

L'IMPACT DE LA CRISE SANITAIRE SUR LES ENTREPRISES ET LES PROFESSIONNELS DE L'AUDIOVISUEL

Cette synthèse présente les résultats du diagnostic-action pour le champ de l'audiovisuel, réalisé entre décembre 2020 et avril 2021, dans le cadre de l'appel à projets « soutien aux démarches prospectives compétences » du plan d'investissement dans les compétences (PIC) pour la période 2018/2022.

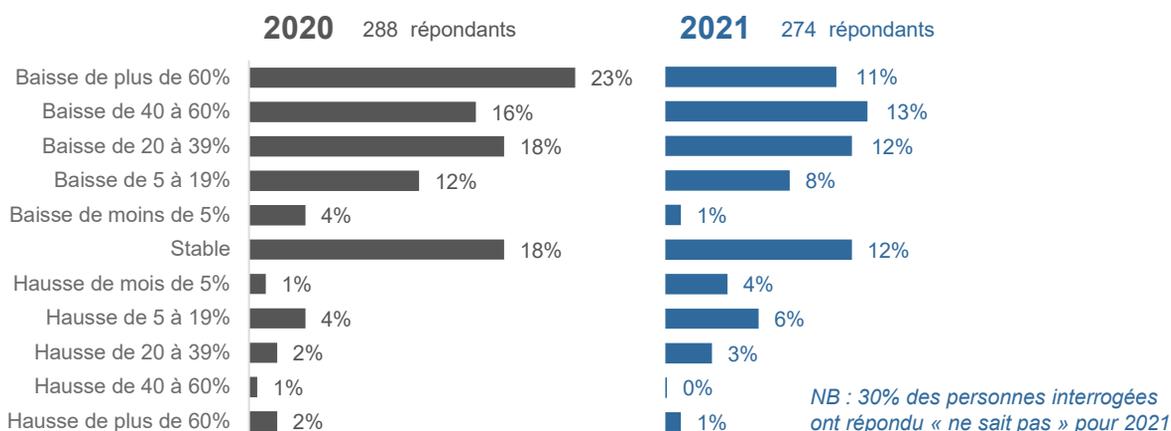
Synthèse - Mai 2021

Les impacts de la crise sanitaire sur l'activité

Une baisse de chiffre d'affaires pour 73% des entreprises

Evolution du chiffre d'affaires des entreprises par rapport à 2019

Enquête entreprises KYU/CPNEF-AV/Afdas



Un recul fort de l'activité – Près de 73% des entreprises interrogées prévoient une importante baisse de leur chiffre d'affaires en 2020, et 23% d'entre elles évoquent plus de 60% de baisse. Seules 10% des entreprises interrogées indiquent une augmentation de leur chiffre d'affaires.

A quel horizon prévoyez-vous un redémarrage de votre activité et un retour au niveau de 2019 ?

Enquête entreprises KYU/CPNEF-AV/Afdas



Des perspectives incertaines - Les entreprises interrogées estiment, pour 39% d'entre elles que le redémarrage de leur activité n'aura pas lieu avant le 2^{ème} semestre 2021 et 28% des répondants estiment qu'ils ne retrouveront leur niveau d'activité de 2019 qu'au 1^{er} semestre 2022.

DES CONSÉQUENCES DIFFÉRENCIÉES SUR L'ACTIVITÉ DES ENTREPRISES SELON LES SECTEURS



La production audiovisuelle et cinéma : la crise sanitaire a entraîné une baisse de chiffre d'affaires pour **77%** des entreprises interrogées. Elles ont particulièrement souffert de l'annulation ou du report des tournages.



La prestation technique image et son : **92%** des entreprises de ce secteur ont déclaré une baisse de chiffre d'affaires, dont 32% une baisse de plus de 60%. Cette baisse drastique est la conséquence de l'interruption ou du report des projets.



La radiodiffusion : plus de la moitié (**52%**) des entreprises de ce secteur ont déclaré une baisse de chiffre d'affaires. L'annulation des événements locaux et des ateliers radio ainsi que la baisse des revenus publicitaires et de certaines aides départementales ou régionales sont particulièrement citées par les entreprises.



La télédiffusion : 40% des entreprises de ce secteur indiquent une stabilité du chiffre d'affaires. Cette stabilité serait en grande partie due au maintien des subventions. Concernant 2021, les entreprises sont plus pessimistes, car l'incertitude persiste quant aux subventions, financements et recettes propres.

Les stratégies mises en place face à la crise

Des stratégies rapidement concentrées sur le développement de nouvelles offres

2 leviers principalement activés :

- Le recours aux dispositifs d'aide proposés par l'Etat (activité partielle et PGE essentiellement) ;
- Le développement de nouvelles offres/activités.

Les entreprises de l'audiovisuel se montrent **résilientes** face à la crise sanitaire et aux nouvelles évolutions technologiques. **22% d'entre-elles investissent d'ailleurs dans des outils performants pour la transition numérique.**

Les nouvelles offres et activités développées par les entreprises se concentrent sur le streaming ou les captations à huit clos en vue d'une diffusion en ligne.

La **prospection de nouveaux clients ou contrats**, et la **réorganisation des activités**, sont la résultante de cette dynamique. Les entreprises et professionnels de l'audiovisuel citent majoritairement de nouveaux clients/prospects institutionnels, et le recours aux appels d'offres publics.

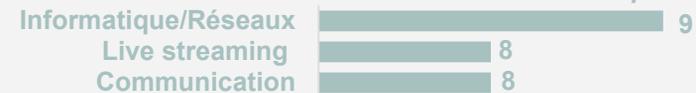
Face à la baisse d'activité et pour répondre aux nouveaux besoins, les entreprises du secteur ont eu recours à la formation (15%) pour faire monter en compétences leurs collaborateurs.

Top 3 des compétences clés pour l'avenir identifiées par les professionnels et les entreprises en fonction des secteurs d'activité - Enquête professionnels et entreprises KYU/CPNEF-AV/Afdas

PRODUCTION AUDIOVISUELLE ET CINÉMA - 731 rép.



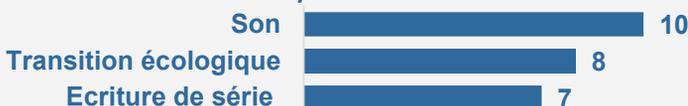
PRESTATION TECHNIQUE IMAGE ET SON - 200 rép.



RADIODIFFUSION - 88 rép.

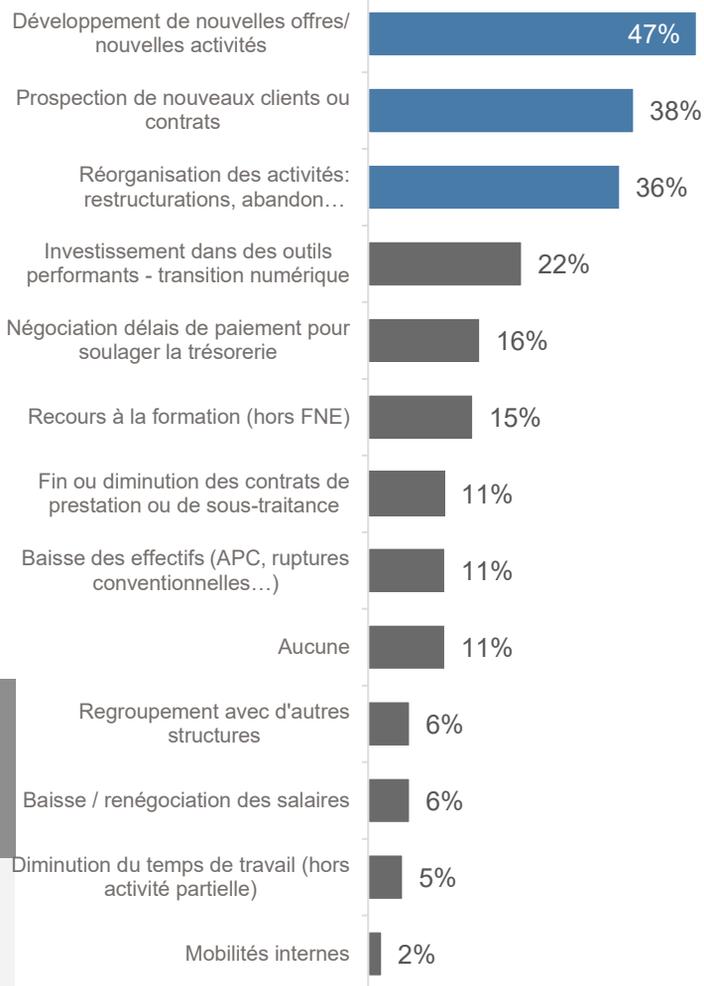


TÉLÉDIFFUSION - 119 rép.



Quelles stratégies ont été mises en place par votre structure lors de la crise?

Enquête entreprises KYU/CPNEF-AV/Afdas, 273 répondants



Les leviers financiers activés

Enquête entreprises KYU/SPEF-AV/Afdas, 247 répondants

52% Des entreprises ont eu recours à l'activité partielle

48% Ont eu recours aux reports et/ou exonérations de cotisations sociales et/ou charges fiscales

42% Ont eu recours au fonds de solidarité pour les entreprises

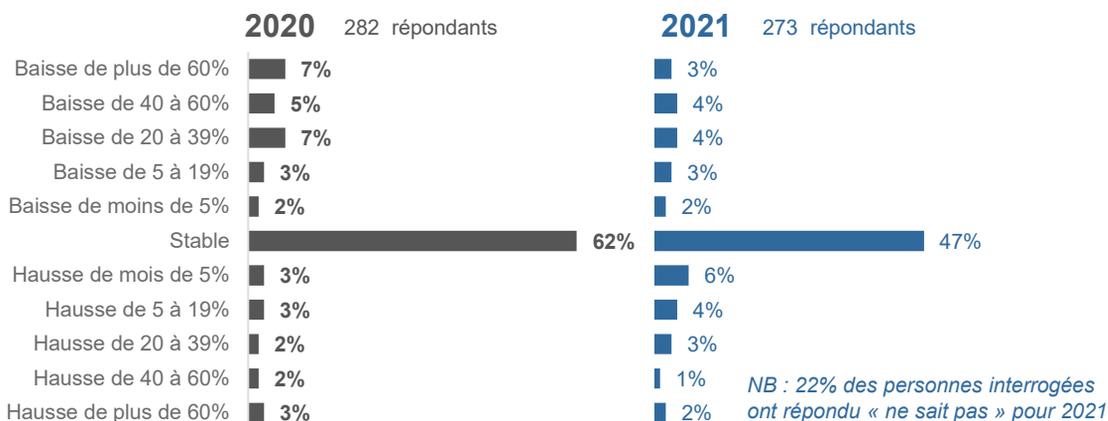
35% Ont demandé un PGE (Prêt de trésorerie garanti par l'Etat)

Les effets de la crise sur les ressources humaines

62% des entreprises estiment que leur effectif est resté stable

Evolution de l'effectif salarié (CDI, CDD, CDDU et alternants) des entreprises par rapport à 2019

Enquête entreprises KYU/CPNEF-AV/Afdas



La majorité des entreprises du champ de l'audiovisuel ont gardé un effectif salarié stable. Une réalité qui cache cependant une disparité entre les secteurs de l'audiovisuel. En effet, 30% des entreprises de la production audiovisuelle et cinéma ont connu une baisse de leurs effectifs salariés, contre 7% des entreprises de la radiodiffusion.

Les baisses d'effectifs selon les secteurs

Enquête entreprises KYU/SPEF-AV/Afdas, 282 répondants

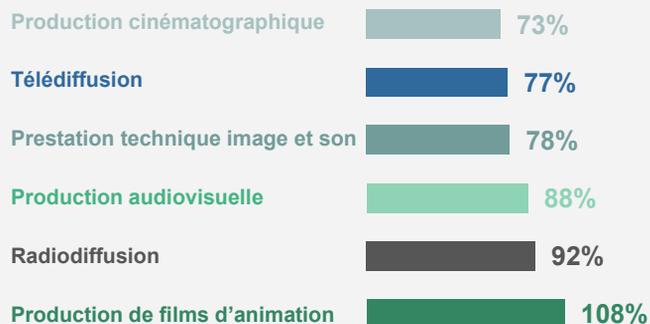
30% Des entreprises de la **production audiovisuelle et cinéma** ont connu une baisse de leurs effectifs salariés

20% 20% des entreprises de la **prestation image et son** et 20% des entreprises de la **télédiffusion** ont connu une baisse de leurs effectifs salariés

7% Des entreprises de la **radiodiffusion** ont connu une baisse de leurs effectifs salariés

Focus sur l'évolution de l'activité en 2020 par rapport à 2019 des salariés en CDDU

Source : Impact de la crise sanitaire sur l'emploi en CDDU (intermittent) dans le spectacle en 2020, Unédic, Mars 2021



Note : l'activité correspond aux heures déclarées par l'employeur dans l'AEM. Il peut s'agir, en temps de crise, d'heures effectivement travaillées, uniquement payées ou d'activités partielles.

Quelles ont été les difficultés rencontrées par les professionnels ?

Enquête professionnels, KYU/CPNEF-AV/Afdas, 257 répondants



Les stratégies de reprise post Covid 19

Accompagner les professionnels et les entreprises à court et moyen terme

Les 3 enjeux pour l'audiovisuel suite à la crise sanitaire, à adresser à des niveaux de priorité différents

1

Faire face à l'urgence

Soutenir l'ensemble des professionnels et des structures pour faire face à la crise

Court terme

Moyen terme

2

Accompagner les évolutions professionnelles

Accompagner les professionnels qui le souhaitent dans des parcours de mobilité

3

Assurer l'avenir

Maintenir l'attractivité du secteur en travaillant sur les compétences clés pour l'avenir

Pistes d'actions proposées pour accompagner les entreprises et salariés de l'audiovisuel

1

Maintenir, valoriser et renforcer les dispositifs nationaux et régionaux pour aider les professionnels et les entreprises

2

Recueillir et partager des bonnes pratiques des professionnels et entreprises pendant la crise concernant l'organisation du travail

3

Mobiliser les dispositifs appui-conseil de l'Afdas

4

Développer et communiquer sur les accompagnements de carrière spécialisée

5

Sensibiliser sur l'urgence énergétique, et mettre à disposition des entreprises un catalogue des formations en lien avec les enjeux environnementaux

6

Accompagner le développement des compétences clés pour l'avenir