soit l'ensemble de celles qui produisent des films et des programmes pour la télévision. Selon sa définition par l'INSEE, cette sous-classe d'activités comprend : la production et la réalisation de films et de programmes audiovisuels de tous types quelle qu'en soit la durée, destinés à la diffusion télévisuelle d'œuvres de stock (séries, téléfilms, reportages, documentaires, dessins animés, etc.), d'œuvres de flux (émissions en direct ou retransmises telles que jeux, variétés, météo, sports, journaux d'information, etc.), et la fabrication d'images de synthèse pour la télévision.



Les données sur la performance des programmes français à l'étranger sont issues, d'une part, des publications de TV France international (TVFI) et du Centre national du cinéma et de l'image animée (CNC) et s'appuient, d'autre part, sur la base de données internationale NoTa de l'institut Médiamétrie/Eurodata TV.

Les informations qualitatives utilisées afin de décrire le secteur des industries techniques sont issues de recherches documentaires (presse généraliste et spécialisée, ouvrages, publications institutionnelles) et s'appuient sur un cycle d'auditions et de rencontres mené entre les mois de septembre et octobre 2019. Au total, une quinzaine d'acteurs du secteur ont été entendus (professionnels du tournage, de la postproduction, représentants d'associations et responsables institutionnels). Les éléments portant sur les industries techniques en région sont issus d'un rapport rédigé par le cabinet Hexacom dans le cadre d'une mission que lui a confiée le Conseil sur les politiques publiques régionales.



## **Partie I. La structuration du marché de la production audiovisuelle**

En France, le marché de la production audiovisuelle forme un oligopsonne dominé par un faible nombre de demandeurs, les groupes audiovisuels, qui doivent alimenter en programmes les grilles et catalogues de leurs services linéaires et non linéaires, face à une multitude d'offreurs, les sociétés de production audiovisuelle, qui constituent un tissu créatif riche.

Les acteurs de la demande connaissent des évolutions variées. Les opérateurs traditionnels de télévision, présents historiquement sur le marché, demeurent les principaux financeurs de la production audiovisuelle mais voient leur modèle se fragiliser à travers l'érosion de leurs audiences et de leurs recettes publicitaires. Les services numériques tels que les éditeurs de services de vidéo à la demande par abonnement constituent des débouchés nouveaux pour les sociétés de production.

Du côté de l'offre le secteur de la production audiovisuelle française présente des caractéristiques particulières à travers ses cycles de fabrication différenciés selon les genres de programmes, ses formes contractuelles ou ses statuts spécifiques en matière d'emploi et les aides financières publiques dont il peut bénéficier pour certains programmes. Il dépend fortement des commandes que lui passent les éditeurs de chaînes de télévision. De même, il est indirectement impacté par les évolutions de la réglementation applicable aux éditeurs de chaînes de télévision.

C'est pourquoi l'étude de la structuration du marché de la production audiovisuelle nécessite de s'intéresser à la fois aux caractéristiques des acteurs de l'offre et aux évolutions que traversent les acteurs de la demande, la déstabilisation d'un type d'acteurs pouvant influencer sur l'autre.



## 1. Le tissu économique des sociétés de production audiovisuelle

### Remarques liminaires

Les données présentées dans cette partie constituent une actualisation des indicateurs figurant dans la troisième édition de l'étude publiée en septembre 2018.

La structure du tissu industriel du secteur de la production audiovisuelle est décrite dans cette partie à travers l'analyse de plusieurs indicateurs : le parc d'entreprises et sa dynamique de renouvellement, l'emploi, le chiffre d'affaires, la valeur ajoutée et la concentration du secteur.

Les données concernant l'évolution du parc d'entreprises et de l'emploi salarié<sup>4</sup> sont issues de traitements réalisés par le groupe Audiens<sup>5</sup>. Elles portent sur la période 2000-2017. Ces données prennent en compte l'ensemble des entreprises du secteur de la production audiovisuelle. Les entreprises considérées par Audiens comme appartenant au secteur de la production audiovisuelle sont celles relevant du code NAF 5911A<sup>6</sup> ou qui cotisent auprès de l'Association pour le paritarisme dans la branche de la production audiovisuelle<sup>7</sup>.

De plus, les données relatives à l'emploi comprennent des effectifs dédoublonnés. À titre d'exemple, un individu déclaré à la fois en contrat de travail à durée déterminée (CDD) de droit commun et en CDD d'usage (CDDU) n'est compté qu'une seule fois dans l'effectif salarié total.

Un CDDU est un contrat de travail à durée limitée spécifique dont l'utilisation est réservée à certains secteurs d'activités, tels que l'audiovisuel. Les artistes et techniciens en CDDU sont plus communément dénommés « intermittents du spectacle ».

Les données relatives au chiffre d'affaires du secteur sont issues des bases de données INSEE. Ces données prennent en compte l'ensemble des entreprises relevant du code NAF 5911A<sup>8</sup>. Elles portent sur la période 2008-2016.

<sup>4</sup> Les données concernant les effectifs salariés par type de contrat (effectifs dédoublonnés, effectifs en CDI, CDD et CDD d'usage) sont recueillies par Audiens sur un mode déclaratif.

<sup>5</sup> Audiens est le groupe de protection sociale dédié aux secteurs de la culture, de la communication et des médias.

<sup>6</sup> Le code de Nomenclature d'Activités Française (NAF) 5911A inclut les entreprises de production de films et de programmes pour la télévision. Il est compris dans le code NAF 5911 qui regroupe également le code 5911B portant sur la production de films institutionnels et publicitaires et 5911C portant sur la production de films pour le cinéma. Contrairement aux deux précédentes éditions de l'étude, les données Audiens correspondant à ce seul code NAF 5911A ne sont plus présentées.

<sup>7</sup> Afin d'assurer le financement et la gestion du paritarisme, les partenaires sociaux de la production audiovisuelle ont créé une association pour le paritarisme dans la branche de la production audiovisuelle. Les organisations syndicales et professionnelles représentatives au plan national dans cette branche de la production audiovisuelle sont membres de droit de cette association qui perçoit notamment les cotisations créées par les partenaires sociaux pour le financement du CCHSCT de la production audiovisuelle, pour le financement des délégués de branche et, plus largement, de l'aide au paritarisme dans la branche de la production audiovisuelle. Elle répartit les sommes collectées entre les organes chargés de mettre en œuvre les différents volets de l'aide au paritarisme ainsi qu'au bénéfice du CCHSCT.

<sup>8</sup> Du fait du mode de référencement déclaratif, il arrive que des entreprises de production audiovisuelle soient enregistrées sous un code NAF erroné. Un travail de requalification des entreprises de production référencées sous des codes différents a ainsi été effectué. Par ailleurs, l'INSEE a pu opérer certaines évolutions méthodologiques d'une année sur l'autre.



### 1.1 Les entreprises de production audiovisuelle

- **Une croissance du nombre d'entreprises ralentie depuis 2009**

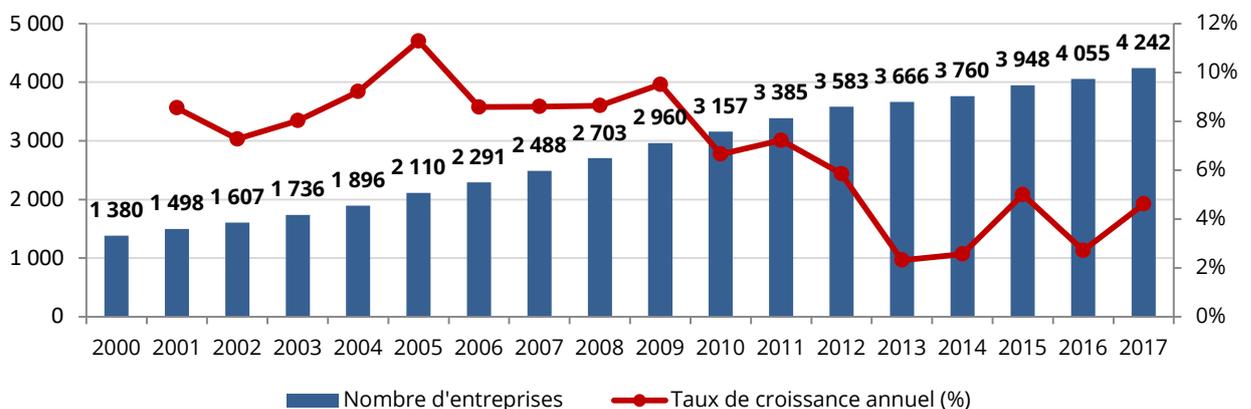
Le nombre d'entreprises du secteur de la production audiovisuelle a triplé entre 2000 et 2017, passant de 1 376 à **4 242 entreprises**.

En moyenne, entre 2000 et 2017, le nombre d'entreprises du secteur a crû de 7 % chaque année. Néanmoins, cette croissance n'a pas été homogène : entre 2000 et 2009, le taux de croissance moyen s'établit à 9 %, contre 5 % entre 2010 et 2017. Le ralentissement de la croissance est encore plus marqué à partir de 2013, malgré deux légers rebonds en 2015 et 2017, qui ne semblent pourtant liés à aucun changement majeur sur le secteur.

L'inflation du nombre de sociétés de production au début des années 2000 est en partie liée à la diminution des coûts de barrière à l'entrée du secteur (diminution des coûts d'acquisition de moyens techniques de tournage et démocratisation des outils de post-production utilisables sur des ordinateurs personnels, etc.), qui ont facilité l'arrivée de nouveaux entrants sur le marché

L'introduction du statut d'auto-entrepreneur a pu également contribuer à une accentuation ponctuelle de la croissance du nombre d'entreprises de production audiovisuelle actives en 2009, mais son effet sur la dynamique de création d'entreprises dans le secteur est resté très limité depuis.

- **Évolution du nombre total d'entreprises et taux de croissance, 2000-2017**



Source : Audiens.

- **Des entreprises concentrées en Île-de-France**

Entre 2000 et 2017, les entreprises situées en Île-de-France sont largement majoritaires : elles représentent en moyenne sur l'ensemble de la période 70 % de l'ensemble des entreprises du secteur.

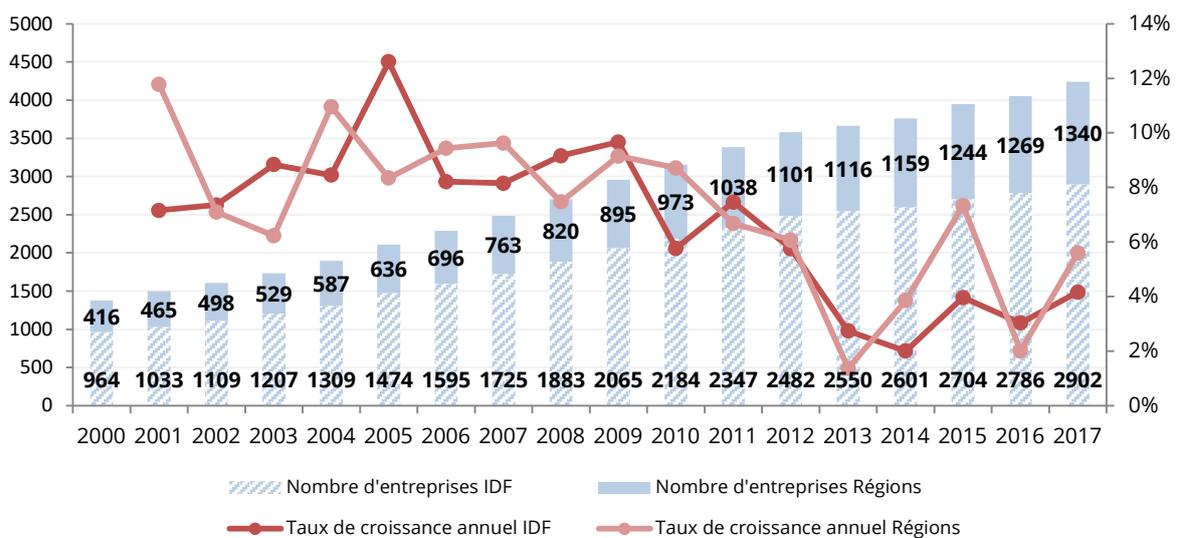


À titre de comparaison, sur l'ensemble des entreprises de France, tous secteurs d'activité confondus, la région Île-de-France représente 24 % du total<sup>9</sup>.

L'Auvergne-Rhône-Alpes (19 % des entreprises en régions), les Pays de la Loire (15 %), la Nouvelle-Aquitaine (13 %) et l'Occitanie (13 %) concentrent près de 60 % des entreprises en régions en 2017, soit un total de 800 unités. Toutefois, ces régions n'ont pas connu de forts taux de croissance sur l'ensemble de la période. La région Provence-Alpes-Côte d'Azur (PACA), en multipliant son nombre d'entreprises par plus de 5 entre 2000 et 2017 (de 18 à 96), est la région la plus dynamique.

Aussi bien en Île-de-France qu'en régions, le nombre d'entreprises du secteur est en croissance constante. Celle-ci ralentit à partir de 2009. Les rebonds de 2015 et 2017 précédemment mis en évidence résulte du dynamisme de l'activité en régions (avec une hausse de 7,3 % entre 2014 et 2015, et de 6 % entre 2016 et 2017), alimentée par une politique d'aide régionale incitative et par le tournage de nouvelles séries en régions<sup>10</sup>.

### Évolution du nombre total d'entreprises, répartition et taux de croissance en Île-de-France et en régions, 2000-2017



Source : Audiens.

<sup>9</sup> Source : Chambre de commerce et d'industrie de Paris-Île-de-France, *Les chiffres-clés 2019 de la région Île-de-France*.

<sup>10</sup> Telles que les séries « Capitaine Marleau » ou « Meurtres à... ».



### Les aides régionales à la production audiovisuelle

Les 34 fonds de soutien territoriaux au cinéma et à l'audiovisuel ont apporté près de 80 millions d'euros d'aides à la production audiovisuelle et cinématographique en 2018 (en hausse de 6 % par rapport à 2017 et de 25 % par rapport à 2016) dont 35 millions d'euros dans l'audiovisuel (soit 44 % des montants totaux, le reste étant alloué au cinéma)<sup>11</sup>.

Ces chiffres intègrent les investissements des collectivités et ceux du CNC inscrits dans les conventions de coopération signées entre l'État, les régions et le CNC pour la période 2017-2019. En 2018, le CNC s'est engagé au versement de 21 millions d'euros en accompagnement direct des politiques de soutien à la création et à la production des collectivités, soit 1,1 million d'euros supplémentaire en un an (+5,6 %).

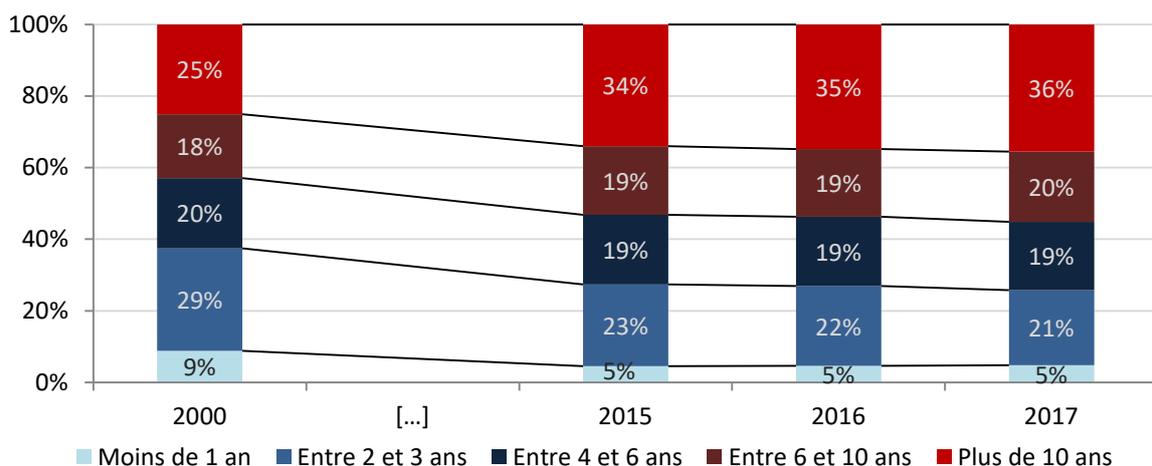
- **Une proportion croissante d'entreprises de plus de 10 ans**

Les entreprises qui ont plus de 10 ans représentent la part la plus importante de la structure du marché.

En 2017, plus d'un tiers des entreprises de production audiovisuelle sont actives depuis plus de dix ans. Cette proportion n'a pas connu d'évolution significative ces trois dernières années. Elle est cependant plus élevée qu'en 2000, où elle atteignait seulement 25 %.

À l'inverse, les entreprises de moins d'un an et les entreprises dont l'ancienneté est comprise entre 2 et 3 ans passent respectivement de 9 % à 5 % et de 29 % à 22 % entre 2000 et 2017.

**Structure du marché par ancienneté, 2000-2017**



Source : Audiens.

<sup>11</sup> Ciclic (agence régionale du Centre-Val de Loire pour le livre, l'image et la culture numérique), *Panorama annuel des interventions territoriales*, mars 2018.



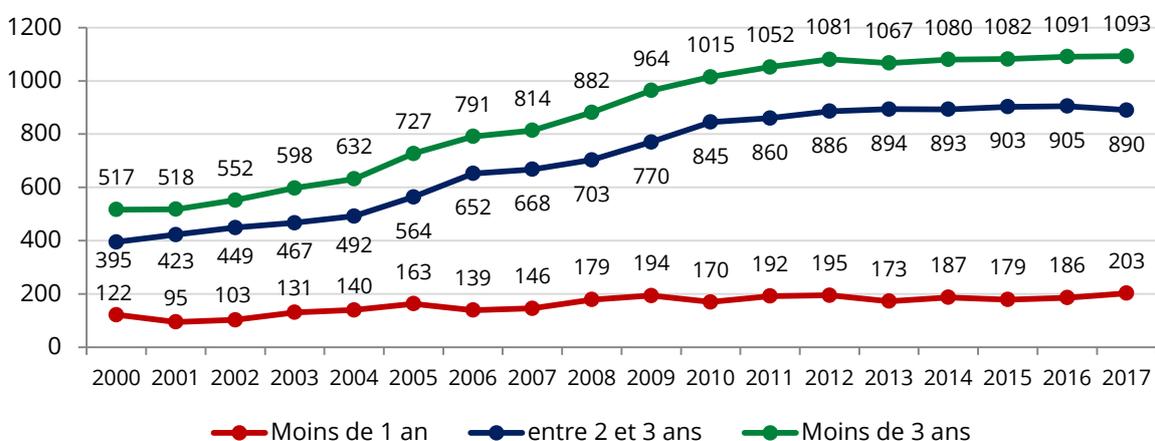
- **Un nombre stable d'entreprises de moins de 3 ans**

Le nombre d'entreprises de moins de 3 ans est stable depuis 2010-2011, après avoir connu une progression importante entre 2000 et 2010.

Le secteur témoigne toujours d'une certaine dynamique avec plus de 200 nouveaux acteurs en 2017 (record observé sur la période).

En revanche, le nombre d'entreprises âgées entre 2 et 3 ans baisse pour la première fois en 2017, passant de 905 à 890 unités, ce qui pourrait peut-être témoigner d'une difficulté pour les nouvelles entreprises à se pérenniser.

**Évolution du nombre de sociétés de moins de 3 ans, 2000-2017**



Source : Audiens.

- **Une courte majorité des entreprises actives en 2010 l'a été en continu jusqu'en 2017**

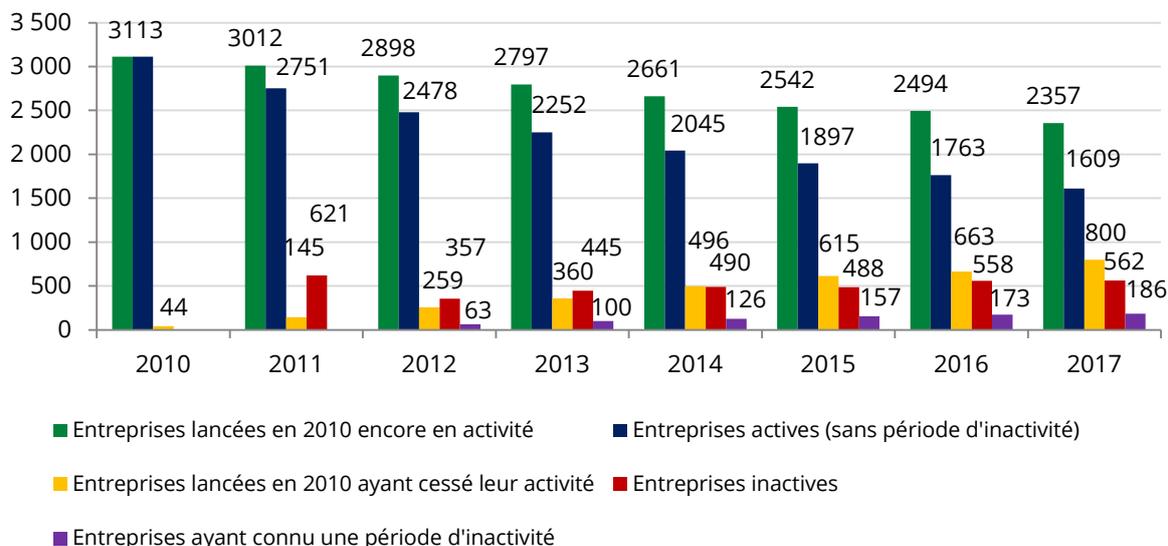
Sur les 3 157 entreprises actives<sup>12</sup> en 2010, 44 ont cessé leur activité cette même année et 3 113 ont poursuivi leur activité au moins l'année suivante.

Sur l'ensemble de la période 2010-2017, 51 % des entreprises actives en 2010 ont connu une période d'activité continue (1 609 entreprises), 6 % ont connu une période d'inactivité (186), 25 % ont cessé leur activité (800) et 18 % sont inactives en 2017 (562). Ces chiffres témoignent de l'activité cyclique des sociétés de production audiovisuelle.

<sup>12</sup> Les entreprises actives représentent les entreprises ayant eu une activité au cours de l'année considérée. Par opposition, les entreprises inactives sont des entreprises non cessées n'ayant pas eu d'activité au cours de l'année considérée.



### Parcours des entreprises actives en 2010 sur la période 2010-2017



Source : Audiens.

#### 1.2 L'emploi dans la production audiovisuelle

- **Un secteur créateur d'emplois**

L'emploi dans les entreprises de production audiovisuelle a crû de 75 % entre 2000 et 2017, avec un taux de croissance moyen annuel de 3,4 %. La très grande majorité des personnes sont employées en contrat à durée déterminée d'usage (CDDU) (83 % en 2017). On observe cependant une légère augmentation des contrats permanents<sup>13</sup> depuis 2014, passant de 13 à 17 %, valeur la plus haute observée sur la période d'étude.

En 2017, les 4 242 entreprises de production audiovisuelle ont employé 103 356 personnes différentes. Parmi elles, 48 456 étaient employées en CDD d'usage non artistes, 44 354 en CDD d'usage artistes, 11 264 en CDI, et 7 824 en CDD de droit commun.

La croissance du nombre d'emplois dans le secteur (+75 %) est moins importante que celle du nombre d'entreprises (+207 %). Ceci peut s'expliquer, pour partie, par la part d'entreprises inactives<sup>14</sup>. En effet, une entreprise inactive sur une année n'emploie pas ou peu de personnel, mais reste tout de même comptabilisée dans le nombre total d'entreprises du secteur. Le secteur reste malgré tout créateur net d'emplois salariés, quelles que soient les catégories de contrats considérées.

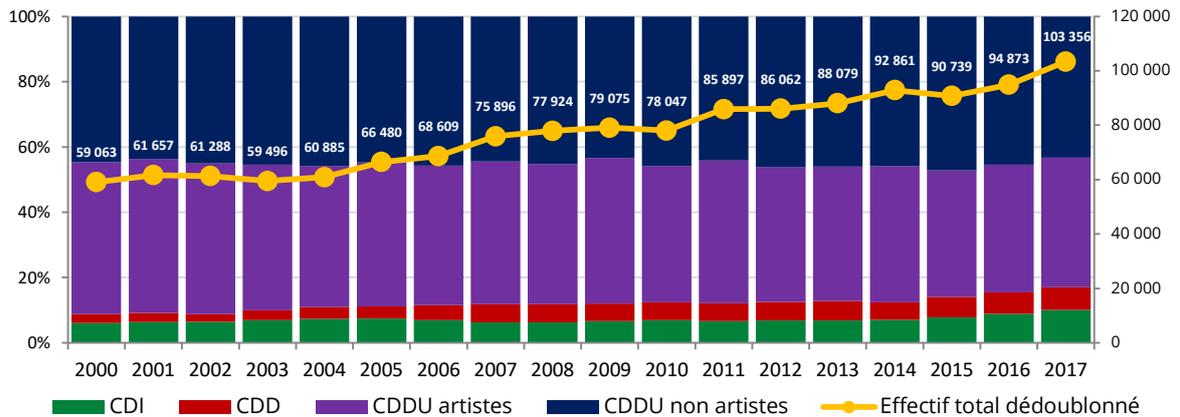
Le graphique ci-dessous présente l'évolution de l'emploi en termes d'effectifs et distingue les contrats à durée indéterminée (CDI), les contrats à durée déterminée (CDD) et les contrats à durée déterminée d'usage (CDDU ou intermittents).

<sup>13</sup> Les permanents regroupent les CDI et les CDD de droit commun. À noter que les effectifs sont exprimés en équivalent temps plein (ETP).

<sup>14</sup> Pour rappel, près de 20 % des entreprises actives en 2010 étaient inactives en 2017.



### Évolution de l'emploi en termes d'effectif et par type de contrat, 2000-2017



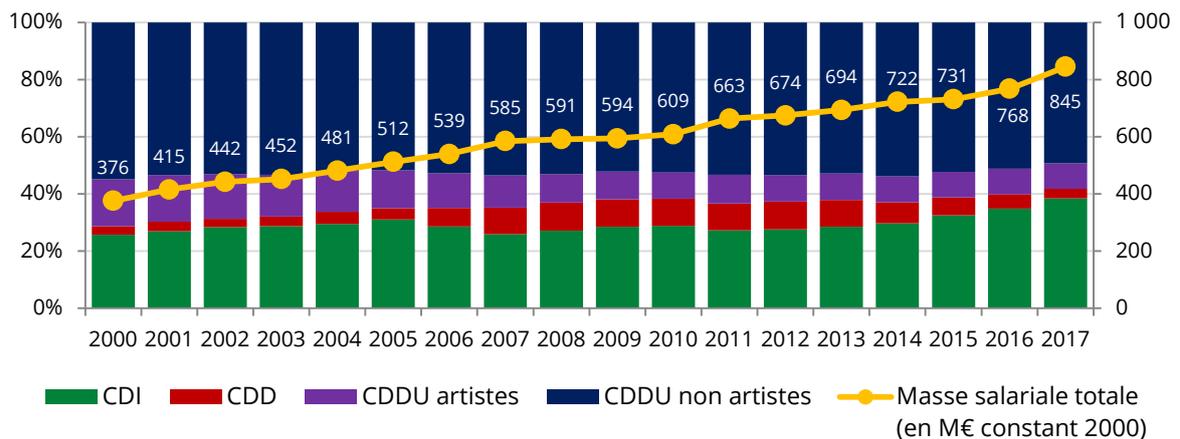
Source : Audiens.

- **Une part importante de la masse salariale allouée aux CDDU non artistes**

Entre 2000 et 2017, la masse salariale a augmenté plus vite que les effectifs. Elle a, en effet, plus que doublé sur l'ensemble de la période, enregistrant un taux de croissance annuel moyen de 4,9 % (contre un taux de croissance annuel moyen de 3,4 % pour les effectifs), pour s'établir à 845 millions d'euros en 2017.

Les CDDU pèsent pour plus de la moitié de la masse salariale totale du secteur. Néanmoins, leur poids est en baisse continue sur la période, passant de 71 % à 58 % entre 2000 et 2017. Le poids global des CDDU est très largement porté par les CDDU non artistes, qui concentrent plus de 85 % de la masse salariale allouée aux CDDU, et près de 50 % de la masse salariale totale.

### Évolution de l'emploi en termes de masse salariale (en millions d'euros constants de 2000) et par type de contrats, 2000-2017



Source : Audiens.



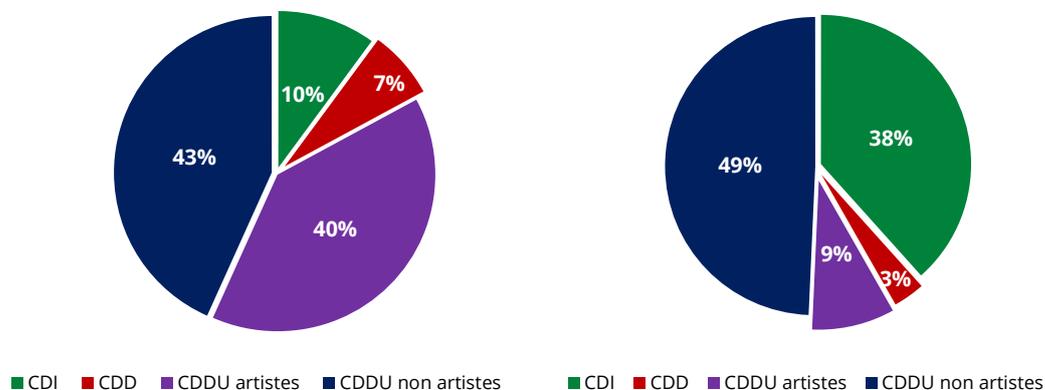
- **Une surpondération des CDI dans la masse salariale par rapport aux effectifs**

Alors que les individus en CDI représentent seulement 11 % des emplois du secteur en 2017, leurs salaires comptent pour 38 % de la masse salariale totale, attestant de niveaux de rémunérations significativement plus élevés que pour les autres contrats du secteur. Le poids des salaires des individus en CDI dans la masse salariale totale est en hausse continue depuis 2014.

À l'opposé, les CDDU artistes représentent, en 2017, 40 % des effectifs pour seulement 9 % de la masse salariale. Cette sous-représentation des CDDU artistes dans la masse salariale est une tendance de long terme, puisque le même différentiel pouvait être observé en 2000, où ils représentaient 47 % des effectifs et 16 % de la masse salariale.

Les rémunérations des personnes employées en CDD de droit commun ont eu tendance à se dégrader ces 5 dernières années : en 2017, ces CDD concentrent seulement 3 % de la masse salariale totale du secteur, contre 7 % des effectifs ; le rapport était de 10 % pour 6 % en 2012. Près de 3 000 contrats en CDD supplémentaires sont comptabilisés en 2017 par rapport à 2012, mais leur masse salariale est passée de 65 à 29 millions d'euros.

**Part de chaque type de contrat dans les effectifs (à gauche) et dans la masse salariale (à droite) en 2017**



Source : Audiens

- **Une masse salariale et des effectifs concentrés en Île-de-France**

Compte tenu de la forte concentration des entreprises de production audiovisuelle en Île-de-France, cette région concentre logiquement une part importante des effectifs et de la masse salariale.

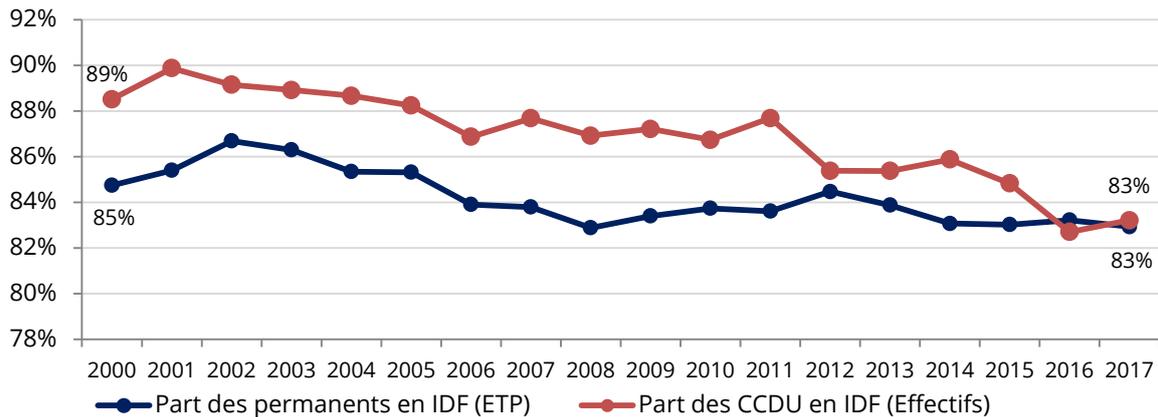
Néanmoins, alors que la part d'entreprises présentes en Île-de-France est constante sur la période (autour de 70 %), le poids de la région en termes d'effectifs et de masse salariale décroît très légèrement sur la période 2000-2017. La décroissance est plus marquée au niveau des effectifs que de la masse salariale, notamment en ce qui concerne les effectifs en CDDU, qui sont 83 % à travailler en Île-de-France en 2017, contre 89 % en 2000. Ainsi, si au début de la



période d'étude, la part de CDDU en Île-de-France était plus importante que la part de permanents, elles se rejoignent en 2017.

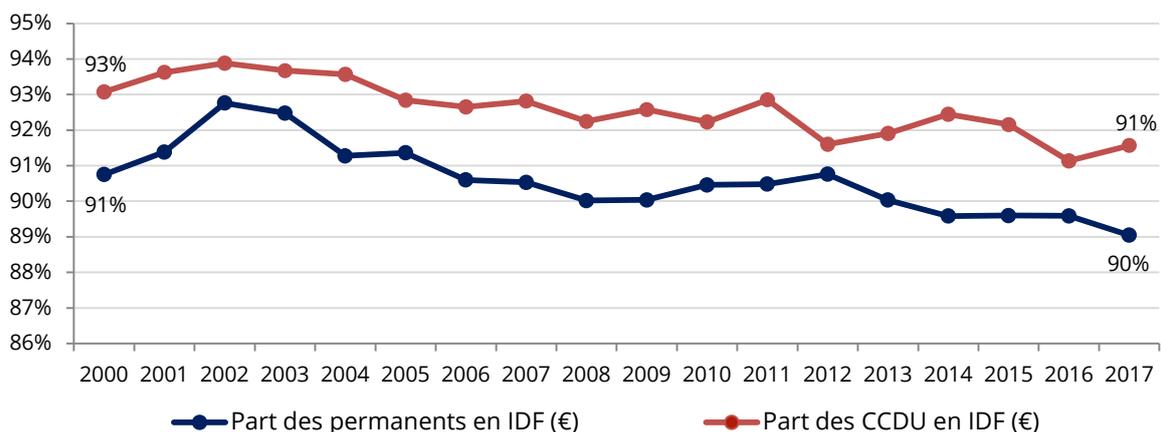
L'écart entre effectif et masse salariale peut en partie s'expliquer par le coût de la vie en Île-de-France, qui tire les salaires à la hausse.

**Évolution de la part des permanents et des CDDU en Île-de-France en termes d'effectifs, 2000-2017**



Source : Audiens. Note : les effectifs des permanents sont normalisés en équivalent temps plein (ETP) et les CDDU sont données en nombre de personnes.

**Évolution de la part des permanents et des CDDU en Île-de-France en termes de masse salariale, 2000-2017**



Source : Audiens.

- **Un secteur caractérisé par des entreprises de petites tailles**

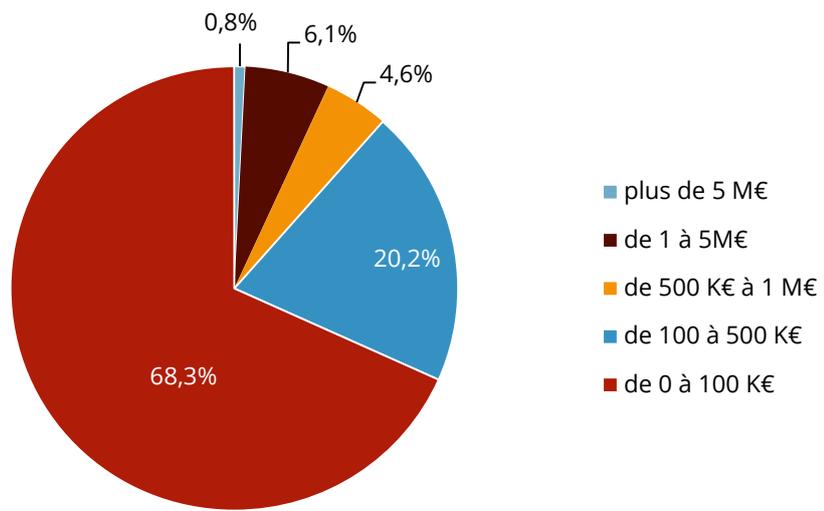
Hormis quelques évolutions, le secteur de la production audiovisuelle reste caractérisé par une part très importante d'entreprises de petite taille, présentant une masse salariale inférieure à 100 000 euros.



La part de ces entreprises de petite taille a significativement augmenté sur la période d'étude, atteignant 72 % en 2017 (+3,3 points). La part de toutes les autres catégories d'entreprises est en baisse entre 2000 et 2017.

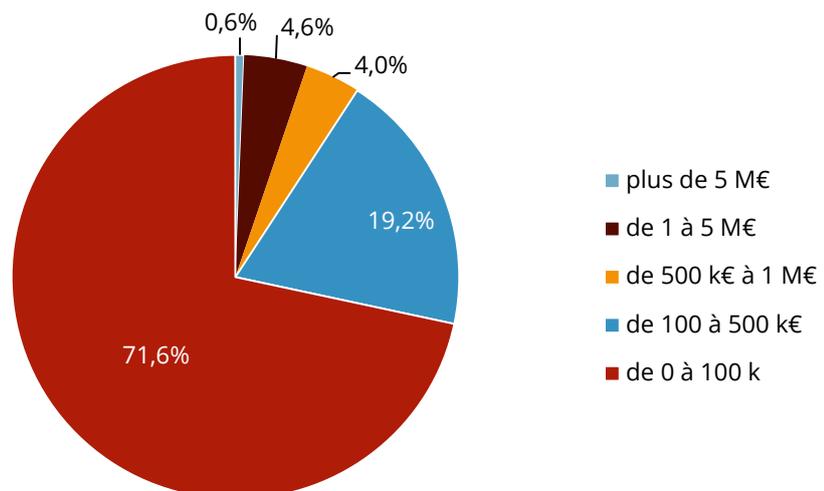
De 2000 à 2017, la part des entreprises dont la masse salariale est comprise entre 1 et 5 millions d'euros a diminué de 1,5 point. En revanche la part des entreprises dont la masse salariale est supérieure à 5 millions d'euros est restée stable (moins de 1 %).

### Répartition du nombre d'entreprises par tranche de masse salariale en 2000



Source : Audiens.

### Répartition du nombre d'entreprises par tranche de masse salariale en 2017



Source : Audiens.



- **Comparaison du secteur de la production audiovisuelle avec les secteurs de la production cinématographique et de la production d'animation (audiovisuelle et de cinéma)**

Comme constaté précédemment, la masse salariale des entreprises du secteur de la production audiovisuelle a plus que doublé entre 2000 et 2017.

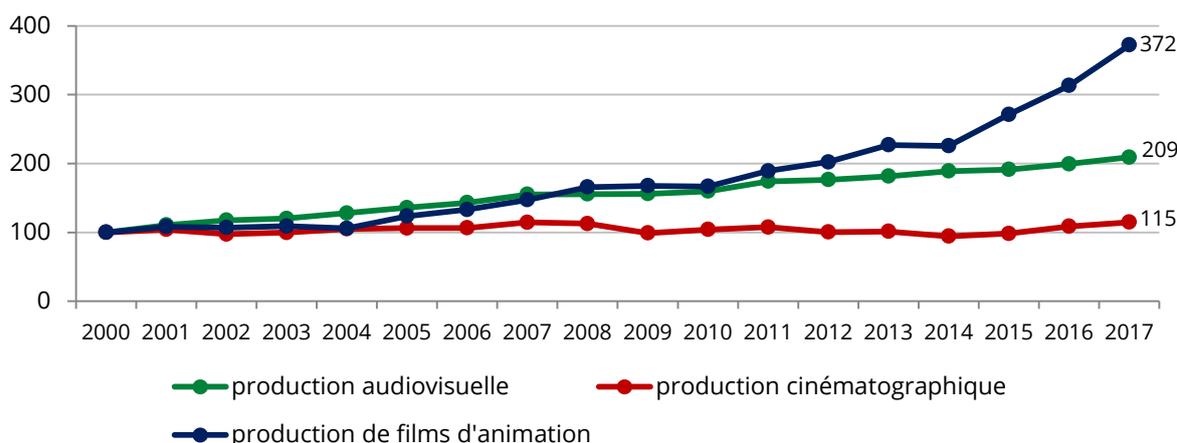
Cette forte croissance reste cependant plus mesurée que celle observée sur le secteur de la production de films d'animation. Si les deux secteurs ont connu une croissance similaire entre 2000 et 2010, la masse salariale des sociétés de production de films d'animation augmente plus rapidement à partir de 2010, avant de connaître une envolée depuis 2014. En effet, entre 2014 et 2017, la masse salariale du secteur a crû en moyenne de 18 % chaque année. Cette évolution confirme l'impact conjugué de la réforme du soutien du CNC à l'animation et de celle du crédit d'impôt audiovisuel entrées en vigueur en 2016 et qui ont accompagné le succès du film d'animation français à l'export.

En revanche, la masse salariale du secteur de la production cinématographique demeure relativement stable depuis 2000, avec une augmentation de 15 % sur l'ensemble de la période d'étude. Le secteur semble cependant repartir sur une légère tendance à la hausse depuis 2014.

Il convient de préciser que ces constats concernent des secteurs de tailles très différentes. Le secteur de la production audiovisuelle, avec une masse salariale de près de 850 millions d'euros, pèse près de deux fois plus que celui de la production cinématographique et cinq fois plus que celui de la production de films d'animation<sup>15</sup>.

### Évolution de la masse salariale pour les secteurs de la production audiovisuelle, production cinématographique et production de films d'animation, 2000-2017

Base 100 en 2000



Source : Audiens. Les valeurs de chaque secteur de production en 2000 ont été ramenées à 100 – les taux de croissance réels observés entre 2000 et 2017 ont été appliqués à cette base 100.

<sup>15</sup> D'après l'Observatoire de la production audiovisuelle et cinématographique en Île-de-France (Audiens pour Film Paris Region) et l'étude « La Production de films d'animation et d'effets visuels » (Audiens).

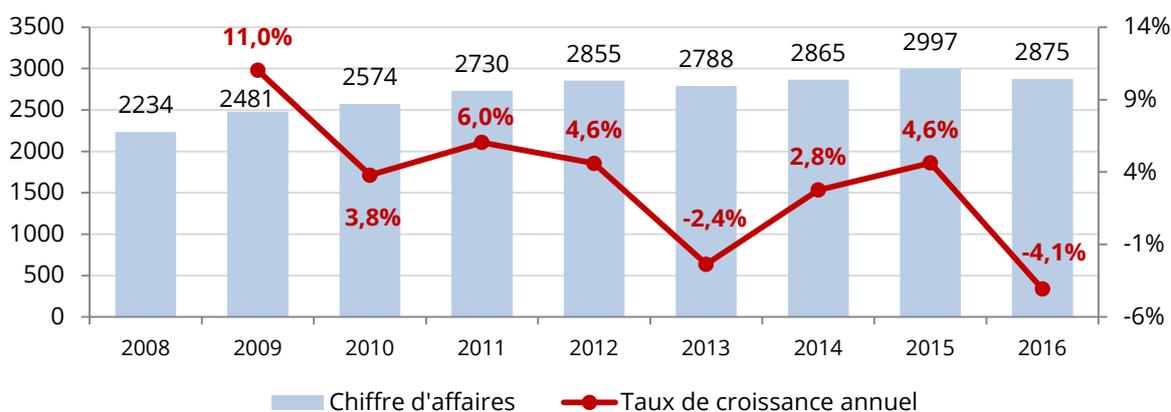


### 1.3 Le chiffre d'affaires et la valeur ajoutée du secteur

- **Un chiffre d'affaires de près de 3 milliards d'euros en 2016**

Le chiffre d'affaires annuel du secteur de la production audiovisuelle s'élève à près de 3 milliards d'euros courants en 2016, en progression de 29 % sur l'ensemble de la période, mais en baisse de 4 % par rapport à 2015.

#### Évolution du chiffre d'affaires des entreprises relevant du code NAF 5911A (en millions d'euros courants), 2008-2016



Source : INSEE (base de données FARE). Le taux lu en année N correspond à la variation observée entre l'année N-1 et cette même année N.

- **Une valeur ajoutée hors taxes (VAHT)<sup>16</sup> représentant près de 2,3 milliards d'euros en 2016**

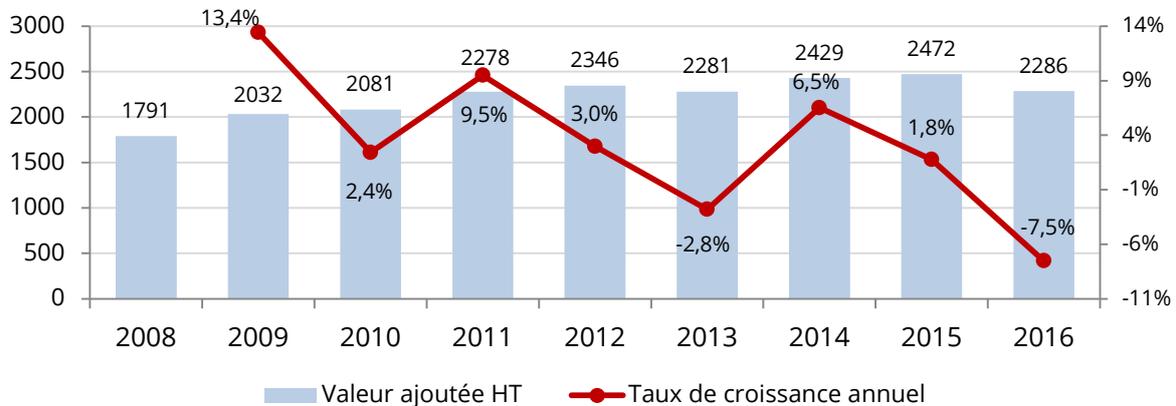
Le montant total de la VAHT a crû de 27,6 % entre 2008 et 2016, mais a, comme le chiffre d'affaires, diminué de façon significative entre 2015 et 2016 (-7,5 %).

Il peut être noté que le chiffre d'affaires et la valeur ajoutée n'enregistrent pas les mêmes taux de variation d'une année sur l'autre. Cela pourrait signifier que l'évolution du niveau des charges des entreprises de production n'est pas proportionnelle à l'évolution de leurs produits, et qu'une hausse du chiffre d'affaires n'entraînera pas mécaniquement une hausse du bénéfice. Le caractère cyclique de l'activité de production renforce d'autant plus cette décorrélacion entre le chiffre d'affaires et la valeur ajoutée.

<sup>16</sup> L'indicateur de valeur ajoutée hors taxes permet de mesurer l'augmentation de la richesse liée à l'activité d'une entité ou d'un secteur économique, et complète utilement l'analyse du chiffre d'affaires du secteur de la production audiovisuelle. Elle est égale à la valeur de la production diminuée des consommations intermédiaires.



### Évolution de la valeur ajoutée HT des entreprises relevant du code NAF 5911A (en millions d'euros courants), 2008-2016



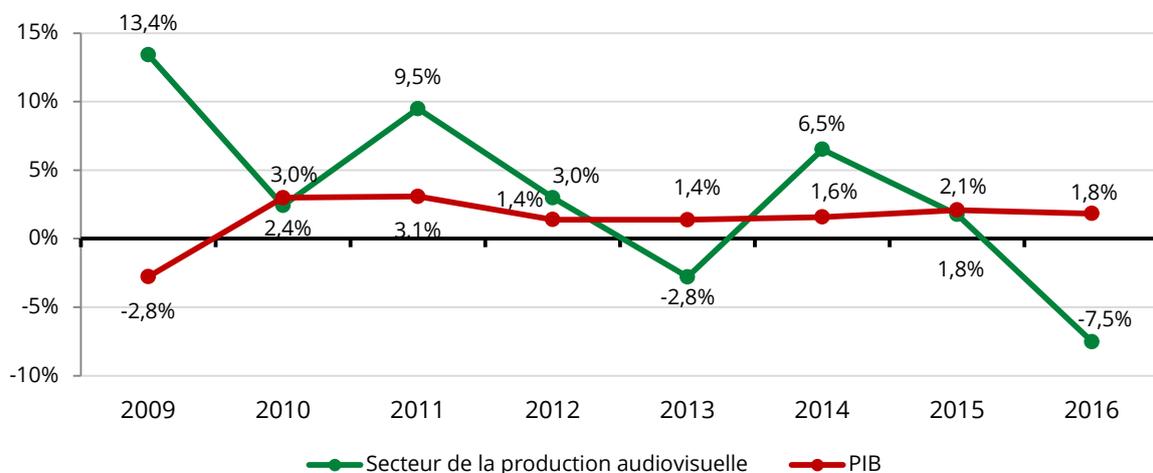
Source : INSEE (base de données FARE).

- **Les performances du secteur légèrement inférieures à celles du reste de l'économie en 2015**

La comparaison des taux de croissance annuels de la valeur ajoutée du secteur de la production audiovisuelle et du PIB sur la période 2009-2016 en valeurs courantes permet d'analyser les performances du secteur au regard de celles de l'ensemble de l'économie française. Elle montre que les variations de taux de croissance enregistrées par le secteur sont beaucoup plus marquées que pour l'ensemble de l'économie française.

La forte baisse de la valeur ajoutée du secteur de la production audiovisuelle observée entre 2015 et 2016 n'est pas liée à un ralentissement général de l'économie française, puisque sur la même période, le PIB de la France a augmenté de 1,8 %.

### Évolutions comparées de la croissance du PIB et de croissance de la valeur ajoutée du secteur de la production audiovisuelle, 2009-2016



Sources : INSEE (base de données FARE) et Eurostat.



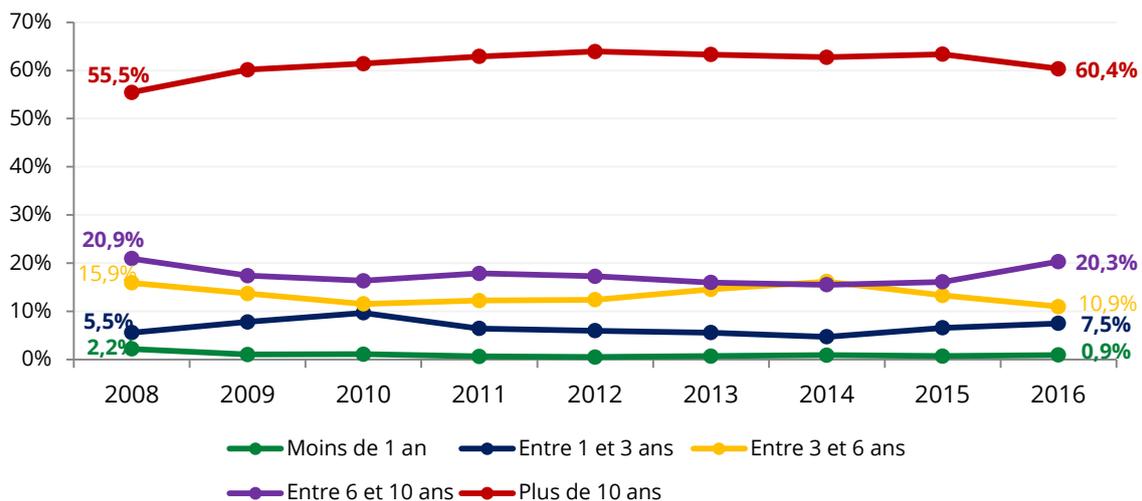
- **Les entreprises de plus de 10 ans concentrent plus de 60 % du chiffre d'affaires du secteur**

Les entreprises de plus de 10 ans réalisent plus de 60 % du chiffre d'affaires total du secteur en 2016. Leur poids a cependant baissé entre 2015 et 2016 (-3 points), au profit notamment des entreprises âgées de 6 à 10 ans (+4,2 points). Ces dernières ont en effet connu une forte croissance en 2016, puisqu'en valeur leur chiffre d'affaires a augmenté de plus de 100 millions d'euros.

Depuis 2014, le poids dans le chiffre d'affaires des entreprises âgées de 1 à 3 ans et celui de celles âgées de 3 à 6 ans ont tendance à se rapprocher.

Les nouveaux entrants réalisent moins de 1 % du chiffre d'affaires du secteur.

**Évolution de la répartition du chiffre d'affaires  
du secteur de la production audiovisuelle par ancienneté, 2008-2016**



Source : INSEE (base de données FARE).

- **Les entreprises de plus de 10 salariés permanents concentrent les deux tiers du chiffre d'affaires annuels du secteur**

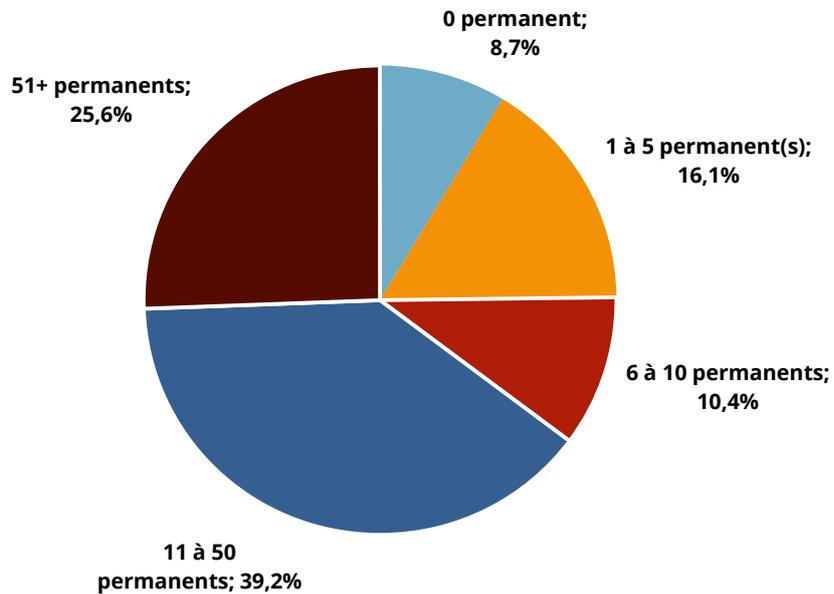
En 2008 comme en 2016, les entreprises de plus de 10 salariés permanents représentent les deux tiers du chiffre d'affaires annuels du secteur.

Parmi les entreprises employant plus de 10 salariés permanents, le poids de celles employant entre 11 et 50 permanents a fortement diminué en 8 ans, au profit des « grosses » entreprises employant plus de 51 permanents. Ces dernières comptent pour 34,7 % du chiffre d'affaires en 2016 (contre 25,6 % 8 ans plus tôt).

Le poids des entreprises n'employant aucun permanent, en employant entre 1 et 5, ou entre 6 et 10, reste stable sur l'ensemble de la période.

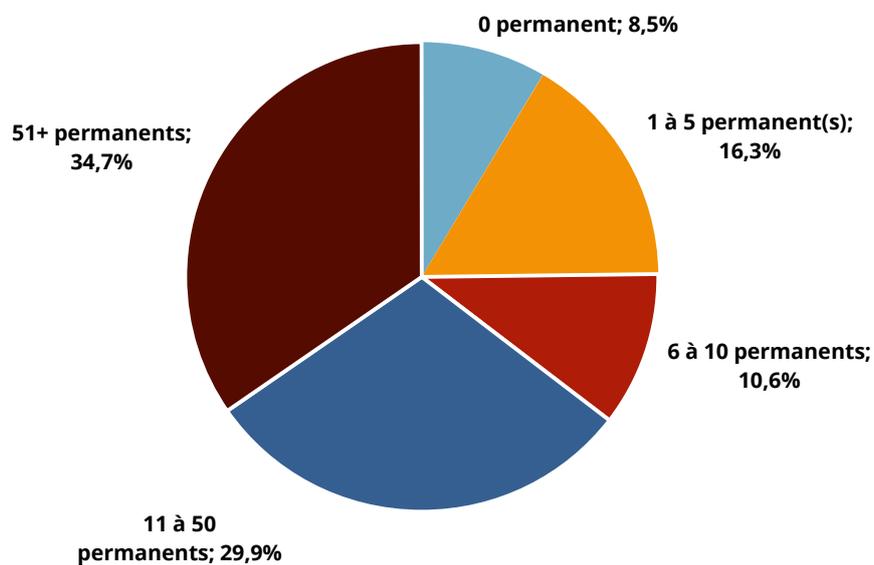


### Répartition du chiffre d'affaires annuel du secteur par tranche d'effectifs salariés permanents en 2008



Source : INSEE (base de données FARE).

### Répartition du chiffre d'affaires annuel du secteur par tranche d'effectifs salariés permanents en 2016



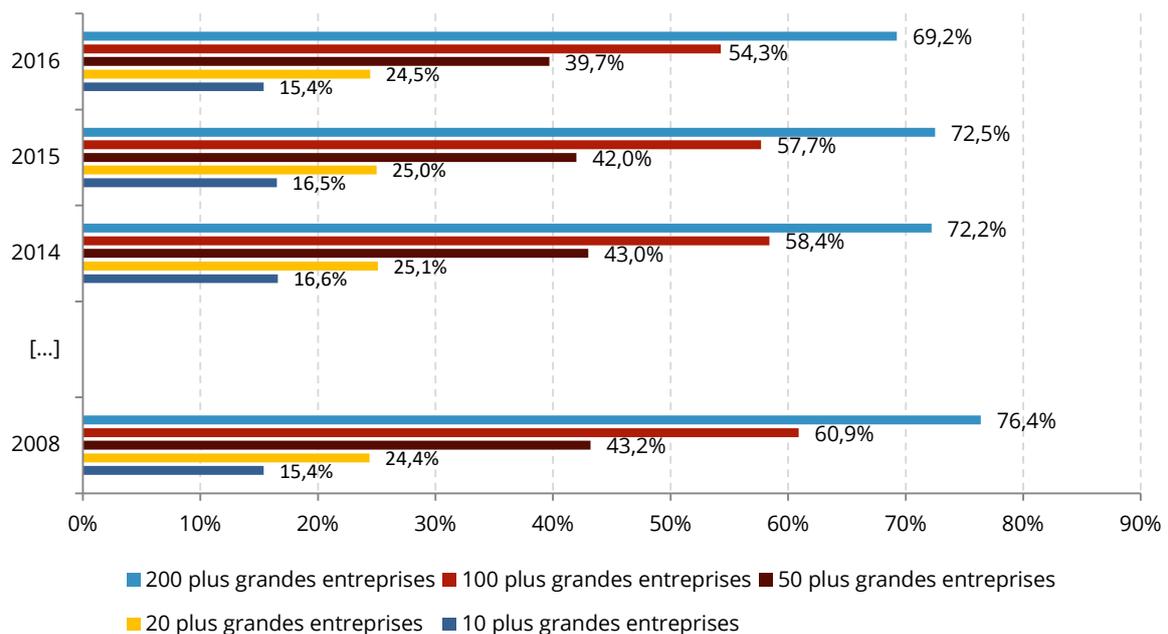
Source : INSEE (base de données FARE).



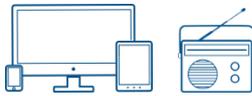
- **Les 200 plus grandes entreprises réalisent près de 70 % du chiffre d'affaires total du secteur**

Le secteur de la production audiovisuelle est très éclaté : les 10 plus grandes entreprises représentent seulement 15,4 % du chiffre d'affaires global en 2016, une part stable sur la période. En 2016, les 200 plus grandes entreprises du secteur réalisent 69,2 % du chiffre d'affaires global, en baisse de 3,3 points par rapport à l'année précédente ce qui témoigne d'une concentration moins grande du chiffre d'affaires.

### Concentration du chiffre d'affaires du secteur de la production audiovisuelle, 2008-2016



Source : INSEE (base de données FARE).



On dénombre **4 242 entreprises de production audiovisuelle** en 2017 (dont 70 % en Île-de-France), soit trois fois plus qu'en 2000.

En 2017, l'ensemble des entreprises de production audiovisuelle ont employé **103 356 personnes** différentes. Parmi elles, **83 % ont été employées en CDD d'usage** 10 % en CDI, et 7 % en CDD de droit commun.

Le chiffre d'affaires annuel du secteur de la production audiovisuelle s'élève à près de **3 milliards d'euros** courants en 2016.

Dans le secteur de la production audiovisuelle, **les entreprises qui ont plus de 10 ans sont les plus nombreuses** (36 % du total en 2017). Elles réalisent 60 % du chiffre d'affaires total du secteur en 2016. Néanmoins, le secteur de la production audiovisuelle est très éclaté : **les 10 plus grandes entreprises représentent seulement 15,4 % du chiffre d'affaires global** en 2016, une part stable sur la période.

Le secteur de la production audiovisuelle reste caractérisé par **une part très importante d'entreprises de petite taille**, près de 72 % d'entre elles présentent une masse salariale inférieure à 100 000 euros.

En 2017, le nombre record de 200 nouvelles entreprises créées a été atteint.



## 2. Les évolutions des éditeurs de chaînes de télévision

En 2018, les groupes TF1, France Télévisions et M6 ont représenté à eux trois, 69 % de part d'audience en télévision linéaire, 72 % du marché brut de la publicité télévisée et 76 % des investissements dans le préfinancement des œuvres audiovisuelles aidées<sup>17</sup>.

Dans cet écosystème, les services non linéaires, tels que les services de vidéo à la demande par abonnement (VàDA), offrent de nouveaux débouchés aux sociétés de production. Le marché de la VàDA est dynamique et compte aujourd'hui une soixantaine de services disponibles en France. Les services actifs sont très variés en termes de positionnement éditorial, de taille et d'actionnariat<sup>18</sup>. Toutefois, la télévision occupe encore une place centrale dans la consommation audiovisuelle : 44,1 millions de Français ont regardé la télévision<sup>19</sup> en 2018 pour une durée d'écoute quotidienne moyenne de 3h36. Toutefois, la consommation audiovisuelle linéaire est en baisse, en particulier chez les jeunes populations, et subit la progression de la consommation non linéaire.

Le marché de l'édition de chaînes de télévision est soumis à plusieurs tensions. Le marché publicitaire télévisuel connaît une forte pression concurrentielle liée à une profonde évolution des médias et aux arbitrages des annonceurs. La télévision a ainsi perdu 9 % de ses revenus publicitaires en dix ans quand internet est devenu en 2016 le premier média choisi par les annonceurs. En 2018, le marché publicitaire de la télévision a progressé de 2,4 % par rapport à 2017 alors que le marché publicitaire total médias est en hausse de 4,2 %, tiré par la progression de la publicité en ligne (+17 % par rapport à 2017)<sup>20</sup>. De son côté, France Télévisions subit moins fortement l'érosion des recettes publicitaires que ses concurrents privés mais doit faire face à des restrictions budgétaires. Dans ce contexte qui fragilise les groupes audiovisuels, ceux-ci peuvent être amenés à diminuer leurs investissements dans les programmes ou à faire évoluer leurs grilles.

Comme vu précédemment, le tissu des sociétés de production audiovisuelle françaises est très éclaté et comporte une proportion élevée de structures de petite taille n'employant aucun permanent. Compte tenu de leurs obligations d'investissement dans la production indépendante et du large éventail de contenus qu'ils diffusent, les groupes audiovisuels font appel à un grand nombre de sociétés de production qui ont chacune leurs spécificités et leur expertise. Le secteur de la production audiovisuelle n'en demeure pas moins fortement dépendant des commandes que les éditeurs de chaînes adressent aux entreprises de production.

<sup>17</sup> Moyenne sur 2016, 2017 et 2018.

<sup>18</sup> CNC-CSA, *La vidéo à la demande par abonnement en France*, 2018.

<sup>19</sup> Observatoire de l'e-pub SRI réalisé par PwC en partenariat avec l'Udecam.

<sup>20</sup> Observatoire de l'e-pub SRI réalisé par PwC en partenariat avec l'Udecam.



### Remarques liminaires

Les données présentées dans cette partie sont, pour la plupart, une actualisation des séries figurant dans les précédentes éditions de l'étude<sup>21</sup>.

Cette partie vise à présenter :

- les éléments relatifs à la consommation de la télévision et se concentrent sur la durée d'écoute individuelle (DEI) ainsi que sur les parts d'audience (PdA) des chaînes et des groupes audiovisuels ;
- les ressources financières des diffuseurs ;
- les dépenses des diffuseurs en matière de programmes.

Du fait de la diversité des sources utilisées, l'ensemble des séries de données présentées ne couvrent pas la même période :

- les indicateurs concernant l'évolution de la consommation de la télévision linéaire et de la répartition de l'audience sont fournis par Médiamétrie dans le cadre de la communication publique des Médiamat annuels et couvrent la période 2007-2018 ;
- les indicateurs concernant l'évolution des ressources des diffuseurs audiovisuels sont issus des bilans financiers des chaînes gratuites et payantes du CSA (pour la période 2011-2017), des lois de finance et de l'IREP ;
- les indicateurs concernant l'évolution des dépenses dans les programmes sont issus des bilans de la production audiovisuelle (pour la période 2011-2017).

En France, la mesure de référence de l'audience des chaînes de télévision est fournie par Médiamétrie. Cette partie s'appuie en particulier sur l'enquête Médiamat et porte sur l'ensemble des individus de 4 ans et plus équipés de téléviseurs. Depuis janvier 2011, Médiamétrie intègre dans l'audience des programmes les visionnages en différé effectués jusqu'à sept jours après leur diffusion, uniquement par enregistrement personnel ou par contrôle du direct. La mesure d'audience a, depuis octobre 2014, graduellement pris en compte les programmes visionnés sur téléviseur en rattrapage. Ces nouvelles mesures s'appliquent à l'ensemble des chaînes souscriptrices au Médiamat depuis janvier 2016.

#### 2.1 L'évolution de la consommation de la télévision linéaire et de la répartition de l'audience

- **Une durée d'écoute globalement stable**

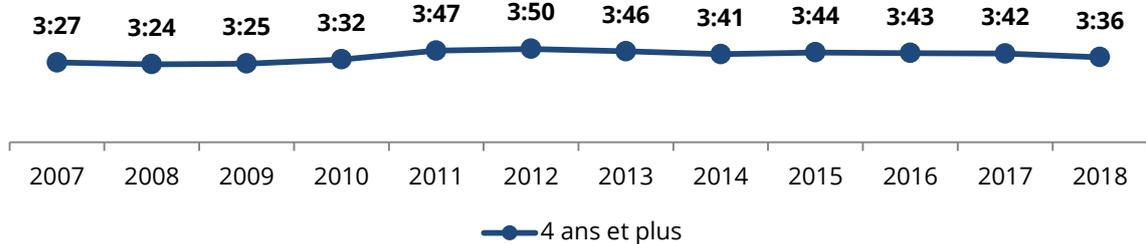
En 2018, la durée d'écoute individuelle (DEI) des individus âgés de 4 ans et plus s'élève à 3h36, en baisse de 6 minutes par rapport à l'année précédente. La DEI est en baisse constante depuis 2012, bien qu'elle se situe toujours au-dessus de la valeur observée dans les premières années de la période d'étude<sup>22</sup>.

<sup>21</sup> « Étude sur le tissu économique du secteur de la production audiovisuelle - 2<sup>e</sup> édition », CSA, 13 juin 2017, <http://www.csa.fr/Etudes-et-publications/Les-etudes-thematiques-et-les-etudes-d-impact/Les-etudes-du-CSA/Etude-sur-le-tissu-economique-du-secteur-de-la-production-audiovisuelle-2e-edition>.

<sup>22</sup> Il convient cependant de noter que la mesure de la DEI a progressivement été élargie avec l'intégration du visionnage en différé ou en rattrapage, ce qui peut expliquer la reprise à la hausse de la DEI autour de 2010



### Durée d'écoute individuelle (DEI) journalière en moyenne annuelle, 2007-2018



Source : Médiamétrie, Médiamat annuel. Individus de 4 ans et plus équipés d'un téléviseur. France métropolitaine.

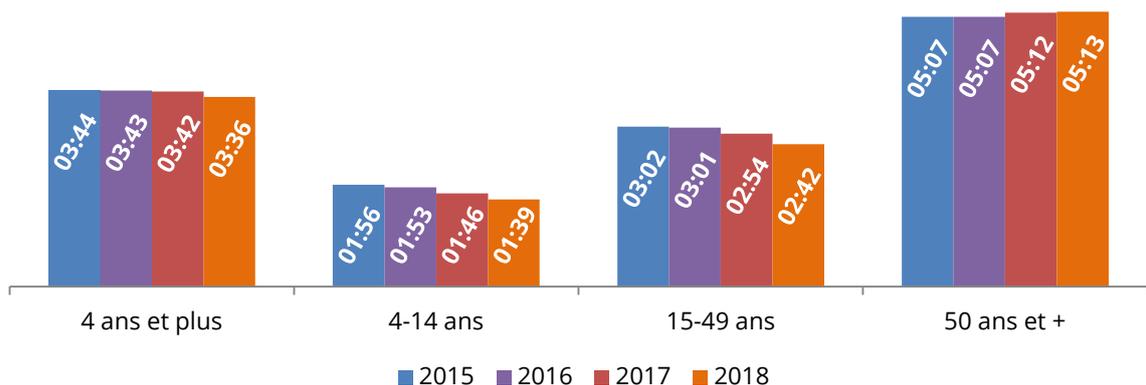
Ce niveau de consommation s'observe dans un contexte où le taux d'équipement des foyers français en téléviseurs connaît également une légère baisse. Il s'élève à 93,1 % au deuxième trimestre 2019, soit une baisse de 0,5 point sur un an, et de 1,7 point depuis 2015<sup>23</sup>.

Cependant, la baisse tant de la DEI que du taux d'équipement des foyers en téléviseurs masque de fortes disparités selon les catégories d'âge considérées, la consommation de la télévision demeurant très importante chez les individus de plus de 50 ans.

- **Une DEI qui varie largement fonction de l'âge**

En effet, les individus plus âgés regardent plus la télévision que les plus jeunes, et voient même leur consommation quotidienne augmenter depuis 2015, alors qu'un déclin assez significatif de la DEI peut être observé chez les moins de 50 ans sur la même période.

### Durée d'écoute individuelle (DEI) journalière en moyenne annuelle, 2015-2018



Source : Médiamétrie, Médiamat annuel. Individus de 4 ans et plus équipés d'un téléviseur. France métropolitaine.

23 CSA, Observatoire de l'équipement audiovisuel des foyers, 1 et 2<sup>ème</sup> trimestres 2019.



En 2018, les individus âgés de plus de 50 ans passent en moyenne 5h13 par jour devant la télévision. Ceci représente près du double du temps passé par les individus âgés entre 15 et 49 ans, et plus que le triple du temps passé par les enfants de 4 à 14 ans.

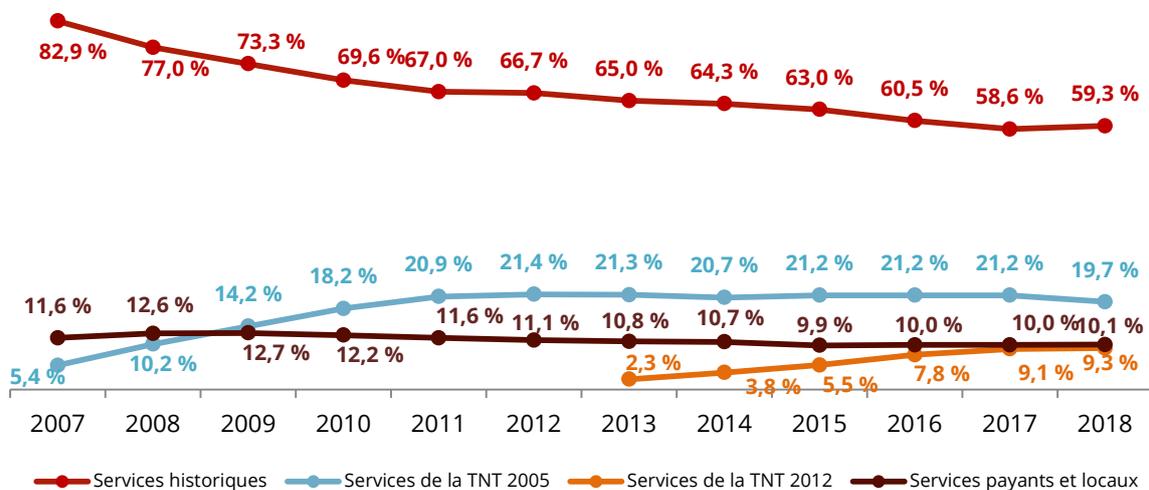
De plus, ces différentiels ont tendance à s'accroître sur la période récente : la DEI des 4-14 ans et des 15-49 ans ont perdu respectivement 17 et 20 minutes entre 2015 et 2018, alors que celle des plus de 50 ans continue de croître, avec un gain de 6 minutes sur la même période.

La consommation de la télévision reste donc importante en France lorsqu'on considère l'ensemble de la population, mais masque un fort vieillissement des téléspectateurs, l'essentiel de l'audience reposant aujourd'hui sur les plus de 50 ans.

• **Le recul de l'audience des chaînes hertziennes « historiques » depuis 2008**

L'évolution des modes de consommation de la télévision transparait également à travers l'évolution de l'audience des chaînes hertziennes dites « historiques », qui ont vu leurs positions fragilisées par l'arrivée d'une concurrence accrue due d'abord au développement de la télévision payante, puis au déploiement de nouvelles chaînes gratuites sur la TNT en 2005 puis en 2012.

**Évolution de la part d'audience des agrégats de chaînes, 2007-2018 (en %)**



Source : Médiamétrie, Médiamat annuel. Individus de 4 ans et plus équipés d'un téléviseur. France métropolitaine.

Composition des agrégats

Services historiques : TF1, France 2, France 3, Canal +, France 5, M6, Arte.

Services de la TNT 2005 : C8, W9, TMC, TFX, NRJ 12, France 4, BFM TV, CNews, CStar, Gulli, France Ô.

Services de la TNT 2012 : TF1 Séries et Films, L'Equipe, 6ter, RMC Story, RMC Découverte, Chérie 25.



Ainsi, les chaînes historiques, bien que demeurant l'agrégat le plus puissant sur le paysage audiovisuel français, ne réalisent plus que 59,3 % de l'audience totale en 2018, contre 82,9 % en 2007. À noter une hausse de leur part d'audience cumulée entre 2017 et 2018, inédite sur la période, portée principalement par des performances en progression des chaînes de France Télévisions.

Les chaînes gratuites de la TNT lancées en 2005 ont vu leur audience augmenter rapidement jusqu'en 2011, avant de se stabiliser autour de 21 % de part d'audience cumulée. Le lancement des nouvelles chaînes gratuites en 2012 ne paraît pas les avoir directement affaiblies, entamant plutôt la part d'audience des services historiques. L'année 2018 pourrait marquer un tournant dans cette tendance, puisque la part d'audience cumulée des services de la TNT 2005 a enregistré une forte baisse (-1,5 point par rapport à 2017), atteignant son niveau le plus faible depuis 2009, quand la PdA des chaînes historiques a augmenté.

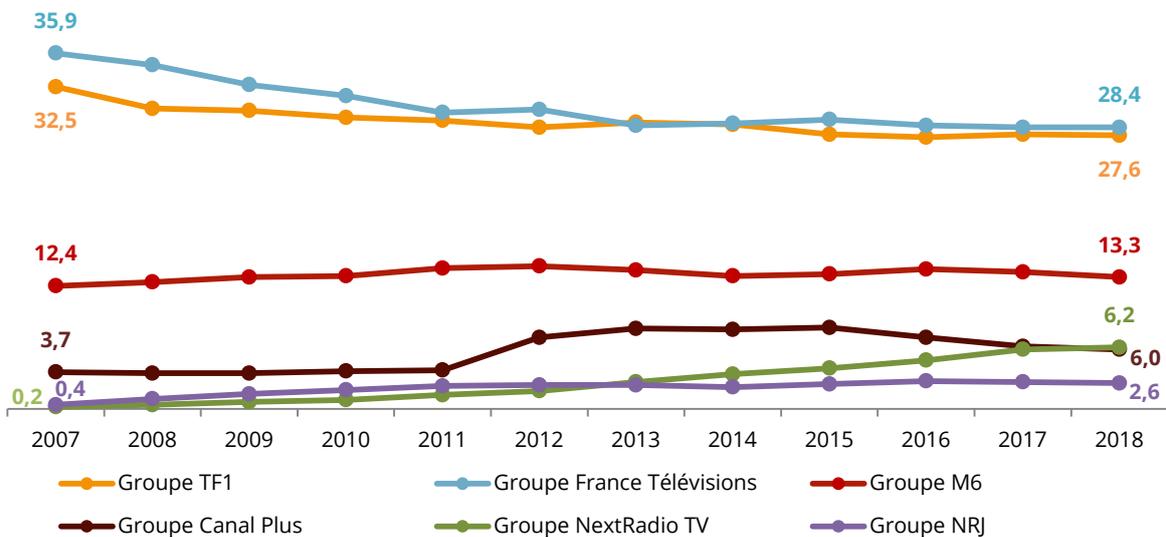
Les services de la TNT 2012 commencent à plafonner autour des 9 % de PdA après une croissance rapide entre 2013 et 2017.

- ***Le déclin des parts d'audience des groupes audiovisuels historiques***

Dans ce contexte, le lancement de nouvelles chaînes gratuites en 2005 et 2012 a également permis l'apparition de nouveaux groupes audiovisuels dans le paysage français. Les grands groupes historiques ont pu limiter l'impact de cette concurrence accrue en se dotant également de nouveaux services, qu'ils ont pu lancer directement ou acquérir ultérieurement.



### Évolution des parts d'audience des groupes en télévision gratuite, 2007-2018 (en %)



Source : Médiamétrie, Médiamat annuel. Individus de 4 ans et plus équipés d'un téléviseur. France métropolitaine.

#### Composition des groupes

Groupe TF1 : TF1, TMC, TFX ; TF1 Séries et Films depuis 2013 ; LCI depuis 2016

Groupe France Télévisions : France 2, France 3, France 4, France 5 ; France Ô entre 2014 et 2017 ; franceinfo : depuis 2016

Groupe M6 : M6, W9 ; 6ter depuis 2013

Groupe Canal Plus : Canal +, CNews ; C8 et CStar depuis 2012

Groupe NextRadio TV : BFM TV ; RMC Découverte depuis 2013 ; RMC Story depuis 2017

Groupe NRJ : NRJ 12, Chérie 25

Les groupes TF1 et France Télévisions ont été fortement affaiblis sur la période d'étude, avec une PdA passant de 35,9 à 28,4 % pour le groupe public, et de 32,5 à 27,5 % pour le groupe privé. Particulièrement en difficulté jusqu'en 2012, ils ont pu stabiliser leur part d'audience par la suite grâce au lancement de nouvelles chaînes.

Le groupe historique Canal Plus a fortement profité de l'arrivée de nouvelles chaînes gratuites sur la TNT française, avec l'acquisition de C8 et de CStar.

Le groupe M6 a réussi à maintenir une part d'audience stable sur la globalité de la période, grâce au lancement de W9 en 2005 et 6ter en 2012. Il enregistre cependant deux années compliquées entre 2016 et 2018, perdant 0,8 point de PdA en deux ans.

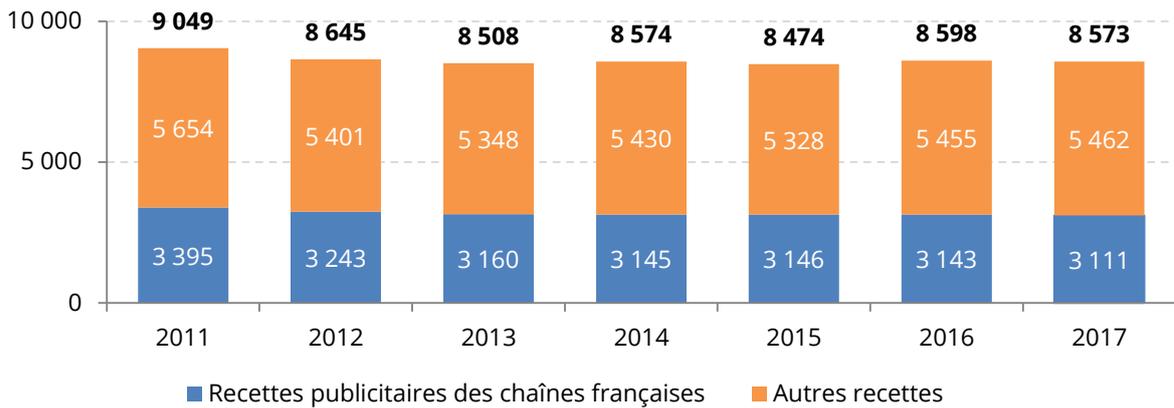
Deux nouveaux groupes sont apparus avec l'arrivée des services de la TNT 2005 : le groupe NRJ et le groupe NextRadio TV. Le premier s'est stabilisé autour des 2,5 % de part d'audience depuis 2011. Le second, après un démarrage plus lent, a gagné en puissance à partir de 2013 avec le lancement de RMC Découverte puis l'acquisition de RMC Story, ex Numéro 23. NextRadio TV devient ainsi le quatrième groupe télévisuel français en 2018, porté par l'audience de BFM TV, devançant le groupe historique Canal Plus de 0,2 point.



## 2.2 L'évolution des ressources financières des diffuseurs audiovisuels

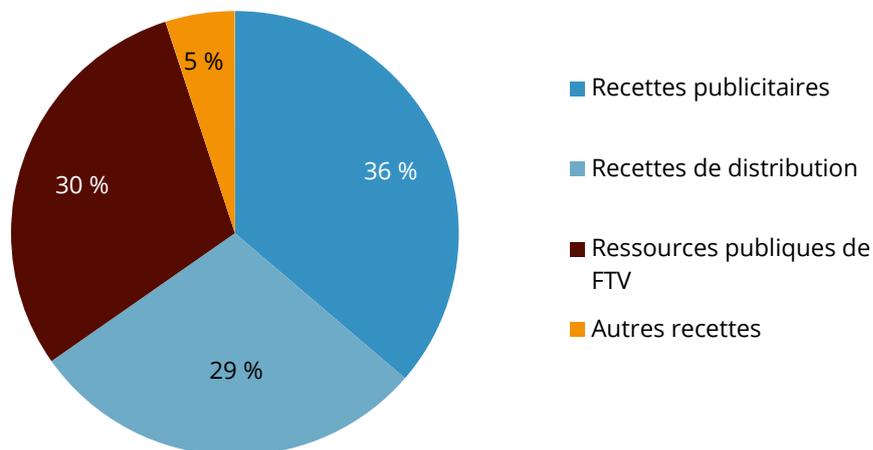
En 2017, les recettes totales des chaînes de télévision françaises gratuites et payantes sont en légère baisse par rapport à 2016 et retrouvent un niveau quasiment équivalent à celles de 2014-2015. Elles s'élèvent à 8,57 milliards d'euros au total en 2017.

### Évolution du chiffre d'affaires des chaînes de télévision françaises gratuites et payantes entre 2011 et 2017<sup>24</sup> (en millions d'euros)



Source : CSA, Bilans financiers des chaînes gratuites et des chaînes payantes.

### Ventilation du chiffre d'affaires des chaînes de télévision françaises gratuites et payantes en 2017 (en %)



Source : CSA, Bilans financiers des chaînes gratuites et des chaînes payantes.

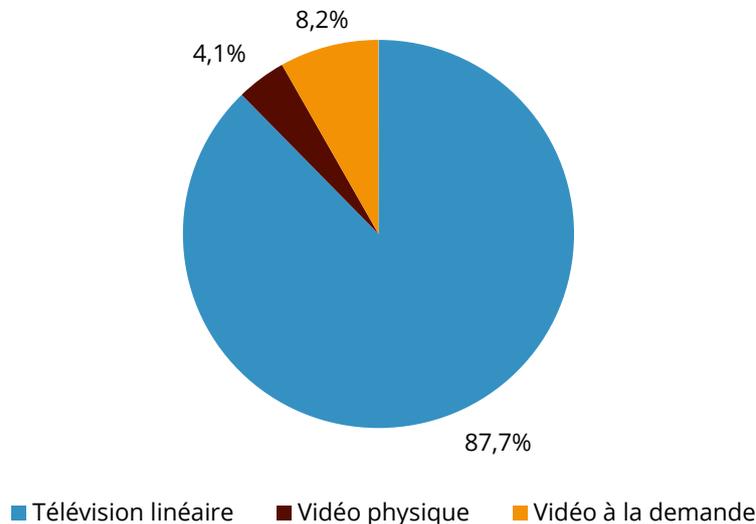
Le chiffre d'affaires cumulé des chaînes gratuites et payantes a diminué de 0,3 % entre 2016 et 2017 (soit de 25 millions d'euros).

<sup>24</sup> Sources : Comptes sociaux de l'ensemble des chaînes nationales gratuites (à l'exclusion d'Arte et des chaînes parlementaires Public Sénat et LCP-AN) et, pour 2016, de 85 chaînes payantes (dont les chaînes Canal+).



En 2017, les recettes de l'audiovisuel reposent encore essentiellement sur celles de la télévision linéaire.

### Répartition des recettes de l'audiovisuel en France en 2017 (en %)



Source : IDATE, *Marché mondial de la télévision et des services de vidéo, décembre 2017*

Les recettes issues des services de télévision de rattrapage et des services de vidéo à la demande (qu'ils appartiennent ou non à un groupe audiovisuel) ne constituent pas encore un relai de croissance suffisant. À ce titre, les recettes des différents services de vidéo à la demande à l'acte (VàD locative ou à l'achat) et par abonnement (VàDA) demeurent très inférieures à celles de la télévision linéaire, bien qu'en hausse (passant de 3,6 % des recettes en 2015 à 6,25 % en 2016 et à 8,2 % en 2017).

### 2.3 L'évolution des dépenses des éditeurs dans les programmes

- **Maintien des investissements à un haut niveau**

Bien qu'affectés par des tensions économiques, les groupes audiovisuels maintiennent à un haut niveau leurs investissements dans les programmes. Au total, les groupes historiques français (TF1, M6, Canal Plus et France Télévisions) ont dépensé plus de 5,3 milliards d'euros dans les programmes en 2018.

Ainsi, le coût de grille de France Télévisions s'élève à 2,11 milliards d'euros en 2018, contre 2,15 milliards d'euros en 2017<sup>25</sup>.

Le groupe TF1 a, quant à lui, dépensé 1,01 milliard d'euros dans les programmes en 2018 (943 millions hors événements sportifs) contre 984 millions d'euros en 2017 (année sans événements sportifs majeurs)<sup>26</sup>.

<sup>25</sup> Rapport de gestion 2018 de France Télévisions.

<sup>26</sup> Rapport financier annuel du groupe TF1 pour l'année 2018.



Pour ses chaînes gratuites, le groupe M6 a investi 466,3 millions d'euros en 2018 contre 461,2 millions d'euros en 2017<sup>27</sup>.

Le groupe Canal Plus a, quant à lui, investi 1,76 milliard d'euros<sup>28</sup> en 2018 dans les contenus de ses chaînes gratuites et payantes<sup>29</sup>, contre 1,5 milliard en 2016<sup>30</sup>.

Les éditeurs de SMAD, en particulier les éditeurs américains de services de VàDA, investissent également fortement dans les programmes. En 2018, l'investissement total de Netflix dans les contenus (en production originale et en acquisition), toutes nationalités confondues, s'est élevé à 12 milliards de dollars (8,9 en 2017). Selon certaines sources de presse, ce montant devrait atteindre 15 milliards de dollars en 2019.

Depuis son lancement en France en 2014 et jusqu'en 2018, Netflix a produit annuellement environ sept œuvres françaises, représentant « plusieurs dizaines de millions d'euros » par an<sup>31</sup>. À partir de 2019, Netflix devrait produire 10 à 12 projets français par an.

Au moment de la rédaction de cette étude, Amazon Prime Video n'a produit qu'un seul programme français : « Deutsch-les-Landes », représentant un budget de 6 millions d'euros. Son investissement total dans les programmes français représenterait plusieurs dizaines de millions d'euros depuis son lancement en France fin 2016. En novembre 2019, Amazon a annoncé le lancement prochain de quatre programmes réalisés et produits en France, dont deux programmes de flux. Depuis octobre 2019, les abonnés à Amazon Prime Video ont la possibilité de souscrire à des chaînes de télévision et à des services tiers de vidéo à la demande par abonnement dont le montant, (qui varie entre 1,99 et 9,99 euros), s'ajoute à celui d'Amazon Prime (ex : MGM ou TFOU MAX pour 3,99 euros par mois).

Selon l'article 13 de la directive SMA modifiée, les services de médias audiovisuels à la demande (SMAD) étrangers devraient se voir soumis à un quota de 30 % d'œuvres européennes dans leurs catalogues nationaux ainsi qu'à une obligation de mise en avant de ces œuvres.

Au regard du projet de loi audiovisuel, au moment de la rédaction de cette étude, les SMAD visant le territoire français seront également soumis à des obligations d'investissement dans la production d'œuvres européennes et d'expression originale française (EOF) sur la base de leurs revenus en France.

Ainsi, la transposition de la directive SMA en droit français devrait créer une demande supplémentaire en programmes européens et EOF de la part des services de VàDA étrangers qui visent la France ou l'Europe. Au-delà de ces obligations à venir, les montants investis par Netflix et Amazon pour alimenter leurs services de VàDA sont depuis quelques années comparables, et parfois très supérieurs aux montants investis par les gros éditeurs américains et français de chaînes de télévision. Ces montants couvrent une base d'abonnés mondiale et des acquisitions de droits « monde », dans la majorité des cas.

27 Document de référence 2018 du groupe M6.

28 Ce montant est de 3 milliards d'euros, selon le document de référence 2018 de Vivendi en incluant les investissements dans les contenus de filiales telles que Canal + International ou StudioCanal.

29 Rapport annuel, document de référence 2018 de Vivendi.

30 Montant non disponible dans le document de référence 2017.

31 Le Monde, *Netflix ouvre un bureau à Paris, un geste symbolique*, 27/09/2018.



Dans un contexte marqué par l'arrivée prochaine de services concurrents de taille en Europe (Disney+, Apple TV+...), Amazon et Netflix prévoient d'accélérer encore leur rythme de production et d'acquisition de contenus.

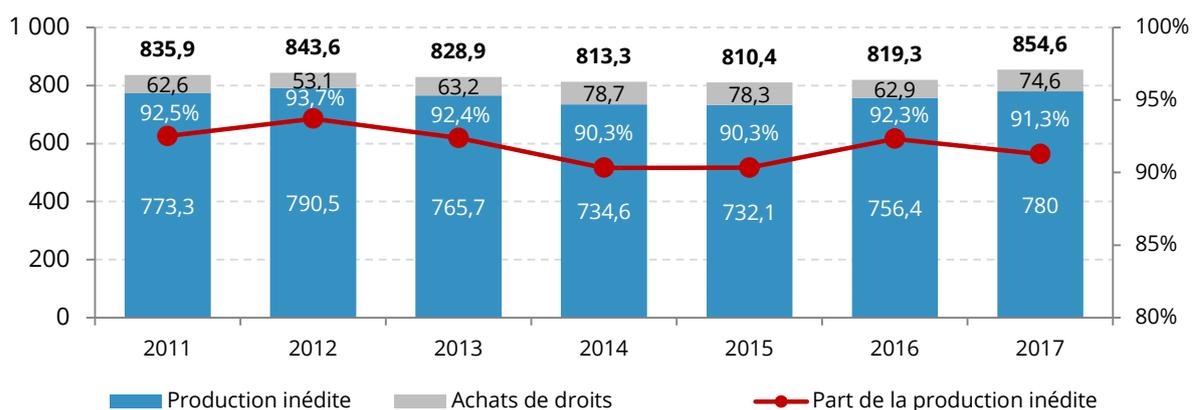
- **Les investissements des éditeurs de chaînes de télévision, au titre de leurs obligations de production d'œuvres audiovisuelles, en hausse**

Les chaînes ont déclaré, au titre de leurs obligations réglementaires de contribution au développement de la production audiovisuelle, des dépenses dans la production inédite et l'achat de droits d'œuvres audiovisuelles d'un montant total de 854,6 millions d'euros en 2017, en hausse de 4,3 % depuis 2016.

Les montants pris en compte au titre de la contribution ne reflètent pas exactement les dépenses réelles investies dans la production dans la mesure où la réglementation a mis en place des mécanismes de bonification et de minoration de certaines dépenses. Elle limite également la prise en compte de certaines dépenses et permet, pour certains éditeurs, de prendre en compte des dépenses autres que les préachats, coproductions, achats de droits et conventions d'écriture (dépenses de formation des auteurs, financement de festivals, promotion des œuvres ou encore dépenses d'audiodescription).

Dans ce contexte, au titre de l'exercice 2017, les dépenses réelles de l'ensemble des éditeurs de services pour la coproduction et l'acquisition de droits pour des œuvres audiovisuelles déclarées au titre de la contribution au développement de la production audiovisuelle s'élèvent à 854,6 millions d'euros.

### Évolution des dépenses réelles des chaînes françaises au titre de leur contribution réglementaire dans la production d'œuvres audiovisuelles européennes et EOF (en millions d'euros) 2011-2017

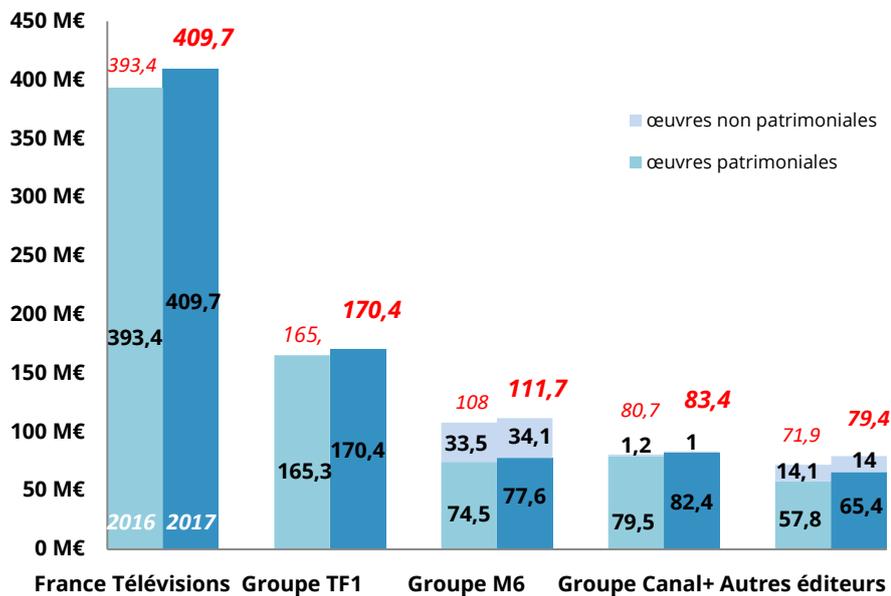


Source : CSA à partir des Guides des chaînes numériques et des Bilans de la production audiovisuelle

Une majorité de ces investissements correspond à des préachats ou à des prises de part de coproduction dans des programmes inédits. En 2017, la part des dépenses des chaînes consacrée à la production d'œuvres audiovisuelles inédites était de 91,3 %.



**Répartition par groupe des dépenses déclarées pour des œuvres audiovisuelles :  
et ventilation entre œuvres patrimoniales<sup>32</sup> et œuvres non patrimoniales  
en 2016-2017 (en millions d'euros)**

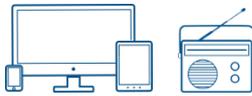


Source : CSA, *Guide des chaînes*, 2019.

Les dépenses en faveur de la production d'œuvres audiovisuelles déclarées par les groupes audiovisuels dits « historiques » (TF1, M6, France Télévisions et Canal +) s'élèvent en 2017 à 775,2 millions d'euros (contre 747 millions d'euros en 2016, soit une hausse de 3,75 %), soit 90,7 % de la contribution totale de l'ensemble des éditeurs de services. Les dépenses déclarées par ces groupes dans la production d'œuvres audiovisuelles patrimoniales s'élèvent en 2017 à 740,1 millions d'euros (soit 95,4 % de leur contribution). Les dépenses dans la production audiovisuelle des groupes France Télévisions, TF1, Canal Plus et du groupement de services OCS, sont exclusivement consacrées à des œuvres patrimoniales<sup>33</sup>.

<sup>32</sup> Parmi les œuvres audiovisuelles, la loi du 5 mars 2007 modifiant notamment l'article 27-3° de la loi du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication a instauré une nouvelle catégorie d'œuvres, dites « œuvres patrimoniales » comprenant les œuvres de fiction, d'animation, de documentaires de création, y compris de ceux qui sont insérés au sein d'une émission autre qu'un journal télévisé ou une émission de divertissement, de vidéo-musiques et de captation ou de récréation de spectacles vivants.

<sup>33</sup> Parmi les chaînes hertziennes historiques, seule M6 a opté pour un régime de contribution à la production audiovisuelle qui n'est pas uniquement consacré aux œuvres « patrimoniales » et qui ne met pas en commun sa contribution avec celle des autres services édités par le même groupe.



La durée d'écoute individuelle (DEI) de la télévision est en légère baisse depuis 2012. **En 2018, les Français ont passé en moyenne 3 heures et 36 minutes devant la télévision**, soit 6 minutes de moins que l'année précédente. Cette baisse est encore plus marquée chez les individus âgés de moins de 50 ans.

**La part d'audience des chaînes hertziennes dites « historiques » a fortement baissé ces dernières années**, passant de 82,9 % en 2007 à 59,3 % en 2018. À noter cependant une légère hausse de leur part d'audience entre 2017 et 2018, inédite depuis le début de la période d'étude.

Les **recettes totales des chaînes de télévision françaises gratuites et payantes s'élèvent à 8,6 milliards d'euros en 2017**. Elles sont constituées à 36 % de recettes publicitaires, tout comme en 2016.

En 2017, les chaînes ont déclaré, au titre de leurs obligations, des dépenses dans la production inédite et l'achat de droits d'œuvres audiovisuelles d'un montant total de **854,6 millions d'euros** en 2017.



### 3. La performance des programmes français à l'étranger

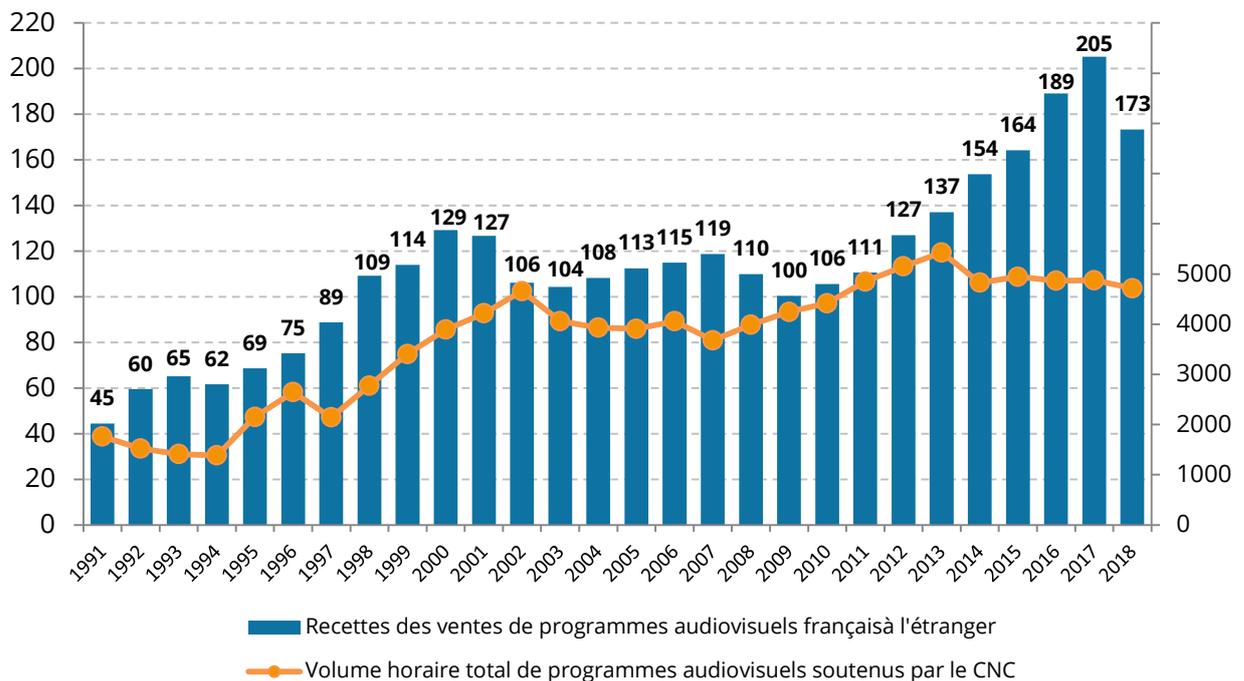
#### 3.1 L'évolution des recettes tirées des exportations de programmes français

- **L'exportation des programmes audiovisuels français en baisse en 2018**<sup>34</sup>

En 2018, les ventes de programmes audiovisuels français à l'étranger ont représenté 173 millions d'euros, en baisse de 15,5 % par rapport à 2017. Ce repli intervient après une période de croissance continue entre 2009 et 2017 au cours de laquelle ce montant a doublé, passant de 100 millions d'euros en 2009 à 205 millions d'euros en 2017.

Tout comme les années précédentes, l'évolution du nombre d'œuvres aidées par le CNC et, plus globalement, du nombre de programmes produits en France, n'est pas corrélé à l'évolution des recettes des ventes de programmes audiovisuels. Le volume horaire des programmes audiovisuels soutenus par le CNC en 2018 reste stable sur ces cinq dernières années (4 716 heures en 2018).

**Évolution des ventes de programmes audiovisuels français à l'étranger en valeur et du volume horaire de programmes produits**  
(En millions d'euros ; en nombre d'heures produites)



Source : TVFI/CNC.

En 2018, les ventes de programmes français sont en baisse dans toutes les zones géographiques, hormis en Amérique latine pour des recettes toutefois moins conséquentes que sur d'autres territoires).

<sup>34</sup> Établi à partir des données d'enquête de l'étude annuelle TVFI/CNC sur l'exportation des programmes audiovisuels français (voir précisions méthodologiques en annexe 3).



Selon le CNC et TVFI, le contexte économique en Europe et la disparition de certaines chaînes ont entraîné la baisse, en volume et en valeur, des acquisitions de programmes<sup>35</sup>.

Par ailleurs, la stratégie de certains éditeurs de services de vidéo à la demande par abonnement consistant à concentrer leurs investissements dans la production de programmes originaux contribue également à faire baisser le montant des acquisitions. Selon le CNC, l'installation de ces acteurs numériques a pour effet d'allonger les phases de contractualisation. Les éditeurs de chaînes de télévision demanderaient, en effet, des droits élargis et ce, pour tous les supports, afin de résister à la concurrence croissante des services numériques. Certains chiffres de ventes peuvent ainsi ne pas être comptabilisés au titre de l'année 2018 mais au titre de 2019.

Selon le CNC et TVFI le dynamisme à l'exportation des programmes français pâtit également de la hausse de la qualité de la production européenne, notamment en matière de fiction (ex : la série espagnole « Casa de papel », les séries allemandes « Babylon Berlin » ou « Dark », les séries anglaises « Broadchurch » ou « Death in paradise » etc.).

Toutefois, en 2018, le montant des ventes de programmes français à l'international est à son troisième plus haut niveau depuis le début des années 90 (derrière l'année 2017 et l'année 2016).

- **Répartition des ventes par zones géographiques**

En 2018, les principales zones en matière de ventes sont en repli, à l'exception de la zone Asie/Océanie où le montant des ventes de programmes français, portées par celles des programmes d'animation en Chine (ex : la plateforme de vidéo à la demande d'Alibaba, Youku, a acheté les droits de la série d'animation « Pipas et Douglas »), atteint 14,5 millions d'euros. Les ventes vers cette zone connaissent une certaine stabilité (-1 % par rapport à 2017), pour une part de marché en hausse à 8,4 %. Le Japon est un territoire privilégié pour les documentaires français, qui trouvent régulièrement des débouchés sur le réseau de chaînes publiques NHK, à (ex : « Destination Mars »).

Bien que les ventes en Europe de l'Ouest accusent une baisse de 17,7 % à 84,1 millions d'euros, cette zone reste la première région d'export des programmes français pour une part de marché de 48,5 %. L'Espagne est le premier acheteur mondial de fiction française en 2018. À titre d'exemple, la série « Candice Renoir » a été acquise par Viacom pour la chaîne de télévision gratuite qu'il exploite en Espagne, Paramount Network, pour une diffusion quotidienne.

L'Amérique du Nord reste le deuxième territoire à l'export, malgré des achats en baisse de 14,1 %, avec 25 millions d'euros, deuxième plus haut niveau après le record de l'année 2017. Les Etats-Unis restent les premiers acheteurs de programmes d'animation français. La série d'animation « Mon chevalier et moi » a ainsi été vendue au service de vidéo à la demande Hulu.

Les ventes en Europe centrale et orientale diminuent très fortement de 38,6 % à 9,4 millions d'euros. Les droits d'adaptation des deux saisons de la série « Guyane » ont été vendus à la chaîne privée gratuite russe NTV (l'action se déroulera en Sibérie).

---

<sup>35</sup> Source : *L'exportation des programmes audiovisuels français en 2018*, CNC/TVFI.



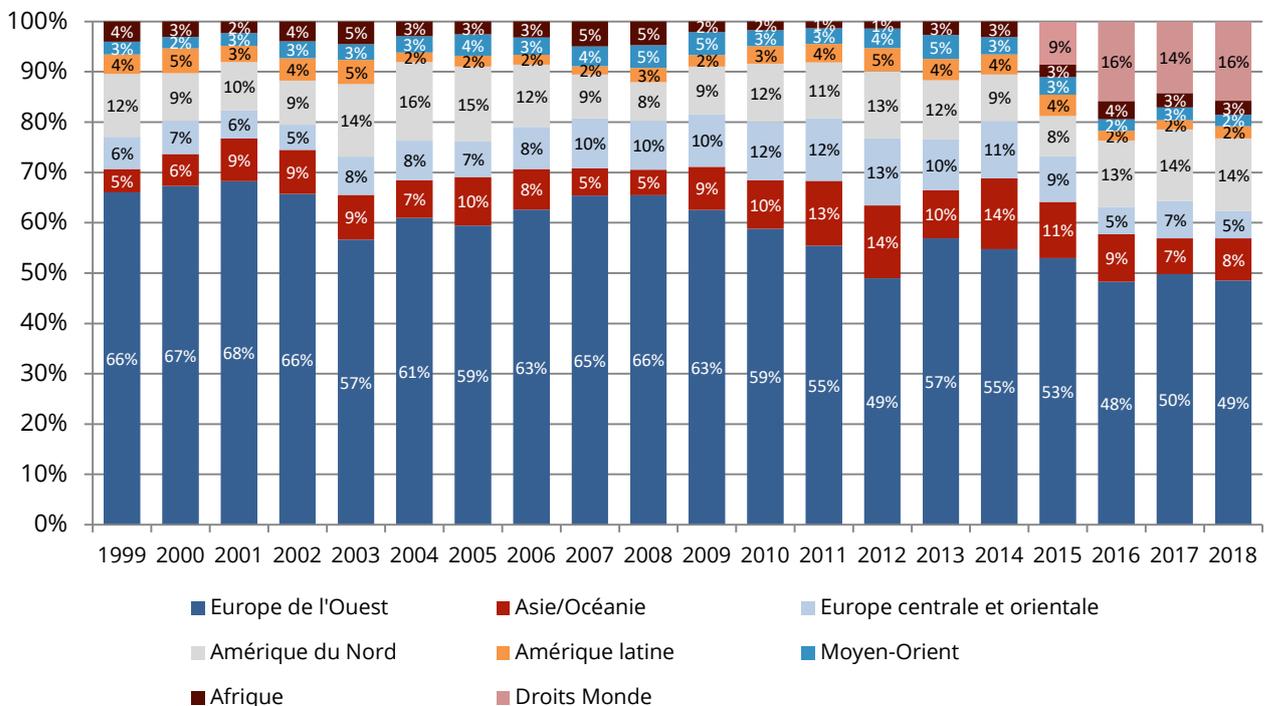
Les ventes vers l'Afrique diminuent de 17,2 %. Les programmes français qui circulent dans les pays africains sont essentiellement diffusés via les opérateurs continentaux, comme le réseau Turner, qui a par exemple renouvelé la saison 1 de la série d'animation « Zig & Sharko ». Quelques ventes à des acteurs locaux ont néanmoins été réalisées telles que la série d'animation « Mon chevalier et moi » au service de vidéo à la demande sudafricain Showmax.

Les ventes au Moyen-Orient baissent de 23,2 %. La première saison de la série d'animation Yétili a été acquise par beIN Kids (Al Jazeera) et Gulli Bil Arabi.

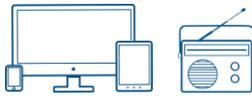
En revanche, pour la deuxième année consécutive, les ventes vers l'Amérique latine augmentent de 11 %. Cette hausse est portée par l'animation française. Le groupe audiovisuel brésilien Globosat a fait l'acquisition de la série d'animation « Oscar et Malika, toujours en retard ».

Enfin, les ventes de droits monde représentent de nouveau en 2018 la deuxième source de recettes devant l'Amérique du Nord et s'élèvent à 27,3 millions d'euros, malgré une baisse de 6,4 % par rapport à 2017. Ces ventes représentent 15,8 % des exportations totales. En 2018, 65,8 % de ces droits mondiaux sont acquis par des éditeurs de vidéo à la demande, le reste correspondant à des ventes de droits télévisuels, soit à des diffuseurs filiales de majors américaines ayant une couverture mondiale, soit à des diffuseurs tels que TV5 Monde (animation et documentaire pour l'essentiel).

**Évolution des ventes de programmes audiovisuels par zone**  
(En % des recettes totales des ventes de programmes à l'étranger)



Source : TVFI/CNC.



### 3.2 Analyse des exportations françaises et des succès à l'export par genre de programmes

- **Répartition des ventes de programmes audiovisuels français par genre en 2018**

En 2018, l'animation audiovisuelle reste le genre le plus exporté avec des ventes représentant 69 millions d'euros de recettes, malgré une baisse de 8,7 % par rapport à 2017.

L'animation est le genre qui résiste le mieux au recul des ventes de programmes français. L'animation française est mondialement reconnue ; elle a par ailleurs su tirer parti de la forte demande de programmes émanant des territoires émergents et des services non linéaires comme indiqué plus haut. En 2019, l'une des sociétés françaises leaders sur le marché de l'animation, Xilam, a franchi les 10 milliards de vues sur YouTube et a lancé sa première chaîne dédiée à « Oggy et les cafards » en Inde.

En 2018, la diminution des ventes de programmes audiovisuels français à l'étranger affecte en premier lieu la fiction, qui avait connu une année 2017 particulièrement exceptionnelle. Après sept années consécutives de croissance, les ventes étrangères de fiction française reculent de 22,5 % pour s'établir à 49,4 millions d'euros.

La fiction reste le deuxième genre à l'export depuis 2014 mais elle doit faire face à un univers international très concurrentiel. De plus, selon le CNC, entre 2017 et 2018, la fiction française s'est caractérisée par un nombre plus limité de nouvelles séries susceptibles d'alimenter le marché international.

Les ventes à l'export de documentaires ont reculé de 13,9 % en 2018. Elles représentent 18 % des recettes totales, soit 30,6 millions d'euros.

Toutefois, la diversité et la qualité de certaines productions françaises dans le genre documentaire sont reconnues à l'international et sont notamment liées au maintien de nombreuses cases télévisuelles dédiées au documentaire. À l'international, les chaînes payantes thématiques sont en recherche de volume et, notamment, de séries documentaires fortement identifiées.

En 2018, les ventes de formats français<sup>36</sup> à l'étranger sont en baisse de 7 % par rapport à 2017 pour atteindre 11 % des recettes totales issues des exportations de programmes français, soit 19,5 millions d'euros, un niveau quasiment équivalent à celui de 2015.

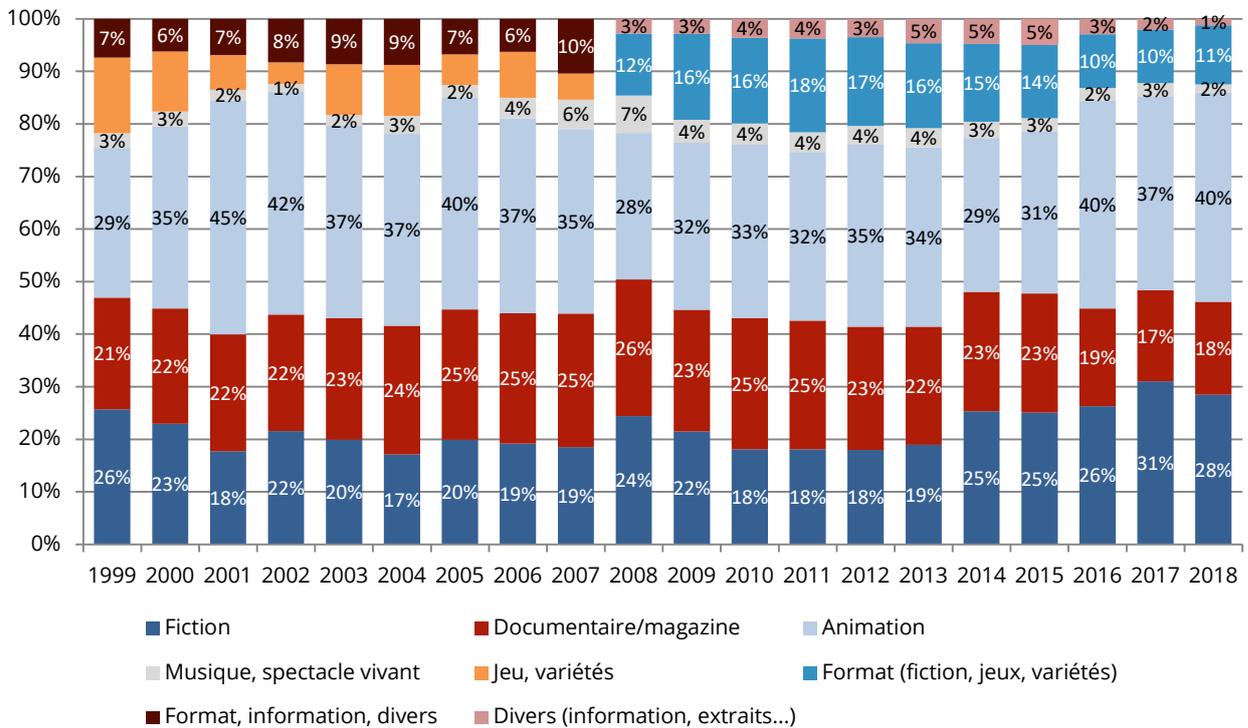
Les programmes de musique et de spectacle vivant sont ceux qui présentent la plus forte baisse, avec une chute de 48 % des recettes, tous genres confondus, pour atteindre 2,8 millions d'euros en 2018, ce qui représente 1,7 % des recettes totales d'exportation.

---

<sup>36</sup> Inclut les fictions vendues en tant que formats (ex : « Caméra Café »).



**Évolution des ventes de programmes audiovisuels par genre**  
(En % des recettes totales des ventes de programmes à l'étranger)



Source : TVFI/CNC.

Ces recettes d'exportation sont perçues par les distributeurs et les exportateurs de programmes audiovisuels ; une partie d'entre elles est reversée aux ayants droit, ce qui constitue des recettes supplémentaires pour le producteur et un complément de revenus aux auteurs.

• **Palmarès des meilleurs lancements de programmes français à l'étranger en 2018/2019**

**Remarques liminaires**

Les palmarès par genre présentés ci-après ont été réalisés à partir des données issues de la base de données internationale NoTa de l'institut Médiamétrie/Glance (ex-Eurodata TV Worldwide). Ils reposent sur le nombre de pays dans lesquels de nouveaux programmes majoritairement français ont été diffusés pour la première fois du 01/09/2018 au 30/06/2019.

Pour une meilleure lecture des résultats, tels qu'ils ressortent d'après la méthodologie suivie par l'institut, il est important de préciser les éléments suivants :

- Pour les séries, seule la diffusion de la première saison est comptabilisée, pays par pays. Les programmes unitaires sont exclus ainsi que les saisons autres que la première ;
- Dans le cas où plusieurs programmes ont été exportés dans le même nombre de territoires, ceux ayant réalisé la meilleure performance lors de leur lancement (en parts d'audience) sont classés plus haut dans le palmarès ;
- Ces données ne prennent pas en compte les ventes de programmes audiovisuels aux plateformes de VàD et de VàDA ;



- Les résultats présentés se concentrent sur l'exploitation de programmes en première diffusion nationale. Les œuvres de catalogues dont les droits continuent d'être exploités, et qui contribuent au chiffre d'affaires des programmes français à l'export, sont donc exclues.
- Depuis la précédente édition de cette étude, seuls les programmes d'initiative française figurent au classement (les coproductions minoritaires françaises n'y figurent plus).
- Les magazines et les divertissements (dont jeux) ont été regroupés sous un top unique dénommé « formats ».

• **Les ventes de séries toujours dominées par les coproductions internationales**

La majorité des premières saisons du top 5 des séries françaises les plus diffusées à l'international en 2018-2019 ont toutes été cofinancées par au moins un coproducteur implanté dans un pays étranger. La totalité de ces coproducteurs étrangers sont issus de pays européens (Suède, Belgique, Suisse et Royaume-Uni).

Seulement deux séries sur les cinq du top sont distribuées par des acteurs français, filiales de groupes audiovisuels.

Le genre policier/thriller domine le classement (quatre séries sur cinq).

**Top 5 des séries françaises (saison 1) les plus diffusées à l'étranger en 2018-2019**

Rang	Titre	Format	Producteur(s)	Distributeur(s)	Pays diffuseurs
1	SECTION ZERO	8 X 52'	Umedia (BE), Bad company, Europa Corp	Fox Networks Group Content Distribution (US), StudioCanal	4 : Danemark, Finlande, Norvège, Suède
2	LES RIVIERES POURPRES	8 X 52'	Maze Pictures (DE), ZDF Enterprises, Storia Television, EuropaCorp Télévision, Umedia (BE)	ZDF Enterprises (DE)	3 : Autriche, Danemark, Royaume-Uni
3	PHILHARMONIA	6 X 52'	Merlin Productions	Lagardère Studios Distribution	2 : Belgique, Portugal
4	LE NOM DE LA ROSE	8 X 52'	Rai Fiction (IT), Tele München Group (DE), 11 Marzo Film (IT), Palomar/Mediawan (IT/FR), Orange studio	TM International (DE)	2 : Etats-Unis, Norvège
5	PARIS ETC.	12 X 30'	Les Films du Kiosque, CANAL+ Création Originale	Fox Networks Group Content Distribution (US)	2 : Finlande, Portugal

Source : NOTA/EurodataTV (du 01/09/18 au 30/06/19).



- **Les ventes de documentaires poussées par la thématique historique**

En 2018-2019, deux des cinq documentaires français les plus diffusés à l'étranger sont distribués par France.tv distribution. Deux autres documentaires présentent la particularité d'être produits et distribués par une même structure.

Tout comme les années précédentes, les documentaires historiques, notamment ceux consacrés aux deux guerres mondiales, prédominent dans les ventes à l'international des documentaires français.

### Top 5 des documentaires français les plus diffusés à l'étranger en 2018-2019

Rang	Titre	Format	Producteur(s)	Distributeur(s)	Pays diffuseurs
1	APOCALYPSE LA PAIX IMPOSSIBLE 1918-1926	2 x 45'	Idéacom International (CAN), CC&C	France.tv distribution	4 : Belgique, Espagne, Norvège, Suède
2	1918-1939 : LES RÊVES BRISES DE L'ENTRE-DEUX GUERRES	8 x 52'	Les Films d'Ici, Looks Film (DE), Iris Productions (LUX)	Looks Distribution (ALL)	4 : Finlande, Norvège, Pologne, Portugal
3	APOCALYPSE - LA 1ERE GUERRE MONDIALE	5 x 52'	Idéacom International (CAN), CC&C, ECPAD	France.tv distribution	3 : Belgique, Norvège, Roumanie
4	LE JAPON VU DU CIEL	5 x 52'	NHK (JAP), Gedeon Programmes, ZDF (ALL)	Terranoa	2 : Espagne, Portugal
5	CORÉE : UNE GUERRE SANS FIN	2 x 52'	Ark Media (US), ZED, WETA Washington D.C. (US)	Zed Distribution	2 : Belgique, Norvège

Source : NOTA/EurodataTV (du 01/09/18 au 30/06/19).



- **Les formats français distribués par des groupes internationaux ou intégrés**

Parmi les 5 programmes du top figurent deux télé-crochets, un programme qualifié de docu-réalité, un jeu et un magazine.

Les programmes « audition secrète » et « Burger Quiz » ont été diffusés en Belgique sans avoir été adaptés localement.

Les sociétés de production de ces formats sont françaises ou des filiales de groupes d'envergure internationale.

Il convient de relever qu'aucune société de distribution française indépendante n'apparaît dans ce classement. Pour trois d'entre elles, il s'agit de sociétés internationales tandis que les deux autres sociétés appartiennent au groupe audiovisuel TF1.

#### Top 5 des formats français les plus diffusés à l'étranger en 2018-2019

Rang	Titre	Format	Producteur(s) du format original	Distributeur(s)	Pays diffuseurs
1	AUDITION SECRETE	-	Studio 89 Productions	MGM International Television Distribution (US)	1 : Belgique
2	UNION LIBRE	-	P Prod	Distraction Formats (CAN)	1 : Pologne
3	LES PLUS BELLES VACANCES	-	TF1 Production	Newen Distribution	1 : Italie
4	BURGER QUIZ	-	R&G Production	TF1 Studio	1 : Belgique
5	PRODIGES	-	EndemolShine	Endemol Shine Group	1 : Espagne

Source : NOTA/EurodataTV (du 01/09/18 au 30/06/19).



## Partie II. Les industries techniques de l'audiovisuel et du cinéma

Les industries techniques françaises forment un maillon essentiel de la filière audiovisuelle. Leur qualité et leur savoir-faire sont mondialement reconnus, depuis les plateaux de tournage jusqu'à la postproduction, avec des métiers variés liés au montage, au bruitage, à la postsynchronisation, au son, au doublage, au mixage, aux effets visuels ou à l'étalonnage.

### 1. Le renouveau d'un secteur très dépendant des évolutions technologiques

Les industries techniques recouvrent des acteurs très divers et des activités qui relèvent aujourd'hui davantage de prestations de services que d'industries. Le terme d'« industries » fait en effet référence aux premiers laboratoires installés en région parisienne au début du XX<sup>ème</sup> siècle (ex. : Eclair, ou LTC). Les laboratoires étaient alors équipés en machinerie lourde et employaient, jusqu'au début des années 2010, de nombreux ouvriers pour la réalisation des copies photochimiques.

#### 1.1 Un tissu économique formé par des prestataires aux activités multiples

Quel que soit le type de programme ou d'œuvre (émission en plateau, magazine, documentaire, film, fiction, publicité, etc.), les producteurs font nécessairement appel à des prestataires techniques (ou recourent à leurs moyens internes, le cas échéant) pour mener à bien leur projet, et ce à tous les stades de la production.

Ces prestataires sont sollicités dès le tournage d'un programme pour répondre à des besoins matériels (location de caméras, mise en place de régies mobiles, location de studios).

Ils sont également sollicités pour la réalisation de toutes les opérations de postproduction du contenu, c'est-à-dire le traitement de l'image et du son, telles que le montage, l'étalonnage, le mixage, la post-synchronisation, les bruitages, la location d'auditorium, les effets visuels numériques, le doublage et le sous-titrage.

Ils assurent par ailleurs des prestations de laboratoire telles que la fourniture de copies numériques dans différents formats de diffusion, la fourniture de copies sur support photochimique<sup>37</sup>, la sécurisation des données, la restauration, l'archivage et le stockage des œuvres. Enfin, les industries techniques comprennent également les fabricants de matériels et de supports nécessaires aux activités citées précédemment.

Les principaux clients des industries techniques sont donc les producteurs auprès desquels elles assurent des prestations, tout en répondant aux exigences (cahier des charges) du client final qui peut être une salle de cinéma, un éditeur de chaîne de télévision ou de service de vidéos à la demande, un diffuseur de compétition sportive, un annonceur, etc.

<sup>37</sup> C'est-à-dire sur pellicule, sous ses différents formats (16 mm, 35 mm, 65 mm, 70 mm).



La part des industries techniques parmi les différents postes de dépenses engagées pour la production d'un programme ou d'une œuvre peut varier significativement d'un contenu à l'autre. La part moyenne de prestation technique se situe aux alentours de 11 % en 2017 pour les films de longs-métrages mais les dépenses en prestations techniques peuvent être plus élevées si l'œuvre contient des effets visuels<sup>38</sup>.

- **Le poids des prestations techniques dans le tissu de la production**

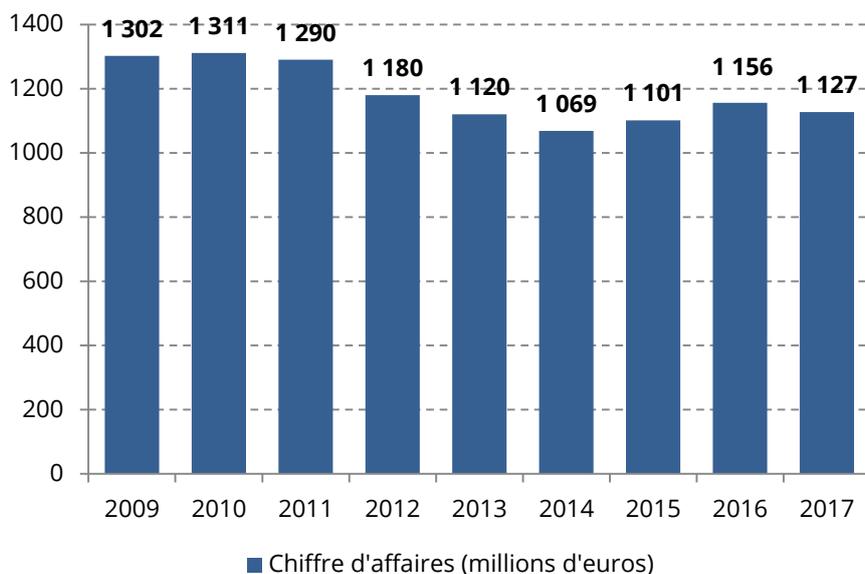
*NB : Les éléments chiffrés qui suivent proviennent essentiellement du « Guide Focus 2019 » établi chaque année par la FICAM et repris par le CNC pour son bilan annuel. Le « Guide Focus » est un document de référence pour la filière des industries techniques.*

- Poids et structure du secteur

En France, le secteur des industries techniques représente un chiffre d'affaires total de 1,13 milliard d'euros (en baisse de 3 % depuis 2016), réalisé par plus de 700 entreprises dont 200 étaient actives en 2017.

### Évolution du chiffre d'affaires des industries techniques (2009-2017, en M€)

Source : FICAM, Focus, le guide 2019 des industries techniques



Les baisses de chiffres d'affaires constatées entre 2011 et 2014 correspondent à la généralisation du numérique dans la diffusion en salle des films de cinéma. Depuis 2010, le chiffre d'affaires des industries techniques est en baisse chaque année, malgré une légère remontée en 2015<sup>39</sup>.

Le chiffre d'affaires moyen des entreprises des industries techniques est de 6,4 millions d'euros avec toutefois de forts écarts entre les entreprises<sup>40</sup>. Les entreprises réalisant plus de

<sup>38</sup> FICAM, Focus, le guide 2019 des industries techniques.

<sup>39</sup> Idem.

<sup>40</sup> Idem.



10 millions d'euros de chiffre d'affaires concentrent 63 % du chiffre d'affaires total, et 20 % des entreprises réalisent 80 % du chiffre d'affaires du secteur. Ces données traduisent un double phénomène de concentration, lié à des restructurations ou à des rachats d'entreprises<sup>41</sup>, et de fragmentation lié au développement de petites structures sur des activités très spécifiques pour lesquelles le numérique a abaissé les barrières à l'entrée.

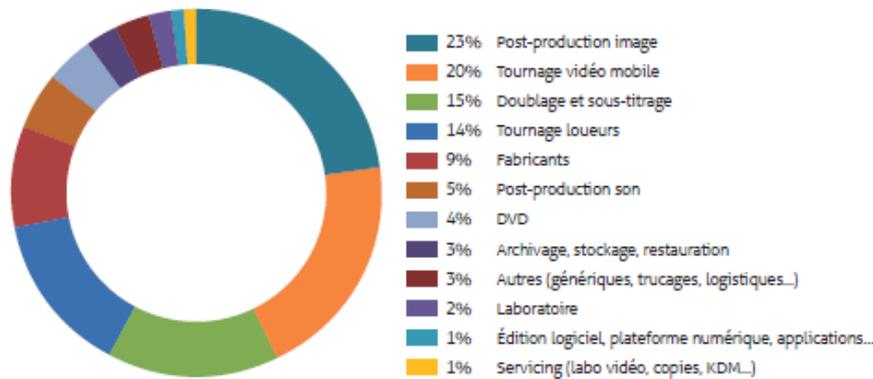
Près de 80 % des entreprises relevant des industries techniques sont implantées en Île-de-France<sup>42</sup>.

- Répartition du chiffre d'affaires par activité

Les trois activités qui réalisent le chiffre d'affaires le plus important parmi les industries techniques sont la « postproduction image », le « tournage vidéo-mobile » et le « doublage-sous-titrage »<sup>43</sup>.

**Répartition du chiffre d'affaires 2017 selon les activités (%)**

Source : FICAM, Focus, le guide 2019 des industries techniques



Les industries techniques interviennent sur six marchés : le long-métrage cinématographique, le programme télévisuel de stock, le programme télévisuel de flux, le programme d'animation, les nouveaux services numériques et le film publicitaire<sup>44</sup>. Hormis les prestataires de tournage de programmes de flux, la plupart des entreprises du secteur proposent des prestations sur plusieurs de ces marchés.

D'après la FICAM, la télévision (programmes de stock et de flux) est le marché qui a généré le plus de recettes auprès des industries techniques en 2018 (364 millions d'euros soit 54 % sur l'ensemble des marchés pour les 106 entreprises qui ont répondu au questionnaire de la FICAM portant sur ce sujet), devant le cinéma (134 millions d'euros, soit 20 %), la publicité, l'animation et le multimédia/nouveaux services. Depuis 2005, le marché de la télévision est devenu la première source de revenus pour les prestataires techniques, devant le cinéma. De 2010 à 2018, les recettes générées par les chaînes de télévision ont augmenté de 8,6 % tandis que les recettes générées par le cinéma ont baissé de près de 50 %.

<sup>41</sup> Monal Group, devenu Hiventy, racheté par le Groupe HIG, Mikros Image par Technicolor, Eclair Group par Ymagis etc..

<sup>42</sup> Rapport de la branche des entreprises techniques au service de la création et de l'évènement, secteur audiovisuel et cinéma, Édition 2019.

<sup>43</sup> FICAM, Focus, le guide 2019 des industries techniques.

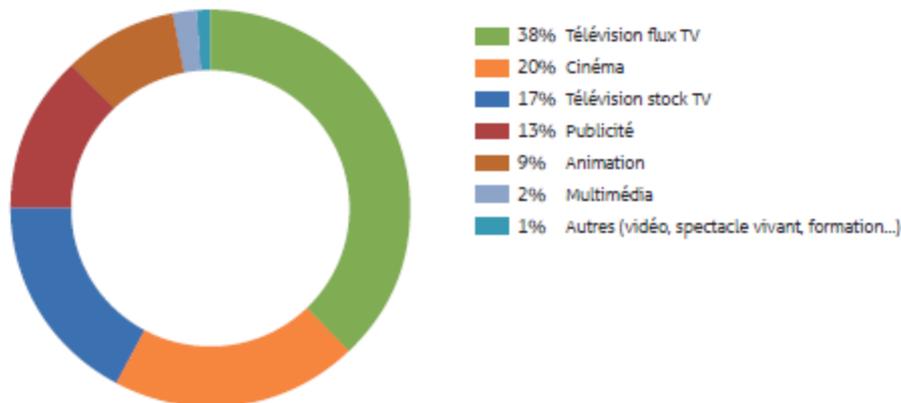
<sup>44</sup> CNC, Bilan 2018.



Au sein des programmes produits pour la télévision, les programmes de flux (événements sportifs inclus) représentent 70 % des recettes. Pour la FICAM, ce sous-segment du marché est en hausse en raison de la multiplication des retransmissions télévisées de manifestations sportives (Ligue 1, Ligue 2, Division 1 féminine de football, cyclisme, rugby, tennis...) et à l'augmentation du nombre de diffuseurs (RMC Sport, L'équipe TV...).

### Répartition du chiffre d'affaires 2017 selon les marchés (%)

Source : FICAM, Focus, le guide 2019 des industries techniques



#### - Modèles économiques des entreprises assurant des prestations techniques

Les entreprises du secteur des industries techniques reposent sur deux principaux modèles d'activités :

- le premier s'appuie sur une forte diversification des métiers permettant d'anticiper les variations d'activités sur le long terme (tel que le fait Hiventy ou Technicolor) ;
- le second repose sur une forte spécialisation (ex : l'étalonnage) qui permet, d'une part, d'exceller sur un créneau particulier et, d'autre part, d'offrir une plus grande agilité dans le cas des structures de petites tailles. Toutefois, la dépendance totale à une seule activité est un facteur de risque important dans ce secteur en perpétuelle mutation.

Par ailleurs, de plus en plus de groupes audiovisuels éditeurs de chaînes de télévision ou de producteurs choisissent d'internaliser des moyens de tournage ou de postproduction techniques et humains. A titre d'exemple, la Fabrique – France TV regroupe les studios de tournage et de postproduction de France Télévisions. Plusieurs sociétés de sociétés de production de documentaires ou d'animation ont également créé également leurs propres studios de création ou de montage.

#### - L'emploi

La taille moyenne des prestataires techniques de l'audiovisuel et du cinéma est supérieure à celle de l'économie générale, tous secteurs d'activités confondus. Selon la FICAM, en 2017, 47,1 % des entreprises employaient entre 1 et 9 salarié(s) permanent(s) et 41,5 % des entreprises comptaient entre 10 et 49 permanents<sup>45</sup>.

<sup>45</sup> Les statistiques relatives à l'ensemble du secteur de l'industrie, du commerce et des services en France indiquent que 82,9 % des sociétés ayant des salariés emploient entre 1 et 9 salariés et 14,2 % entre 10 et 49 salariés (source INSEE au 1er janvier 2013, hors entreprises agricoles et financières).



Audiens dénombre 17 286 salariés intermittents<sup>46</sup> travaillant dans les entreprises du secteur en 2017<sup>47</sup>. L'organisme relève que, cette même année, le secteur a employé 7 711 salariés permanents sur un ensemble estimé à un peu plus de 10 000 emplois en équivalent temps plein, intermittents inclus.

La population des salariés du secteur des industries techniques est fortement masculine et jeune. Un peu plus des deux tiers des salariés permanents sont des hommes, 70 % du côté des intermittents. 51 % des permanents et 52 % des intermittents ont moins de 40 ans<sup>48</sup>.

En 2017, les entreprises du secteur ont distribué 375 millions d'euros de masse salariale dont 59 % pour rémunérer les effectifs permanents et 41 % les intermittents<sup>49</sup>.

- **Les spécificités des industries techniques en région**

- Un secteur qui se structure autour de l'accueil de tournages

En France, environ 20 % des prestataires techniques sont installés en région. Selon le cabinet Hexacom, qui a mené des entretiens auprès de professionnels de l'audiovisuel de plusieurs régions de France dans le cadre d'une mission que lui a confiée le Conseil sur les politiques publiques régionales, les prestataires techniques en régions sont de petite taille (moins de cinq salariés) et se spécialisent de plus en plus par genres de programmes.

Les industries techniques en régions bénéficient d'une conjoncture actuellement favorable, grâce à l'augmentation des tournages de fictions audiovisuelles. Cette hausse profite essentiellement à cinq d'entre elles (hors Île-de-France) qui captent la grande majorité des projets : les régions Provence-Alpes-Côte d'Azur (PACA), Occitanie, Nouvelle-Aquitaine, Auvergne-Rhône-Alpes et, dans une moindre mesure, Hauts-de-France.

Les fictions récurrentes (comme « Capitaine Marleau » et « Les petits meurtres d'Agatha Christie » dans les Hauts-de-France<sup>50</sup>) ont un impact réel sur la structuration et la formation des techniciens et sur la pérennisation de l'emploi local. A titre d'exemple, 80 % des techniciens de la série « Les petits meurtres d'Agatha Christie » résident dans les Hauts-de-France.

Selon les professionnels rencontrés, plusieurs acteurs sont susceptibles de bénéficier de ce nouveau dynamisme régional et de se structurer :

- des sociétés spécialisées telles que Dwarf Animation Studio, un studio de production de films d'animation proche de Montpellier qui a produit deux séries pour Netflix et Disney ;
- les prestataires habituels des fictions récurrentes comportant de nombreux épisodes (TSF, Transpalux...) et qui ont ouvert des agences régionales ;
- des petits prestataires locaux qui ont su adapter leur offre (CinéPhoto Comédie à Montpellier, etc.) ;
- les fournisseurs de services non spécialisés (hôtels, loueurs de véhicules, convoyeurs, sociétés de gardiennage, traiteurs, etc.) ;

---

<sup>46</sup> Effectifs dédoublonnés.

<sup>47</sup> Rapport de la branche des entreprises techniques au service de la création et de l'évènement, secteur audiovisuel et cinéma, Édition 2019.

<sup>48</sup> Idem.

<sup>49</sup> Idem.

<sup>50</sup> Source : Pictanovo.



- et les organismes de formation tels que ArtFX et l'ESMA en animation, l'Université Paul Valéry, CinéCréatis, ou encore l'ESRA de Toulouse.

La retransmission de compétitions sportives est également source d'emplois pour les techniciens installés en région. Ainsi, le prestataire de vidéo-mobile Euromedia recourt à des techniciens intermittents locaux très spécialisés, notamment par type d'événement (sport ou spectacle vivant), voire par sport (rugby, football, etc.) ou par technique (caméraman moto par exemple).

- Des territoires favorisés par des facteurs historiques ou géographiques

Des facteurs intrinsèques aux régions expliquent leurs hauts niveaux d'équipement et le nombre de techniciens y résidant. Si chacune d'entre elles n'est pas nécessairement en mesure de réunir l'ensemble des besoins des producteurs et de leurs projets, la plupart présentent des qualités spécifiques qui y répondent.

Les régions du sud de la France ont toujours attiré des tournages pour leurs décors naturels et leur climat mais d'autres régions présentent également des atouts non négligeables. Un producteur peut en effet être intéressé à tourner dans les Hauts-de-France pour sa proximité avec la Belgique, dont la politique fiscale incite à coproduire avec des sociétés locales.

La situation de La Rochelle et de Bordeaux, à 2 heures de train de Paris environ, confère à la région Nouvelle-Aquitaine un atout supplémentaire au regard d'autres régions accessibles moins rapidement.

En Occitanie, la proximité géographique des plateaux de tournage de Sète et de Vendargues constitue un facteur supplémentaire de dynamisme du secteur des industries techniques, certains prestataires et intermittents opérant pour les deux productions (« Demain nous appartient » et « Un si grand soleil »).

En région Grand-Est, l'activité de production audiovisuelle s'est historiquement structurée et développée à Strasbourg autour de deux clients majeurs, Arte et le Parlement européen. C'est ainsi que la ville est devenue l'épicentre régional pour la prestation technique et notamment la postproduction.

Les prestations pour Arte (essentiellement de la postproduction pour les documentaires) ont permis de structurer et d'accroître les compétences des professionnels, de développer la filière dans une logique industrielle et de faire émerger des sociétés qui ont depuis consolidé et diversifié leurs activités (même si Arte représente encore 60 % à 70 % de l'activité de prestation sonore à Strasbourg et demeure donc un acteur très structurant pour le tissu de prestataires local).

Quant au Parlement européen, il met des moyens techniques à disposition des journalistes qui couvrent les activités parlementaires (studio, équipe de télévision mobile, intervention « face caméra » en direct, matériel de diffusion etc.) pour permettre aux chaînes étrangères de chaque État membre de réaliser des reportages sur place sans que leurs équipes techniques n'aient besoin de se déplacer. Cela représente environ 120 contrats par jours sur 3 à 4 jours par mois pour diverses prestations (prise de vue, éclairage, scripte, maquillage, postproduction, etc.).



- Un secteur atomisé qui souffre de faiblesses, notamment en régions

Si le tournage de séries récurrentes et l'implantation de studios dynamisent le chiffre d'affaires des industries techniques régionales, ce dernier reste modeste en raison de l'atomisation du secteur et de la présence d'agences décentralisées de prestataires nationaux qui captent une part importante des commandes, au détriment des acteurs locaux.

Par ailleurs, la moindre présence de prestataires techniques en région oblige les sociétés de production à recourir à des prestataires parisiens, notamment en ce qui concerne la postproduction. France Télévisions et le groupe TF1 (et plus particulièrement France.tv Studio et Newen) ont toutefois annoncé souhaiter transférer une partie de leurs moyens de postproduction sur les sites de leurs studios respectifs à Vendargues et à Sète mais uniquement pour les besoins de leurs propres productions.

S'agissant plus spécifiquement de l'activité de location de matériel, celle-ci reste encore fragile en régions, notamment en raison de la maintenance importante que nécessitent certains matériels tels que les caméras. Elle l'est également par la dimension des entreprises du secteur : les implantations de sociétés de location en régions permettent de subvenir aux demandes basiques mais elles ne peuvent pas proposer la même gamme et la même quantité de matériels qu'en région parisienne, où la demande est plus importante et donc la rentabilité plus facilement assurée. Il en est de même pour le nombre de techniciens présents en régions, parfois insuffisant pour absorber une hausse massive et soudaine de la demande.

Par ailleurs, les prestataires techniques doivent parfois faire face à des flux de trésorerie tendus, en raison du fonctionnement même de la sous-traitance dans le secteur. En effet, la mise en paiement du prestataire par le producteur est parfois longue, ce dernier étant lui-même tributaire des délais d'obtention des subventions telles que les aides à la production des régions, lesquelles dépendent des agendas des comités d'experts qui examinent les demandes de subventions.

Enfin, ces dernières années, la fiction télévisuelle à coûts maîtrisés est une tendance émergente qui touche particulièrement les séries à fort volume de production, dont une majeure partie est tournée en région. Ce nouveau mode de production implique des temps de préparation plus courts, nécessitent moins de jours de tournage, et occasionnent, par conséquent, des retombées économiques moindres : moins d'embauches, moins de prestations, moins de dépenses sur place, etc.

Dans cet environnement, les stratégies de développement et notamment les investissements dans de nouveaux équipements ou infrastructures lourds à amortir sont particulièrement risqués pour ces entreprises.

### *1.2 Un secteur restructuré sous les effets de la numérisation*

Les évolutions technologiques numériques ont radicalement modifié le secteur des industries techniques en bouleversant totalement son activité, en retirant l'avantage donné aux sociétés qui s'étaient différenciées jusque-là par leurs innovations techniques, et en facilitant l'arrivée de nouveaux entrants sur le marché.



Les innovations technologiques ont également modifié la temporalité du tournage et bousculé les pratiques et les usages des techniciens. Par exemple, les installations techniques, plus légères, ont entraîné la dispersion des lieux de montage et la numérisation des prises de vue a raccourci le temps d'attente entre le tournage et la visualisation des rushes.

- **Le manque d'anticipation des groupes historiques du photochimique**

Selon la FICAM, les fortes baisses de chiffre d'affaires des industries techniques constatées entre 2010 et 2012 (environ 95 millions de pertes) correspondent à la mutation technologique opérée au sein des entreprises de la filière lors du passage du cinéma photochimique vers le cinéma numérique.

En effet, les laboratoires sont le segment des industries techniques qui a le plus souffert ces dix dernières années. Ils ont connu une baisse de revenus de 45 % entre 2010 et 2011, au moment de la généralisation des copies numériques en remplacement des copies sur support photochimique qui constituaient une part importante de leurs recettes. En 2018, les laboratoires ont contribué à hauteur de 2 % au chiffre d'affaires total des prestataires techniques, contre 14 % en 2009<sup>51</sup>.

Depuis 2010, plusieurs groupes historiques se sont effondrés. Quinta industries a été placé en liquidation judiciaire en 2011, Eclair Cinéma est actuellement placé en redressement judiciaire, Technicolor a essuyé quelques difficultés pour sortir de son activité photochimique tandis que Digimage et Monal Group ont été rachetés par Hiventy qui reste l'un des rares prestataires de la postproduction de taille importante dont l'activité ne faiblit pas.

Pour plusieurs observateurs du secteur, ces groupes n'ont pas suffisamment anticipé le passage au numérique et ont manqué d'un plan d'investissement pluriannuel pour diversifier ou faire évoluer en profondeur leur activité.

Par ailleurs, dans leur rapport sur l'avenir des industries techniques publié en 2013, Jean-Frédéric Lepers et Jean-Noël Portugal soulignent que les industries techniques sont moins couvertes par les aides du CNC que les autres maillons de la chaîne de production en raison du régime *de minimis*<sup>52</sup> imposé par la réglementation européenne, ce qui explique que les prestataires techniques de taille importante n'aient pu bénéficier d'un plan d'aides de la part du CNC, qui aurait pu leur permettre de se restructurer plus rapidement<sup>53</sup>.

De plus, les auditions menées dans le cadre de cette étude ont révélé que la concurrence effrénée à laquelle se sont livrés les laboratoires en accordant de nombreuses remises et des délais de paiement aux producteurs (pouvant aller jusqu'à plusieurs mois) pour le tirage des copies en photochimique ont contribué à assécher les trésoreries, pourtant importantes, de certains groupes. Selon certains acteurs, des producteurs et distributeurs auraient également négocié auprès des laboratoires un paiement après avoir perçu les recettes du film, parfois trop faibles pour honorer leurs dettes.

<sup>51</sup> FICAM, *Focus, le guide 2019 des industries techniques*.

<sup>52</sup> Le régime *de minimis* a été créé pour les aides de faible montant que la Commission européenne considère comme n'étant pas susceptibles de fausser la concurrence. Le versement d'aides sous ce régime n'est pas précédé d'une notification à la Commission ni d'un accord ou enregistrement de celle-ci. Selon le règlement *de minimis*, une entreprise ne peut bénéficier que de 200 000 euros d'aides publiques par période de 3 exercices fiscaux consécutifs.

<sup>53</sup> J.-F. Lepers et J.-N. Portugal, *Avenir à 10 ans des industries techniques du cinéma et de l'audiovisuel en France*, janvier 2013.



En parallèle, l'abaissement des barrières à l'entrée lié à la numérisation a permis l'arrivée de nouveaux entrants pour un niveau de performance supérieur ou égal et à un prix très compétitif. L'émergence de ces nouveaux acteurs, aux structures plus souples en raison de leur plus petite taille, a également contribué à affaiblir les industries historiques et à dégrader leur rentabilité, déjà affaiblie par de lourds investissements matériels.

Néanmoins, certaines entreprises telles qu'Hiventy ont fait le choix de fortement diversifier leurs activités et d'être présentes sur tous les segments des prestations techniques, mais également de s'appuyer sur une présence ne se limitant pas à la France. Cette stratégie ambitieuse a permis la consolidation de l'entreprise. La mutualisation des coûts fait également partie de la stratégie d'Hiventy, qui a maintenu son activité photochimique à un niveau industriel en mutualisant son laboratoire entre les publicités et clips tournés en format argentique et les activités de restauration de films de patrimoine.

Selon Hiventy, au-delà de la diversification des activités et de la mutualisation des coûts, il serait également nécessaire d'automatiser au maximum le processus de fabrication tout comme le suivi de production (gestion et administration).

- **La fragmentation du secteur des industries techniques de la postproduction**

Comme expliqué plus haut, à partir des années 2010, l'audiovisuel et le cinéma ont été soumis à des évolutions technologiques d'ampleur et rapides. En dix ans, le secteur des industries techniques est passé d'une structure oligopolistique (constituée de Quinta industries, Digimage, Eclair Cinéma et Technicolor) avec un nombre réduits d'acteurs historiques bien installés captant la majeure partie des marchés, à un secteur beaucoup plus mouvant, fortement concurrentiel et caractérisé par une myriade d'entreprises de petites tailles. L'éclatement des parts de marché auparavant détenues par des entreprises de taille importante sous le coup de la transformation numérique du secteur s'explique par plusieurs facteurs cumulatifs :

- d'une part, la baisse des coûts des matériels de certains segments d'activité a permis d'ouvrir le marché à de nouveaux entrants constitués de structures faiblement capitalisées, quasiment artisanales (pour certaines sous la forme de l'auto-entreprise) menant à une fragmentation du secteur. A titre d'exemple, certains professionnels estiment aujourd'hui qu'un investissement de 15 000 euros suffit pour monter un studio d'étalonnage<sup>54</sup> ;
- d'autre part, sous l'effet d'une sophistication de plus en plus grande, le recours à la sous-traitance au sein même des activités de prestations techniques s'est développé sur des segments de marché parfois fortement spécialisés tels que la vente de capacités de calcul ou de traitement. Selon la FICAM<sup>55</sup>, les prestataires qui interviennent aujourd'hui sur un film sont deux fois plus nombreux qu'en 2015. Comme le remarquaient déjà en 2013 Jean-Frédéric Lepers et Jean-Noël Portugal, « beaucoup d'entreprises de la filière sont sous-traitantes. Elles sont organisées pour faire face à des projets qui sont autant de prototypes mais dont elles ne sont pas à l'origine. Elles se concentrent sur la réactivité et l'adaptabilité de leurs services dans le but de répondre aux demandes des donneurs d'ordres,

<sup>54</sup> Ecran Total n°1209, *Stephan Faudeux*, 07/11/2018.

<sup>55</sup> Satellifax, *Jean-Yves Mirski : la RSE comme outil de protection de la postproduction ?*, 08/06/2018.



*mais au détriment d'une démarche proactive visant à transformer et façonner le marché à leur rythme et selon leur vision »<sup>56</sup>.*

Ces nouvelles structures, beaucoup plus petites, présentent l'avantage, du point de vue des producteurs, d'être installées dans Paris, au détriment des structures historiquement basées en banlieue parisienne. Le modèle dominant est désormais celui de l'entreprise parisienne de 4 à 20 salariés. Les sociétés de postproduction diversifiées, de taille importante, se font de plus en plus rares en raison du besoin de main-d'œuvre nécessaire pour intervenir à toutes les étapes de la chaîne de valeur.

Selon les professionnels rencontrés dans le cadre de cette étude, beaucoup d'entrepreneurs actuels étaient au départ des techniciens salariés devenus indépendants à la suite des plans sociaux mis en place par les industries historiques telles que les laboratoires.

Au vu de cette nouvelle structuration du marché, il apparaît que les entreprises du secteur ont progressivement basculé d'une activité industrielle vers une activité de prestation de services.

- ***L'accélération de l'obsolescence du matériel et la modification des équilibres du secteur***

Dans les secteurs de l'audiovisuel et du cinéma, les ruptures économiques sont souvent le fait de ruptures technologiques. S'agissant du seul secteur du cinéma, les standards de projection évoluent tous les trois ans environ (2K, 4K, 8K, etc.). Les modèles de téléviseur se renouvellent non moins régulièrement et s'adaptent aux nouveaux modes de diffusion des chaînes et des contenus : le 16:9, la HD, la 3D, la HDR, le Dolby Atmos, le Dolby Vision, la 4K, la 8K, etc.

Si, sur certains segments d'activité, le numérique a abaissé les barrières à l'entrée du marché, sur d'autres pans d'activité il a eu pour effet de provoquer des coûts supplémentaires liés à l'obsolescence plus rapide du matériel et a nécessité que les professionnels s'adaptent à cette nouvelle donne.

De ce fait, la sous-traitance dans l'activité de location de matériel, notamment, s'est accélérée. Les normes techniques évoluent sans cesse et imposent aux prestataires de renouveler leur matériel beaucoup plus vite que dans les années 1990-2000. De ce fait, la majorité des entreprises de location de matériel sous-louent désormais elles-mêmes le matériel auprès d'autres prestataires afin de ne pas à avoir à investir dans un actif condamné à devenir rapidement obsolète.

Cette course à l'innovation a notamment radicalement changé la structure du marché du tournage de programmes de télévision en France. La combinaison de deux facteurs - le renouvellement du matériel nécessitant une trésorerie importante et la baisse des budgets techniques alloués aux programmes - a eu pour effet de faire passer le nombre de prestataires français sur ce marché de quinze à deux sociétés en quinze ans (dont une seule possède des plateaux). La prestation de tournage de programmes de flux (dont le sport) requiert, par ailleurs, de lourds investissements en capital (à hauteur de 10 % du chiffre d'affaires). Les coûts techniques représenteraient environ 35 % du prix de vente.

---

<sup>56</sup> J.-F. Lepers et J.-N. Portugal, Avenir à 10 ans des industries techniques du cinéma et de l'audiovisuel en France, janvier 2013.



Le renouvellement permanent du matériel a, par ailleurs, eu pour effet d'hyper-spécialiser les techniciens des industries techniques. Selon le rapport de Jean-Frédéric Lepers et de Jean-Noël Portugal<sup>57</sup>, « avec la baisse des prix des matériels et des logiciels, la frontière entre techniciens et prestataires est aussi devenue plus floue. Il est fréquent qu'un ingénieur du son, voire un chef opérateur possède son propre matériel et puisse louer ses services indifféremment via un prestataire, ou de manière directe ». Cette situation a ainsi amené certains loueurs de matériel de tournage à proposer, en complément de la location, l'intervention d'un technicien spécialisé.

- **Le développement des productions à coûts maîtrisés**

Afin de limiter les risques liés à l'investissement dans du matériel dont il est difficile d'anticiper l'obsolescence, certaines sociétés de tournage comme AMP Visual TV proposent aux chaînes de télévision ou à leurs services numériques des offres à un « coût maîtrisé » en sus de leurs offres habituelles et pour des événements de moindre importance - c'est-à-dire en proposant un devis 30 à 50 % moins cher que pour une prestation classique, au moyen de matériel et d'infrastructures moins qualitatives. Cette nouvelle offre est autant née d'une demande d'optimisation du budget des groupes audiovisuels que d'un souhait de répondre à la concurrence de petits prestataires sur certains segments de l'activité.

Euromedia a également développé des prestations de production allégées qui permettent de réduire les coûts de captation et de retransmission en simplifiant au maximum les signaux livrés et l'équipe de production. Cette solution se développe sur des sports moins connus ou à des niveaux de compétition moins prestigieux.

Les studios en région peuvent également constituer une offre à coûts maîtrisés en comparaison des prix affichés par les studios franciliens. C'est la stratégie qu'a suivi Transpastudios pour son plateau d'Angoulême, plus accessible financièrement que celui que la société détient à Bry-sur-Marne.

- **Le secteur des effets visuels en pleine consolidation**

Les évolutions technologiques ont donné naissance à de nouvelles méthodes de travail sur les images. Certaines techniques utilisées dans les jeux vidéo ont été reproduites dans l'animation et dans les œuvres cinématographiques, audiovisuelles ou publicitaires intégrant des effets visuels<sup>58</sup>. Le numérique a imposé un haut niveau de qualification aux techniciens des industries techniques, qui constitue tout autant un atout vis-à-vis des productions étrangères susceptibles de tourner leurs films en France.

En 2017, en France, les entreprises d'effets visuels génèrent un chiffre d'affaires de 90 millions d'euros sur les 1,13 milliard d'euros de chiffre d'affaires des industries techniques (soit près de 8 %) <sup>59</sup>. Le chiffre d'affaires des effets visuels a augmenté de 34 % entre 2014 et 2017.

Le tissu économique des entreprises d'effets visuels se caractérise par la présence de 4 à 5 acteurs de taille importante<sup>60</sup>, généralistes, et de plusieurs sociétés de tailles modeste, fortement spécialisées.

---

<sup>57</sup> J.-F. Lepers et J.-N. Portugal, Avenir à 10 ans des industries techniques du cinéma et de l'audiovisuel en France, janvier 2013.

<sup>58</sup> FICAM, Focus, le guide 2019 des industries techniques.

<sup>59</sup> Ecran Total n°1221, Pleins feux sur les industries techniques, 06/02/2019.



Le secteur des effets visuels est soutenu par une ambition politique forte. En 2017, le CNC a lancé un plan de soutien de 9 millions d'euros pour renforcer cette filière<sup>61</sup>. Une étude menée en 2018 par le CNC avec Audiens<sup>62</sup> a mis en avant les effets positifs de ces mesures : en un an, l'emploi dans le secteur des effets visuels a augmenté de 17 %, pour un effectif total de 4 000 personnes. Depuis 10 ans, plus de 1 000 emplois ont été créés et la part de CDI est au plus haut, le recours au CDI permettant notamment de conserver des talents susceptibles de partir à l'étranger. La masse salariale a, quant à elle, augmenté de 57 %.

Selon la FICAM, le nombre de films français comportant des effets visuels ou « VFX »<sup>63</sup> est passé de 126 en 2017 à 151 en 2018 sur un total de 182 films produits dans l'année, soit 83 %<sup>64</sup>. Une large part des films de fiction d'initiative française ont recours à des effets visuels. Plus largement toutefois, 72 % du chiffre d'affaires des effets visuels réalisé en France provient du secteur de la publicité (23 % du cinéma et 5 % de l'audiovisuel), en 2017, quelle que soit la nationalité du programme<sup>65</sup>.

Le marché des effets visuels pour le cinéma se caractérise par des prestations relativement nombreuses mais d'un montant toutefois peu élevé, dans le cadre de la réalisation d'effets visuels « supports » (extension de décors, effets climatiques) ou « de réparation » (effacement de câbles).

En effet, le budget moyen des effets visuels par film est estimé à 133 000 euros en 2018-2019 contre 110 000 euros en 2017-2018. Pour 56 % des films français ayant fait appel à des effets visuels, le budget des effets spéciaux est inférieur à 50 000 euros et pour 76 % d'entre eux leur budget est inférieur à 100 000 euros<sup>66</sup>. Selon les professionnels rencontrés dans le cadre de cette étude, un budget important en effets visuels se chiffre autour de 300 à 400 000 euros.

Seuls quelques rares films français font appel à des effets visuels recréant un « univers » tel que cela fut le cas du film de cinéma « L'Empereur de Paris » qui se passe à l'époque du Premier Empire. Un million d'euros a été consacré aux effets visuels, pour un budget total de 22 millions d'euros<sup>67</sup>.

Par ailleurs, selon le « Baromètre long-métrage » du 1<sup>er</sup> semestre 2019 de la FICAM, le taux de délocalisation des effets visuels est à 11 % au 1<sup>er</sup> semestre 2019, soit son plus bas niveau sur un 1<sup>er</sup> semestre depuis cinq ans. Une relocalisation des effets visuels en France semble s'être opérée depuis 2015-2016. Au 1<sup>er</sup> semestre 2019, 7,5 millions d'euros ont été dépensés dans les effets visuels de films de cinéma en France, soit le meilleur résultat depuis cinq ans.

Enfin, les écoles françaises qui forment les techniciens des effets visuels figurent parmi les meilleures dans ce domaine et l'expertise française en matière d'effets visuels, qu'il s'agisse de compétences ou d'équipement, n'a rien à envier à ses voisins européens. Toutefois, un rapport

---

<sup>60</sup> Tels qu'Hiventy ou Technicolor.

<sup>61</sup> [https://www.cnc.fr/professionnels/communiqués-de-presse/le-cnc-lance-un-grand-plan-en-faveur-des-effets-speciaux\\_108432](https://www.cnc.fr/professionnels/communiqués-de-presse/le-cnc-lance-un-grand-plan-en-faveur-des-effets-speciaux_108432)

<sup>62</sup> CNC/Audiens, *L'emploi dans les effets visuels numériques*, janvier 2018.

<sup>63</sup> VFX est l'abréviation du terme anglais *Visual Effects* (ou *Visual F/X*) signifiant « effets visuels ».

<sup>64</sup> Ecran Total n°1221, *Pleins feux sur les industries techniques*, 06/02/2019.

<sup>65</sup> FICAM, *Focus, le guide 2019 des industries techniques*.

<sup>66</sup> Ecran Total n°1221, *Pleins feux sur les industries techniques*, 06/02/2019.

<sup>67</sup> Ecran Total n°1223, *Un Paris audacieux*, 20/02/2019.



rédigé par Jean Gaillard<sup>68</sup> pointe deux difficultés à surmonter : la fuite des talents, au Canada notamment, et les réticences culturelles des auteurs français vis-à-vis de la création d'« univers » numériques.

À l'inverse, les auteurs britanniques semblent plus enclins à créer de toutes pièces des mondes imaginaires ou des univers reposant sur des effets visuels. Au Royaume-Uni, les dépenses réalisées dans les effets visuels représentent 655 millions de dollars pour 18 000 emplois<sup>69</sup>.

Néanmoins, les professionnels rencontrés dans le cadre de cette étude témoignent d'une réelle volonté de la part des sociétés françaises d'effets visuels de s'ouvrir sur l'international, d'une part en attirant des productions étrangères (une situation facilitée par l'attrait du crédit d'impôt international), qu'il s'agisse des studios américains ou des nouveaux services de vidéo à la demande par abonnement et d'autre part, en implantant des filiales à l'étranger (ex : Buff et Digital District)<sup>70</sup>.

### 1.3 Un retard d'équipement en studios à rattraper

La question des studios en France est complexe à analyser. La France paraît sous-équipée par rapport à ses voisins européens et le besoin de création de nouveaux studios pourrait émerger mais, dans le même temps, une sous-utilisation des studios est observée, notamment en région.

- **Une activité économique globalement risquée et aléatoire**

Récemment, un rapport commandé par le CNC et Film France à Serge Siritzky<sup>71</sup> a mis en lumière le sous-équipement de la France en matière de studios destinés à la réalisation d'œuvres de cinéma et de fictions. Les infrastructures françaises seraient sous-dimensionnées, tant pour les productions nationales que pour les productions étrangères, que les pouvoirs publics essaient d'attirer grâce au crédit d'impôt international. Or, ces dispositifs fiscaux doivent être accompagnés d'une proposition d'infrastructures aptes à répondre aux besoins de ces productions étrangères d'ampleur.

Selon l'auteur du rapport, le sous-équipement français en studios est en partie dû à des raisons culturelles. A partir des années 1950, les réalisateurs de « la Nouvelle Vague » ont déserté les studios (alors nombreux à l'époque : à Joinville, à Boulogne, à Billancourt, à Saint-Maur, à Francoeur, à Marseille, à Arpajon etc.) leur préférant le tournage en décor naturel. Dans les années 1980, des sociétés de production ont choisi d'équiper des « friches » ou de louer des entrepôts vides plutôt que de recourir aux studios. Jusqu'aux années 1990, seul le secteur de la publicité utilisait encore des plateaux de tournage.

Au-delà des facteurs culturels, investir dans ce type d'équipement est une opération risquée pour tout potentiel investisseur, plusieurs années d'activité étant parfois nécessaires avant de le rentabiliser. La prise de risque est d'autant plus forte que la majorité des opérateurs de plateaux français ne sont pas propriétaires de leur foncier. La pression exercée par le coût de

<sup>68</sup> Jean Gaillard, La fabrication d'effets spéciaux numériques en France, juin 2016.

<sup>69</sup> Ecran Total n°1223, *Les VFX en manque d'anticipation*, 20/02/2019.

<sup>70</sup> Les données disponibles ne permettent pas de distinguer le chiffre d'affaires selon l'origine des programmes.

<sup>71</sup> Serge Siritzki, *Les studios de tournage, un enjeu primordial pour la production en France*, rapport au CNC et à Film France, mars 2019.



l'immobilier en Île-de-France et autour des grandes agglomérations est telle que leur marge porte alors uniquement sur des services connexes tels que l'accueil d'équipes d'écriture, la location du matériel ou des prestations de postproduction.

Par ailleurs, l'aléa pesant sur la rentabilité de l'activité explique que certains investisseurs préfèrent implanter un studio en Île-de-France permettant de générer un flux d'activité régulier pour amortir des investissements d'importance.

Sur ce point, la situation française diffère des pays voisins. Une offre de studios s'est fortement développée au Royaume-Uni, où les trois grands studios attirent de très nombreuses « superproductions américaines », en Allemagne et en Europe de l'Est (République Tchèque et Hongrie, notamment). Les opérateurs de ces studios étant également propriétaires de leur foncier, la hausse de la valeur de celui-ci augmente leur actif sans peser sur leurs coûts.

La situation des plateaux dédiés aux émissions de flux (différents de ceux consacrés à la fiction et au cinéma<sup>72</sup>) est également à souligner. La société AMP Visual TV, qui détient l'essentiel de ces studios en France, a fermé 13 plateaux depuis 2017, subissant les conséquences du caractère cyclique des activités de production de programmes de flux et de la trop faible rentabilité de cette activité<sup>73</sup>.

- **Des studios développés par des groupes audiovisuels pour un besoin spécifique lié à un projet**

Le développement des studios de tournage en France peut être lié à une histoire (La Victorine à Nice), à un producteur (Luc Besson à la Plaine Saint-Denis, Christophe Vallette dans le cadre de la reconversion de deux hangars à avions à Reims pour le tournage des séries « Cherif » et « Double Je ») ou à la volonté et à l'aide financière des collectivités locales (La Rochelle, Angoulême, Bègles...). Il est aussi souvent lié à un projet de production impliquant la construction d'un studio *ad hoc*.

L'offre de studios en région s'est récemment développée sous l'impulsion des séries quotidiennes de TF1 (« Demain nous appartient ») et de France Télévisions (« Un si grand soleil »). En raison des volumes de production, les studios créés sont exclusivement exploités pour les besoins de leurs séries. En effet, l'augmentation du volume de production des séries va dans le sens d'un retour à l'usage des studios. Seul un tournage en un lieu intégré où tous les partenaires de la création sont réunis, des auteurs aux techniciens de postproduction, permet d'assurer un rythme de production soutenu qui satisfasse, par ailleurs, des standards internationaux. C'est de cette manière qu'il a été possible de produire chaque année depuis sa création une saison de la série « Le Bureau des légendes », tournée à la Cité du cinéma.

En Occitanie, l'arrivée des deux séries quotidiennes, « Un si grand soleil » et « Demain nous appartient », en 2018-2019 a bouleversé l'écosystème des industries techniques de la région, entraînant :

- la création d'un studio de production par le groupe France Télévisions à Vendargues (deux plateaux de 1 100 m<sup>2</sup>) et par le groupe TF1 à Sète (un plateau de 1 600 m<sup>2</sup>) ;

<sup>72</sup> Il peut arriver qu'un programme de flux soit tourné sur un plateau de cinéma/fiction, la réciproque étant plus rare.

<sup>73</sup> Cf. CSA, 3<sup>ème</sup> édition de l'Étude sur le tissu économique de la production, partie sur la production de programmes de flux, 2018.



- un projet de transfert des moyens de postproduction de France Télévisions actuellement à Paris vers Montpellier ;
- l'implantation à Montpellier de cinq à six prestataires nationaux majeurs du secteur dans le sillage des deux séries quotidiennes (TSF sur 300 m<sup>2</sup> de stockage, Panavision, etc.) ;
- et l'installation provisoire d'entreprises prestataires qui recrutent du personnel en région, le temps du tournage.

Newen (Groupe TF1) aurait chiffré à environ 20 millions d'euros les dépenses annuelles en région générées par la production de la série « Demain nous appartient ». Plus récente, la série de France Télévisions, « Un si beau soleil », aurait généré entre 12 et 13 millions d'euros de dépenses en région pour sa première saison (septembre 2018-août 2019), France.tv Studio<sup>74</sup> internalisant de nombreuses tâches que Newen sous-traite ou achetant du matériel là où Newen préfère louer.

## 2. Un secteur tributaire de la situation économique des éditeurs et des politiques publiques

Depuis le début des années 2010, le modèle des industries techniques a fortement évolué, le marché s'est fragmenté et est devenu fortement concurrentiel sous l'impulsion du numérique. Au-delà de ces effets de restructuration interne, la santé du secteur dépend également de facteurs externes tels que la situation économique des éditeurs et des producteurs, des effets de l'arrivée de nouveaux acteurs stimulant la production locale comme certains services de vidéo à la demande ou le volontarisme des politiques publiques.

### 2.1 Des industries techniques soumises aux stratégies des chaînes de télévision et des producteurs

- **Le cas des chaînes de télévision : une production de programmes globalement en hausse mais des budgets resserrés**

Depuis le lancement de la TNT en mars 2005, le nombre de chaînes gratuites présentes sur la TNT a connu une forte croissance. En 2005, seules six chaînes hertziennes gratuites étaient proposées au public. Elles sont désormais 27 en 2019.

La hausse du nombre de chaînes a pour conséquence d'augmenter les commandes de programmes afin d'alimenter les grilles des nouvelles chaînes de télévision et, par conséquent, d'accroître le niveau des prestations techniques.

Toutefois, l'augmentation du nombre de chaînes s'est accompagnée d'une fragmentation de l'audience et d'une contraction du marché publicitaire (entamée dès la crise de 2008), qui ont eu pour conséquence de fragiliser l'économie des éditeurs de télévision. En réponse à ces tensions, les chaînes se sont trouvées dans l'obligation d'ajuster leurs budgets et, notamment, de réduire les coûts d'acquisition des programmes.

---

<sup>74</sup> France.tv Studio est la filiale de France Télévisions dédiée à la production télévisuelle de magazines, de documentaires et de fictions, sur lesquels elle intervient en production déléguée ou exécutive. Elle réalise également des sous-titrages et des doublages pour des programmes pour des chaînes du groupe ou pour des chaînes externes au groupe.



Selon la FICAM, le secteur des industries techniques a fortement subi la baisse des investissements et la perte de valeur constatée plus en amont dans la chaîne de production.

L'activité des industries techniques est, en effet, soumise aux aléas financiers de leurs clients, les producteurs, eux-mêmes dépendants des commandes que les groupes audiovisuels leur passent. Les professionnels rencontrés dans le cadre de cette étude indiquent avoir notamment fortement ressenti, ces dernières années, la baisse des investissements de Canal + sur le nombre de jours de tournage de films de cinéma et de fictions ainsi que sur les budgets dévolus à la postproduction.

Les industries techniques sont tributaires des stratégies de programmation des chaînes et de leurs investissements dans la production. Par exemple, la programmation de fictions étrangères dynamise le secteur du sous-titrage et du doublage alors que la commande de nouvelles fictions françaises renforce l'activité de location de matériel ou de postproduction image. A ce titre, le regain d'intérêt pour les fictions françaises à l'écran<sup>75</sup> s'accompagne d'une hausse de leur volume dans les grilles des chaînes. Le « Baromètre de la fiction TV » du premier semestre 2019, élaboré par la FICAM, révèle une hausse des tournages de fiction audiovisuelle française de 21 % par rapport au 1<sup>er</sup> semestre 2018.

À l'inverse, dans son « Baromètre long-métrage » du 1<sup>er</sup> semestre 2019, la FICAM indique que les jours de tournage des films de cinéma d'initiative française baissent de 12 % sur le territoire par rapport à la même période de l'année précédente. Les industries techniques du cinéma ont été particulièrement affectées par la perte en quatre ans d'un montant d'investissement dans le cinéma que la FICAM évalue à 150 millions d'euros<sup>76</sup> depuis 2015 et par des budgets techniques en forte contraction. Les postes techniques représentent 10,1 % des investissements dans le cinéma au 1<sup>er</sup> semestre 2019, alors qu'ils étaient de 9,2 % en 2018 et de 11,7 % en 2017 selon la FICAM<sup>77</sup>. Les chiffres témoignent, selon les acteurs du secteur, de la forte pression subie par les prestataires et en premier lieu par les acteurs de la postproduction, en bout de chaîne de fabrication.

Selon les professionnels rencontrés, les coûts de postproduction d'une fiction unitaire de 90 minutes seraient trois à quatre fois moins élevés que ceux d'un long-métrage. Le temps d'implication pour un projet pourrait varier de quelques jours pour un documentaire de 52 minutes à 3 mois un film de long-métrage. Néanmoins, les industries techniques se sont adaptées au renforcement de la production de séries françaises. Les prestations de postproduction de fiction se rapprochent de plus en plus des standards du cinéma. Certains prestataires adaptent leur équipement à ce nouveau marché des séries, par exemple en équipant leurs studios de deux salles de montage afin que le réalisateur et le monteur puissent traiter deux épisodes de série en même temps.

Par ailleurs, la réglementation (sur les jours interdits de cinéma à la télévision par exemple) influe indirectement sur les commandes des chaînes auprès des producteurs et *in fine* sur les industries techniques spécialisées sur un type de marché précis (le stock, le flux, le cinéma ou la publicité).

<sup>75</sup> CSA, *Performances de la fiction en Europe en 2018*.

<sup>76</sup> FICAM, *Focus, le guide 2019 des industries techniques*.

<sup>77</sup> Ecran Total n°1244, *La FICAM sur tous les fronts*, 17/07/2019.



Les coûts d'acquisition des programmes sportifs ont également un impact sur les industries techniques, notamment celles assurant des prestations de vidéo-mobiles. Ce marché possède ses propres caractéristiques : il est capté en direct et ses droits de diffusion sont attribués aux chaînes par l'entremise des ligues professionnelles sportives. Dans un contexte où les montants des acquisitions de droits sportifs sont de plus en plus élevés, les diffuseurs peuvent chercher à réaliser des économies sur la retransmission de certaines compétitions, moins « premiums ».

Enfin, une incertitude pèse sur la captation des matchs de football de Ligue 1 et de Ligue 2 depuis que le groupe espagnol Mediapro a acquis les droits de ces rencontres pour la période 2020-2024, jusqu'alors détenus par le groupe Canal Plus. Le groupe audiovisuel espagnol pourrait bousculer la structuration de la prestation de la captation d'événements sportifs dès lors qu'il semble disposer de moyens internes suffisants.

- **Un phénomène d'intégration de la postproduction qui s'accroît**

Le phénomène d'intégration de la postproduction est ancien et courant pour les programmes de flux. Il est toutefois assez récent pour les fictions audiovisuelles et tend à se renforcer.

Dans le cadre des programmes qu'ils financent, certains groupes audiovisuels proposent aux producteurs avec lesquels ils collaborent de traduire leur soutien financier en apport en industrie via leurs filiales et studios. Les programmes fabriqués par les filiales de production interne peuvent de la même manière être postproduits en interne, ce qui n'est pas sans conséquence pour l'économie des prestataires techniques indépendants.

La FICAM relève que la postproduction est de plus en plus souvent intégrée verticalement au sein des groupes audiovisuels d'édition de chaînes de télévision. 55 % des heures de postproduction en 2018 (contre 50 % en 2017)<sup>78</sup> et quasiment 60 % des heures de postproduction au 1<sup>er</sup> semestre 2019 (contre 53,6 % au 1<sup>er</sup> semestre 2018) ont été postproduites dans une structure intégrée à un éditeur<sup>79</sup>. Parmi les heures de postproduction intégrée, environ 20 % sont attribués par la FICAM à France Télévisions, au 1<sup>er</sup> semestre 2019, et 60 % aux trois fictions quotidiennes d'avant-soirée : « Demain nous appartient » sur TF1, « Un si grand soleil » sur France 2 et « Plus belle la vie » sur France 3.

La postproduction des programmes initiés par France.tv Studio est assurée par La Fabrique – France.tv, une direction interne qui regroupe de nombreux moyens techniques de production et de postproduction (cars-régies, matériels de tournage et de postproduction...) ainsi que des équipes de tournage réparties sur le territoire, à Lille, Lyon, Marseille et Bordeaux. La Fabrique – France.tv intervient également pour d'autres filiales du groupe et pour le compte de sociétés de production indépendantes dont les programmes sont destinés à être diffusés sur les chaînes de France Télévisions. Il s'agit, dans ce cas, d'un « apport en industrie » prévu au contrat.

Pour réaliser la série « Un si grand soleil », France Télévisions a acquis en 2017 un ancien entrepôt logistique de 16 000 m<sup>2</sup> à Vendargues, en périphérie de Montpellier, pour y aménager des plateaux de tournage, des bureaux, une zone de stockage et des ateliers de fabrication de décors.

<sup>78</sup> Ecran Total n°1244, *La FICAM sur tous les fronts*, 17/07/2019.

<sup>79</sup> FICAM, *Baromètre de la fiction TV*, 1<sup>er</sup> semestre 2019.



La baisse du coût du matériel technique a également permis à quelques sociétés de production indépendantes, de petite taille, d'acquiescer des tours de montage et d'internaliser, en partie, la postproduction. Cette situation est d'autant plus vraie pour la production de documentaires. Quelques sociétés de production de programmes d'animation tendent également de plus en plus à créer des studios d'animation au sein de la structure. Les professionnels rencontrés dans le cadre de la présente étude ont ainsi confié que les industries techniques non rattachées à une société de production ne profitent pas réellement du dynamisme de la production d'animation.

## *2.2 Les opportunités créées par les services audiovisuels à la demande*

Le développement des services de vidéo à la demande par abonnement (VàDA) en France contribue à dynamiser l'ensemble de la chaîne de valeur de la production. Même s'il est difficile de mesurer à ce stade leur effet économique sur les industries techniques, leurs investissements dans les programmes constituent un potentiel relais de croissance pour la postproduction et une incitation à la redynamisation des studios de tournage. Pour l'instant, les investissements dans des productions en France émanent principalement de Netflix et dans, une moindre mesure, d'Amazon.

- ***Pour les studios de tournage***

Avec l'annonce de l'arrivée de concurrents de poids, tels que Disney ou TimeWarner, sur le marché de la vidéo à la demande par abonnement, Netflix poursuit sa stratégie d'investissement dans des contenus exclusifs, stratégie qui passe notamment par le développement de productions locales pour diversifier son catalogue et répondre notamment aux spécificités culturelles des marchés dans lesquels il est implanté.

Netflix a récemment annoncé avoir démarré le tournage de 35 séries de fiction en Europe et précisé dans la presse qu'une centaine de tournages pourraient être lancés dans les deux prochaines années<sup>80</sup>. La transposition des dispositions de la directive SMA dans le projet de loi audiovisuel, en cours de préparation au moment de la rédaction de cette étude, imposera aux services de VàDA étrangers qui visent la France d'investir une part de leur chiffre d'affaires dans des productions européennes.

Pour ce faire, Netflix a signé un accord d'exclusivité, sur une dizaine d'années, avec les studios londoniens de Shepperton (qui seront les deuxièmes plus grands studios du monde d'ici 2021)<sup>81</sup>. Un accord lie également les studios britanniques de Pinewood à Disney. En effet, les studios de tournage constituent un pôle d'attractivité pour les services de vidéo à la demande américains, habitués des tournages en studio. Au moment de la rédaction de cette étude, Netflix n'a pas noué d'accord d'exclusivité avec des studios français mais développe de nombreux projets dans plusieurs pays européens dont la France. Par ailleurs, certaines de ses productions originales françaises sont tournées en studio telles que la série « Révolution » dans les studios de Bry-sur-Marne.

<sup>80</sup> Les Echos, *Netflix: la production européenne va encore accélérer en 2019*, 28/11/2018.

<sup>81</sup> Les Echos, *Netflix se paye les studios d'« Alien »*, 04/07/2019.



Amazon a récemment annoncé lors d'une conférence de presse renforcer ses investissements dans la production européenne dont celle de deux séries et de deux jeux télévisés produits et réalisés en France d'ici la fin de l'année 2021<sup>82</sup>.

Ces investissements bénéficient moins aux prestataires de tournage de programmes de flux qui travaillent peu avec les plateformes, celles-ci concentrant leurs investissements sur les programmes de stock (fiction en particulier).

- **Pour la postproduction**

En 2019, Netflix est présent dans 190 pays et propose 30 versions de langues différentes sous-titrées. L'enjeu, pour le service, est que les séries, films et documentaires produits localement rencontrent leur public au-delà de leur pays d'origine, à l'image du succès international de la série Netflix d'origine allemande « Dark », dont 90 % de l'audience a été réalisée à l'étranger ou de la série espagnole « La Casa de Papel », série non anglophone la plus visionnée de la plateforme<sup>83</sup>.

Afin de séduire une audience la plus large possible avec les contenus qu'ils exportent, les services de vidéo à la demande misent désormais de plus en plus sur le doublage, en complément de l'offre de sous-titrage, pour atteindre un public moins à l'aise avec les langues étrangères<sup>84</sup>.

Les services de vidéo à la demande par abonnement (VàDA) constituent ainsi un relais de croissance non négligeable pour les secteurs du doublage et du sous-titrage. Selon le cabinet Nimdzi, spécialiste de la traduction, le doublage et le sous-titrage représentent environ 5 milliards de dollars au niveau mondial, dont l'essentiel provient du doublage (mieux rémunéré). En France, le marché a dépassé les 100 millions d'euros de chiffre d'affaires en 2017, en hausse de 20 % en deux ans, selon la FICAM. La société française Lylo, spécialisée dans le doublage, revendique quant à elle un chiffre d'affaires en hausse de 30 % sur ce marché, dopé par les services de vidéo à la demande. Le groupe Hiventy a, quant à lui, choisi de s'appuyer sur ses bureaux situés à l'étranger pour les prestations de doublage qu'il fournit à Netflix. Pour Mathieu Taieb, de Dubbing Brothers « *les chaînes de télévision traditionnelles diffusent moins de fiction étrangère, mais c'est plus que compensé par l'arrivée des nouveaux acteurs* »<sup>85</sup>.

Le chiffre d'affaires à l'exportation<sup>86</sup> des activités de doublage et de sous-titrage est en augmentation constante depuis 2015 grâce à l'arrivée de services de VàDA étrangers sur le marché français, de la demande croissante des distributeurs étrangers (studios américains notamment) et du développement de nouvelles activités telles que l'audiodescription<sup>87</sup>.

Pour les professionnels rencontrés dans le cadre de cette étude, les services de VàDA créent un appel d'air pour le secteur en accroissant le volume d'activité.

<sup>82</sup> Les Echos, *Amazon Prime Video lance quatre nouveaux programmes en France*, 07/11/2019.

<sup>83</sup> Le Monde, *Doublage, sous-titrage : Netflix et ses rivaux veulent faire tomber la barrière de la langue*, 30/05/2019.

<sup>84</sup> Idem.

<sup>85</sup> Idem.

<sup>86</sup> Comprend les prestations réalisées sur les marchés internationaux ainsi que les prestations réalisées sur le territoire français pour des œuvres étrangères et dont la facturation est effectuée dans un autre pays.

<sup>87</sup> CNC, Bilan 2018.



Toutefois, collaborer avec des services de VàDA tels que Netflix ou Amazon Prime Video peut s'avérer source de complexité en raison des normes techniques à respecter pour leurs productions originales. Ainsi, tous les nouveaux contenus produits pour Netflix doivent être tournés et livrés en UHD (Ultra Haute Définition) pour ses créations originales et, si possible en HDR Dolby Vision (pour *High Dynamic Range* en anglais soit « imagerie à grande gamme dynamique » en français), un format compatible avec les téléviseurs les plus innovants<sup>88</sup>. Pour ce faire, il convient d'avoir recours à du matériel de tournage et de traitement de l'image spécifique, dont la liste est définie par l'éditeur, et de respecter un cahier des charges technique détaillé. L'implantation d'un bureau de Netflix en France est perçue par certains observateurs comme un moyen de se rapprocher des équipes créatives et d'opérer un « contrôle de qualité technique » plus resserré.

Les outils de production sont choisis pour tenir compte de spécificités artistiques mais aussi de l'archivage et de l'exposition future. L'idée générale pour Netflix est de créer des contenus qui pourront être exploités sur une longue période et qui tiennent compte non seulement de l'état actuel de l'écran de ses abonnés mais aussi des progrès à venir<sup>89</sup>.

Les plateformes de vidéo à la demande telles que Netflix ou Amazon ont créé leurs propres certifications, telles que le NPPF - Netflix Preferred Fulfillment Partner - ou les labels d'Amazon Prime Video ou d'iTunes, qu'elles délivrent aux prestataires qui respectent les conditions de leurs cahiers des charges.

Néanmoins, cette forte exigence semble bien perçue par le secteur. Son arrivée revalorise l'image du prestataire, rentabilise les investissements dans les équipements et renforce les compétences des entreprises sur certains sujets tels que celui de la sécurisation des données, ce qui implique des investissements matériels et immatériels (stockage) et des coûts d'audit conséquents. Netflix demande également à récupérer tous les fichiers natifs des œuvres afin de faire évoluer leurs formats dans le temps.

Dans une interview accordée à Ecran Total, les responsables du suivi de la postproduction de Netflix indiquent que le choix du prestataire revient aux producteurs et qu'il n'est pas nécessaire d'être membre du N3P « Netflix Post Partner Program » pour pouvoir travailler sur des productions tant que le prestataire se familiarise aux conditions que doivent remplir les partenaires. Il est toutefois demandé aux producteurs de mettre en concurrence deux ou trois devis pour les principaux postes budgétaires. Les équipes de Netflix reconnaissent que leurs exigences techniques sont élevées, et leurs délais contraints<sup>90</sup>.

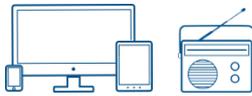
### *2.3 Des politiques publiques qui réduisent la fragilité économique du secteur*

Les industries techniques bénéficient de dispositifs d'aides financières, directes ou indirectes, gérées par le CNC. Les régions, à travers les fonds d'aide à la production et les organismes d'accueil des tournages, contribuent également à faire vivre le tissu local de prestataires. Les crédits d'impôt national et international exercent quant à eux un effet dynamisant sur les tournages, la postproduction et l'emploi. Ils ont été réformés plusieurs fois depuis leurs entrées en vigueur, datant de 2004 pour le crédit d'impôt cinéma national, 2005 pour le crédit d'impôt audiovisuel et de 2009 pour le crédit d'impôt cinéma international.

<sup>88</sup> Ecran Total n°1241, *Focus sur la postproduction*, 26/06/2019.

<sup>89</sup> Ecran Total n°1222, *Netflix rencontre les directeurs de la photographie*, 13/02/2019.

<sup>90</sup> Ecran Total n°1244, *La postproduction selon Netflix*, 17/07/2019.



- **Le crédit d'impôt : une politique fiscale qui a favorisé la relocalisation des tournages et attiré des productions étrangères**

- Les crédits d'impôt à destination des productions audiovisuelles et cinématographiques françaises

Le crédit d'impôt pour l'audiovisuel permet à une société de production française de déduire de son imposition 25 % de certaines dépenses de production (dépenses dites éligibles<sup>91</sup>) pour les fictions et les programmes d'animation (20 % pour le documentaire).

Quant au crédit d'impôt cinéma, le pourcentage de dépenses éligibles<sup>92</sup> a été porté à 30 % pour toutes les œuvres agréées en langue française (pour tous budgets), y compris les films d'animation et les films comportant des effets visuels. Un crédit d'impôt au taux de 20 % est également accordé aux films d'initiative française en prise de vues réelles tournés en langue étrangère.

Plusieurs fois réformés (la dernière fois en 2016 à travers le relèvement des taux), les crédits d'impôt ont pour conséquence directe de relocaliser les œuvres audiovisuelles et les films de cinéma français dont le tournage et les prestations techniques auraient été effectués dans des pays où le coût de la main-d'œuvre est plus bas et où la politique fiscale est plus incitative. L'effet sur le nombre de jours de tournage en France et en conséquence sur le taux d'emploi chez les intermittents du spectacle est immédiat à chaque réforme. En 2016, une part importante des prestations aurait été relocalisée en France.

En 2019, trois ans après les dernières réformes mises en place par le CNC, le centre a tiré un bilan positif des crédits d'impôt nationaux. Selon le CNC, en 2018, le crédit d'impôt cinéma a entraîné 750 millions d'euros de dépenses de production en France, soit 137 millions de plus qu'en 2015, soit son deuxième meilleur résultat depuis 2010. Il estime le taux de localisation des dépenses de tournage à 86% en 2018. Le crédit d'impôt audiovisuel aurait entraîné 1,1 milliard d'euros de dépenses sur le territoire soit 271 millions d'euros de plus qu'en 2015<sup>93</sup>.

---

<sup>91</sup> Les dépenses éligibles concernent : les rémunérations versées aux acteurs sous forme d'avances à valoir sur les recettes d'exploitation des œuvres, ainsi que les charges sociales afférentes ; les rémunérations versées aux artistes-interprètes ; les salaires versés aux personnels de la réalisation et de la production ; les dépenses liées au recours aux industries techniques et autres prestataires de la création cinématographique et audiovisuelle établis en France ; les rémunérations versées aux artistes de complément, les dépenses liées au transport, à la restauration, à l'hébergement et aux archives en documentaire (Source : FICAM).

<sup>92</sup> Les rémunérations des auteurs ; les rémunérations des artistes-interprètes et des artistes de complément ; les salaires des techniciens, y compris le réalisateur, et ouvriers engagés par le producteur délégué pour la production du film ; les dépenses liées au tournage pour les films de fiction et les documentaires (comme l'utilisation de studios de prises de vue, y compris la construction de décors ou les effets spéciaux de tournage, les costumes, coiffure et maquillage) ; le matériel technique nécessaire au tournage ; à la fabrication des films d'animation (dépenses liées au recours à des prestataires spécialisés dans les travaux de préparation et de fabrication de l'animation, dépenses de matériels techniques nécessaires à la mise en images) ; des dépenses de transport de biens et de matériels artistiques et techniques, ainsi que les dépenses de transport, de restauration et d'hébergement des équipes artistiques et techniques, strictement nécessaires aux besoins de la production de l'œuvre ; des dépenses de post production, y compris les effets spéciaux ; des dépenses de pellicules et autres supports d'images et de laboratoire.

<sup>93</sup> CNC, Communiqué de presse du 11/02/2019, *Bilan des crédits d'impôt : une nouvelle année record pour les tournages en France*



- Le crédit d'impôt international (C2I) à destination des productions audiovisuelles et cinématographiques étrangères

Le crédit d'impôt international a été mis en place pour attirer les tournages de films aux budgets importants, émanant notamment des studios américains. Il est destiné à un producteur exécutif établi en France concourant à la production d'œuvres étrangères (de fiction et d'animation) non éligibles au soutien financier du CNC. En contrepartie de l'économie d'impôt réalisée, le producteur exécutif français concède au producteur étranger de l'œuvre une remise sur sa prestation.

Réformé en 2015, le taux de dépenses éligibles du C2I a été rehaussé à 30 %, le plancher des dépenses a été abaissé et le plafond du montant du crédit d'impôt rehaussé.

Dans les années 1990, les productions américaines choisissaient, pour des raisons économiques, de délocaliser massivement leurs tournages dans des pays offrant des incitatifs fiscaux attractifs et des taux de change avantageux tels que le Canada, le Royaume-Uni, l'Irlande, l'Allemagne... De ce fait, il est apparu que des films dont l'intrigue se situait majoritairement en France étaient tournés hors de France<sup>94</sup>. C'est pourquoi le crédit d'impôt international (C2I) a été conçu en 2009, dans une triple optique de génération de retombées fiscales pour l'Etat, de développement des filières techniques, ainsi que d'amortissement des capacités de tournage (infrastructures de studio notamment) et de rayonnement de l'image de la France<sup>95</sup>.

Selon Film France, qui apporte son expertise au CNC sur les dossiers de demande d'agrément<sup>96</sup>, de 2009 à 2018, 245 projets ont été agréés dans le cadre du C2I. De 2016 à 2018, 160 projets ont été agréés, ce qui démontre l'impact, en termes d'attractivité, de l'augmentation du taux du C2I à 30 %.

Selon le CNC, en matière de dépenses réalisées sur le territoire, 2018 est la deuxième meilleure année depuis la mise en place du crédit d'impôt international qui a entraîné 186 millions d'euros de dépenses de production en France pour 74 projets, soit 50 projets de plus qu'en 2015 et 130 millions d'euros de dépenses supplémentaires<sup>97</sup>.

Depuis sa création, le dispositif a généré plus d'un milliard d'euros d'investissements prévisionnels en France. A titre d'exemple, « Dunkerque » a généré une dépense de 19 millions d'euros dans les Hauts-de-France, « Mission : impossible », 25 millions d'euros. Par ailleurs, les professionnels rencontrés confient que les tournages de production américaine ont pour effet d'améliorer les compétences techniques des équipes de tournage. L'animation est le secteur qui a le plus bénéficié, en valeur absolue comme en créativité, du dispositif du crédit d'impôt international.

---

<sup>94</sup>Source : Film France.

<sup>95</sup>Idem.

<sup>96</sup>Film France est une association financée par le CNC et ses membres (le réseau des commissions locales qui assurent l'accueil des tournages). Elle a pour mission de promouvoir les tournages et la post-production en France. Elle instruit notamment les dossiers de crédit d'impôt international.

<sup>97</sup>CNC, Communiqué de presse du 11/02/2019, *Bilan des crédits d'impôt : une nouvelle année record pour les tournages en France*.



- **La perpétuelle concurrence des crédits d'impôt étrangers**

Le Canada et le Royaume-Uni ont été les premiers Etats à mettre en place, en 2004, une politique fiscale incitative vis-à-vis des productions étrangères (émanant notamment de studios américains) sur leur territoire. Le Canada bénéficiait de peu d'infrastructures en 2004 mais en l'espace de quelques années, des infrastructures et des milliers d'emplois ont été créés sous l'impulsion de son crédit d'impôt international<sup>98</sup>.

Les studios étrangers cherchent à minimiser les coûts de production et choisissent donc des producteurs exécutifs locaux qui leur proposeront les meilleures conditions. Le marché se structure en fonction des opportunités de réduction d'impôt qu'offrent les différents territoires. Au moment de la rédaction de cette étude, le Canada est perçu comme le territoire qui propose les meilleures conditions pour les effets visuels, suivi de l'Allemagne<sup>99</sup>. Ces deux pays ont mis en place des mécanismes d'incitation fiscale qui permettent d'économiser la moitié de ces dépenses dans le secteur.

Les professionnels des industries techniques rencontrés déplorent unanimement que le crédit d'impôt international ne soit pas efficient sur les dépenses de postproduction. À titre de comparaison, le crédit d'impôt international belge (*tax shelter*) impose aux producteurs étrangers de recourir à des prestations en postproduction sur le territoire alors que son équivalent français est essentiellement opérant sur les dépenses de tournage. D'après un professionnel de la postproduction, ses concurrents sont dès lors autant belges que français à l'heure actuelle.

Tel que cela été vu précédemment, la France souffre encore des délocalisations de ses propres productions, notamment dans le cinéma (bien qu'en baisse depuis la réforme du crédit d'impôt en 2016). Les producteurs français peuvent être attirés par les mécanismes fiscaux étrangers ou par une main-d'œuvre moins chère. Pour certains segments du marché des industries techniques, la délocalisation est très marquée. Cela est particulièrement le cas de la musique enregistrée, de la bande-son des films ainsi que du travail des assistants-monteurs (au bénéfice de pays tels que la Macédoine par exemple). Le recours aux orchestres étrangers est également courant, bien que les équipements existent, comme en témoigne la récente rénovation du studio d'enregistrement modulaire de l'orchestre national d'Île-de-France<sup>100</sup>. En 2017-2018, sur 214 films recensés par la FICAM (sur les 310 produits), 34 % d'entre eux comptaient au moins une étape de la postproduction son délocalisée<sup>101</sup>.

- **Les aides du CNC : entre soutien au secteur et encouragement à l'innovation**

- Les aides directes aux industries techniques

Telles que décrites par le CNC, les aides directes (sélectives) aux industries techniques visent à soutenir l'innovation, la structuration et « l'attractivité ». Quatre aides sélectives directes peuvent être sollicitées : une aide aux études, une aide à l'investissement, une aide à la mise en relation avec des clients ou des partenaires, et une aide au développement et à l'innovation (en

<sup>98</sup> Ecran Total n°1218, *Eve Ramboz, la fée spéciale !*, 16/01/2019.

<sup>99</sup> Ecran Total n°1221, *Pleins feux sur les industries techniques*, 06/02/2019.

<sup>100</sup> Le Film Français n°3825, *La relocalisation de l'enregistrement de musique de film est lancée*, 12/10/2018.

<sup>101</sup> Ecran Total n°1244, *Une recherche d'harmonie fiscale européenne*, 17/07/2019.



partenariat avec BPI France). Les aides sont attribuées après avis d'une commission constituée de professionnels. En 2018, le soutien aux industries techniques a accompagné 114 projets pour un montant de 3,5 millions d'euros représentant 0,4 % du montant total des soutiens accordés par le CNC<sup>102</sup>.

Ce soutien financier a pour objet d'aider les entreprises qui, par les équipements et prestations techniques qu'elles fournissent, participent au développement de la création et à la qualité de la diffusion des œuvres cinématographiques et audiovisuelles. Le soutien du CNC aux industries techniques favorise des sociétés de taille modeste et est limité par le régime *de minimis*<sup>103</sup>.

- L'aide en faveur de l'innovation et de la création visuelle et sonore (aide indirecte à destination des sociétés de production)

Jusqu'en 2017, l'aide aux nouvelles technologies en production accompagnait les producteurs faisant appel à des techniques innovantes, comme les effets visuels numériques, l'animation de synthèse, la 3D relief ou encore la réalité augmentée ou virtuelle, dans des projets audiovisuels ou cinématographiques de tous genres et formats.

En 2017, dans le cadre d'un plan de soutien à la filière des effets visuels numériques, le CNC a fait évoluer le dispositif vers une aide à la création visuelle et sonore (CVS) par l'utilisation des technologies numériques de l'image et du son. Le dispositif valorise dorénavant plus fortement la dimension créative dans l'utilisation qui est faite des technologies. Il se double d'une nouvelle aide automatique (CVSA) qui accompagne les œuvres les plus ambitieuses sur un plan visuel. En 2018, 195 projets ont ainsi été accompagnés, représentant un soutien total de 9,1 millions d'euros<sup>104</sup>.

Pour la FICAM, le taux de délocalisation des effets visuels mesuré (19 % en 2018, dans la continuité du taux de 2017) est le signe d'une véritable relocalisation des effets visuels en France depuis deux ans, conséquence combinée du plan « effets visuels » initié par le CNC (aides CVS et CVSA) ainsi que de la prise en compte des dépenses des effets visuels dans le calcul des points d'agrément. En 2018, les effets visuels sont employés dans 83 % des films de fiction d'initiative française (contre 65 % en 2015<sup>105</sup>).

- Les aides à la numérisation des salles et des œuvres (aides indirectes à destination des exploitants de salles d'une part et des ayants droit d'autre part)

Le plan d'aide à la numérisation des salles de cinéma a été mis en place fin 2011 afin d'accompagner la numérisation des établissements de cinéma de petite taille et s'est arrêté en 2013. Il s'est élevé à 73 millions d'euros et 60 % des cinémas représentant 27 % des écrans en France en ont bénéficié.

<sup>102</sup> CNC, *Rapport d'activité 2018*.

<sup>103</sup> Le régime *de minimis* a été créé pour les aides de faible montant que la Commission européenne considère comme n'étant pas susceptibles de fausser la concurrence. Le versement d'aides sous ce régime n'est pas précédé d'une notification à la Commission ni d'un accord ou enregistrement de celle-ci. Selon le règlement *de minimis*, une entreprise ne peut bénéficier que de 200 000 euros d'aides publiques par période de 3 exercices fiscaux consécutifs.

<sup>104</sup> Idem.

<sup>105</sup> FICAM, *Focus, le guide 2019 des industries techniques*.



Un plan de numérisation des œuvres de patrimoine a également été lancé en 2011. En 8 ans, 66 millions d'euros ont été versés aux ayants droit qui ont sollicité une aide pour la restauration de leurs œuvres. Néanmoins, ces aides ont diminué, passant de 9 millions d'euros en 2018 à 2,8 millions d'euros en 2019. Le coût moyen de la restauration d'un film étant de 100 000 euros, 50 films par an, au lieu de 160, devraient ainsi être soutenus. Le CNC souhaite compléter cette source de financement en développant le mécénat.

- ***Les aides régionales : le rôle central joué par les responsables politiques locaux***

Les industries techniques en région peuvent bénéficier de plusieurs mécanismes de soutien direct (à travers les aides financières générales aux entreprises) et indirect (à travers les aides financières à la production et la politique d'accueil des tournages de la région).

- Les aides générales aux entreprises

Les régions ne soutiennent pas directement les industries techniques mais elles ont mis en place des aides générales à destination des entreprises, dont les industries techniques peuvent bénéficier : aide à l'export, aide à la compétitivité des PME, accompagnement des PME dans la recherche de garanties bancaires auprès de la Bpifrance, aides à l'investissement, etc.

- Les effets indirects des soutiens à la production

Le soutien financier des régions à la production contribue indirectement aux prestataires techniques en attirant les tournages sur leur territoire et en incitant à l'embauche de techniciens et au recours à des prestataires techniques locaux. Chacune des treize régions métropolitaines ainsi que les cinq régions d'outre-mer disposent d'un fonds de soutien à la production audiovisuelle et cinématographique. Certaines régions ultramarines, comme La Réunion, font preuve d'un réel volontarisme en faveur du secteur. Dans cette région, près de 3 millions d'euros ont été engagés (un montant équivalent au fonds d'aide de la région Bretagne, par exemple).

Les fonds de soutien de chaque région présentent des caractéristiques propres. Ainsi, le fonds d'aide à la coproduction de films de longs-métrages de la région Auvergne-Rhône-Alpes (« Auvergne-Rhône-Alpe Cinéma ») est géré à la fois par la région, par la Caisse d'épargne Rhône-Alpes et par la Caisse des dépôts et consignation. Certaines régions imposent qu'une part minimale des entreprises sous-traitantes figurant au devis du film soient installées dans la région. En Occitanie, le bénéficiaire de l'aide de la région doit réaliser 20 % de ses dépenses de tournage en région, ce qui n'est pas toujours réalisable du point de vue des producteurs, mais constitue néanmoins un fort effet de levier pour le développement de l'activité des prestataires techniques occitans. D'autres régions, telles que les Hauts-de-France, ont pour objectif d'attirer et de favoriser l'implantation de nouvelles entreprises, en vue de consolider un écosystème culturel régional créateur d'emplois.

Globalement, la politique d'accueil de tournage et le soutien indirect aux industries techniques, repose sur la volonté politique des responsables politiques des régions. Pour les collectivités locales, l'intérêt économique est majeur : des dépenses sont engagées sur le territoire, des emplois sont créés ou consolidés et la visibilité de la région est renforcée.



- Le rôle joué par les commissions locales (ou agences du film ou bureaux d'accueil des tournages) dans la mise en valeur de la main d'œuvre et des décors locaux

Film France est une association indépendante financée majoritairement par le CNC qui assure la promotion des tournages et de la postproduction en France. Elle réunit le réseau des commissions du film décentralisées en région et a pour mission de promouvoir les tournages et la postproduction en France.

Les commissions locales (ou bureaux d'accueil des tournages) fonctionnent également sous forme associative et sont financées par les collectivités locales (villes et régions).

Elles assurent l'accueil de tournage et un meilleur recours aux ressources locales : techniciens et artistes, lieux de tournage, prestataires, etc. Les pouvoirs publics locaux les ont créées afin de valoriser l'image de la région, de consolider le tissu industriel local et de fortifier des écosystèmes locaux.

Les commissions interviennent en amont du tournage à travers la prospection de lieux pour des sociétés de production, la mise en valeur du potentiel cinématographique des villes et des paysages, la maximisation des dépenses sur le territoire, etc.

Elles ont développé des bases de données qu'elles mettent à disposition des sociétés de production (catalogue des techniciens, annuaire des entreprises de prestation...). Ces agences agissent comme des facilitateurs de projets, des intermédiaires qui œuvrent à la mise en relation des différents acteurs de l'écosystème audiovisuel régional.

Certaines agences du film, comme Occitanie Films, suivent l'évolution du tissu régional des industries techniques dans le cadre de l'accueil des tournages (recherche de prestataires pour les sociétés de production, recherche de sociétés de productions pour les prestataires) et à travers un observatoire régional qui produit des indicateurs économiques sur l'ensemble de la filière cinéma-audiovisuel.

Selon des représentants de commissions, le nombre de fictions (unitaire et séries) tournées en région est désormais supérieur à celui des longs métrages. À titre d'illustration, environ 12 à 15 programmes de fiction sont tournés par an en région Occitanie, contre 10 films de long métrage. En Auvergne-Rhône-Alpes, les productions audiovisuelles représentaient 20 à 30 % des tournages il y a 10 ans contre 70 % aujourd'hui. En région Nouvelle-Aquitaine, les fictions représentent aujourd'hui plus de 50 % des jours de tournage.

- L'incitation à la création de studios

Le CNC et Film France encouragent également les collectivités territoriales, de concert avec les investisseurs privés et en concertation avec les professionnels, à renforcer l'offre de studios<sup>106</sup>, en accompagnant leur développement, d'une part, et en soutenant la transformation des structures existantes, d'autre part. Afin d'améliorer la visibilité des studios français à l'international, les deux organismes souhaitent créer une marque commune qui rassemblerait l'ensemble des infrastructures tout en mettant en avant les spécificités de chacune (les films

---

<sup>106</sup> Ecran Total n°1244, *L'enjeu des studios*, 17/07/2019.



d'époque pour les studios de la Victorine, l'extérieur du studio de Brétigny-sur-Orge, la spécialisation dans les effets visuels pour les studios de Provence etc.).

À La Rochelle, le projet d'aménagement de deux plateaux de tournage a procédé d'une volonté politique forte de la ville. Ouverts en 2012, les studios ont toutefois été repris par TSF en 2014 qui les a finalement fermés en 2019, faute de tournage. Dans la région Grand-Est, la Communauté d'Agglomération d'Épinal a créé un studio de tournage dans le cadre du développement de son Pôle Image. Là aussi, cet équipement accueille peu d'activités récurrentes et affiche un taux de remplissage faible.

Dans d'autres cas, le rôle de la collectivité se limite à l'apport du foncier, comme pour le projet de Cité Numérique de Bordeaux porté par Bordeaux Métropole.

France.tv Studio a bénéficié d'un accompagnement de la Métropole de Montpellier et de la région lors de sa recherche d'un site d'implantation dans l'agglomération montpelliéraine, puis lors de son installation dans les anciens entrepôts de Vendargues.

Au moment de la rédaction de cette étude, deux régions ont investi financièrement dans des studios de tournage : la Région Centre, avec CICLIC Centre-Val de Loire, opérateur d'un studio d'animation et la Région Auvergne-Rhône-Alpes avec Auvergne-Rhône-Alpes Studios, opérateur d'un studio de cinéma.

Le volontarisme des collectivités locales dans ce domaine se heurte toutefois à deux contraintes : le temps nécessaire à la construction d'un studio de tournage et, par ailleurs, la très faible rentabilité d'un studio de tournage intrinsèquement vide, comparé à un bâtiment de bureaux de surface identique

- **Des décisions politiques qui accélèrent la mue technologique**

La loi du 30 septembre 2010 relative à l'équipement numérique des établissements de spectacles cinématographiques a autorisé la mise en place du système des VPF<sup>107</sup> afin d'accélérer la transformation numérique du parc de salles de cinéma françaises. En parallèle, un plan d'aide à la numérisation des salles, géré par le CNC, a permis de couvrir l'équipement des établissements de petites tailles qui n'avaient pas accès au système des VPF (de 2011 à 2013). Ainsi, en décembre 2009, 17,6 % des écrans étaient équipés pour la projection numérique, 48,9 % en juin 2011, 79,8 % en juin 2012, 94,5 % en juin 2013 et 98 % en juin 2014<sup>108</sup>. Ce dispositif, supposé prendre fin en 2021, a été plus efficient qu'imaginé.

En 2011, la mise en place du plan d'aide à la numérisation des œuvres cinématographiques du patrimoine a directement soutenu les ayants droit dans l'exploitation suivie de leurs œuvres et a indirectement contribué à dynamiser les entreprises de restauration de films de patrimoine. La réforme récente des aides du CNC à la restauration de films (qui passent de 9 millions d'euros en 2018 à 2,8 millions d'euros en 2019) modifie l'équilibre d'exploitation des entreprises de numérisation de films de patrimoine (Eclair Cinéma, L21...). Une restauration « standard »

---

<sup>107</sup> Le *Virtual Print Fee* en anglais est un mécanisme financier qui a pour but de permettre aux salles de cinéma de financer leurs équipements de projection numérique grâce au reversement par les distributeurs d'une partie des économies provenant de la différence entre les coûts de fabrication d'une copie sur support photochimique et ceux d'une copie numérique.

<sup>108</sup> CNC, *Baromètres trimestriel de l'extension du parc de salles numériques*.



coûte entre 50 000 et 100 000 euros et l'aide du CNC pouvait couvrir jusqu'à 75 % du devis<sup>109</sup>. Afin de compléter cette aide, le CNC a décidé de mettre en place un dispositif de mécénat. À l'heure actuelle, les prix d'acquisition des chaînes ne parviendraient pas à couvrir les frais techniques de remasterisation<sup>110</sup>.

Par ailleurs, l'obligation de déposer les œuvres cinématographiques sur support photochimique auprès du CNC, au titre du dépôt légal des œuvres, a désormais pris fin. Il est désormais possible de déposer une copie numérique sur disque dur ou clé USB. Auparavant, les producteurs étaient dans l'obligation d'effectuer une copie de l'œuvre sur un support photochimique, même si cette dernière avait été tournée et montée numériquement.

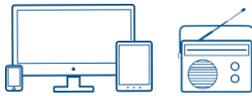
Les industries techniques sont contraintes de s'adapter aux évolutions et aux difficultés d'un écosystème sur lesquelles elles n'ont que peu voire pas de prise – un handicap d'autant plus fort pour les sociétés de postproduction, situées en bout de chaîne de production. Dans cet environnement, il est particulièrement risqué pour les prestataires techniques de mettre en œuvre des stratégies de développement et notamment d'investir dans de nouveaux équipements ou infrastructures lourds à amortir.

Toutefois, elles constituent des prestataires incontournables des filières de l'audiovisuel et du cinéma, sur lesquels pèsent des enjeux technologiques qui soutiennent l'innovation et façonnent un savoir-faire de pointe.

Sur fond de concurrence internationale des crédits d'impôt, l'évolution technologique perpétuelle, exacerbée par la contraction des budgets des programmes, contribuent à ce que les industries techniques soient régulièrement en proie à une mise en péril de leur modèle économique. Le soutien public direct et indirect à leur activité joue donc un rôle essentiel.

<sup>109</sup> Ecran Total n°1236, *La restauration au milieu du gué*, 22/05/2019.

<sup>110</sup> Idem.



## Annexes

### ANNEXE 1 : Guide d'entretien

#### Sur votre société :

Sur quel modèle économique repose votre activité ? A-t-elle évolué ou s'est-elle diversifiée avec l'essor du numérique ?

Profitez-vous du dynamisme de la production d'animation et de fiction ?

#### Sur l'économie du secteur :

Observez-vous des différences entre les secteurs de l'audiovisuel et du cinéma (volume d'heures tournées par exemple) ?

En quoi les industries techniques françaises se démarquent-elles de leurs voisins européens ?

Comment expliquez-vous que de nombreuses sociétés aient été placées en redressement judiciaire ?

Malgré les réformes des crédits d'impôt, certaines sociétés de production choisissent-elle encore de délocaliser la post-production pour des raisons budgétaires ?

Certaines sociétés du secteur des industries techniques ont ouvert des bureaux à l'étranger, est-ce pour offrir une prestation moins onéreuse ou par choix d'ouverture vers d'autres marchés ?

#### Sur les relations avec les différents services de vidéo à la demande et plateformes :

Quelles relations les industries techniques entretiennent-elles avec les services de VàDA ?

Au-delà des nouveaux débouchés qu'elles créent, imposent-elles des normes contraignantes aux industries ?



## ANNEXE 2 : Liste des personnes auditionnées

Date	Entreprise/Organisation professionnelle	Délégation
17/09/2019	FICAM	Didier HUCK, président de la FICAM et directeur des relations institutionnelles et RSE de Technicolor Mikros image ; Jean-Yves MIRSKI, délégué général de la FICAM ; Stéphane BEDIN, délégué général adjoint de la FICAM.
18/09/2019	Hiventy	Thierry SCHINDELE, directeur général Bertrand CHALON, directeur général adjoint ; Benoît PROVOST, directeur général adjoint ; Olivier DUVAL, directeur général adjoint.
24/09/2019	Polyson	Nicolas NAEGELEN, dirigeant fondateur
25/09/2019	Film France	Valérie LEPINE-KARNIK, délégué général ; Stéphane BENDER, chargé des relations avec les industries techniques et de la communication.
27/09/2019	CST	Angelo COSIMANO, président de la CST ; Baptiste HEYNEMANN, délégué général.
03/10/2019	Illumination MacGuff	Jacques BLED, président fondateur.
08/10/2019	CNC	Benoît DANARD, directeur des études, des statistiques et de la prospective ; Danielle SARTORI, cheffe du service des études et statistiques ; Thomas GROSPERRIN, chargé de mission soutien financier aux industries techniques.
08/10/2019	AMP Visual TV	Gilles SALLE, président directeur général. Olivier GERRY, secrétaire général.
Septembre/Octobre <i>(réalisé par Hexacom)</i>	Occitanie Films	Marin ROSENTHIEL, responsable de la commission du film. Estelle CAVOIT, responsable suivi et valorisation de professionnels.
Septembre/Octobre <i>(réalisé par Hexacom)</i>	Pictanovo	Godefroy VUJICIC, directeur général.



Septembre/Octobre <i>(réalisé par Hexacom)</i>	Auvergne-Rhône-Alpes Cinéma	Serge TACHON, directeur d'Auvergne-Rhône-Alpes Studios et directeur de la commission du film Rhône-Alpes.
Septembre/Octobre <i>(réalisé par Hexacom)</i>	Agence Culturelle Grand Est	Glenn HANDLEY, directeur du Pôle cinéma et image animée.
Septembre/Octobre <i>(réalisé par Hexacom)</i>	Agence Livre Cinéma & Audiovisuel en Nouvelle-Aquitaine (ALCA)	Emmanuel FEULE, directeur du cinéma et de l'audiovisuel. Mia BILLARD, chargée de mission à la commission régionale du film.
Septembre/Octobre <i>(réalisé par Hexacom)</i>	TSF	Thierry DE SEGONZAC, président directeur général.
Septembre/Octobre <i>(réalisé par Hexacom)</i>	EUROMEDIA	Jean-Yves MEILLAND, directeur général. Gilles MONCHY, secrétaire général.
Septembre/Octobre <i>(réalisé par Hexacom)</i>	France TV Studio - La Fabrique	Olivier ROELENS, producteur exécutif.
Septembre/Octobre <i>(réalisé par Hexacom)</i>	Transpastudios Angoulême	Frédéric MARCHAL, directeur.
Septembre/Octobre <i>(réalisé par Hexacom)</i>	Innervision	Luc THARIN, directeur général.



### ANNEXE 3 : Précisions méthodologiques concernant les données de TVFI

Les données sur l'exportation des programmes commentées dans ce document sont issues pour l'essentiel de l'enquête ad hoc conduite chaque année par TVFI, association des exportateurs de programmes audiovisuels français et le CNC auprès des adhérents de TVFI (producteurs/distributeurs pour la majorité d'entre eux).

Cette enquête repose sur l'envoi d'un questionnaire aux sociétés adhérentes (134 constatées en décembre 2016 – voir liste ci-dessous) et à des sociétés non membres de l'association (139 sociétés répondantes pour l'enquête 2015). Elle est conduite depuis 1991.

S'agissant des programmes, cette enquête ne permet pas d'avoir une vision granulaire par programme mais uniquement par genre.

#### Liste des adhérents TVFI

(Liste à décembre 2016)

#Edith Paris	FilmAir Services	Normaal
10 Francs	Films Concept Associés	Novovision
13 Productions	Films Distribution	NPA Conseil
22D Music Group	Folimage	One Planet / Another Planet
AB International Distribution	France Films TV	Orange Studio
About Premium Content	francetv distribution	Pathé Distribution
Adventure Line Productions	French TV	PGS Entertainment
AFP	Futurikon	Philippe Vaillant Organisation
Agat Films & Cie / Ex Nihilo	GAD	Point du Jour International
Agence du court métrage	Gaumont	Prime Entertainment Group
Alegria Productions	Gaumont Television	Procidis
All Rights Entertainment	Gedeon Programmes	Program33
Altomedia	GO-N International	Quadra Film Coalition
Ampersand	Hari International	Roissy Films (EuropaCorp Group)
AndanaFilms	Heliox Films	Saint Thomas Productions
Ankama Animations	ICTV - Solferino	Samka Productions
Arès-Films	Idéale Audience	SAS COFITES
ARTE France	Illégitime Défense	Séquence SDP
Artedis	INA	SHK
Artline Films	Java Films	Silver Way Media
Balanga	Jukurpa	SND - Groupe M6
Baradal	Kabo Family	Solo & Co.
Bel Air Media	Kami Productions	Studio Redfrog
Beliane	Kwanza	STUDIOCANAL
Bellota Films	La Compagnie des Taxi-Brousse	Sunny Side of The Doc
Blue Spirit Productions	La Vingt-Cinquième Heure	SUPERRIGHTS Invest
CALT Distribution	Label Anim/Label Image	TeamTO
Camera Lucida Productions	Ladies First Distribution	Telmondis Distribution
CAP Programmes	Lagardère Studios Distribution	Terranoa
Capital Vision	LCJ Editions & Productions	TF1 Studio
Carrere Group D.A.	Le Petit Bureau	Toon Distribution
CAT&Docs	les films d'ici	TV Only
CinéTévé	Les Films du Losange	TV5monde
Cinexport	Lukarn	Universal Publishing Production Music
Compagnie des Phares et Balises	MC4	Upside



Cyber Group Studios	Mediametrie - Eurodata TV	VSI Paris - Chinkel S.A.
Dandelooo	Mediaton Distribution	Wide
Découpages	MIAM ! animation	Wild Bunch
Doc & Film International	Millimages	Windrose
Doc en Stock / Film en Stock	MK2	Xilam Animation
Elephant Story	Morgane Groupe	X-treme Video
Federation Entertainment	Musique & Music	Zaradoc Films
Fighting Spirit	Newen Distribution	Zodiak Rights
Film & Picture	Nomad Films	Zorn Production International

Source : TVFI.