

# Étude de marché

## Production audiovisuelle

CHIFFRES ET ÉLÉMENTS



propulse by 

# Introduction à l'étude de marché sectorielle

*Bienvenue dans cette étude de marché sectorielle, conçue spécifiquement pour vous, futurs entrepreneurs et créateurs d'entreprise!*

*Que vous soyez au tout début de votre projet ou en phase de consolidation de votre idée, cette étude se veut être un support incontournable pour éclairer votre prise de décision et affiner votre stratégie commerciale.*

*Dans ce document, vous découvrirez une analyse détaillée du secteur qui vous intéresse. Nous avons compilé pour vous les informations essentielles pour comprendre les dynamiques actuelles de votre marché.*

Cette étude est organisée comme suit :

- 1 **LES CHIFFRES CLÉS DU MARCHÉ**
- 2 **LE CODE APE / NAF DE L'ACTIVITÉ**
- 3 **L'ORGANISATION DU SECTEUR D'ACTIVITÉ**
- 4 **L'ANALYSE DE LA SITUATION DU MARCHÉ**
- 5 **L'ÉTUDE DE L'OFFRE**
- 6 **L'ÉTUDE DE LA DEMANDE**
- 7 **L'ANALYSE DES CANAUX DE DISTRIBUTION**
- 8 **LES GRANDES TENDANCES DU SECTEUR**
- 9 **LA CONCLUSION DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ**

Chaque section est conçue pour vous fournir une compréhension claire, illustrée et approfondie, vous aidant à prendre les bonnes décisions.

Nous vous souhaitons une bonne lecture et beaucoup de succès dans votre aventure entrepreneuriale !

L'équipe Propulse by CA



**10 834**

**SOCIÉTÉS DANS LE SECTEUR  
DE LA PRODUCTION  
AUDIOVISUELLE**

en 2021

**1,7 Mds €**

**CHIFFRE D'AFFAIRES 2021  
DU SECTEUR  
DE LA PRODUCTION  
DE FILMS INSTITUTIONNELS  
ET PUBLICITAIRES**

**2 PME**

**Sur 5**

**PRÉVOIENT D'AUGMENTER  
OU MAINTENIR  
LEURS INVESTISSEMENTS  
DANS LA PUBLICITÉ**



**64%**

**DES SOCIÉTÉS  
DE L'AUDIOVISUELLE  
SONT EN ÎLE-DE-FRANCE**

**68%**

**DES ENTREPRISES  
PRIVILÉGIENT  
LES RÉSEAUX SOCIAUX  
POUR LEUR COMMUNICATION**



**114 540**

**PERSONNES EMPLOYÉES  
DANS LE SECTEUR**

Sources : Insee, Arcom

Les sociétés de production audiovisuelle exercent généralement leur activité sous le code NAF 5911B, **production de films institutionnels et publicitaires**. Il s'applique à la production et à la réalisation de divers types de contenus audiovisuels :

- les films publicitaires;
- les films techniques et d'entreprise;
- les films de formation ou à vocation éducative;
- les clips vidéo.

Sur le secteur de la production audiovisuelle, il existe d'autres codes APE :

- **59.11A** pour la **production de films pour le cinéma**;
- **59.12Z** pour les post-production de films cinématographiques, de vidéos et de programmes de télévision. Celui-ci couvre des activités complémentaires comme le montage, le mixage et les effets visuels.

**Code APE/NAF  
pour une société  
de production  
audiovisuelle :  
59.11B**

# L'activité de production audiovisuelle

À destination de différents supports (télévision, sites web, réseaux sociaux ou autres plateformes), les agences de production audiovisuelle proposent une variété de contenus :

## 1 Vidéos corporate

Présentation de collaborateurs, interviews et témoignages

## 2 Vidéos promotionnelles

Spots publicitaires, contenus pour les réseaux sociaux

## 3 Vidéos informatives

Documentaires, vidéos de formation, tutoriels

## 4 Vidéos événementielles

Captation d'événement (séminaire, salon, lancement de produit, etc.), vidéos sportives

## 5 Vidéos de communication interne

## 6 Vidéos de marque et branding



## L'ORGANISATION DE L'ACTIVITÉ

Le secteur est segmenté en plusieurs types de contenus. La **production de films et de programmes pour la télévision** constitue un segment important. Cela inclut aussi bien des séries, téléfilms ou encore documentaires. Parallèlement, la création de **contenus publicitaires et promotionnels**, diffusés à la télévision, en ligne ou sur des plateformes de streaming, comprend les vidéos institutionnelles, publicités, interviews ou encore films d'animation. L'essor des réseaux sociaux a également stimulé la production de vidéos courtes et ciblées.

Chaque type de contenus implique des processus de production différents. C'est pourquoi on retrouve plusieurs professionnels sur le marché avec des niveaux de spécialisation.

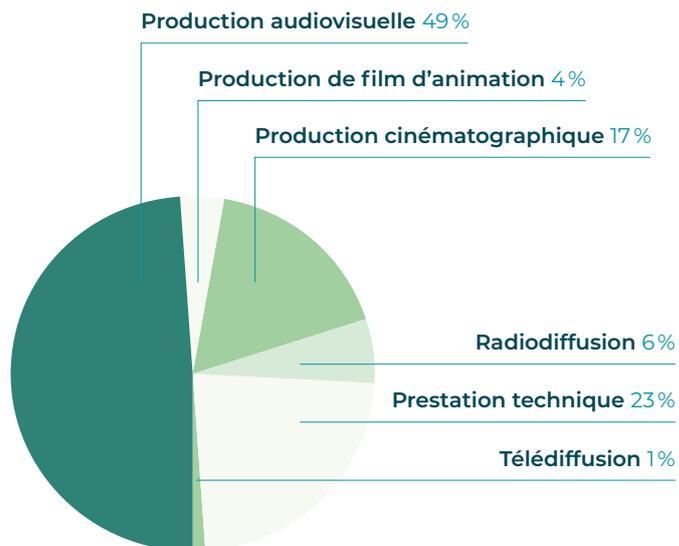
Les **agences de production audiovisuelle** gèrent des projets de bout en bout, de la conception à la diffusion. Elles font souvent appel à des **prestataires techniques spécialisés** dans la pré-production, la production ou la post-production (direction artistique, location de matériel, l'illustration sonore, montage, etc.)

Il y a également des professionnels connexes comme les agences de communication ou les agences web, qui ont intégré la production audiovisuelle à leur offre de services. Ces professionnels collaborent parfois avec des agences spécialisées.

Ce maillage entre agences, sous-traitants et prestataires techniques permet de répondre aux besoins variés des clients.



## Répartition des entreprises de l'audiovisuelle par branche professionnelle en France



Source : Données Observatoire des métiers de l'audiovisuel - CPNEF de l'audiovisuel / Afdas / Audiens- 2022

Les entreprises de production audiovisuelle sont en majorité sur le champ de l'audiovisuel. On compte 10 834 établissements dans le secteur de la production de films institutionnels et publicitaires en 2021. Ce sont 114 540 personnes employées dans le secteur.

## LES SYNDICATS

L'**Union Syndicale de la Production Audiovisuelle** (Uspa) regroupe près de 200 sociétés de production indépendantes d'œuvres audiovisuelles. Cette organisation défend leurs intérêts auprès des pouvoirs publics, des institutions et des services de médias audiovisuels à la demande.

# Le marché de la production audiovisuelle

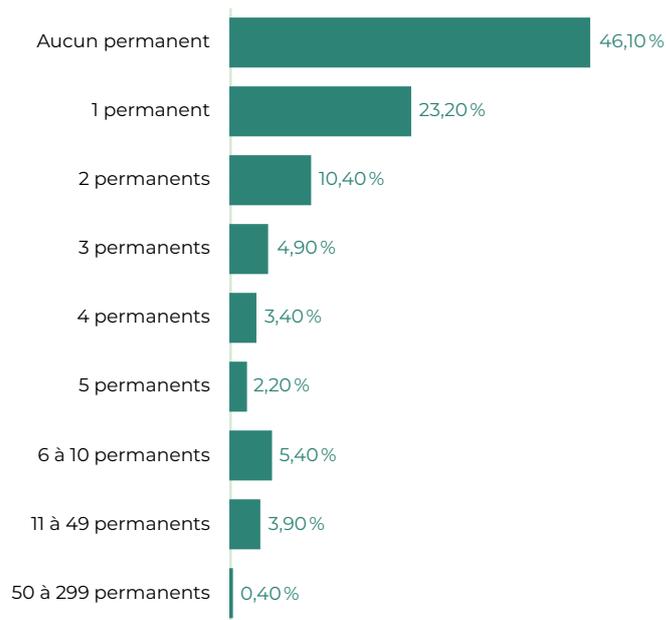
## LE CONTEXTE DU MARCHÉ

Le marché de la production audiovisuelle en France connaît une dynamique particulière, portée par la digitalisation croissante et la **montée en puissance des réseaux sociaux**. En 2021, près de 40 % des entreprises de production audiovisuelle avaient plus de 10 ans d'existence, reflétant la résilience des structures les plus anciennes.

Mais l'activité reste cyclique : seules 42 % des entreprises actives en 2010 ont maintenu une activité continue jusqu'à 2021. Il y a une multitude de **petites entreprises créées pour des projets spécifiques**, qui souvent cessent leur activité une fois ces projets réalisés. En effet, 72 % des entreprises affichent une masse salariale inférieure à 100 000 euros.



## Répartition des entreprises de la production audiovisuelle par nombre de permanents



Source : Données Observatoire des métiers de l'audiovisuel - CPNEF de l'audiovisuel / Afdas / Audiens - 2022

Le marché est également marqué par une forte concentration géographique. 64 % des sociétés du secteur sont implantées en Île-de-France. Cette **hyper-concentration de l'activité** s'explique par un écosystème propice à la production.

Malgré ce cadre concurrentiel, le secteur bénéficie de soutiens financiers. Les **36 fonds de soutien territoriaux au cinéma et à l'audiovisuel** ont apporté 44,5 millions d'euros d'aides en 2021, permettant de **soutenir 1 662 projets audiovisuels**.

Aujourd'hui, la digitalisation croissante transforme la production audiovisuelle. Le secteur doit répondre à de nouveaux enjeux de communication des entreprises, notamment par la création de contenus viraux, interactifs et adaptés aux plateformes numériques.

Ce contexte floute les frontières avec les professions connexes du web et du multimédia, ce qui intensifie la concurrence. Le **phénomène de délocalisation**, notamment dans le segment de la publicité, accentue la pression concurrentielle avec **60 % des films publicitaires produits à l'étranger**.

## ÉVOLUTION DU CHIFFRE D'AFFAIRES

### Chiffre d'affaires du secteur en valeur

2015	100
2016	98,4
2017	104,5
2018	111,6
2019	115,8
2020	92,6
2021	126,7
2022	150,6

Source : Insee, *Indice de chiffre d'affaires base 2015, Production de films institutionnels et publicitaires*

En 2020, la crise sanitaire a provoqué un ralentissement marqué de l'activité, avec des tournages suspendus, des projets reportés et une **baisse des investissements publicitaires**. Ce contexte a entraîné une contraction du chiffre d'affaires dans le secteur, affectant notamment les petites structures et les prestataires techniques.

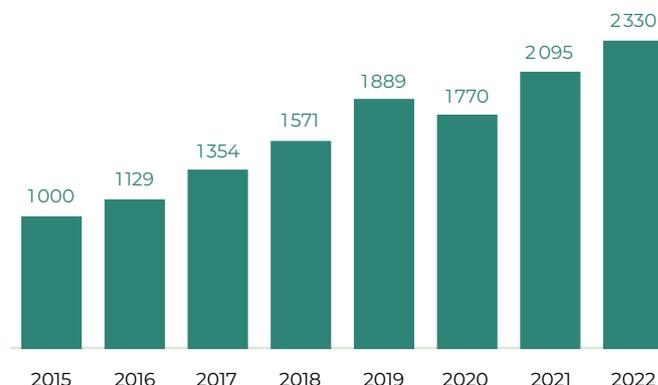
Depuis 2021, une reprise progressive s'est amorcée. Les entreprises de la production de films institutionnels et publicitaires ont généré 1,723 milliards d'euros de chiffre d'affaires.



## ÉVOLUTION DU NOMBRE

### DE CRÉATION D'ENTREPRISE

#### Création d'établissements de production de films institutionnels et publicitaires



Source : Insee, *Démographie des entreprises et des établissements – champ marchand non agricole, Créations d'entreprises, Production de films institutionnels et publicitaires*

Durant l'incertitude économique de la pandémie, de nombreux projets ont été retardés, freinant l'émergence de nouvelles structures. Avec la relance des tournages, la demande croissante de contenus numériques et l'essor des plateformes de streaming, les créations d'entreprises ont repris leur cours.

Les nouvelles opportunités, notamment dans la **production de contenus numériques pour les réseaux sociaux** et la publicité en ligne, ont favorisé l'émergence de jeunes entreprises, redynamisant le secteur.

## L'ENVIRONNEMENT RÉGLEMENTAIRE

La production de contenus audiovisuels est une activité encadrée par plusieurs lois et institutions. Les agences de production audiovisuelle doivent respecter le Code de la Propriété Intellectuelle, garantissant les droits des auteurs, compositeurs et artistes-interprètes, et s'assurer du dépôt légal de leurs œuvres à l'Institut National de l'Audiovisuel (INA).

La diffusion des contenus est régulée par le Conseil Supérieur de l'Audiovisuel (CSA). L'utilisation de musique implique également une déclaration auprès de la SACEM.

# L'offre sur le marché de la production audiovisuelle

Le marché de la production audiovisuelle est fortement fragmenté, avec une **forte présence de petites et moyennes entreprises**.

## AGENCES DE PRODUCTION

### INDÉPENDANTES

Les structures de production indépendantes se concentrent sur des **projets plus spécifiques** : les documentaires, les films d'entreprise ou les clips. Leur agilité et leur réactivité sont des atouts majeurs sur ce marché, particulièrement dans les **productions à petite échelle ou de niche**. Mais leur capacité de financement plus limitée et une **dépendance accrue à la sous-traitance** peuvent freiner leur développement à grande échelle.



## GRANDS GROUPES DE PRODUCTION

### DE FILMS INSTITUTIONNELS

### ET PUBLICITAIRES

Parmi les grands groupes de production de films et de séries, on peut citer :

- Banijay
- Mediawan
- Fédération Studio

Ces groupes ont une forte capacité de financement, des infrastructures conséquentes et une expertise qui leur permet de réaliser des productions ambitieuses. Leur taille et leur renommée sont un avantage pour capter les projets les plus lucratifs.

## AGENCES SPÉCIALISÉES DANS

### LA PRODUCTION PUBLICITAIRES

**BETC Digital**, Buzzman, DDB Paris ou encore **Dentsu Creative** sont spécialisées dans la production de publicités et de **contenus promotionnels pour les marques**. Leurs contenus sont généralement diffusés sur des plateformes numériques et à la télévision. Ces agences bénéficient de budgets importants et d'une proximité avec le monde du marketing. Mais elles peuvent être perçues comme limitées par leur spécialisation dans la publicité, avec moins de flexibilité pour d'autres types de contenus.

## AGENCES DU WEB

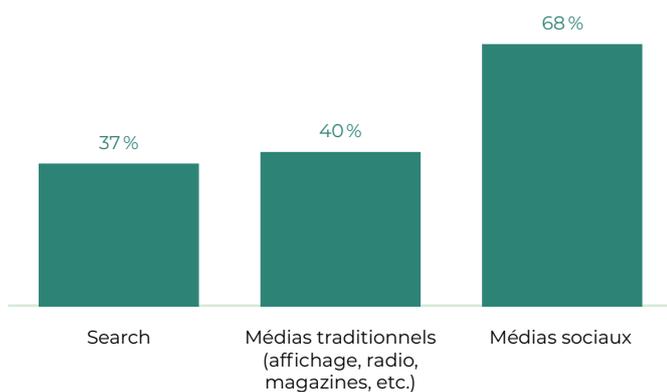
Les agences du web sont des concurrents directs des agences de production indépendantes. Elles se positionnent de plus en plus sur le secteur de la production audiovisuelle, notamment pour des contenus courts destinés aux réseaux sociaux ou aux campagnes numériques. Elles tirent parti de leur expertise en digitalisation, mais restent souvent moins bien équipées pour des projets plus complexes ou longs.

# L'étude de la demande

## ENTREPRISES

Les startups, PME, grandes entreprises sont les principaux clients des agences de production audiovisuelle. En 2023, 69% des PME ont investi en publicité, d'après une étude Opinium et Amazon Ads. Près de 2 PME françaises 5 prévoient d'augmenter ou de maintenir leurs investissements publicitaires.

### Canaux utilisés pour la publicité



Source : Etude Opinium et Amazon Ads\_2024

Le renforcement de cette ligne budgétaire dans les contenus vidéo s'explique par la volonté de promouvoir leurs nouveaux produits et services et de renforcer leur image de marque. Les vidéos corporate, les spots publicitaires sont des outils de choix pour ces entreprises, particulièrement dans un contexte où la **vidéo devient un format dominant** sur les réseaux sociaux.

## INSTITUTIONS PUBLIQUES

Les collectivités locales, les ministères ou les offices de tourisme représentent également un segment de clientèle important.

Ces institutions font appel aux services d'agence de production pour créer des vidéos dans le but de communiquer avec les Français, promouvoir des initiatives publiques ou attirer des visiteurs. Leur attente se concentre particulièrement sur des **contenus informatifs et inspirants**.

## AGENCES ÉVÉNEMENTIELLES

Les agences événementielles et les agences de communication font aussi appel à des sociétés de production dans le cas où leurs moyens de production seraient limités. Ces agences ont besoin de vidéos pour couvrir des événements, créer des contenus promotionnels ou encore des teasers.



## PARTICULIERS

Certaines agences de production audiovisuelle ont fait le choix d'orienter leurs services pour les particuliers. La demande se porte généralement sur des vidéos de mariage, d'anniversaire ou d'autres événements privés, bien que cela représente une niche du marché.

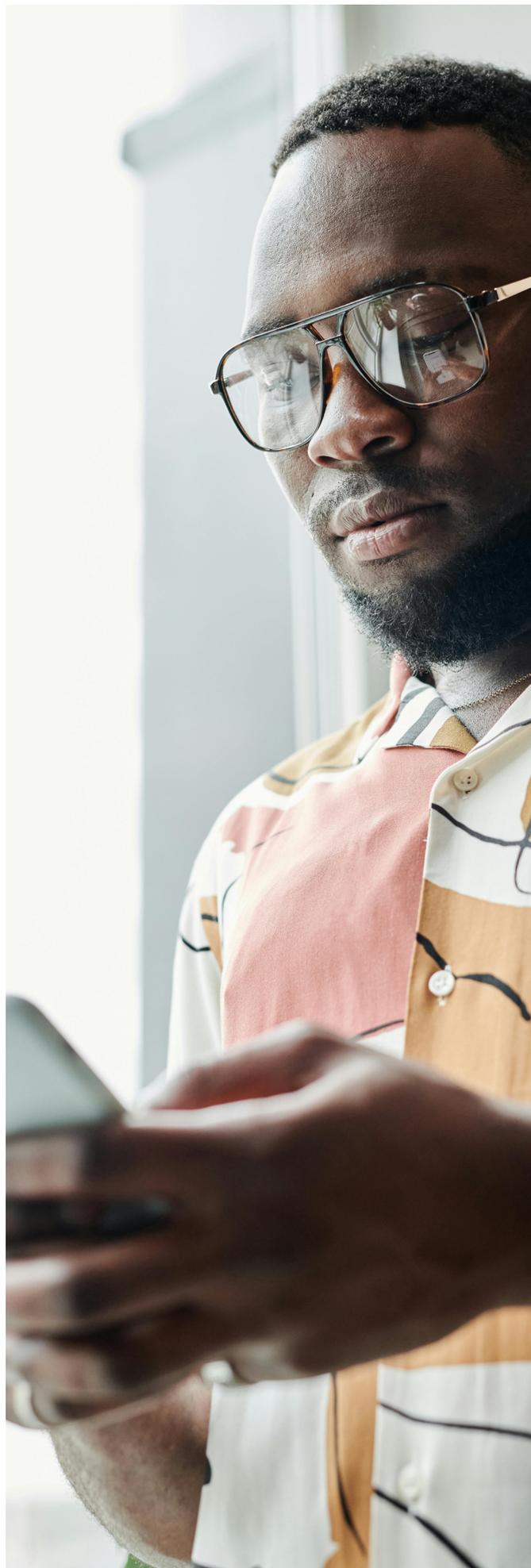
# L'analyse des canaux de distribution

**YouTube, Instagram, LinkedIn** et TikTok sont les réseaux sociaux stratégiques pour atteindre un public large et diversifié. Via ces réseaux sociaux, il est intéressant de mettre en avant son activité en **diffusant des contenus courts**, les coulisses de la production d'un projet ou des **extraits de réalisations** pour illustrer son savoir-faire.

Un site web professionnel est un canal majeur pour présenter les services, le portfolio et les actualités de l'agence. Par ailleurs, la collaboration avec des agences marketing, de communication ou d'événementiel peut constituer un levier important. **Mettre en place des co-productions**, par exemple, permet d'élargir sa portée en accédant aux réseaux et aux clients de ses partenaires.

D'autres pistes stratégiques peuvent développer l'activité :

- Proposer des **services de conseil** en matière de production audiovisuelle
- Organiser des **webinaires ou des démonstrations** en ligne pour présenter des tendances en production audiovisuelle



# Les tendances du marché de la production audiovisuelle

## LES GRANDES TENDANCES

Le marché de la production audiovisuelle est stimulé par la digitalisation et l'évolution des attentes des clients. Les formats courts, conçus pour captiver rapidement l'audience sur des plateformes comme TikTok et Instagram, sont devenus un standard incontournable. Cette tendance pousse les agences de l'audiovisuelle à **produire des vidéos percutantes et partageables**.

En parallèle, les nouvelles technologies comme l'IA, la réalité virtuelle et la réalité augmentée gagnent du terrain. Cela ouvre des perspectives inédites pour **créer des expériences immersives**. Le storytelling émotionnel est également une tendance qui émerge. Les entreprises cherchent à tisser des liens profonds avec leurs publics en intégrant des récits qui suscitent des émotions fortes, renforçant ainsi l'impact de leurs messages.

La demande de contenus à destination des plateformes de streaming explose. Les agences de production sont incitées à diversifier leurs offres et à répondre aux besoins d'un public de plus en plus tourné vers des **formats à la demande**. D'après le rapport de We are Social (2024), 35% des personnes âgées de 18 à 64 ans connectées en France paient chaque mois pour un service de streaming de films ou de télévision.

## LES PERSPECTIVE DE L'ACTIVITÉ

Le secteur de la production audiovisuelle est prometteur. Celui-ci est porté par l'essor des plateformes de streaming, des réseaux sociaux et des contenus digitaux interactifs.

Mais les agences de production audiovisuelle doivent faire face à la désintermédiation de la communication. On constate que de nombreuses entreprises et institutions communiquent directement avec leur public via les réseaux sociaux et les applications mobiles.

De nouveaux leviers sont alors à exploiter pour développer leur activité : la collaboration en réseau sur des projets, élargir la gamme de services (formats uniques, vidéos au drone, caméras à 360 degrés, productions audio narratives, formations, locations de matériel, etc.).



# Conclusion



La production audiovisuelle est un **marché dynamique**. Il génère des milliers d'emplois et stimule d'autres secteurs comme le tourisme, la communication et le marketing.

La structure du marché est **caractérisée par une grande hétérogénéité**, où cohabitent des grands groupes de production, des agences spécialisées et de nombreuses entreprises indépendantes. À l'échelle régionale, les agences de production audiovisuelle profitent d'une dynamique favorable, soutenue par l'**émergence de pôles créatifs**.

Le soutien des fonds régionaux et des subventions locales favorisent la production de projets innovants et des collaborations. Sur le territoire, une multitude de formats et de contenus est produite, allant des productions cinématographiques aux vidéos d'entreprise.

Mais les professionnels du secteur font face à plus défis. Ils doivent sans cesse se montrer plus innovants et créatifs pour faire face à la désintermédiation de la communication et à la **concurrence des agences de production audiovisuelle étrangères**. L'essor des technologies immersives exige également une adaptation continue des professionnels.

# N'attendez plus

## POUR VOUS LANCER !

Chez Propulse du Crédit Agricole, on a tous la fibre entrepreneuriale et on sait qu'entreprendre n'est pas un long fleuve tranquille! Avec cette étude de marché complète, nous souhaitons vous donner toutes les cartes en main pour lancer votre entreprise.

Vous avez besoin de plus d'accompagnement? Découvrez nos autres solutions :

### Un compte pro 100% en ligne

Tout ce dont vous avez besoin dans la même application, à partir de 8€ HT par mois et un service client en ligne 7j/7.

### Un outil de business plan

Un outil en ligne gratuit pour créer son business plan avec la possibilité de faire appel à un coach pour se faire aider.

### Des Guides gratuits

Plus de 100 Guides et des Études de marché sectorielles pour vous donner toutes les chances de réussir dans votre aventure entrepreneuriale.

### Des milliers d'articles

Plus de 1500 articles pour répondre à toutes les questions que vous vous posez sur l'entrepreneuriat (et à celles que vous ne vous posez pas encore).

### Des événements dans toute la France

Ateliers, webinaires, en physique ou en ligne, rencontrons nous pour partager nos expériences.

### Entreprendre avec Propulse

Un écosystème complet de services pour vous accompagner à chaque étape de votre projet.