

Etude sur le tissu économique de la production audiovisuelle

Synthèse

Le rachat de Newen par le groupe TF1 et les réactions suscitées autour de cette opération sont un révélateur des nombreuses questions qui se posent au secteur français de la production audiovisuelle, notamment celles de l'équilibre entre productions dépendante et indépendante, de l'intégration verticale ou de la détention des droits.

Cette opération est à réinscrire en premier lieu dans un mouvement européen de concentration et d'industrialisation du secteur de l'audiovisuel dans son ensemble. Les fusions des groupes Shine, Endemol et Core Media, des groupes de production Banijay et Zodiak, la prise de participation de Vivendi dans le capital de ce même groupe, le rachat du groupe de production espagnol Boomerang TV par Lagardère Studios, ou encore l'entrée du groupe Altice dans les médias sont autant d'exemples de fusions, d'acquisitions, de diversifications qui s'inscrivent dans un environnement aujourd'hui fortement concurrentiel, ouvert à de nouveaux acteurs mondiaux puissants auxquels les entreprises médiatiques doivent faire face. Ces évolutions sont le marqueur de la nécessaire adaptation des entreprises de l'audiovisuel dans ce nouvel écosystème.

Par ailleurs, ces mouvements économiques sont eux-mêmes la résultante des bouleversements engendrés depuis une dizaine d'années par la numérisation des contenus, la diffusion par les réseaux haut et très haut débits, la forte appétence des téléspectateurs pour les contenus délinéarisés et leur engouement pour des produits culturels internationaux, dont les séries en sont le parfait reflet. La filière de l'audiovisuel existe et évolue aussi aujourd'hui dans un environnement concurrentiel, immatériel et déterritorialisé, qui redéfinit l'ensemble des règles du jeu.

Depuis 2000, un constat récurrent est posé sur le secteur de la production audiovisuelle française, à la fois dans sa difficulté à se structurer, à se financer, à répondre aux attentes d'un public de plus en plus exigeant, et à mieux s'exporter.

Au fil des ans, le dispositif général réglementaire s'est considérablement sophistiqué, rendant extrêmement complexe sa lecture et ses applications. A plusieurs reprises, le Conseil dans différents documents (avis, rapports, études) a d'ailleurs appelé de ses vœux la simplification de la réglementation encadrant le secteur de la production d'œuvres audiovisuelles.

La partition traditionnelle entre programmes de flux et programmes de stock, conditionnée par l'idée que la « valeur » des programmes de flux s'éteindrait après leur diffusion, contrairement aux programmes de stock, a conduit les instances en charge du régime de soutien et d'obligations de diffusion et de production, quant à elles, à ne se focaliser et publier des données que sur une partie

du marché, à savoir les œuvres audiovisuelles¹. En dehors des chiffres publiés conjointement par le groupe Audiens² et la Commission du Film d'Île-de-France³ et qui ont souvent été repris dans diverses réflexions du Conseil supérieur de l'audiovisuel, aucune vision économique d'ensemble du secteur n'a à ce jour pu être dégagée par le régulateur.

Soucieux de comprendre les transformations et les nouveaux défis du secteur pour mieux l'accompagner, le Conseil supérieur de l'audiovisuel a donc décidé d'engager en 2015, dans le cadre du groupe de travail « Economie de l'audiovisuel » présidé par Mme Nathalie Sonnac associé au groupe « Création, production audiovisuelle et cinématographique, musique et évolution des programmes » présidé par Mme Francine Mariani-Ducray, un état des lieux économique du secteur de la production de programmes télévisés. Cette étude s'appuie sur des indicateurs qui renseignent sur la structuration du secteur. Elle allie des données quantitatives issues de différentes sources chiffrées et des données qualitatives nées d'un cycle d'auditions et de rencontres menées entre juin et novembre 2015. Au total, 23 acteurs du secteur (entreprises techniques, entreprises de production, entreprises d'édition) ont été entendus.

Le Conseil a ainsi choisi de renverser l'approche traditionnelle et sortir du prisme purement juridique pour tenter d'appréhender l'économie au global du secteur (production aidée et non aidée, programmes de flux et de stock). Il a cherché à mieux comprendre sa structuration (nombre d'entreprises, taille d'entreprises, statut juridique), à évaluer sa santé économique (chiffre d'affaires, nombre d'emplois, croissance) et ses conditions de développement national et international (environnement concurrentiel). Cette démarche a vocation à être pérennisée et conduire à une étude économique annuelle⁴.

Le secteur de l'audiovisuel est un secteur puissant, créateur de richesses, d'innovations et d'emplois. A partir de cette étude inédite dans son approche et qui constitue une première étape, le Conseil espère lui fournir de nouveaux outils et des éléments d'analyse et participer ainsi de la transformation des relations producteurs-diffuseurs en un modèle « gagnant – gagnant ».

➤ **Un tissu économique qui reste caractérisé par une atomisation et une proportion élevée de petites structures, même si le secteur reste créateur net d'emplois salariés et tend à se structurer par le « haut »**

Du côté de la production audiovisuelle (l'offre), l'analyse que le Conseil a menée fait apparaître que le tissu des sociétés intervenant sur le secteur de la production audiovisuelle demeure atomisé en France : 3 450 entreprises opèrent ainsi sur le secteur, plus des deux tiers d'entre elles exerçant uniquement une activité de production de films et de programmes pour la télévision⁵. Au-delà de cette atomisation du nombre d'entreprises, ce secteur se caractérise également par une proportion élevée de très petites structures, certaines n'employant aucun permanent, proportion qui s'est accrue entre 2000 et 2013 (la part des entreprises employant de 0 à 2 permanents passe ainsi de 69

¹ Le Conseil publie chaque année un ensemble de données relatives au secteur de la production audiovisuelle issues des déclarations transmises par les éditeurs de service au titre de leurs obligations d'investissements dans les œuvres audiovisuelles européennes et d'expression originale française. Le CNC publie également des études sur les entreprises et les œuvres audiovisuelles auxquelles il délivre des aides à travers les différents dispositifs de soutien à l'industrie de programmes

² Groupe de protection sociale consacré aux secteurs de la culture, de la communication et des médias

³ Observatoire de la production audiovisuelle et cinématographique en Île-de-France

⁴ Consistant à la fois en une mise à jour des principaux indicateurs et en un focus spécifique sur un aspect du secteur de la production audiovisuelle ou sur un secteur adjacent.

⁵ Entreprises relevant du code NAF 5911 A. Le code NAF (Nomenclature d'activités française) est attribué par l'Insee à chacun des secteurs d'activités économiques.

à 73 %). Ce secteur montre également une dualité certaine entre quelques grandes entreprises et un nombre important de petites structures avec peu d'acteurs de taille intermédiaire.

Près de la moitié des entreprises ont une ancienneté de 2 à 6 ans qui se situe dans les valeurs de moyenne nationale, à l'exception notable des entreprises qui bénéficient du régime de soutien dispensé par le CNC et qui affichent, elles, une ancienneté bien supérieure (plus de dix ans pour 45 % d'entre elles). Sur la période 2000-2013, l'ancienneté des entreprises de la production audiovisuelle est en forte augmentation, mais le secteur assure son renouvellement grâce à un nombre de jeunes entreprises (de moins de 3 ans) toujours en croissance.

Plus de la moitié des entreprises étudiées (55 %) ont par ailleurs fait le choix de la constitution en SARL, caractéristique qui n'est pas propre au secteur de la production audiovisuelle. Cette forme juridique qui constitue une faible barrière à l'entrée (par l'absence de contrainte sur le montant du capital) pourrait expliquer en partie l'atomisation constatée.

D'un point de vue global, le secteur reste créateur net d'emplois salariés quel que soit le type de contrat considéré. Le recours au CDD d'usage (CDDU) qui est une caractéristique forte du secteur, s'il reste largement dominant, est tendanciellement en baisse sur la période au bénéfice de l'emploi de salariés permanents. Les entreprises bénéficiant de soutien à la production apparaissent comme étant les plus gros employeurs en termes d'effectifs et de masse salariale avec un poids des CDDU supérieur au poids constaté pour l'ensemble des entreprises.

Toutefois, et de manière paradoxale, en parallèle de l'augmentation continue du nombre d'entreprises au cours de la période 2000-2013, le nombre de permanents par entreprise diminue sensiblement. De plus, au sein des emplois permanents la proportion de CDI baisse ce qui tendrait à montrer la recherche d'une plus grande flexibilité de l'emploi permanent. En outre, la concentration de l'emploi reste forte et augmente même sur la période étudiée (le nombre d'entités légales qui emploient plus de 50 personnes a plus que doublé entre 2000 et 2013). On observe ainsi un double mouvement sur ce marché d'atomisation « par le bas » et de structuration « par le haut » : ce sont les petites entreprises, dont le nombre croît, qui voient leurs effectifs se réduire tandis que les plus grandes structures se renforcent.

➔ **Un chiffre d'affaires qui s'établit à 2,8 Mds € en 2012 en croissance de 13 % depuis 2009⁶ dans un marché qui devrait pouvoir dégager plus de valeur totale en comparaison au marché britannique**

Si l'on s'intéresse à la valeur dégagée par le secteur sur une période plus récente (2009-2012), le chiffre d'affaires des entreprises a progressé de 13% pour s'établir à 2,8 Mds € en 2012. L'analyse de l'évolution de la valeur ajoutée hors taxe du secteur de la production audiovisuelle montre que le secteur a connu un ralentissement en 2008-2010, comme les autres secteurs de l'économie française. En revanche, le secteur semble avoir connu un rebond plus fort que le reste de l'économie en 2011. La progression du chiffre d'affaires et celle de la valeur ajoutée entre 2009 et 2012 est

⁶ Le champ temporel de l'analyse des données émanant de l'INSEE est limité à la période 2008 – 2012 pour laquelle on dispose de données homogènes et comparables. En effet, depuis 2008, ces statistiques sont réalisées en France par l'INSEE grâce au dispositif ESANE, qui mobilise à cette fin les données administratives et données d'enquête et emploie des estimateurs composites exploitant au mieux la richesse et la diversité de l'information disponible.

similaire à 13 %. Les dispositifs d'aides directes et indirectes dont bénéficient les entreprises ont pu jouer sur cette période un rôle d'amortisseur et de soutien face aux effets de la crise de 2008/2009⁷. L'ancienneté des entreprises (de plus de 10 ans) et la forme juridique en société anonyme apparaissent comme les principaux facteurs de la consolidation et du dynamisme du chiffre d'affaires total. Ces entreprises de plus de dix salariés représentent ainsi près de 60 % du chiffre d'affaires total.

Deux cents entreprises réalisent à elles seules 75 % du chiffre d'affaires total, constat à mettre en regard du nombre total d'entreprises effectivement présentes sur le marché français⁸. Une comparaison sur la base d'estimations avec le marché anglais souligne enfin le différentiel de valeur dégagée par le marché national : un peu plus de 500 entreprises réalisent un chiffre d'affaires de 5 Mds € au Royaume-Uni (2014) alors qu'un peu plus de 2 300 entreprises réalisent un chiffre d'affaires de 3 Mds € (2012) en France.

➔ **L'élargissement de l'offre en TNT et la place croissante prise par les services non linéaires (télévision de rattrapage, vidéo à la demande à l'acte ou à l'abonnement) qui ont conduit à la fragmentation des audiences et des recettes publicitaires, fragilisant le modèle économique des chaînes de télévision qui restent les principaux financeurs du secteur, tandis que cet élargissement du nombre de chaînes ne s'est pas ou peu traduit par une augmentation du nombre d'acheteurs**

Du côté de la demande, même si de nouveaux acheteurs (et notamment, les éditeurs de vidéo à la demande par abonnement) constituent désormais un potentiel de marché pour la production inédite, les groupes audiovisuels présents historiquement sur ce marché continuent à être les principaux financeurs du secteur de la production audiovisuelle. En 2014, les 21 services comptabilisés au titre des services hertziens gratuits⁹ représentent 86 % de l'ensemble des dépenses en production audiovisuelle, chiffre porté à 95 % si l'on inclut le groupe Canal Plus.

Or, il ressort de l'analyse une fragilisation de leur modèle économique tenant à la fois à l'élargissement de l'offre de services de télévision depuis 2000, à la fragmentation des audiences, à l'évolution progressive des modes de consommation et des usages du linéaire vers le non linéaire, en même temps que les ressources, en particulier publicitaires, sur lesquelles repose leur modèle économique deviennent plus instables, plus hybrides et pour certaines d'entre elles moins contributives. Les constats sur leurs trésoreries excédentaires (497 M € pour TF1 et 261 M € pour Métropole Télévision à fin 2014) peuvent apparaître comme le symptôme de cette fragilisation appelant à une prudence de la part des diffuseurs, mais aussi d'un dysfonctionnement du marché dès lors que ces trésoreries devraient pouvoir être investis naturellement dans le secteur sur des actifs nationaux et internationaux pour produire plus de valeur pour l'ensemble du marché.

⁷ Rappelons notamment que le calcul des obligations de production s'établit sur l'assiette du chiffre d'affaires des diffuseurs de l'année n-1 ce qui emporte aussi une forme de décalage par rapport à la conjoncture économique et par là même une plus grande inertie.

⁸ Le Conseil supérieur de l'audiovisuel entamera à cet égard un travail d'approfondissement afin de compléter cette approche par entités légales par une approche par groupes qui permettra d'opérer une cartographie plus complète des acteurs en présence.

⁹ Certains groupes ont fait le choix d'une mutualisation de leurs obligations de production qui inclut de fait certains services payants au titre de l'offre gratuite.

➤ Des acteurs qui portent des appréciations sévères sur le cadre législatif et réglementaire dans un contexte de concurrence mondialisée et qui soulignent la question de la taille des entreprises françaises et de leur développement à l'international

Interrogés sur leurs expériences entrepreneuriales et points de vue sur le marché au cours d'un cycle d'auditions et de rencontres, la majorité des acteurs a estimé que le cadre législatif et réglementaire actuel ne répond plus désormais aux enjeux concurrentiels du secteur. La question de la taille des groupes français de production comparativement aux groupes internationaux et les liens entretenus avec le métier d'édition sont au cœur des réflexions des acteurs. De même, le modèle de financement des programmes et de propriété liée est remis en cause dès lors qu'il ne parvient plus à créer un intérêt solidaire au succès national et international des programmes entre le producteur et le diffuseur. La nécessité d'une plus grande internationalisation des acteurs et d'une meilleure exportation des programmes français est également pointée. Souvent mis en avant dans les auditions, le modèle anglais de relations diffuseurs/producteurs semble réunir une forme de réconciliation des contraires entre un modèle très intégré autour de diffuseurs puissants (BBC, ITV) et un secteur de la production indépendante vivace et concurrentiel fonctionnant comme un aiguillon pour le marché (même si les développements récents montrent aussi désormais l'emprise des groupes américains sur ce tissu indépendant).

➤ Des indicateurs de performance qui doivent être affinés pour mieux contribuer au rayonnement de l'industrie nationale

Enfin, indépendamment de la reconnaissance que le marché lui-même adresse aux professionnels qui le compose (festivals, cérémonies de récompenses, prix) et qui fonctionne comme un indicateur important, le Conseil supérieur de l'audiovisuel a conduit une analyse de la performance sur la base de trois critères : exportations en volume, palmarès des titres français présents à l'étranger et place des genres dans les palmarès d'audience.

Les chiffres d'exportation pointent ainsi le succès non démenti du secteur de l'animation française, genre intrinsèquement plus international que les autres et qui reste *leader* à l'export depuis l'établissement des premiers chiffres de TVFI en 1999. Dans un contexte marqué par une embellie certaine de l'ensemble des exportations amorcée depuis 2010 (+48,2 M €), la fiction française redevient en 2014 le deuxième genre le plus exporté, place qu'elle avait perdue depuis 2000.

L'examen détaillé et sur une période plus récente (2010-2015) des succès des titres français à l'export pour les différents genres¹⁰ fait apparaître, tant en fiction qu'en documentaire, le poids des coproductions internationales. S'agissant des programmes de flux, la place occupée par la vente en formats des divertissements contrairement aux programmes de stock est notable. Le palmarès des magazines fait quant à lui ressortir le caractère très national de cette offre qui trouve peu de débouchés en termes d'exportation. L'appréciation des exportations françaises devrait pouvoir être complétée par une prochaine étape consistant à réunir des éléments de comparaison à

¹⁰ Mesurés par le nombre de pays dans lesquels ils sont diffusés

l'international afin de mieux déterminer la place réelle de la France dans le monde en la matière (aussi bien en volume financier qu'en volume horaire), de même que la balance entre importations et exportations de programmes (flux et stock).

S'agissant des performances d'audience, le Conseil a souligné depuis 2009 une caractéristique majeure de consommation concernant la fiction en France qui fait de l'Hexagone un pays friand de fiction américaine, caractéristique qui le distingue encore en 2014 des pays européens voisins tels que l'Allemagne, l'Espagne, l'Italie et le Royaume-Uni. Plus globalement, l'étude du palmarès annuel des vingt meilleures audiences de l'ensemble des programmes de quatre grandes chaînes historiques en 2000 et 2014 a mis en évidence une baisse de performance (en nombre moyen de téléspectateurs) des programmes de sport, d'information et de la fiction française, mais aussi une progression de nombre de programmes de flux dans les meilleurs scores d'audience des deux chaînes leaders en audience, TF1 et France 2. Parmi les titres de divertissements et magazines diffusés en 2014, on relève aussi que plus du tiers des titres proposés sur deux chaînes sont des licences extranationales.

Chiffres Clefs

➤ Données sur les entreprises et les emplois

- ▶ Le secteur compte 3 450 entreprises intervenant sur le secteur de la production audiovisuelle en 2013 (contre 1 326 en 2000). Sur ces 3 450 entreprises, plus des deux tiers (69 %) relèvent strictement de la production de films et de programmes pour la télévision¹¹
- ▶ Les 3 450 entreprises du secteur ont employé près de 85 000 personnes distinctes¹² (correspondant à 75 000 CDDU, 6 680 CDI et 5 164 CCD de droit commun) en 2013, pour une masse salariale brute de 842 M €¹³.
- ▶ Les entreprises relevant du code NAF 5911 A ont elles employé près de 72 000 personnes différentes (correspondant à 64 306 CDDU, 4 986 CDI ET 3 890 CDD de droit commun) en 2013 pour une masse salariale de 705 M €¹⁴.
- ▶ En 2013, 46 % des entreprises n'emploient aucun permanent et moins de 1 % emploient 51 permanents et plus. 55 % des entreprises sont constituées en SARL.
- ▶ Le nombre d'entités légales qui emploient plus de 50 personnes (hors CDDU) a plus que doublé entre 2000 et 2013.
- ▶ Près de 50 % des entreprises ont une ancienneté qui s'établit entre 2 et 6 ans, mais 45 % des entreprises qui bénéficient de financement au titre des œuvres audiovisuelles par le CNC ont plus de 10 ans.

➤ Données sur le chiffre d'affaires

- ▶ Le chiffre d'affaires du secteur de la production audiovisuelle¹⁵ s'établit à 2,8 Mds € en 2012.
- ▶ Les entreprises de plus de 10 salariés représentent près de 60 % du chiffre d'affaires total du secteur.
- ▶ Sur la période 2008-2012, les 200 plus grandes entreprises ont généré près de 75 % du chiffre d'affaires total du secteur (2,1 Mds € en 2012).
- ▶ Les entreprises de plus de 10 ans d'ancienneté sont celles qui aident à la consolidation du chiffre d'affaires du secteur (leur poids au sein du CA total a progressé de 10 points entre 2008 et 2012).

¹¹ Code NAF 5911 A. Le code NAF (Nomenclature d'activités française) est attribué par l'INSEE à chacun des secteurs d'activités économiques

¹² Effectif total dédoublonné : une personne ayant bénéficié sur une année de contrats de natures différentes n'est comptabilisée qu'une seule fois.

¹³ Euros courants 2013

¹⁴ Euros courants 2013

¹⁵ Au sens du code NAF 5911 A