

# L'impact du secteur de la production audiovisuelle sur celui de la distribution

Le CSA vient de dévoiler la mise à jour de son étude sur l'économie du secteur de la production audiovisuelle sortie en janvier 2016. Les points essentiels de cette étude résident dans la fragmentation du secteur et la concentration de son chiffre d'affaires à mettre en parallèle avec la place grandissante du secteur de la distribution audiovisuelle.

## Une progression constante du nombre d'entreprises pour une proportion élevée de petites structures

Avec 3728 sociétés dénombrées par le CSA dans le secteur de la production audiovisuelle, celui-ci est considéré comme atomisé avec une proportion élevée de petites structures : en 2015, **78% d'entre elles emploient 0 à 2 permanents** contre 73% en 2000. A noter que le nombre d'entreprise n'employant aucun ETP, et donc essentiellement des CDD d'usage, sont en baisse depuis 2013.



*Rwanda, une vie après*



*Peace on the Tigris*



*Tchétchénie, une guerre sans traces*

Source : CSA et Audiens

## Un chiffre d'affaire concentré sur les plus anciennes et plus grosses sociétés de production

L'étude montre un chiffre d'affaire en progression constante entre 2008 et 2014 avec une légère baisse enregistrée en 2013. Le CSA précise que **les entreprises de plus de 10 ans d'ancienneté réalisent 63% du chiffre d'affaires du secteur** en 2014 avec un dynamisme plus marqué depuis 2012 pour les entreprises entre 3 et 6 ans d'ancienneté. Enfin, **les entreprises de plus de 10 salariés représentent également près de 60% du chiffre**

**d'affaires en 2014**, avec une progression notable depuis 2008 des entreprises de taille moyenne, entre 10 et 50 salariés.



## **Une rentabilité qui s'appuie désormais sur la distribution de programmes**

En complément des données concernant les entreprises de la production audiovisuelle, le CSA revient sur l'impact de la modification du paysage audiovisuel sur l'activité de distributeur de programmes audiovisuels et notamment les conséquences du contexte économique et de la fragmentation des audiences. Ces changements ont largement contribué à modifier le secteur de la distribution tant en termes **humain** (évolution des profils), qu'**économique** (verticalisation des sociétés) mais aussi **technique** (développement d'outils de marketing).

Le CSA a interrogé 15 acteurs du secteur avec, en parallèle, une enquête réalisée par le SEDPA (syndicat des entreprises de distribution de programmes audiovisuels) qui apporte des éléments chiffrés sur l'activité économique de ce secteur à travers un questionnaire auquel 26 sociétés ont répondu. Les résultats de cette enquête montrent ainsi notamment une majorité d'entreprises de distribution indépendantes qui ont généralement un catalogue en volume horaire composé majoritairement de programmes français.

