



ANALYSE DE L'IMPACT DE LA CRISE DU COVID-19 SUR LES SECTEURS CULTURELS

Audiovisuel et Cinéma

mai 2020

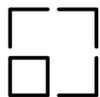
Département des études, de la prospective et des statistiques (DEPS)



REMARQUES RELATIVES À L'EXERCICE D'ANALYSE DE L'IMPACT DE LA CRISE DU COVID-19 SUR LES ACTEURS DES SECTEURS CULTURELS :

- i. Ce document présente une analyse de l'impact de la crise du COVID-19 sur l'activité des acteurs des secteurs culturels en France, tenant compte des informations à disposition et exploitables pour conduire cette analyse, en date du **22 mai 2020** ;
- ii. Cette analyse a été réalisée à partir de la consolidation et de l'exploitation de sources multiples de données dont notamment les résultats d'une enquête menée par le département des études, de la prospective et des statistiques du ministère de la culture auprès de plus de 7.800 acteurs des secteurs culturels, l'échange avec les organisations professionnelles, les travaux des directions métier du ministère de la culture, les données d'études à disposition (*i.e.* INSEE, Observatoire de l'égalité dans la culture, Pôle emploi et autres organismes partenaires des secteurs de la culture) ;
- iii. Les estimations issues de cette analyse sont présentées sous réserves de futures mises à jour, permettant de tenir compte des résultats des études complémentaires en cours, des observations des acteurs ou de leurs représentants, du perfectionnement des hypothèses de travail, notamment s'agissant de l'évolution des conditions de reprise d'activité eu égard à l'application des mesures sanitaires et de distanciation physique ;
- iv. L'évaluation conduite s'appuie sur le cadre de référence de la comptabilité nationale ;
- v. Elle porte sur les agrégats économiques et segments sectoriels définis en lien avec les directions métiers du ministère de la culture, incluant les secteurs économiques suivants : l'architecture, l'audiovisuel et le cinéma, l'enseignement culturel, le livre, la presse, la musique, le patrimoine, la publicité (activité des agences), la radio, le spectacle vivant (musical, théâtre et autres spécialités) ;
- vi. L'analyse de l'impact de la crise du COVID-19 sur l'activité des acteurs des secteurs culturels présentée dans ce document a pour objectif de se focaliser sur l'évolution des ressources des acteurs hors subventions et dotations publiques ;
- vii. Les effets de la crise du COVID-19 sur l'activité des acteurs des secteurs culturels sont attendus sur plusieurs années, fonction de nombreuses variables touchant à la fois l'offre et la demande de services, prestations et biens culturels. A ce stade, l'analyse conduite porte exclusivement sur l'exercice 2020 (période de strict confinement et sortie de confinement).
- viii. L'impact économique de la crise sur l'activité des acteurs des secteurs culturels est exprimée avec une double entrée : a) comparaison entre l'activité économique estimée pour l'année 2020 et les résultats d'activité observés en 2019 sur le même périmètre d'analyse d'une part, b) comparaison entre l'activité économique estimée pour l'année 2020 et l'activité attendue en 2020 d'autre part. L'activité attendue en 2020 a été réalisée à partir de la projection des tendances de croissance de l'activité des secteurs observées sur les dernières années (période prise en compte : 2 à 5 ans).

RAPPEL DES PRINCIPALES CARACTÉRISTIQUES DES SECTEURS DE LA CULTURE



CHIFFRES CLÉS DE L'ÉCONOMIE DE LA CULTURE

79 800
635 700
92 917
47 500
27%
12%

Nombre d'entreprises marchandes

Emplois occupés à titre principal

Chiffre d'affaires (m€ HT)

Valeur ajoutée (m€ HT)

Taux de marge

Part de chiffre d'affaires à l'export



AGENDA

1

DÉMARCHE D'ÉVALUATION ADOPTÉE

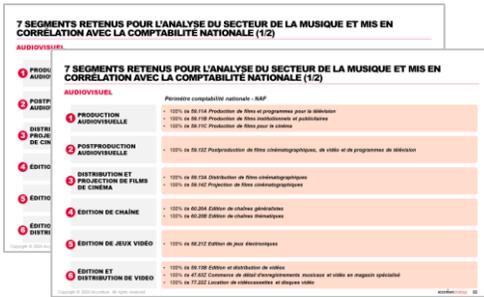
2

PRÉSENTATION DES RÉSULTATS D'IMPACT DU COVID-19 SUR LE
SECTEUR DE L'AUDIOVISUEL ET CINÉMA

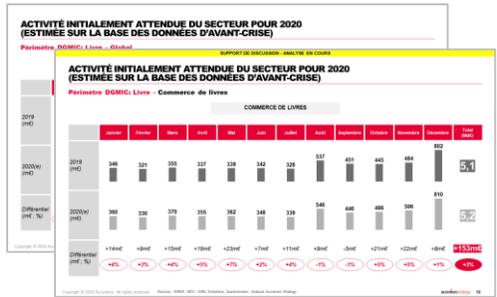
L'ÉVALUATION DE L'IMPACT DE LA CRISE DU COVID-19 A ÉTÉ CONSTRUITE SELON UN MODÈLE NORMÉ POUR CHAQUE SECTEUR CULTUREL ANALYSÉ

COMPOSITION

1 Définition des agrégats sectoriels à partir de la Comptabilité nationale



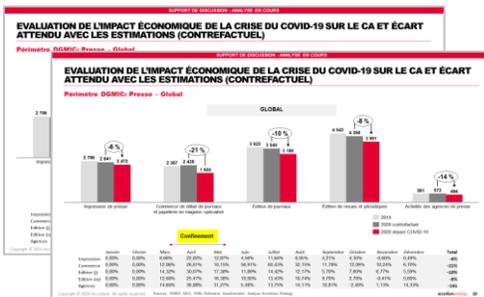
2 Etablissement d'un contrefactuel portant sur l'année 2020 (attendu sans crise)



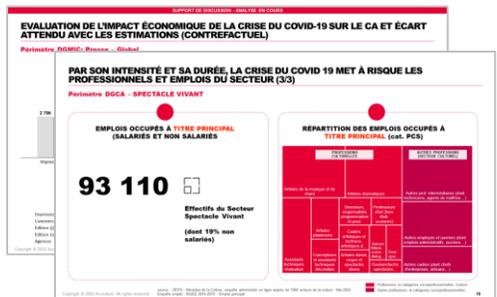
3 Identification d'hypothèses d'impact spécifiques et adaptées par secteur



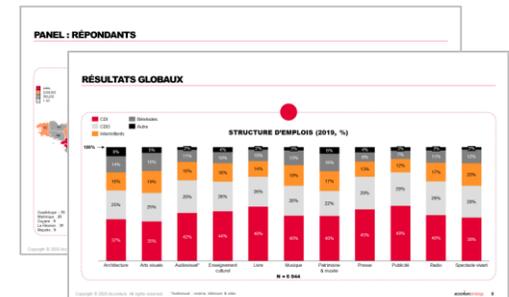
4 Evaluation de l'impact de la crise sur le CA et le VA de l'année 2020



5 Définition des implications sociales de la crise en termes d'emploi



6 Enquête menée auprès de plus de 7.800 acteurs des secteurs culturels



- Impact global sur le secteur sur l'année et en mensuel
- Impact CA par segment sur l'année et en mensuel

- Principales inquiétudes
- Recours aux mesures limitant l'impact de la crise

L'ÉVALUATION CONDUITE S'APPUIE SUR UNE DÉMARCHE STRUCTURÉE EN TROIS ÉTAPES, MOBILISANT PLUS DE 300 SOURCES DOCUMENTAIRES ET 7 800 ACTEURS SONDÉS

3 ÉTAPES

1

SEGMENTATION DE L'ACTIVITÉ DE CHAQUE SECTEUR ÉCONOMIQUE

The table shows a breakdown of economic activity into various sectors and sub-sectors. It includes columns for 'Repartition de CA des entreprises en 2017', 'Partie de marché des différents produits de distribution de l'exercice 2018', and 'Repartition de CA secteur de produit'. Rows list different economic activities like 'Commerce de détail', 'Commerce de gros', 'Industrie', etc., with associated percentages.

Modèle de segmentation

- Segmentation et détournage des activités économiques (postes et types de revenus)
- Basée sur plus de **300 sources documentaires** (études sectorielles, Xerfi, Statista, ...)

2

EVALUATION DE L'IMPACT EN TERMES DE CHIFFRE D'AFFAIRES SUR LA PÉRIODE DE CONFINEMENT STRICT

The table compares turnover levels during different periods of confinement. It has columns for '1. Exercice de niveau économique, indépendance CA = 700M', '2. Exercice de niveau (indépendance CA = 700M, données papier, hypothèse...)', and 'Grandes surfaces collaboratives (Pisc, Lactar, Culture)'. Rows show various economic indicators and their percentage changes.

Modèle d'évaluation d'impact

- Evaluation de l'impact en termes de CA en **période de confinement** menée à partir des **entretiens** conduits auprès d'une sélection de **7.800 entités**, des premières études publiques et de la définition de scénarios avec les directions métier

3

EVALUATION DE L'IMPACT À 3 MOMENTS DU POST CONFINEMENT (JUN, SEPTEMBRE, DÉCEMBRE)

The table shows monthly turnover calculations for different periods. It includes columns for 'Commerce de détail de l'exercice en régime normal', 'Commerce de détail de l'exercice en régime d'impact', and 'Commerce de détail de l'exercice en régime de reprise'. Rows list months from January to December with corresponding turnover values and percentages.

Modèle de calcul du mensuel

- Evaluation de l'impact en termes de CA sur la **période estivale** (juin), la **rentrée** (septembre) et la **fin de l'année** (décembre)
- Prise en compte du **niveau** et de la **durée de reprise** variant entre les secteurs
- Projection modélisée du niveau d'impact mensuel

LES HYPOTHÈSES D'IMPACT ONT ÉTÉ DÉFINIES À PARTIR D'UN SCÉNARIO D'ÉVOLUTION TENANT COMPTE DES PRINCIPALES CARACTÉRISTIQUES SUIVANTES

SCÉNARIO CHOISI POUR L'ÉVALUATION

Principales caractéristiques du scénario



Pas de reconfinement envisagé jusqu'à la fin de l'année 2020



Maintien de mesures sanitaires strictes dans les espaces publics et les commerces jusqu'à la fin de l'été



Limitation des événements impliquant le rassemblement d'un grand nombre de personnes jusqu'à la fin de l'année

Éléments structurants de méthode

- L'analyse chiffrée conduite porte exclusivement sur **l'exercice 2020** (période de strict confinement et sortie de confinement)
- Les données d'activité sont exprimées en **chiffres d'affaires brut HT**, hors subventions et dotations publiques
- Les données d'activité par secteur **somment les chiffres d'affaires des entreprises** (correspondant à différentes étapes de la chaîne de valeur) **enregistrées sous les intitulés NAF dédiés**. Cette somme en valeur absolue ne correspond donc pas au montant du marché du livre et de la musique enregistrée par exemple habituellement exprimé.
- Le secteur audiovisuel tient compte de la contribution à l'audiovisuel public (ressources d'activité)
- L'analyse sociale de la crise est basée sur l'étude de référence de l'INSEE (enquête emploi) portant sur les **emplois occupés à titre principal**



L'ANALYSE DE L'IMPACT DE CES SECTEURS A PERMIS D'IDENTIFIER 4 CAS DE FIGURE QUI SE DIFFÉRENCIENT SELON 3 DIMENSIONS : LE DÉBUT DE L'IMPACT RESENTI SUR L'ACTIVITÉ, L'INTENSITÉ DE L'IMPACT, ET LA DURÉE DE REPRISE DE L'ACTIVITÉ

4 CAS DE FIGURE

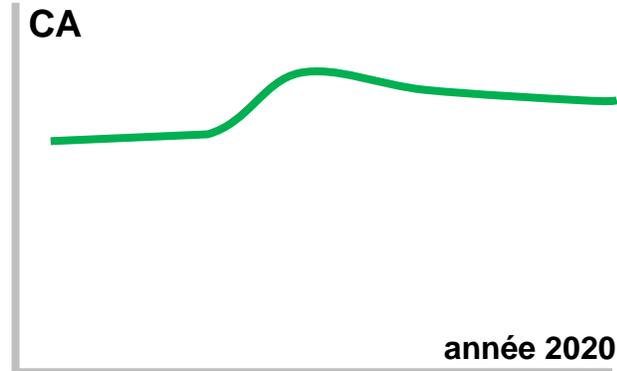
1

Impact faible ou positif de la crise du COVID-19 en termes d'activité (chiffre d'affaires)

Secteurs concernés :

- Jeux vidéo
- Plateforme de streaming

Illustration



Non exhaustif

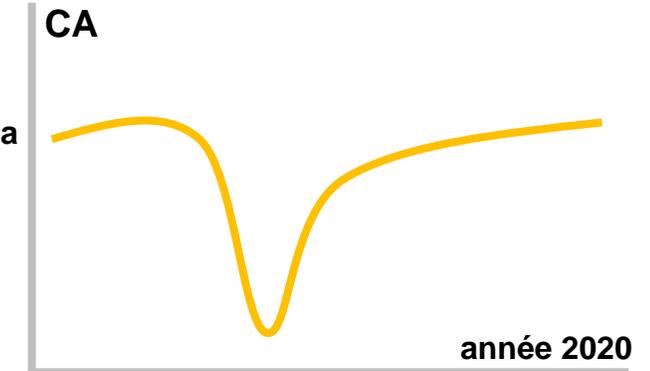
2

Impact significatif de la crise du COVID-19 en termes d'activité, observé dès le début de la période de confinement, retour proche de la normale attendu d'ici la fin de l'année

Secteurs concernés :

- Livre, Presse, Radio, Audiov./Ciné
- Musique enregistrée (hors édition musicale et streaming)
- Agences de publicité
- Photographie, mode et design
- Vente aux enchères

Illustration



Non exhaustif

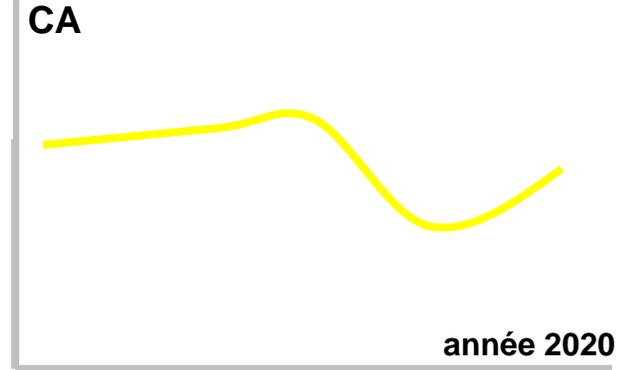
3

Impact de la crise du COVID-19 en décalage par rapport au début de la période de confinement et dont les effets sont attendus sur la durée

Secteurs concernés :

- Edition musicale
- Opérations archéologiques
- Architecture

Illustration



Non exhaustif

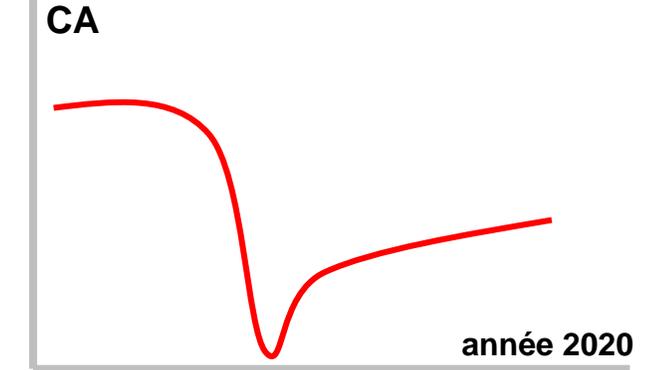
4

Impact significatif de la crise du COVID-19 en termes d'activité, observé dès le début de la période de confinement, et reprise lente de l'activité

Secteurs concernés :

- Spectacle vivant
- Musée, MH, guides
- Galerie, création artistique relevant des arts plastiques
- Restauration du patrimoine
- Cinéma

Illustration



Non exhaustif



AGENDA

1

RAPPEL DE LA DÉMARCHE D'ÉVALUATION ADOPTÉE

2

PRÉSENTATION DES RÉSULTATS D'IMPACT DU COVID-19 SUR LE
SECTEUR AUDIOVISUEL ET CINÉMA

AUDIOVISUEL ET CINÉMA



7 SEGMENTS RETENUS POUR L'ANALYSE DU SECTEUR DE L'AUDIOVISUEL ET MIS EN CORRÉLATION AVEC LA COMPTABILITÉ NATIONALE (1/2)

SECTEUR DE L'AUDIOVISUEL (TÉLÉVISION, RADIO, VIDÉO) ET CINEMA

Périmètre comptabilité nationale - NAF

1 PRODUCTION AUDIOVISUELLE ET CINÉMATOGRAPHIQUE

- 100% de **59.11A Production de films et programmes pour la télévision**
- 100% de **59.11B Production de films institutionnels et publicitaires**
- 100% de **59.11C Production de films pour le cinéma**

2 POSTPRODUCTION AUDIOVISUELLE ET CINÉMATOGRAPHIQUE

- 100% de **59.12Z Postproduction de films cinématographiques, de vidéo et de programmes de télévision**

3 DISTRIBUTION ET PROJECTION DE FILMS

- 100% de **59.13A Distribution de films cinématographiques**
- 100% de **59.14Z Projection de films cinématographiques**

4 ÉDITION DE CHAÎNE TV

- 100% de **60.20A Edition de chaînes généralistes**
- 100% de **60.20B Edition de chaînes thématiques**

5 ÉDITION ET DIFFUSION DE PROGRAMMES RADIO

- 100% de **60.10Z Edition et diffusion de programmes radio**

6 ÉDITION ET DISTRIBUTION DE VIDEO

- 100% de **59.13B Edition et distribution de vidéos**
- 100% de **47.63Z Commerce de détail d'enregistrements musicaux et vidéo en magasin spécialisé**
- 100% de **77.22Z Location de vidéocassettes et disques vidéo**

7 SEGMENTS RETENUS POUR L'ANALYSE DU SECTEUR DE L'AUDIOVISUEL ET MIS EN CORRÉLATION AVEC LA COMPTABILITÉ NATIONALE (2/2)

SECTEUR DE L'AUDIOVISUEL (TÉLÉVISION, RADIO, VIDÉO) ET CINÉMA

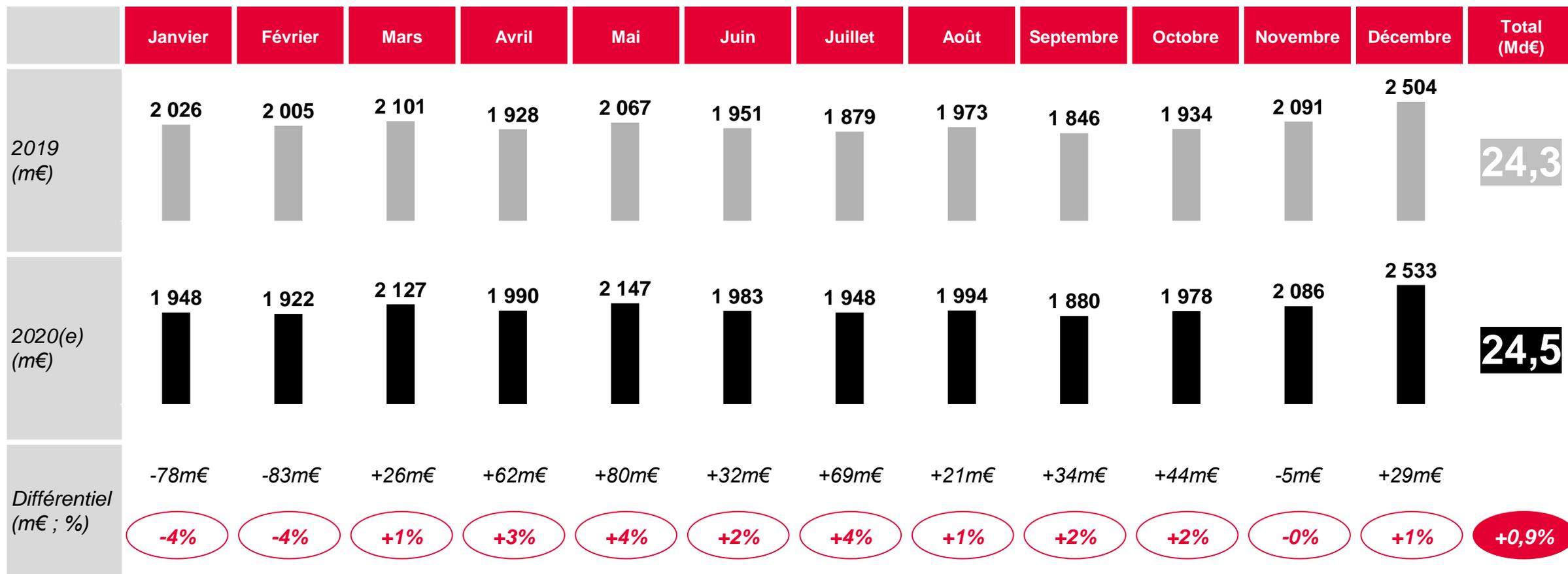
Périmètre comptabilité nationale - NAF

7 AGENCES DE PRESSE AUDIOVISUELLES

- 15% de **63.91Z Activités des agences de presse** : clef définie à partir de la répartition entre le secteur presse et le secteur audiovisuel.
Source : CNC

ACTIVITÉ INITIALEMENT ATTENDUE DU SECTEUR POUR 2020 (ESTIMÉE SUR LA BASE DES DONNÉES D'AVANT-CRISE)

SECTEUR DE L'AUDIOVISUEL (TÉLÉVISION, RADIO, VIDÉO) ET CINÉMA

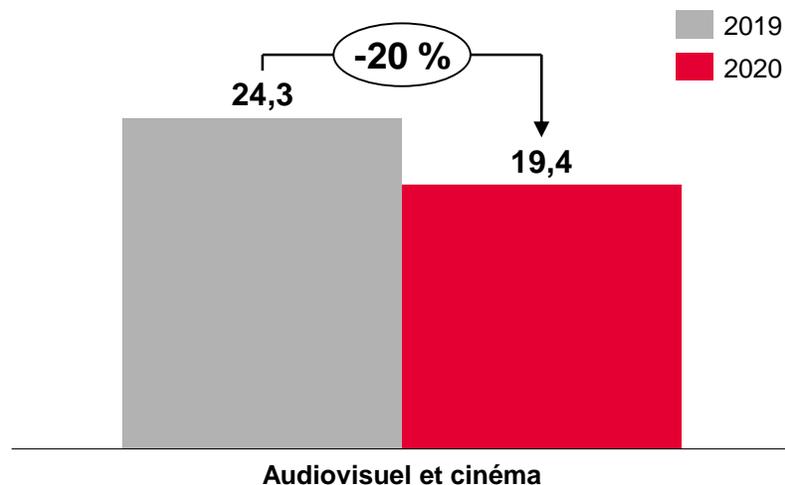


Remarque : Les données d'activité par secteur **somment les chiffres d'affaires des entreprises** (correspondant à différentes étapes de la chaîne de valeur) **enregistrées sous les intitulés NAF dédiés.**

EN 2020, LA BAISSÉ D'ACTIVITÉ EST ESTIMÉE À PRÈS DE 20% DU CHIFFRE D'AFFAIRES DES ACTEURS DE L'AUDIOVISUEL ET DU CINÉMA, SOIT UNE PERTE D'ACTIVITÉ DE -4,9 Md€

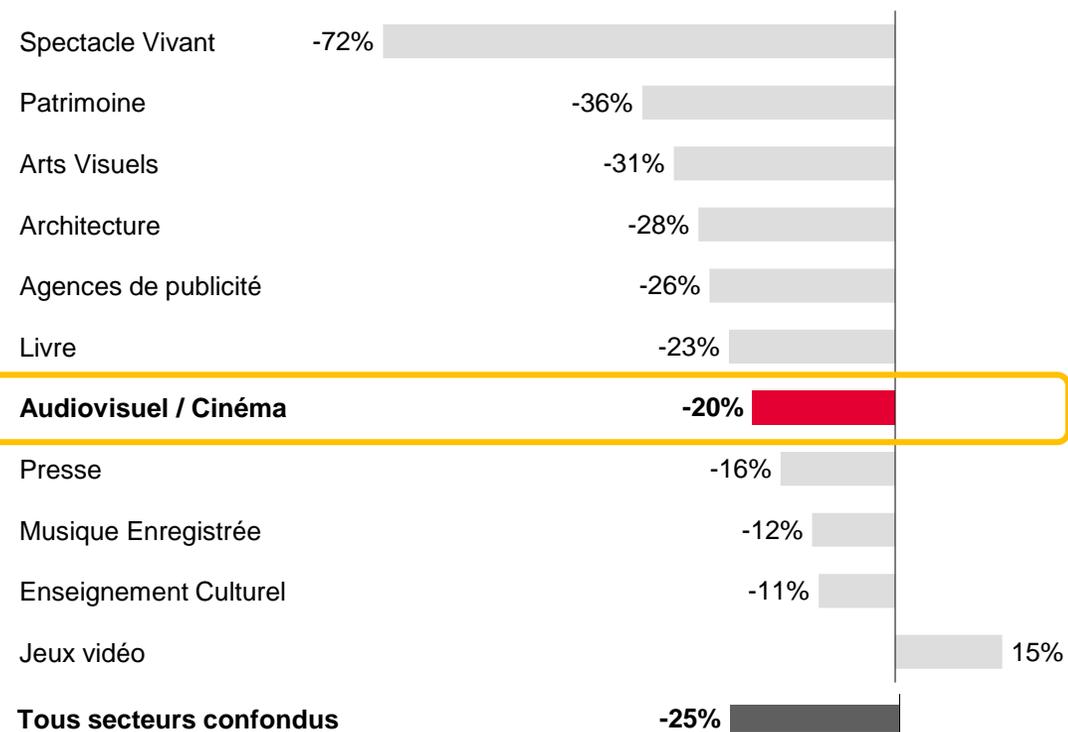
SECTEUR DE L'AUDIOVISUEL (TÉLÉVISION, RADIO, VIDÉO) ET CINÉMA

ESTIMATION DE L'IMPACT DE LA CRISE SUR LE CHIFFRE D'AFFAIRES EN 2020 (Md€)



**-4,9 Md€ de CA sur 2020
soit -20% vs. 2019**

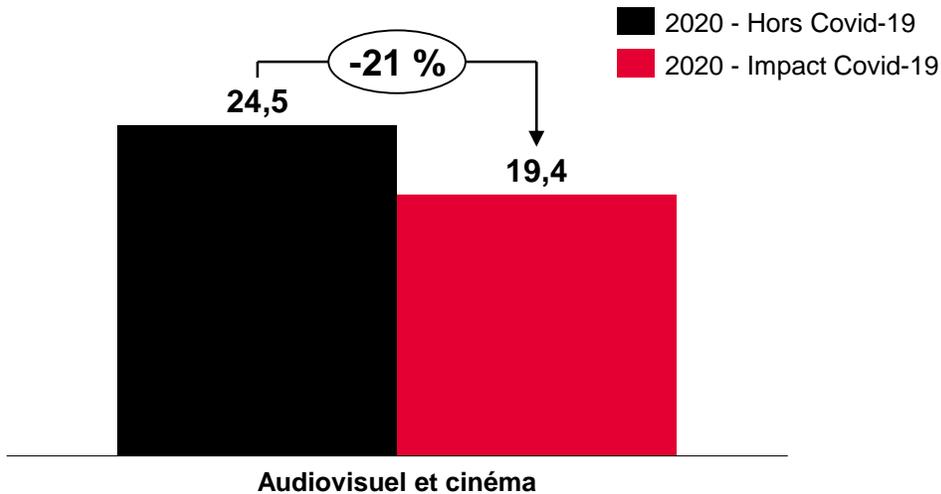
IMPACT MOYEN ATTENDU EN 2020 TOUS SECTEURS CULTURELS (% , 2020)



SI L'ON COMPARE L'ANNÉE 2020 AVEC COVID-19 À L'ANNÉE 2020 EN CONTREFACTUEL SANS COVID-19, LA BAISSÉ D'ACTIVITÉ EST ALORS ESTIMÉE À PRÈS DE 21% DU CHIFFRE D'AFFAIRES POUR LE SECTEUR L'AUDIOVISUEL ET DU CINÉMA, SOIT UNE PERTE D'ACTIVITÉ DE 5,1 Md€

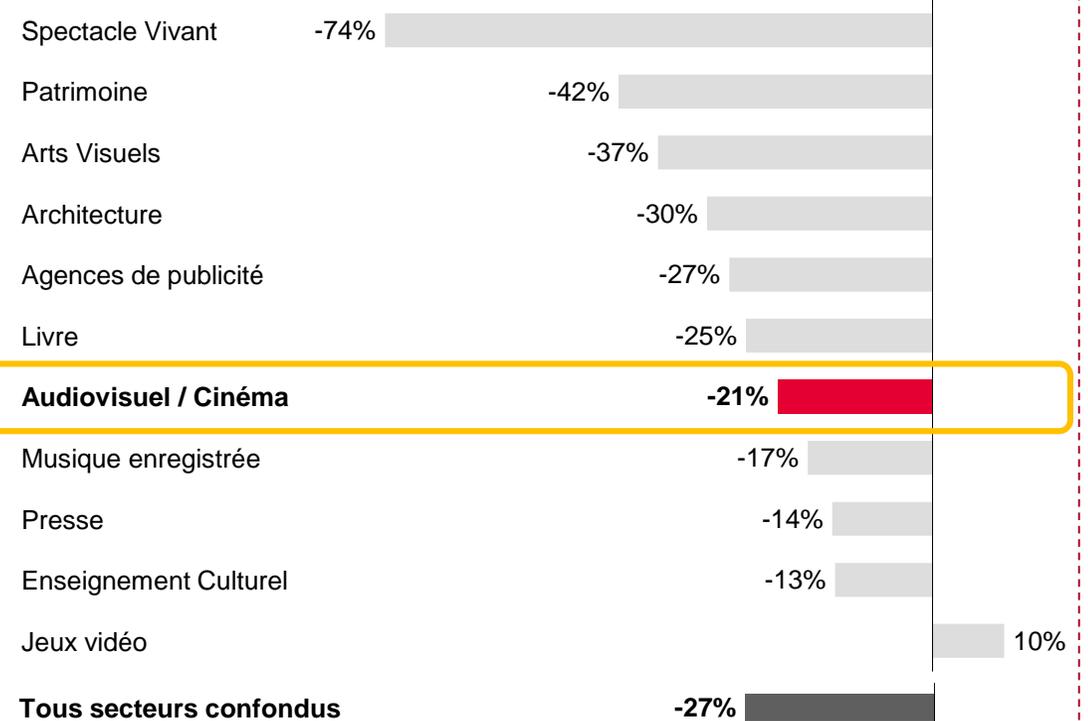
SECTEUR DE L'AUDIOVISUEL (TÉLÉVISION, RADIO, VIDÉO) ET CINÉMA

ESTIMATION DE L'IMPACT DE LA CRISE SUR LE CHIFFRE D'AFFAIRES EN 2020 (Md€)



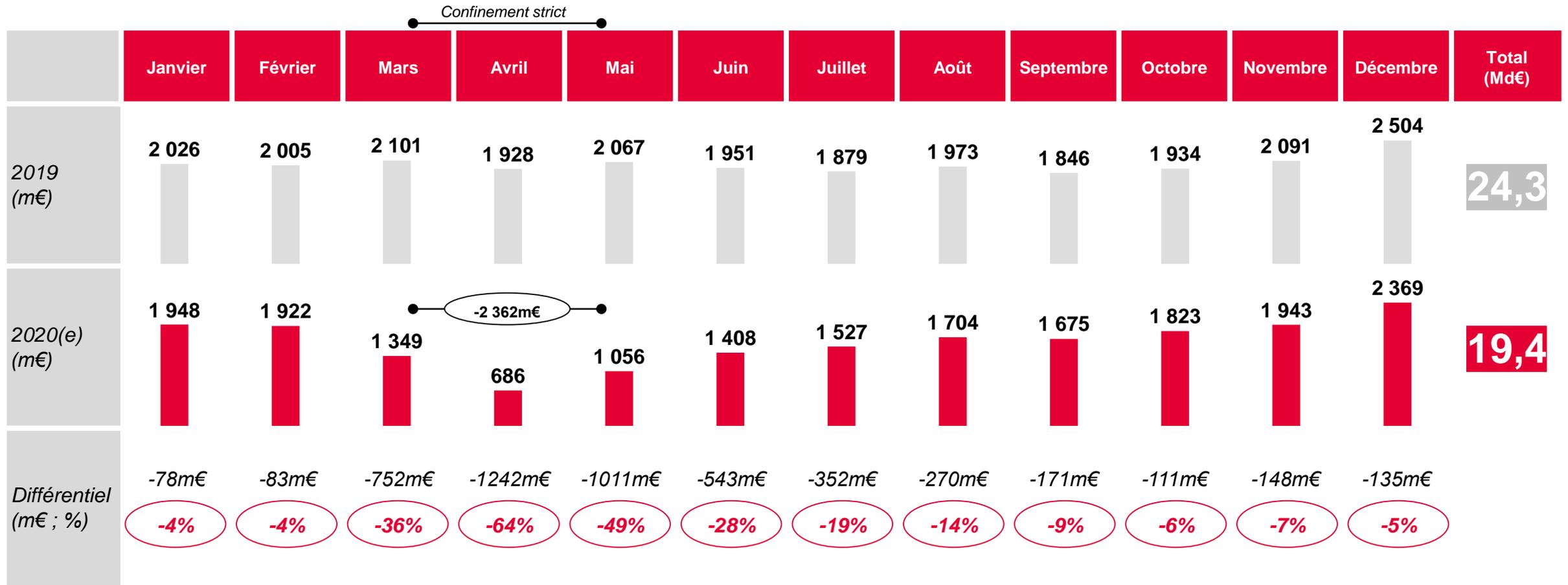
**-5,1 Md€ de CA sur 2020
soit -21% vs. 2020 contr.**

IMPACT MOYEN ATTENDU EN 2020 TOUS SECTEURS CULTURELS (% , 2020)



CETTE BAISSÉ D'ACTIVITÉ LIÉE À LA CRISE DU COVID-19 EST PARTICULIÈREMENT SIGNIFICATIVE DE MARS À AOÛT, ATTEIGNANT JUSQU'À -64% EN AVRIL 2020

SECTEUR DE L'AUDIOVISUEL (TÉLÉVISION, RADIO, VIDÉO) ET CINÉMA



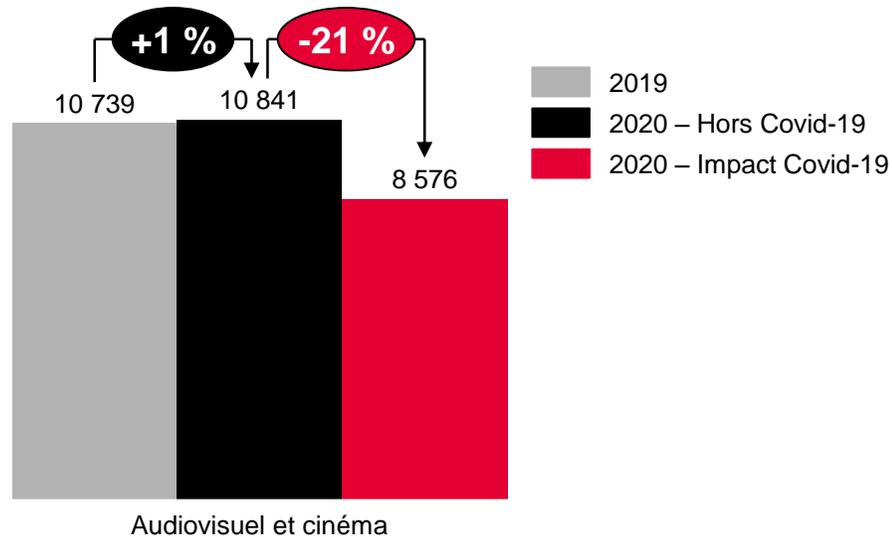
Remarque : Les données d'activité par secteur somment les chiffres d'affaires des entreprises (correspondant à différentes étapes de la chaîne de valeur) enregistrées sous les intitulés NAF dédiés.

— — -4,8 Md€ soit **-20%**

CET IMPACT SUR L'ACTIVITÉ IMPLIQUE UNE PERTE DE 2,3 Md€ POUR LE SECTEUR DE L'AUDIOVISUEL ET DU CINÉMA EN TERMES DE VALEUR AJOUTÉE PAR RAPPORT À 2020 CONTREFACTUEL CE QUI REPRÉSENTE 24% DE LA PERTE TOTAL DE L'ENSEMBLE DES SECTEURS

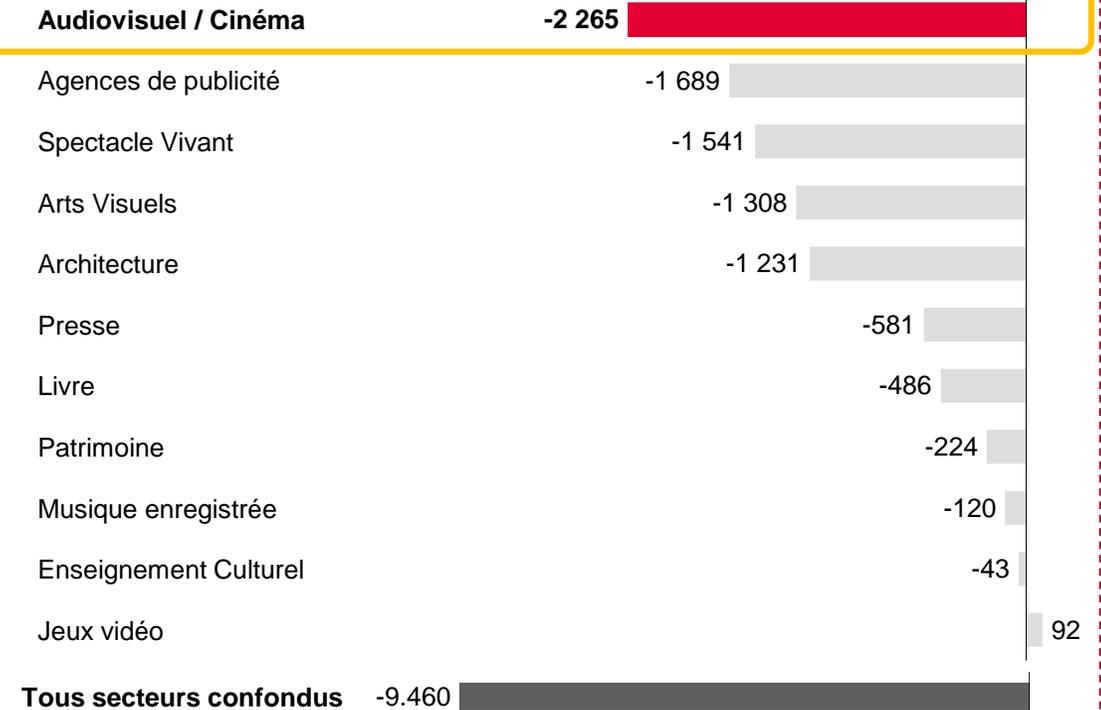
SECTEUR DE L'AUDIOVISUEL (TÉLÉVISION, RADIO, VIDÉO) ET CINÉMA

VALEUR AJOUTÉE (m€)



**-2,3 Md€ de VA sur 2020
soit -21% vs. 2020 contr.**

PERTE EN VALEUR AJOUTÉE PAR RAPPORT AU CONTREFACTUEL 2020 (EN m€)

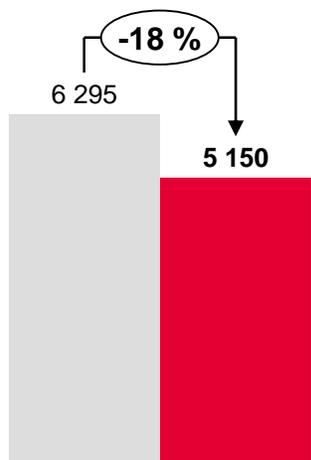


CETTE BAISSSE TOUCHE TOUS LES SEGMENTS ANALYSÉS AVEC UNE AMPLITUDE AIGUE POUR LA DISTRIBUTION ET PROJECTION DE FILMS (1/4)

SECTEUR DE L'AUDIOVISUEL (TÉLÉVISION, RADIO, VIDÉO) ET CINEMA

2019 2020

A PRODUCTION AUDIOVISUELLE ET CINÉMATOGRAPHIQUE



Perte totale d'activité en 2020

-1 145m€

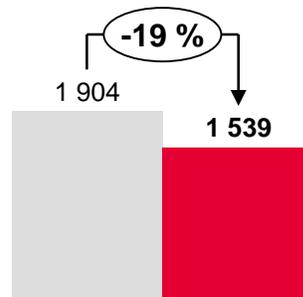
Perte d'activité sur la période 17 mars - 11 mai 2020

-836m€

Perte d'activité en période de confinement / Perte d'activité attendue en 2020

73%

B POSTPRODUCTION AUDIOVISUELLE ET CINÉMATOGRAPHIQUE



Perte totale d'activité en 2020

-365m€

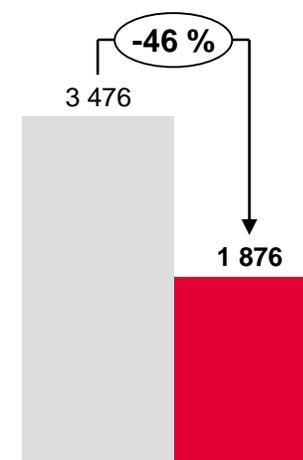
Perte d'activité sur la période 17 mars - 11 mai 2020

-245m€

Perte d'activité en période de confinement / Perte d'activité attendue en 2020

67%

C DISTRIBUTION ET PROJECTION DE FILMS



Perte totale d'activité en 2020

-1 600m€

Perte d'activité sur la période 17 mars - 11 mai 2020

-544m€

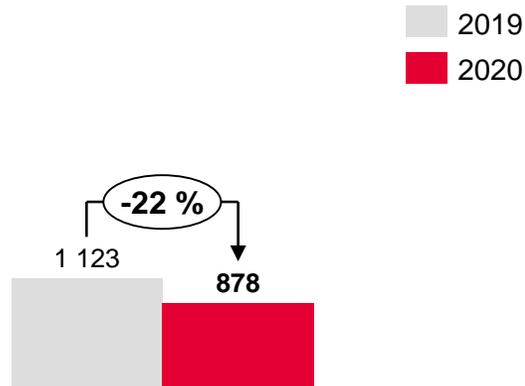
Ratio: perte d'activité en période de confinement / Perte d'activité attendue en 2020

34%

CETTE BAISSÉ TOUCHE TOUS LES SEGMENTS ANALYSÉS AVEC UNE AMPLITUDE AIGUE POUR LA DISTRIBUTION ET PROJECTION DE FILMS (2/4)

SECTEUR DE L'AUDIOVISUEL (TÉLÉVISION, RADIO, VIDÉO) ET CINEMA

D ÉDITION ET DISTRIBUTION DE VIDEO



Perte totale d'activité en 2020

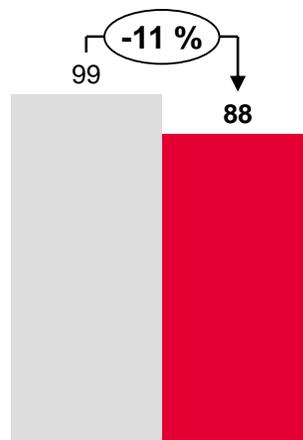
-245m€

Perte d'activité sur la période 17 mars - 11 mai 2020

-142m€

Ratio: perte d'activité en période de confinement / Perte d'activité attendue en 2020 **58%**

E AGENCES DE PRESSE AUDIOVISUELLES



Perte totale d'activité en 2020

-11m€

Perte d'activité sur la période 17 mars - 11 mai 2020

-4m€

Perte d'activité en période de confinement / Perte d'activité attendue en 2020 **33%**

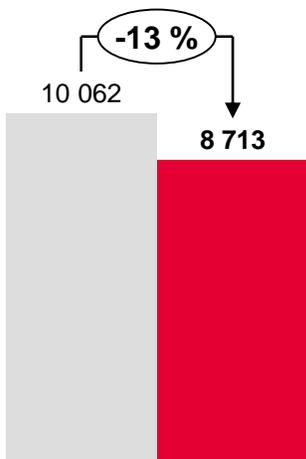
CETTE BAISSSE TOUCHE TOUS LES SEGMENTS ANALYSÉS AVEC UNE AMPLITUDE AIGUE POUR LA DISTRIBUTION ET PROJECTION DE FILMS (3/4)

SECTEUR DE L'AUDIOVISUEL (TÉLÉVISION, RADIO, VIDÉO) ET CINEMA

Sans la Contribution à l'audiovisuel public

F

ÉDITION DE CHAÎNE TV



Perte totale d'activité en 2020

-1 350m€

Perte d'activité sur la période 17 mars - 11 mai 2020

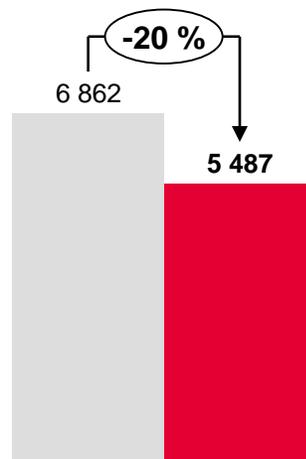
-524m€

Perte d'activité en période de confinement / Perte d'activité attendue en 2020

39%

G

ÉDITION DE CHAÎNE TV



Perte totale d'activité en 2020

-1 350m€

Perte d'activité sur la période 17 mars - 11 mai 2020

-524m€

Perte d'activité en période de confinement / Perte d'activité attendue en 2020

39%

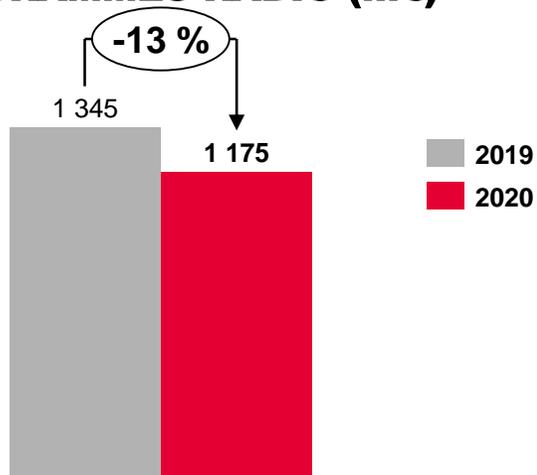
CETTE BAISSSE TOUCHE TOUS LES SEGMENTS ANALYSÉS AVEC UNE AMPLITUDE AIGUE POUR LA DISTRIBUTION ET PROJECTION DE FILMS (4/4)

SECTEUR DE L'AUDIOVISUEL (TÉLÉVISION, RADIO, VIDÉO) ET CINEMA

Radios privées sans Radio France

H

EDITION ET DIFFUSION DE PROGRAMMES RADIO (m€)



Perte totale d'activité en 2020

-174m€

Perte d'activité sur la période 17 mars - 11 mai 2020

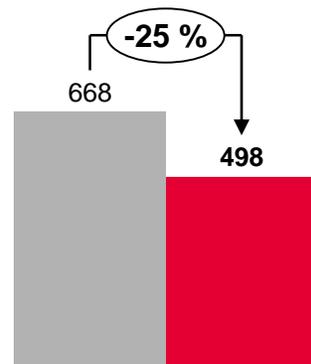
-69m€

Perte d'activité en période de confinement / Perte d'activité attendue en 2020

40%

I

EDITION ET DIFFUSION DE PROGRAMMES RADIO (m€)



Perte totale d'activité en 2020

-174m€

Perte d'activité sur la période 17 mars - 11 mai 2020

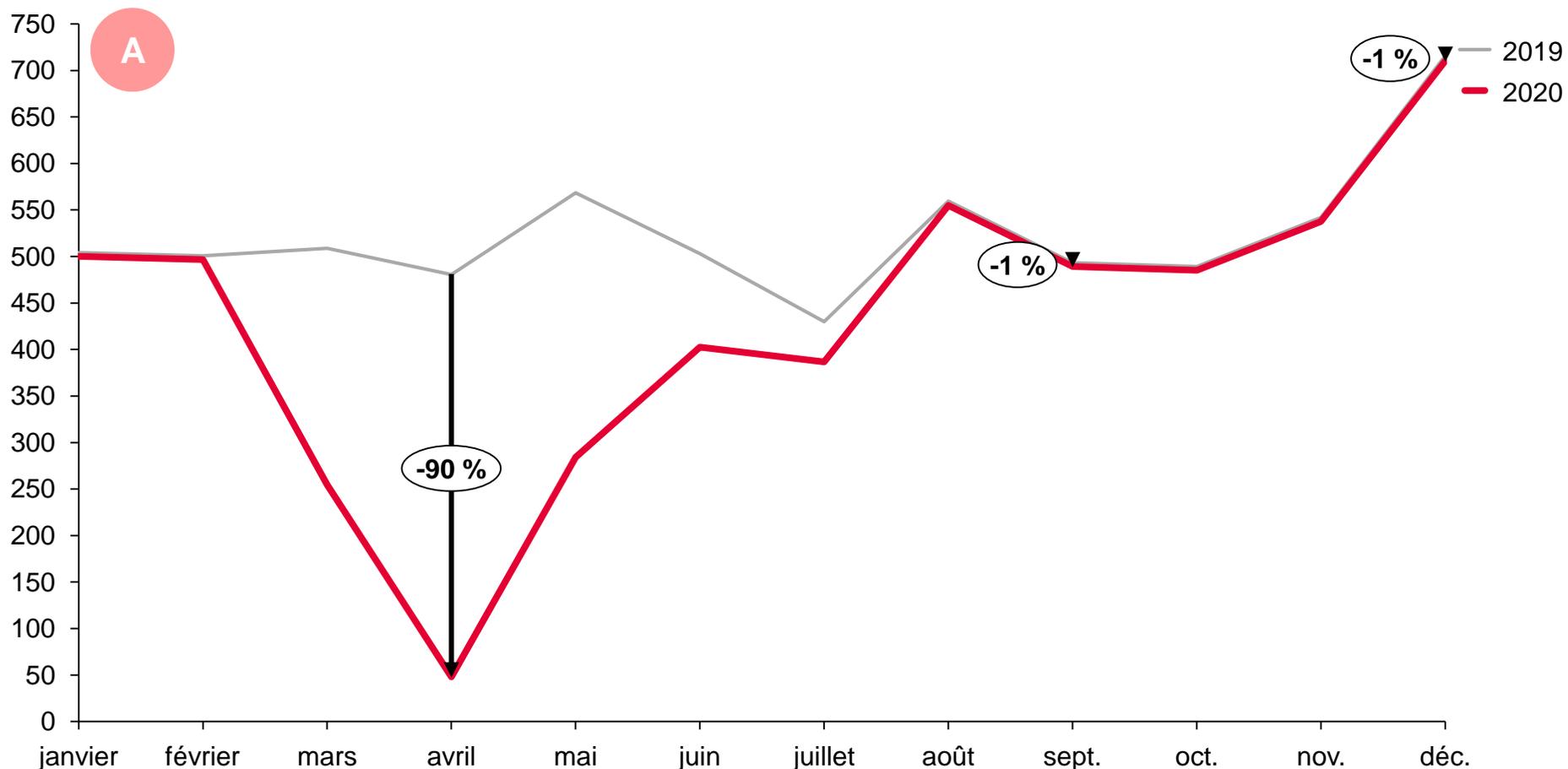
-69m€

Perte d'activité en période de confinement / Perte d'activité attendue en 2020

39%

ÉVOLUTION MENSUELLE DU CHIFFRE D'AFFAIRES DE LA PRODUCTION AUDIOVISUELLE ET CINÉMATOGRAPHIQUE ATTENDUE POUR L'ANNÉE 2020 PAR RAPPORT À 2019 TENANT COMPTE DES EFFETS DE LA CRISE DU COVID-19

PRODUCTION AUDIOVISUELLE ET CINÉMATOGRAPHIQUE - EVOLUTION DU CA (EN M€) ANNÉE 2019 ET 2020E



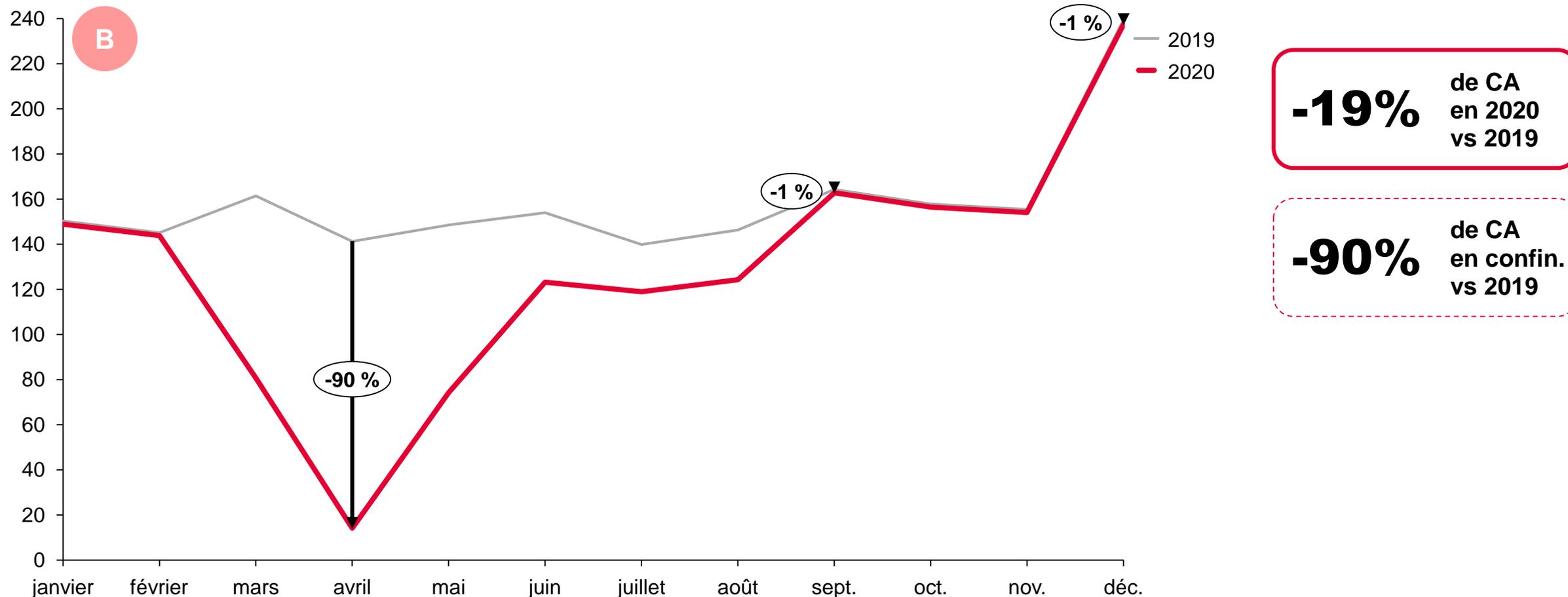
-18% de CA en 2020 vs 2019

-90% de CA en confin. vs 2019

Remarque : Les niveaux d'impact s'appuient sur des hypothèses définies à partir des entretiens avec les DG et groupements professionnels, des études publiques et de l'enquête

ÉVOLUTION MENSUELLE DU CHIFFRE D'AFFAIRES DE LA POSTPRODUCTION AUDIOVISUELLE ET CINÉMATOGRAPHIQUE ATTENDUE POUR L'ANNÉE 2020 PAR RAPPORT À 2019 TENANT COMPTE DES EFFETS DE LA CRISE DU COVID-19

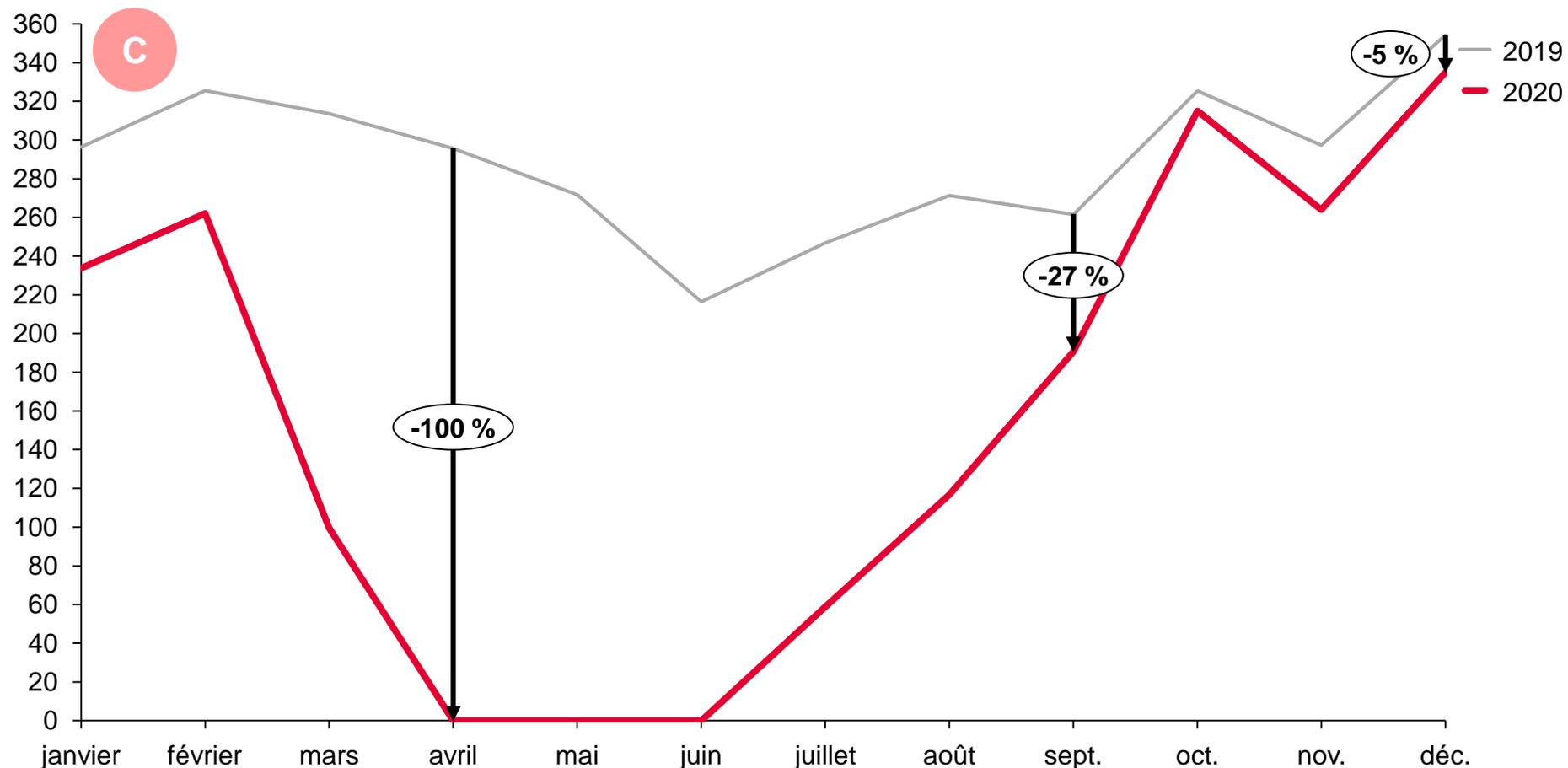
POSTPRODUCTION AUDIOVISUELLE ET CINÉMATOGRAPHIQUE - EVOLUTION DU CA (EN M€) ANNÉE 2019 ET 2020E



Remarque : Les niveaux d'impact s'appuient sur des hypothèses définies à partir des entretiens avec les DG et groupements professionnels, des études publiques et de l'enquête

ÉVOLUTION MENSUELLE DU CHIFFRE D'AFFAIRES DE LA DISTRIBUTION ET PROJECTION DE FILMS ATTENDUE POUR L'ANNÉE 2020 PAR RAPPORT À 2019 TENANT COMPTE DES EFFETS DE LA CRISE DU COVID-19

DISTRIBUTION ET PROJECTION DE FILMS - EVOLUTION DU CA (EN M€) ANNÉE 2019 ET 2020E



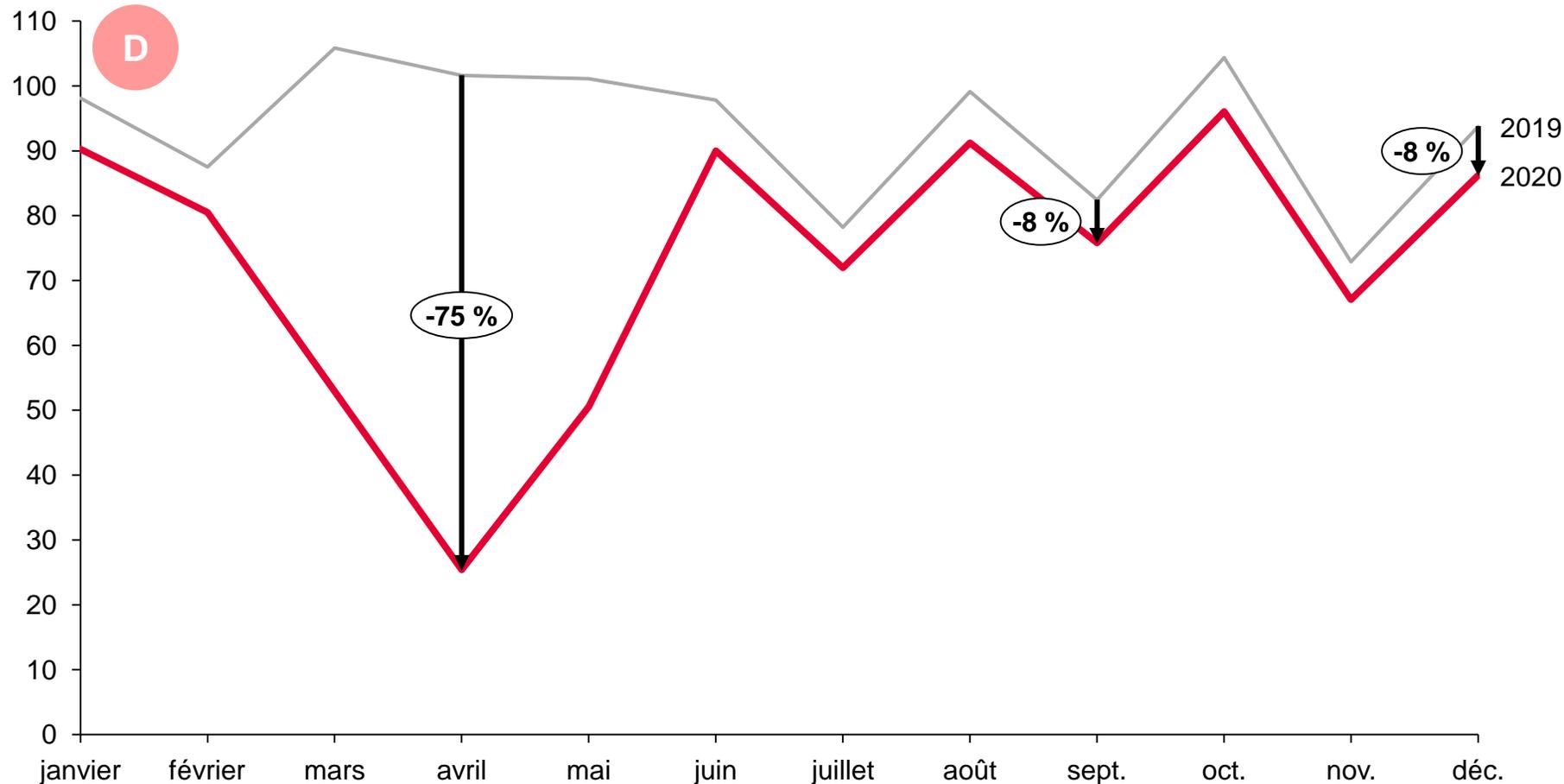
-46% de CA en 2020 vs 2019

-100% de CA en confin. vs 2019

Remarque : Les niveaux d'impact s'appuient sur des hypothèses définies à partir des entretiens avec les DG et groupements professionnels, des études publiques et de l'enquête

ÉVOLUTION MENSUELLE DU CHIFFRE D'AFFAIRES DE L'ÉDITION ET DISTRIBUTION DE VIDEO ATTENDUE POUR L'ANNÉE 2020 PAR RAPPORT À 2019 TENANT COMPTE DES EFFETS DE LA CRISE DU COVID-19

ÉDITION ET DISTRIBUTION DE VIDEO - EVOLUTION DU CA (EN M€) ANNÉE 2019 ET 2020E



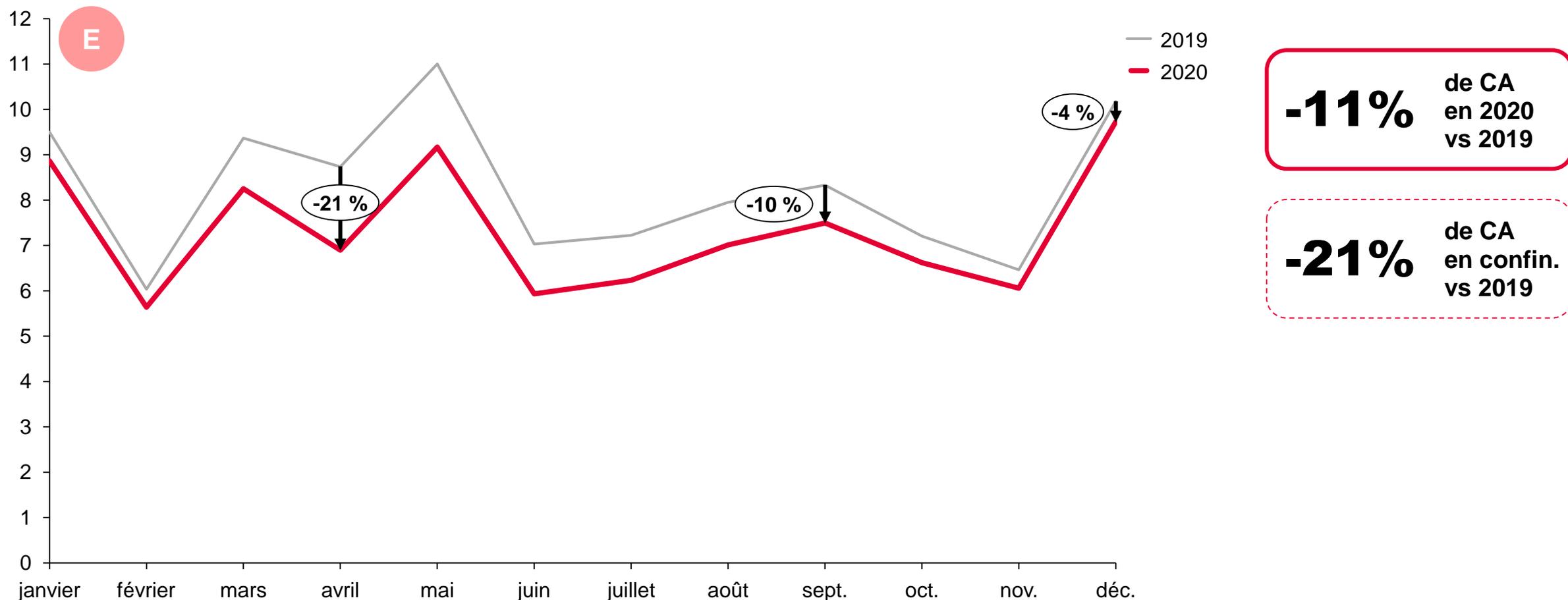
-22% de CA en 2020 vs 2019

-75% de CA en confin. vs 2019

Remarque : Les niveaux d'impact s'appuient sur des hypothèses définies à partir des entretiens avec les DG et groupements professionnels, des études publiques et de l'enquête

ÉVOLUTION MENSUELLE DU CHIFFRE D'AFFAIRES DES AGENCES DE PRESSE AUDIOVISUELLES ATTENDUE POUR L'ANNÉE 2020 PAR RAPPORT À 2019 TENANT COMPTE DES EFFETS DE LA CRISE DU COVID-19

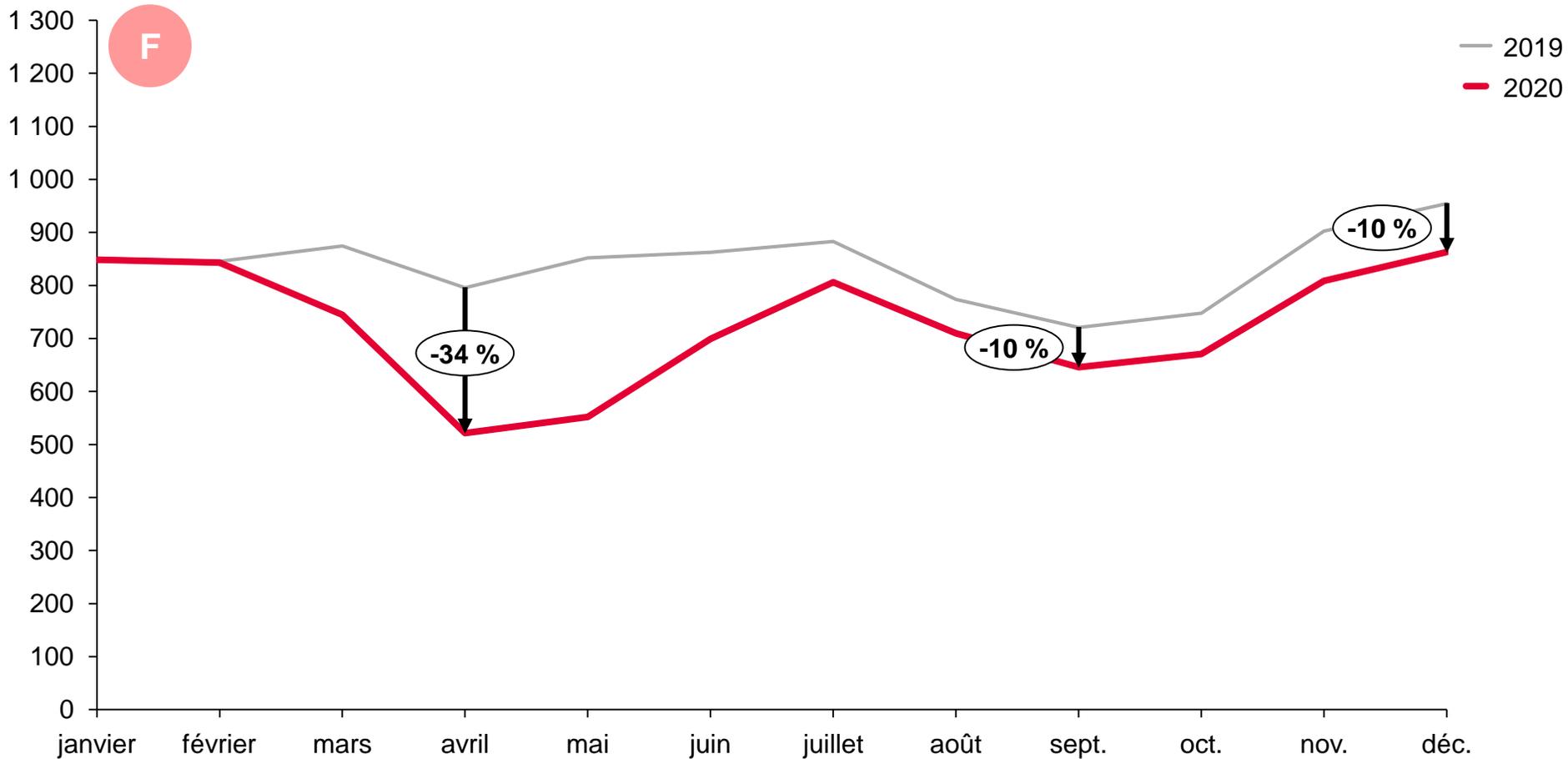
AGENCES DE PRESSE AUDIOVISUELLES - EVOLUTION DU CA (EN M€) ANNÉE 2019 ET 2020E



Remarque : Les niveaux d'impact s'appuient sur des hypothèses définies à partir des entretiens avec les DG et groupements professionnels, des études publiques et de l'enquête

ÉVOLUTION MENSUELLE DU CHIFFRE D'AFFAIRES DE L'ÉDITION DE CHAÎNE TV ATTENDUE POUR L'ANNÉE 2020 PAR RAPPORT À 2019 TENANT COMPTE DES EFFETS DE LA CRISE DU COVID-19

ÉDITION DE CHAÎNE TV - EVOLUTION DU CA (EN M€) ANNÉE 2019 ET 2020E



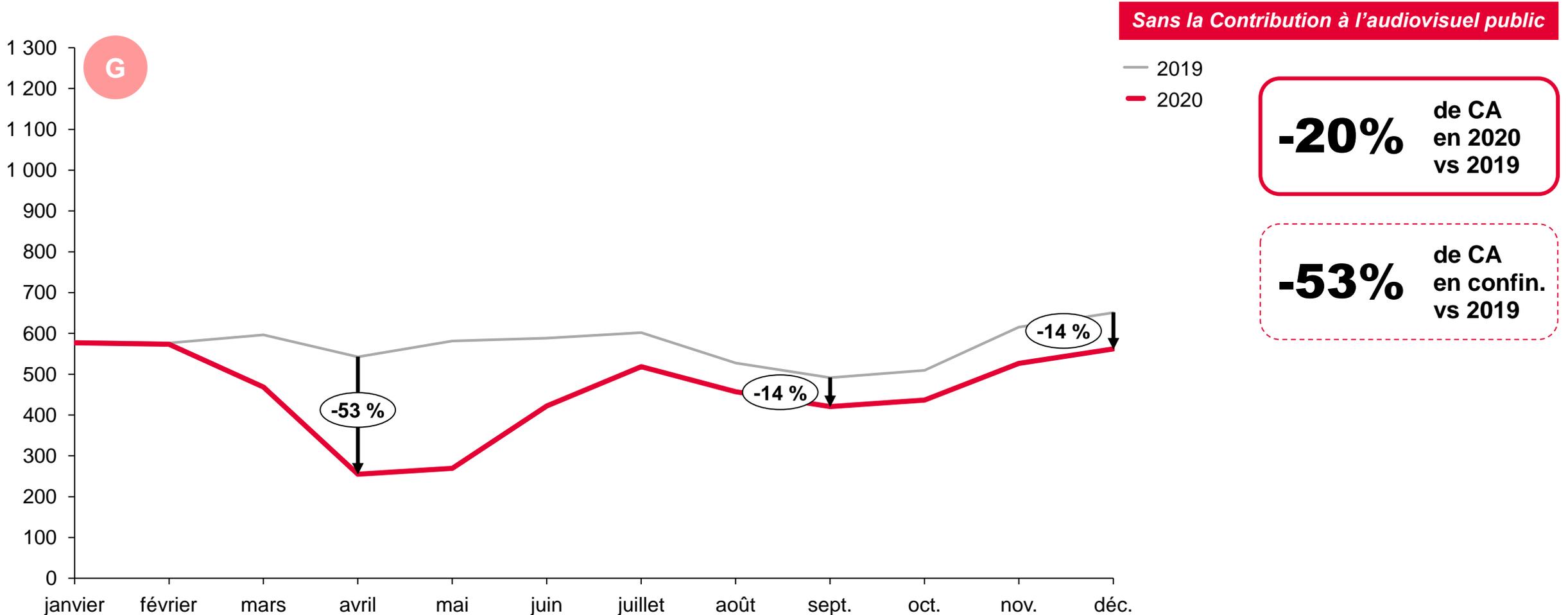
-13% de CA en 2020 vs 2019

-34% de CA en confin. vs 2019

Remarque : Les niveaux d'impact s'appuient sur des hypothèses définies à partir des entretiens avec les DG et groupements professionnels, des études publiques et de l'enquête

ÉVOLUTION MENSUELLE DU CHIFFRE D'AFFAIRES DE L'ÉDITION DE CHAÎNE TV ATTENDUE POUR L'ANNÉE 2020 PAR RAPPORT À 2019 TENANT COMPTE DES EFFETS DE LA CRISE DU COVID-19

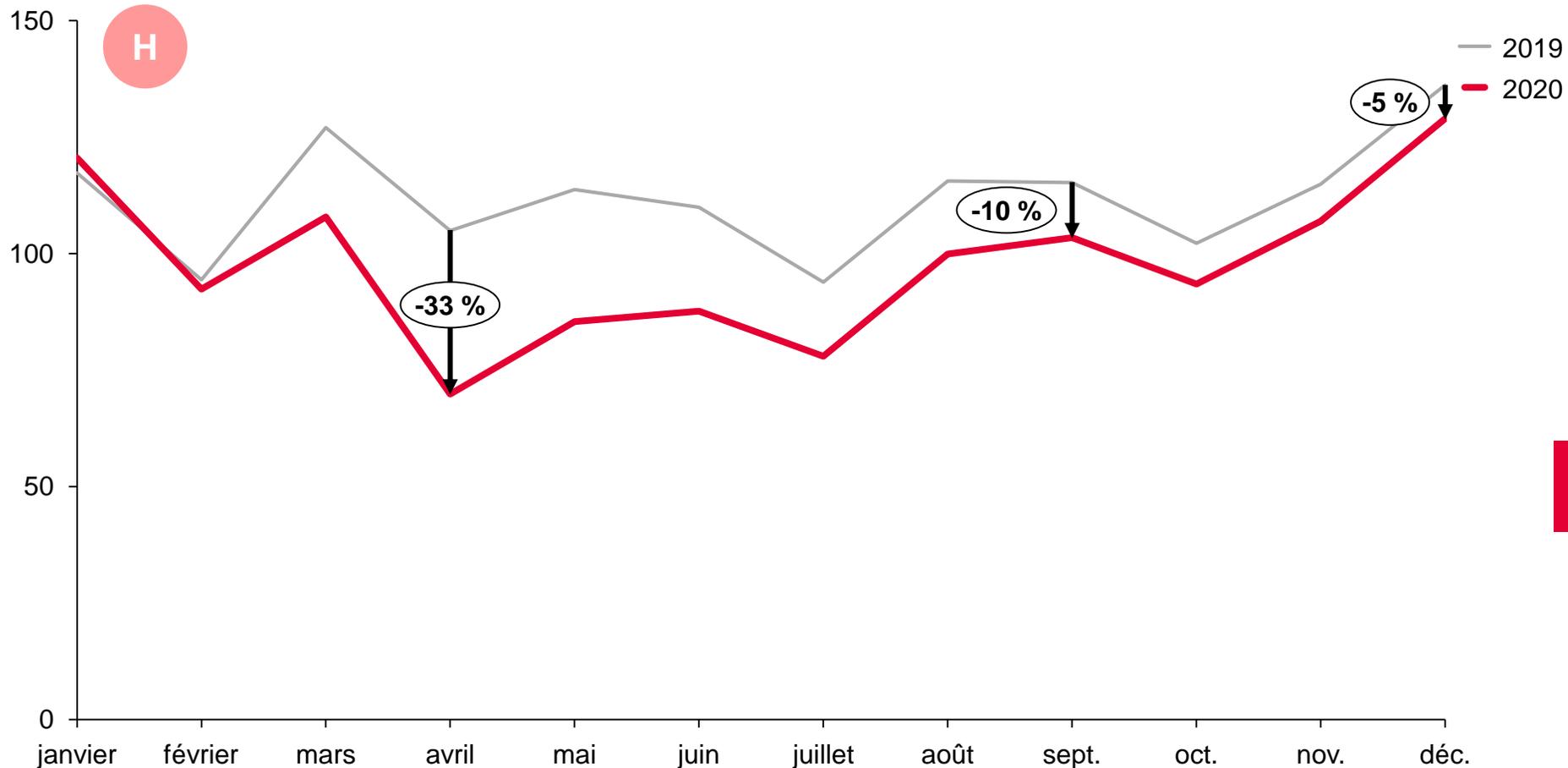
ÉDITION DE CHAÎNE TV - EVOLUTION DU CA (EN M€) ANNÉE 2019 ET 2020E



Remarque : Les niveaux d'impact s'appuient sur des hypothèses définies à partir des entretiens avec les DG et groupements professionnels, des études publiques et de l'enquête

ÉVOLUTION MENSUELLE DU CHIFFRE D'AFFAIRES DE L'ÉDITION ET DIFFUSION DE PROGRAMMES RADIO ATTENDUE POUR L'ANNÉE 2020 PAR RAPPORT À 2019 TENANT COMPTE DES EFFETS DE LA CRISE DU COVID-19

ÉDITION ET DIFFUSION DE PROGRAMMES RADIO – ÉVOLUTION DU CA (m€) EN 2019 ET EN 2020 (Covid)



-13% de CA en 2020 vs 2019

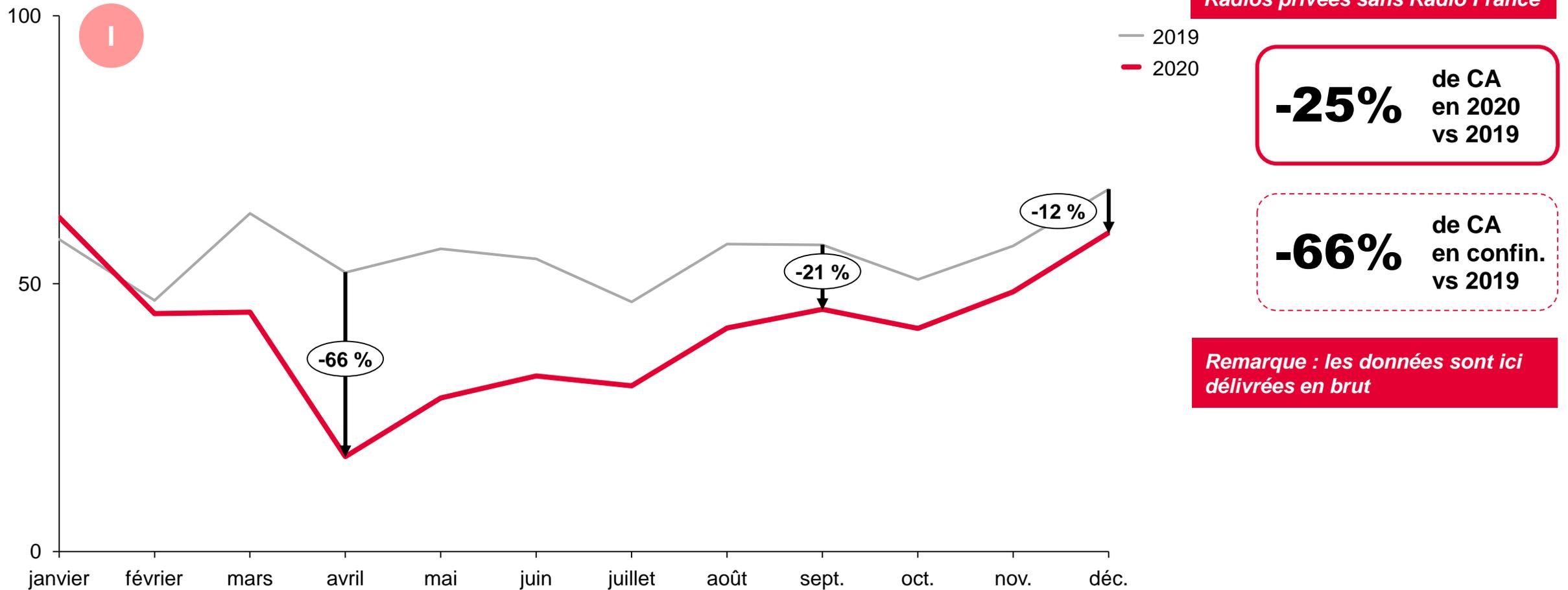
-35% de CA en confin. vs 2019

Remarque : les données sont ici délivrées en brut

Remarque : Les niveaux d'impact s'appuient sur des hypothèses définies à partir des entretiens avec les DG et groupements professionnels, des études publiques et de l'enquête

ÉVOLUTION MENSUELLE DU CHIFFRE D'AFFAIRES DE L'ÉDITION ET DIFFUSION DE PROGRAMMES RADIO ATTENDUE POUR L'ANNÉE 2020 PAR RAPPORT À 2019 TENANT COMPTE DES EFFETS DE LA CRISE DU COVID-19

ÉDITION ET DIFFUSION DE PROGRAMMES RADIO PRIVÉS SANS RADIO FRANCE – ÉVOLUTION DU CA (M€) EN 2019 ET EN 2020 (COVID)



Remarque : Les niveaux d'impact s'appuient sur des hypothèses définies à partir des entretiens avec les DG et groupements professionnels, des études publiques et de l'enquête

L'ÉVALUATION DE L'IMPACT DE LA CRISE DU COVID-19 EN TERMES DE CA S'APPUIE SUR LE DIMENSIONNEMENT DU SECTEUR D'ACTIVITÉ ET L'IDENTIFICATION DES HYPOTHÈSES D'IMPACT AU NIVEAU MENSUEL

SECTEUR DE LA RADIO

Illustratif – non exhaustif

ÉDITION ET DIFFUSION DE PROGRAMMES RADIO

DIMENSIONNEMENT DU MARCHÉ

- 49% du CA de l'édition et de la diffusion de programmes radio sont attribués à la contribution à l'audiovisuel public en 2019
- 51% du CA de l'édition et de la diffusion de programmes radio sont attribués aux revenus publicitaires et autres en 2019

HYPOTHÈSES D'IMPACT (VS 2019)

En période de confinement :

- Baisse de **66%** des investissements publicitaires dans le secteur de la radio en période de confinement

En période post confinement :

- Entre juin-août, baisse de **30-40%** des investissements publicitaires du fait de la crise et de la faible reprise d'activité de certains secteurs déterminants dans la dépense en publicité comme les loisirs, le tourisme, l'automobile (voir étude sur les agences publicitaires)
- Entre septembre-décembre retour à la normale limité par la reprise lente de l'investissement publicitaire pour certains secteurs, avec une baisse de **20-25%** du CA des revenus publicitaires en septembre et de **10-15%** en décembre

PAR SON INTENSITÉ ET SA DURÉE, LA CRISE DU COVID-19 MET À RISQUE LES PROFESSIONNELS ET EMPLOIS DU SECTEUR

SECTEUR DE L'AUDIOVISUEL (TÉLÉVISION, RADIO, VIDÉO) ET CINÉMA

EMPLOIS CONCERNÉS

234 000

PERSONNES EMPLOYÉES*, DONT :

- 113 500 DANS LE SECTEUR DU CINÉMA
- 86 000 DANS LE SECTEUR DE L'AUDIOVISUEL
- 10 300 DANS LE SECTEUR DE LA RADIO
- 11 500 DANS LE SECTEUR DE LA VIDÉO

Hors TV et hors programmes de flux

*source : bilan 2019 du CNC



DONT EMPLOIS OCCUPÉS À TITRE PRINCIPAL POUR LES SECTEURS ÉTUDIÉS

67 100



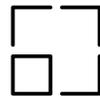
Enquête emploi - INSEE 2015-2018 -
Emploi principal déclaré des personnes de plus
de 15 ans, exerçant une activité
professionnelle

PARMI LES EMPLOIS OCCUPÉS À TITRE PRINCIPAL, 61% SONT OCCUPÉS PAR DES PROFESSIONS CULTURELLES : CADRES ARTISTIQUES DE LA RÉALISATION, ASSISTANTS TECHNIQUES ...

SECTEUR AUDIOVISUEL ET CINEMA

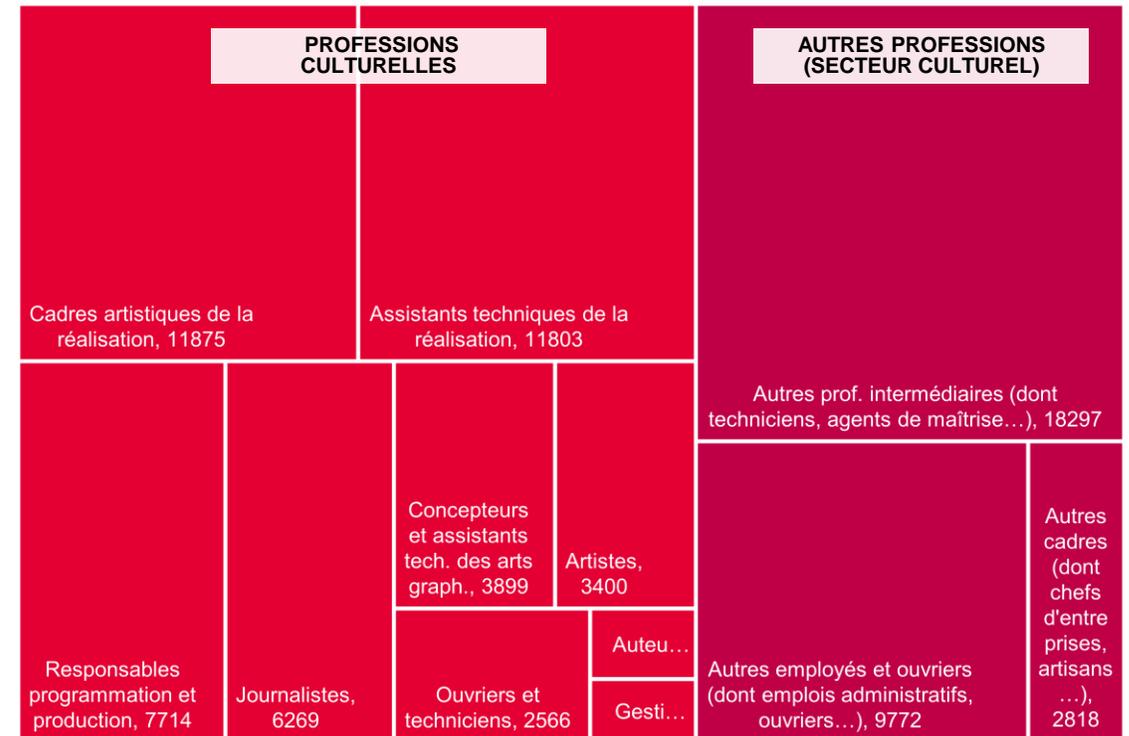
EMPLOIS OCCUPÉS À **TITRE PRINCIPAL**
(SALARIÉS ET NON SALARIÉS)

67 100



**Effectifs du Secteur
Audiovisuel et
Cinéma**

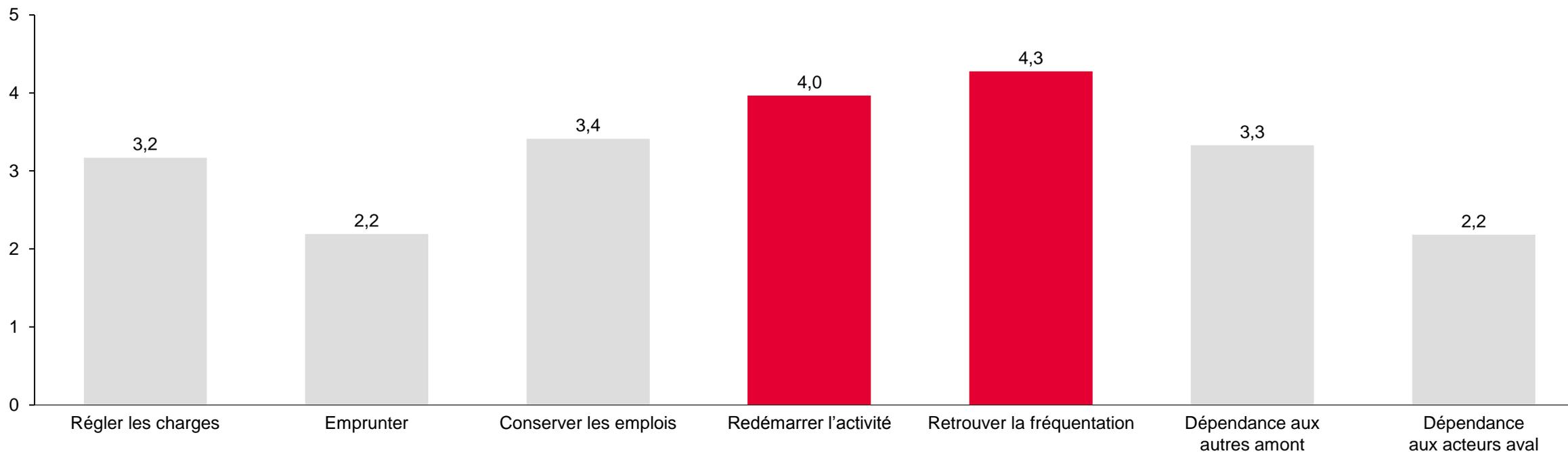
RÉPARTITION DES EMPLOIS OCCUPÉS À
TITRE PRINCIPAL (cat. PCS)



POUR LES ACTEURS, RETROUVER LES FRÉQUENTATIONS D'AVANT CRISE ET REDÉMARRER L'ACTIVITÉ SONT LES PRINCIPALES SOURCES D'INQUIÉTUDE POUR L'AVENIR

**QUELLES SONT VOS PRINCIPALES INQUIÉTUDES POUR LA POURSUITE DE VOTRE ACTIVITÉ ?
(NIVEAU D'IMPORTANCE - 0. (FAIBLE), 5. (FORT))**

PRINCIPALES INQUIÉTUDES DES ACTEURS DE L'AUDIOVISUEL



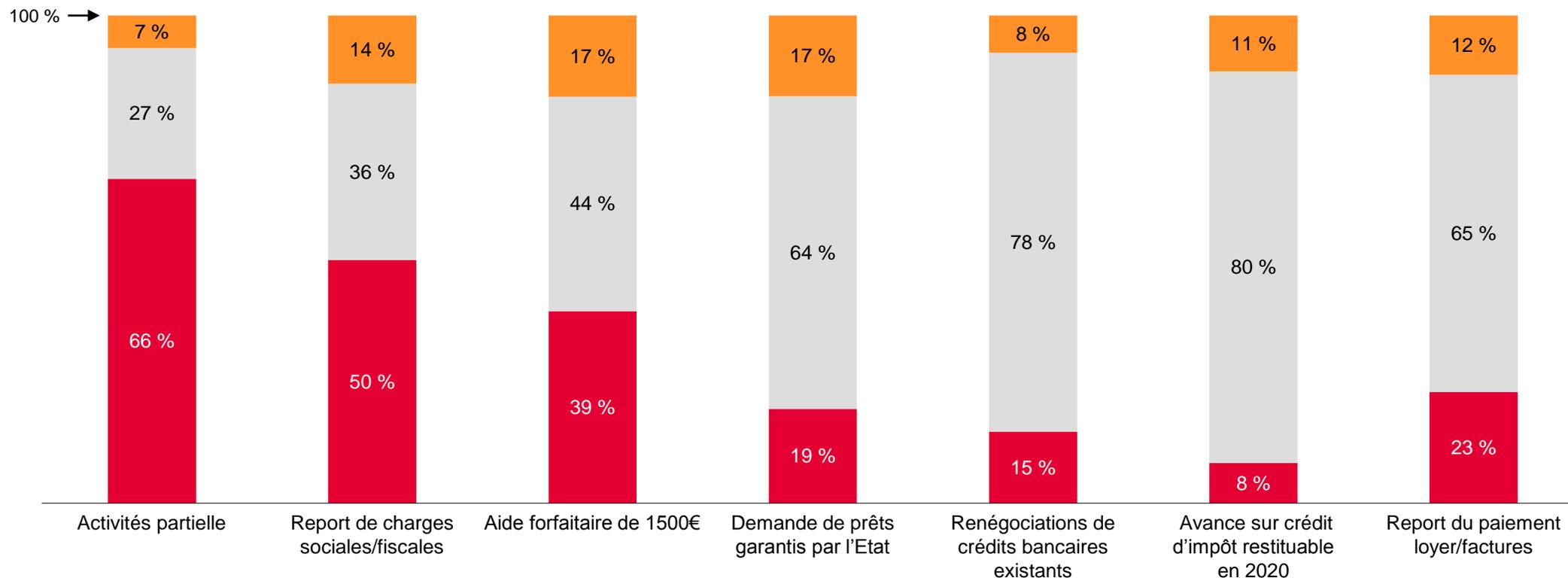
N = 340

L'ACTIVITÉ PARTIELLE, LE REPORT DE CHARGES ET L'AIDE FORFAITAIRE DE 1 500 € SONT LES PRINCIPALES MESURES UTILISÉES PAR LES ACTEURS POUR FAIRE FACE À LA CRISE

POUR FAIRE FACE AUX EFFETS DE LA CRISE SUR VOTRE ACTIVITÉ, AVEZ-VOUS EU RECOURS OU COMPTEZ-VOUS AVOIR RECOURS À L'UNE DE CES MESURES ANNONCÉES ?

■ Recours effectif
 ■ Pas de recours
 ■ Recours prévu

RECOURS AUX MESURES LIMITANT L'IMPACT DE LA CRISE PAR LES ACTEURS DE L'AUDIOVISUEL-CINÉMA (%)

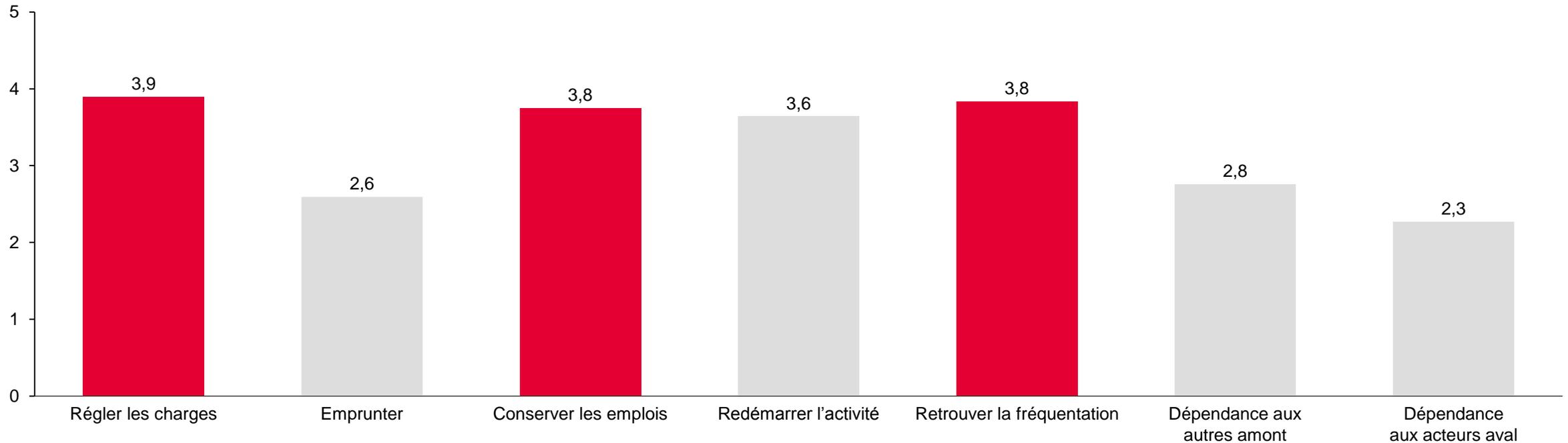


N = 361

POUR LES ACTEURS, RÉGLER LES CHARGES, RETROUVER LES FRÉQUENTATIONS ET CONSERVER LES EMPLOIS SONT LES PRINCIPALES SOURCES D'INQUIÉTUDE POUR L'AVENIR

**QUELLES SONT VOS PRINCIPALES INQUIÉTUDES POUR LA POURSUITE DE VOTRE ACTIVITÉ ?
(NIVEAU D'IMPORTANCE - 0. (FAIBLE), 5. (FORT))**

PRINCIPALES INQUIÉTUDES DES ACTEURS DE LA RADIO



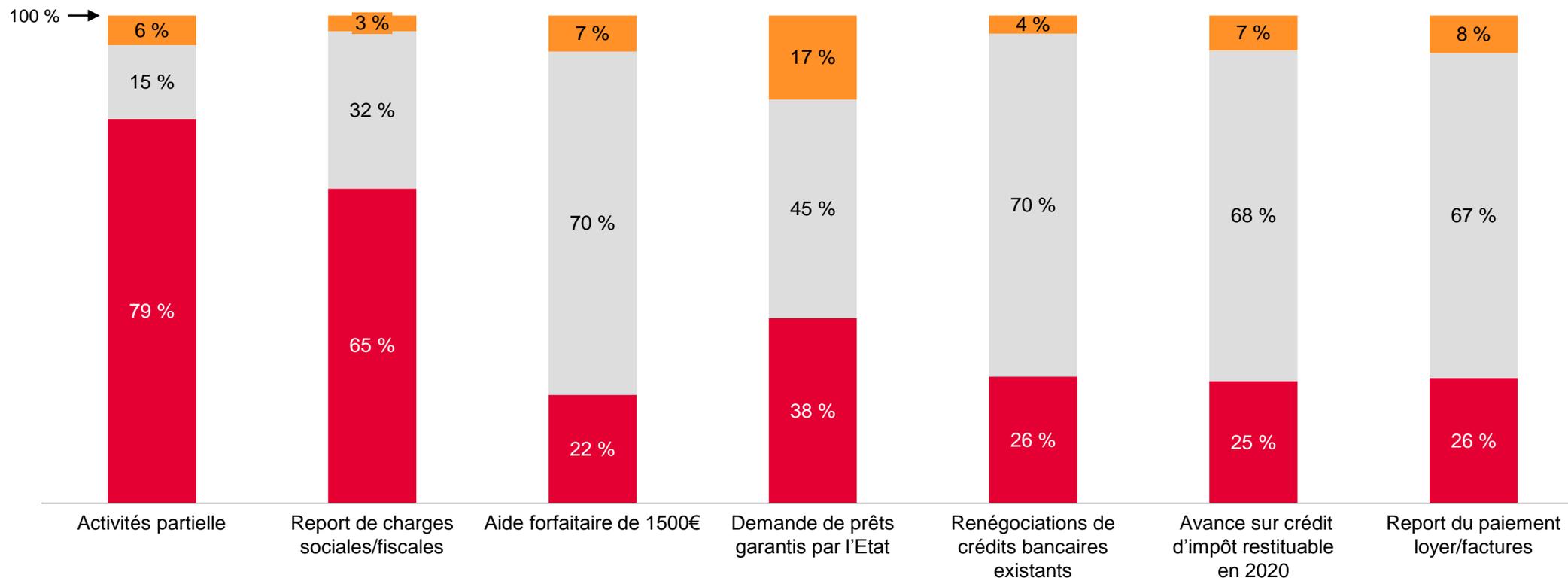
N = 64

L'ACTIVITÉ PARTIELLE, LE REPORT DE CHARGES ET DEMANDE DE CRÉDITS GARANTIS SONT LES PRINCIPALES MESURES UTILISÉES PAR LES ACTEURS POUR FAIRE FACE À LA CRISE

POUR FAIRE FACE AUX EFFETS DE LA CRISE SUR VOTRE ACTIVITÉ, AVEZ-VOUS EU RECOURS OU COMPTEZ-VOUS AVOIR RECOURS À L'UNE DE CES MESURES ANNONCÉES ?

■ Recours effectif
 ■ Pas de recours
 ■ Recours prévu

RECOURS AUX MESURES LIMITANT L'IMPACT DE LA CRISE PAR LES ACTEURS DE LA RADIO (%)



N = 39

APPENDIX



HYPOTHÈSES D'IMPACT BASÉES SUR L'EXPLOITATION DES ENTRETIENS DES TÊTES DE RÉSEAU, ÉTUDES CONDUITES, ENQUÊTES ENGAGÉES ET INFORMATIONS PUBLIQUES

SECTEUR DE L'AUDIOVISUEL

Estimation faite par le CNC

1

PRODUCTION AUDIOVISUELLE ET CINÉMATOGRAPHIQUE

Hypothèses d'impact

Pour la période de confinement :

- Cessation totale de l'activité de tournage en extérieur
- Maintien partiel de certaines activités en studio
- Maintien des travaux de développements

Pour la période post confinement :

- Reprise progressive de l'activité, dans des conditions dégradées (derrière et devant la caméra) en fonction des types d'œuvres

HYPOTHÈSES D'IMPACT BASÉES SUR L'EXPLOITATION DES ENTRETIENS DES TÊTES DE RÉSEAU, ÉTUDES CONDUITES, ENQUÊTES ENGAGÉES ET INFORMATIONS PUBLIQUES

SECTEUR DE L'AUDIOVISUEL

2

POSTPRODUCTION DE FILMS CINÉMATOGRAPHIQUES, DE VIDÉO ET DE PROGRAMMES DE TÉLÉVISION

Hypothèses d'impact

Estimation faite par le CNC

Pour la période de confinement :

- Forte baisse de l'activité en raison de la difficulté de mettre en place du télétravail et de l'arrêt des tournages

Pour la période post confinement :

- Reprise progressive de l'activité, facilité par les possibilités de présences alternées et de télétravail.

HYPOTHÈSES D'IMPACT BASÉES SUR L'EXPLOITATION DES ENTRETIENS DES TÊTES DE RÉSEAU, ÉTUDES CONDUITES, ENQUÊTES ENGAGÉES ET INFORMATIONS PUBLIQUES

SECTEUR DE L'AUDIOVISUEL

3

DISTRIBUTION ET PROJECTION DE FILMS DE CINÉMA

Hypothèses d'impact

Estimation faite par le CNC

Pour la période de confinement :

- Cinéma : cessation de l'activité (hors exception VOD accordée par le CNC) corrélée à l'arrêt des festivals et des marchés professionnels

Pour la période post confinement :

- Cinéma : reprise de l'activité conditionnée à la réouverture des salles de cinéma, des festival et marchés professionnels

HYPOTHÈSES D'IMPACT BASÉES SUR L'EXPLOITATION DES ENTRETIENS DES TÊTES DE RÉSEAU, ÉTUDES CONDUITES, ENQUÊTES ENGAGÉES ET INFORMATIONS PUBLIQUES

SECTEUR DE L'AUDIOVISUEL

4

ÉDITION DE CHAÎNE

Hypothèses d'impact

Estimation faite par le CNC

Pour la période de confinement :

- Maintien de l'activité dans des conditions dégradées et forte baisse des recettes publicitaires (cf. publicité).

Pour la période post confinement :

- Reprise progressive de l'activité, facilitée par les possibilités de présences alternées et de télétravail en fonction des services
- Retour des investissements publicitaires
- Maintien du nombre d'abonnements par les services payants

HYPOTHÈSES D'IMPACT BASÉES SUR L'EXPLOITATION DES ENTRETIENS DES TÊTES DE RÉSEAU, ÉTUDES CONDUITES, ENQUÊTES ENGAGÉES ET INFORMATIONS PUBLIQUES

SECTEUR DE L'AUDIOVISUEL

6

AGENCES DE PRESSE

Hypothèses d'impact

Estimation faite par le CNC

Pour la période de confinement :

- Augmentation des abonnements et ventes en ligne
- Baisse des revenus publicitaires en ligne en période de confinement
- Baisse des ventes de contenu journalistique par la limitation d'activité avec la non couverture de certains sujets (culture) et les restrictions logistiques (déplacement, logement) en raison de la crise sanitaire

Pour la période post confinement :

- Reprise des revenus publicitaires en ligne limitée par les effets de la crise sur les entreprises et le ralentissement de certains secteurs (tourisme, compagnie aérienne...)
- Reprise des ventes de contenu journalistique limitée par les contraintes d'activité et la faible couverture de certains sujets

HYPOTHÈSES D'IMPACT BASÉES SUR L'EXPLOITATION DES ENTRETIENS DES TÊTES DE RÉSEAU, ÉTUDES CONDUITES, ENQUÊTES ENGAGÉES ET INFORMATIONS PUBLIQUES

SECTEUR DE LA RADIO

1

EDITION ET DIFFUSION DE PROGRAMMES RADIO

Hypothèses d'impact

Pour la période de confinement :

- Baisse des investissements publicitaires en radio pendant le confinement
- Légère reprise de l'investissement publicitaire avec l'annonce du déconfinement

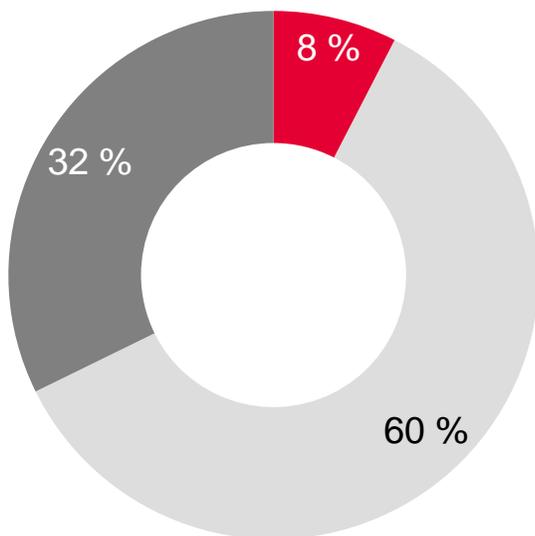
Pour la période post confinement :

- En fonction du redémarrage de l'activité des éditeurs, reprise de l'investissement publicitaire en radio mais limitée en général par les difficultés économiques subies par les annonceurs et en particulier par le ralentissement d'activité de certains secteurs (tourisme, transport aérien ...)

ENQUÊTE - PROFIL DES RÉPONDANTS (PANEL) 1-2

Audiovisuel

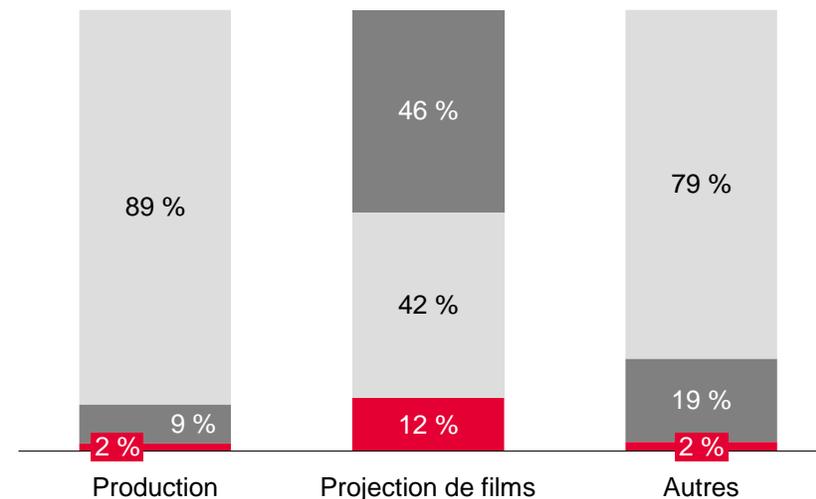
RÉPARTITION PAR TYPES DE RÉPONDANTS



- Entreprise chargée d'une mission de service public (établissement public, société nationale...)
- Entreprise privée à but lucratif (TPE, PME, groupe d'entreprises, auto-entrepreneur...)
- Entreprise privée à but non lucratif (association, société coopérative...)

N = 1117

PRINCIPALE ACTIVITÉ DES RÉPONDANTS (%)



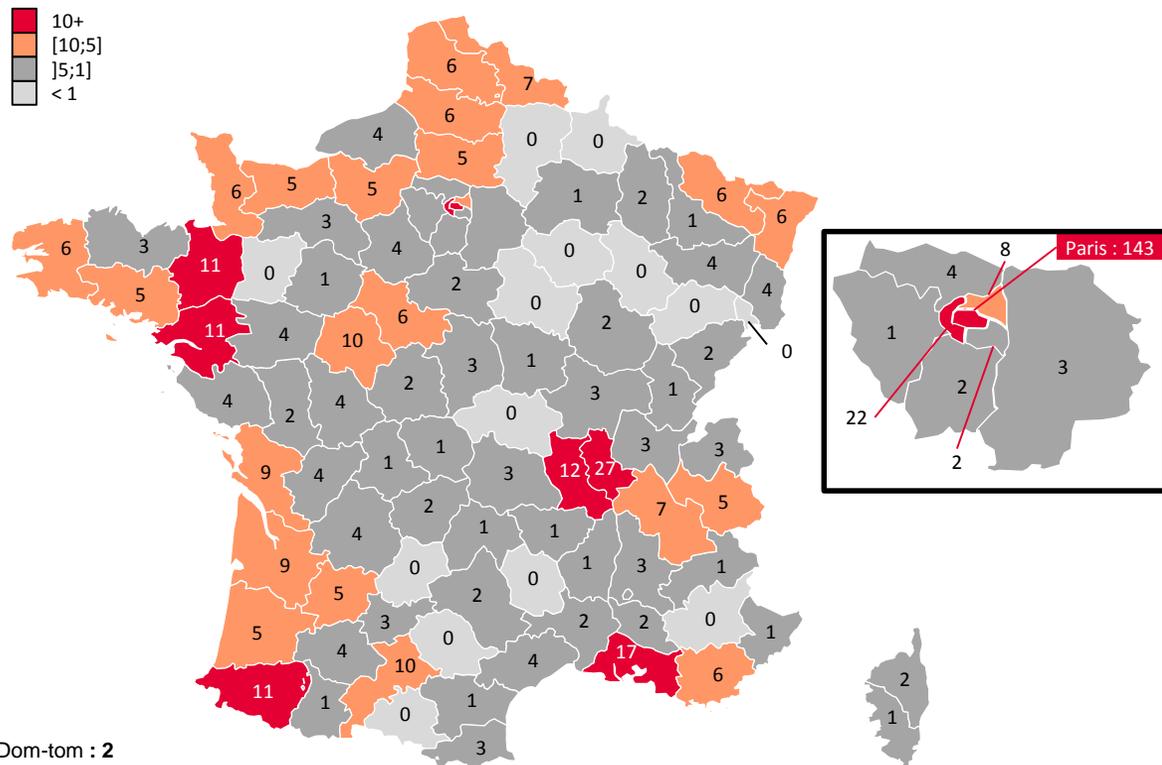
- Entreprise chargée d'une mission de service public (établissement public, société nationale...)
- Entreprise privée à but lucratif (TPE, PME, groupe d'entreprises, auto-entrepreneur...)
- Entreprise privée à but non lucratif (association, société coopérative...)

N=948

ENQUÊTE - PROFIL DES RÉPONDANTS (PANEL) 2-2

Audiovisuel

RÉPARTITION GÉOGRAPHIQUE



VENTILATION DES RÉPONDANTS PAR TAILLE D'ORGANISATION

