

ÉDITION N° 8

Étude de 2023

PANORAMA DONNÉES 2022

Cette enquête a été réalisée à partir des données de l'Observatoire du Département de la Haute-Savoie, partenaire de la filière image et industries créatives

Étude financée par le Département de la Haute-Savoie et réalisée par TERACTEM.

La 8^{ème} édition de l'Observatoire départemental de la filière image et industries créatives en Haute-Savoie est la première édition post Covid-19. Elle nous permet ainsi d'observer comment la filière a retrouvé son rythme de développement après une année 2020 marquée par la première baisse annuelle de chiffre d'affaires constatée depuis la première édition de l'Observatoire en 2011.

Non seulement la dynamique de croissance a été retrouvée, mais elle nous permet d'être optimistes aussi bien sur la pérennité de la filière que sur sa trajectoire de développement. Ainsi, les entreprises sont pour leur majorité confiantes en l'avenir, dans un contexte où les difficultés liées au marché du travail semblent moins l'impacter que le reste de l'économie.

Le focus de cette édition a été mis sur la responsabilité sociétale des entreprises, un sujet d'actualité difficile à intégrer dans les pratiques quotidiennes des entreprises. Un certain nombre de bonnes pratiques portées par des structures de la filière sont cependant à souligner et à mettre en avant.

SOMMAIRE

Synthèse	p 2
Activités et chiffre d'affaires	p 4
La dynamique de recrutement	p 7
Focus : responsabilité sociétale des entreprises	p 10
Aspects méthodologiques	p 15

CHIFFRES CLÉS FIN 2022



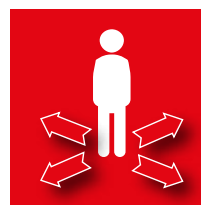
563 entreprises hors auto-entrepreneurs, soit **+22%** par rapport à 2019¹ (460 entreprises en 2019), avec en moyenne 3,3 emplois ETP par entreprise.



631 auto-entrepreneurs, soit **+95%** par rapport à 2019 (323 auto-entrepreneurs en 2011)², occupés en moyenne à 57% de leur temps.



Chiffre d'affaires : **215 M d'€**, soit **+ 19%** par rapport à 2019 (181 M€).



2 216 emplois équivalent temps plein (ETP), soit **+34%** par rapport à 2019 (1 653 emplois ETP). **563** emplois ETP ont été créés entre 2019 et 2022

¹ 2019 correspond aux données présentées dans la dernière édition de l'observatoire

² 2011 correspond à la première année d'observation chiffrée de la filière dans son ensemble à l'échelle de la Haute-Savoie.

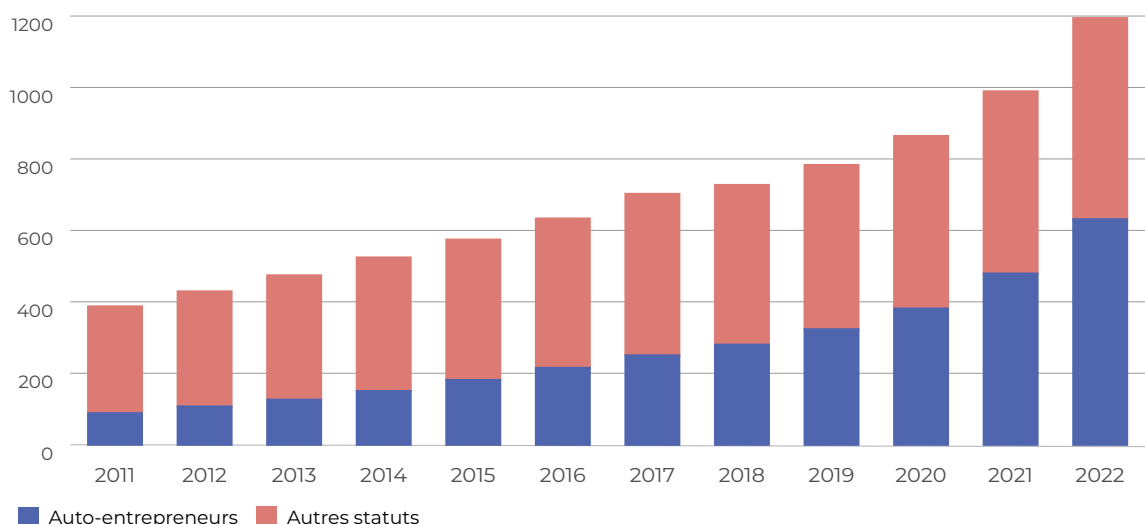
SYNTHÈSE

Après un ralentissement de la croissance en 2020 à la suite de la crise Covid, la filière a connu une croissance exceptionnelle de 52,5% du nombre d'entreprises.

- Fin 2022 la filière rassemble au total 1194 entreprises en Haute-Savoie : 631 auto-entrepreneurs et 563 entreprises ayant un autre statut juridique.

Elles emploient 2 492 personnes, représentant 2 216 équivalents temps plein (ETP), et ont généré près de 215 millions d'€ de chiffre d'affaires HT dans l'année.

Évolution du nombre d'entreprises de la filière selon leur statut en Haute-Savoie de 2011 à 2022

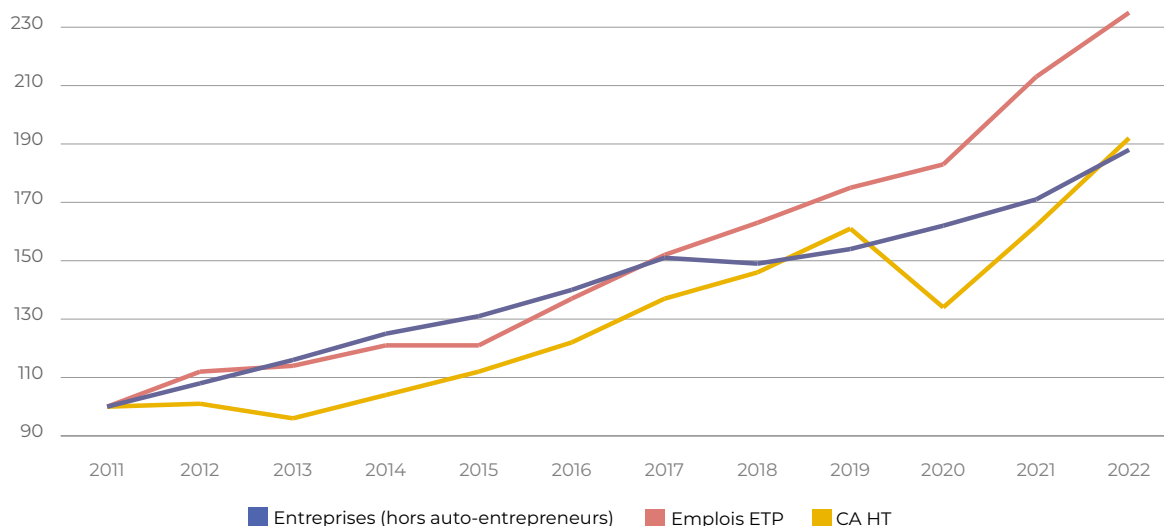


(Source : Département de la Haute-Savoie)

- Sur le long terme, la croissance reste soutenue en Haute-Savoie et depuis 2011, on compte chaque année dans la filière :
 - 24 entreprises et 49 auto-entrepreneurs supplémentaires,
 - 115 emplois équivalents temps plein (ETP) supplémentaires,
 - 9,4 millions d'€ de progression annuelle du chiffre d'affaires.
- Les années 2021-2022 montrent une accélération de cette dynamique de croissance. Entre 2020 et 2022, le nombre d'entreprises (hors auto-entrepreneurs) a progressé de 16,4%. La progression est même 4 fois plus rapide pour les auto-entrepreneurs (+65,6% en 2 ans).

- Dès 2021, la filière a retrouvé un niveau de chiffre d'affaires équivalent à son niveau avant-Covid (181 M€). Avec 215 M€, 2022 est donc une année record en terme d'activité pour la filière. La trajectoire de croissance depuis 2020 semble indiquer une nette accélération de la dynamique économique : le chiffre d'affaires s'est accru de 18% par an depuis 2020, contre +6% par an entre 2011 et 2019. La croissance de l'emploi en ETP est 2 fois plus rapide depuis 2020 que durant la période 2011-2019 (+14,6% par an contre +7,1%).

Évolution des principaux indicateurs de 2011 à 2022 en Haute-Savoie (indice 100 en 2011)

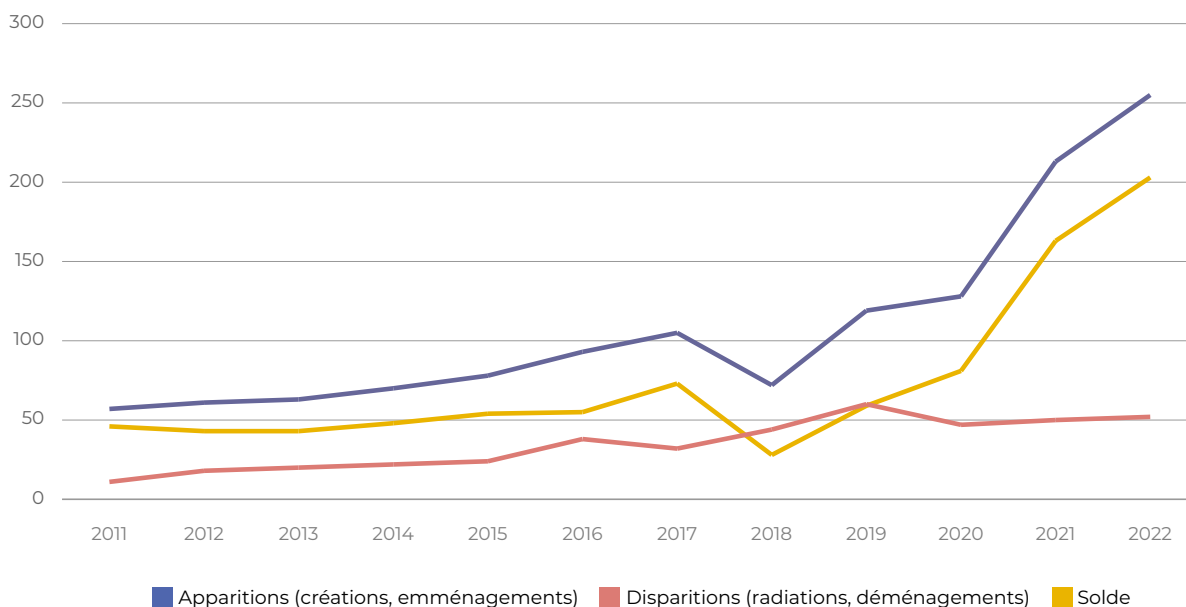


(Source : département de la Haute-Savoie)

- L'ancienneté moyenne des entreprises « classiques » a progressé malgré la pandémie (8,9 ans), signe de leur résistance à la crise et de l'efficacité des mesures prises à l'époque pour la traverser. Celle des auto-entrepreneurs (4 ans en moyenne) est bien plus courte et a tendance à reculer depuis 2018 en raison de l'accélération des créations d'entreprises ayant ce statut particulier, qui a pour effet de rajeunir la filière.
- Depuis début 2021, la filière connaît en effet un taux de création d'entreprise record (26,5% en 2021 et 25,8% en 2022, contre

15,9% en moyenne de 2011 à 2020). Pas moins de 255 entreprises ont été créées dans la filière en 2022, après 213 créations en 2021 : des niveaux largement supérieurs à la moyenne 2011-2018 (75 créations par an). Toutefois, **plus de 68% de ces créations sont le fait d'auto-entrepreneurs**. Leur poids dans la création d'entreprise avait déjà doublé entre 2018 et 2020 : il est encore plus important sur la période 2020-2022. Ce phénomène illustre le véritable succès de l'activité freelance dans la filière.

Apparition et disparition d'entreprises dans la filière en Haute-Savoie de 2011 à 2022



(Source : Département de la Haute-Savoie)

- Malgré les effets décalés de la pandémie sur les trésoreries et le recul du chiffre d'affaires constaté il y a deux ans, les défaillances n'ont pas progressé depuis : leur nombre a légèrement reculé avec 102 disparitions d'entreprises en 2021-2022 contre 107 entreprises sur la période 2019-2020. Malgré une légère progression en valeur absolue sur le long terme, ces chiffres

représentent un reflux net du pourcentage des disparitions d'entreprises (5,2% en 2022 contre 8,8% en 2019, pourtant la meilleure année de la filière en termes de chiffre d'affaires dans les précédents observatoires). On est très loin du pic de défaillances qui a longtemps été craint après la fin des mesures d'accompagnement des entreprises pour passer la crise sanitaire.

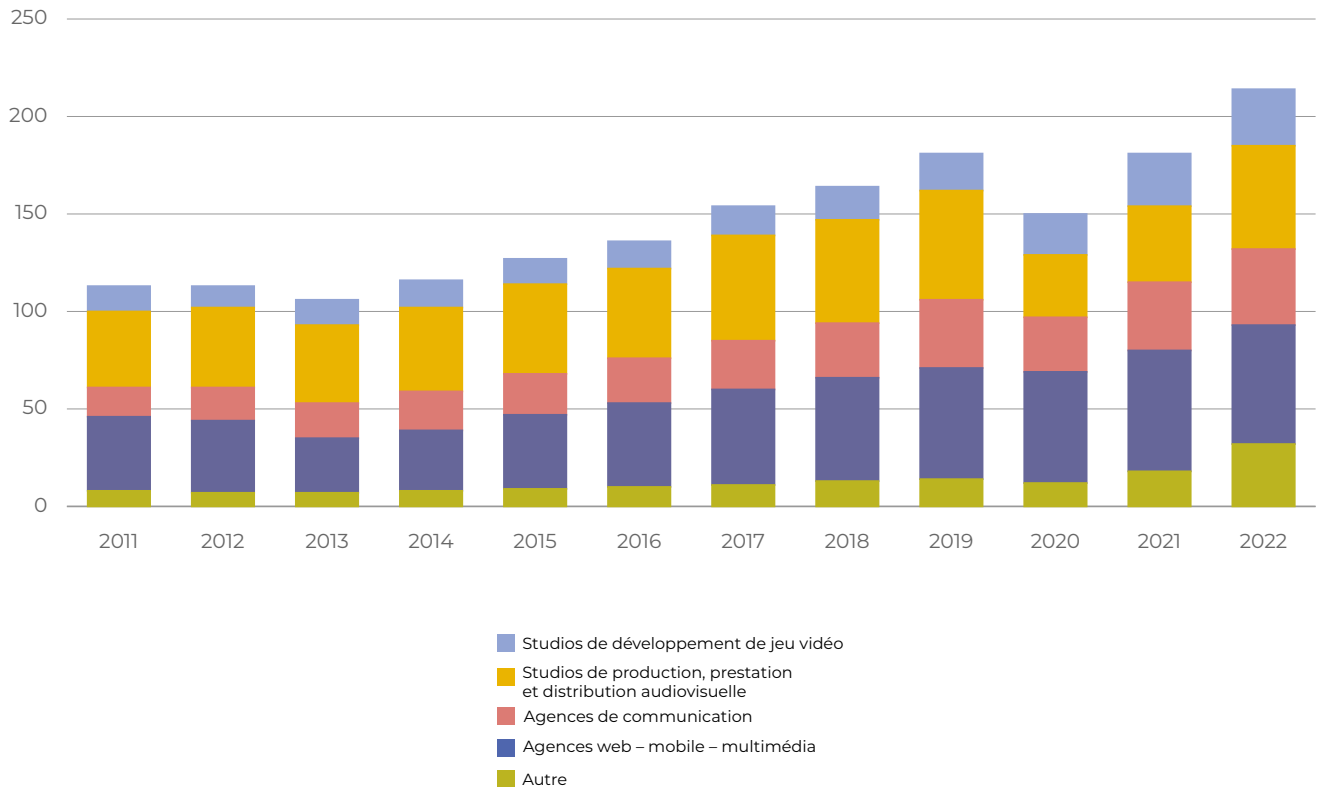


EMGÄA - Emilie PARENT, Directrice Marketing Agence de communication - BONNEVILLE

J'ai créé *Emgäa Communication*, une agence **dédiée au marketing responsable**, parce que je crois en la puissance d'une communication alignée avec des valeurs d'éco-responsabilité et d'éthique. Mon objectif est de démocratiser la communication responsable pour la rendre accessible à tous. En démontrant sa viabilité et sa pertinence j'espère inspirer un changement positif dans l'industrie.

Ce projet va au-delà du professionnel, c'est **une expression concrète de mes convictions**. Collaborer avec mes clients pour mettre en valeur leur société de manière responsable est plus qu'une mission, c'est un engagement envers un avenir plus éthique et durable. Pour mes clients, mon agence offre une réelle expertise en co-construction, des solutions créatives et un renforcement d'image de marque, faisant de la communication responsable un levier stratégique.

Évolution du CA selon la typologie des entreprises de la filière en Haute-Savoie de 2011 à 2022 (en M€)



(Source : Département de la Haute-Savoie)

STUDIOS DE PRODUCTION, PRESTATION ET DISTRIBUTION AUDIOVISUELLE

L'audiovisuel fait référence essentiellement à la production de créations originales ou de films institutionnels et publicitaires, en prise de vue réelle ou en animation pour la télévision, le cinéma ou le web. Ces entreprises proposent également des prestations de postproduction et des prestations de services. Les cinémas se trouvent dans cette catégorie.

La taille des entreprises du secteur continue de diminuer (1,6 emploi ETP en 2023), une situation en rapport avec la part croissante des auto-entrepreneurs dans le domaine de l'audiovisuel (55%) et un taux de création très élevé (40% des créations d'entreprises de la filière en 2021 et 2022).

La dynamique créative dans le domaine de l'audiovisuel est pourvoyeuse de nombreux emplois (+50% en 2 ans), alors même que ces emplois avaient pu être préservés durant la crise sanitaire grâce aux dispositifs de soutien publics. Cependant, le niveau d'activité du secteur tarde à retrouver son niveau d'avant Covid-19. Bien qu'en progression de 69% en 2 ans, le chiffre d'affaires demeure inférieur de 6% à ce qu'il était fin 2019.

Parmi ces entreprises, **le secteur de l'animation est l'un des secteurs emblématiques de la filière. Il représente 227 emplois ETP et a dépassé 10 M€ de chiffre d'affaires fin 2022.** Son développement est particulièrement rapide (+67% pour l'emploi entre 2020 et 2022), sous l'impulsion de quelques studios. **Il bénéficie depuis 2006 d'un fonds du Département de la Haute-Savoie** qui soutient la production d'œuvres d'animation de séries, de courts et de longs métrages. La dotation de ce fonds est même passée de 400 000 à 700 000 € annuels depuis 2022. Les productions audiovisuelles bénéficiant de ces aides doivent engager totalement ou partiellement des moyens humains et/ou techniques auprès des studios de la Haute-Savoie.

Entreprises de plus de 10 emplois ETP dans la filière : Caribara Annecy, 8 Mont-Blanc, Pathé Annecy, INTHEBOX, Pixpocket, Oxo Média, TNZPV ,...

STUDIOS DE DÉVELOPPEMENT DE JEU VIDÉO

Les studios de jeu vidéo sont peu nombreux (17 entreprises). Cependant **ils pèsent 13,6% du CA grâce à la présence d'Ubisoft, acteur principal de la filière en Haute-Savoie**. Ils travaillent au développement, à l'édition et à la distribution de jeux pour PC, consoles, mobiles, applications de serious games. Ils comptent en moyenne 22,9 emplois ETP.

La croissance du chiffre d'affaires du secteur avait été accélérée par la crise sanitaire (+46% entre 2019 et 2021) ; elle s'est poursuivie, de façon plus atténuée, en 2022 (+7,5%). L'emploi progresse de son côté de façon plus régulière, à un rythme soutenu (+20% en 2 ans).

Entreprises de plus de 10 emplois ETP dans la filière : Ubisoft Annecy, Daesign, Honeyfrost

AGENCES DE COMMUNICATION

Les agences de communication proposent des missions d'accompagnement à un annonceur dans sa démarche de vente au moyen d'une campagne de communication. Elles sont plus étoffées que la moyenne (2,1 emplois ETP en moyenne), même si la proportion d'auto-entrepreneurs progresse (41%). Les leaders de ce secteur ont recours massivement à l'alternance.

Elles réalisent 18% du chiffre d'affaires de la filière en 2022.

Fortement impacté par la crise sanitaire, ce secteur a retrouvé un niveau d'activité comparable à celui de 2019. La croissance de l'emploi (+14% en 2 ans) reste cependant 2 fois moins rapide que l'ensemble de la filière, et seules 9% des créations de 2021 et 2022 concernaient le domaine de la communication.

Entreprises de plus de 10 emplois ETP dans la filière : Agence Gardeners, Altimax, MNSTR, Felix Création, Agence Texto, Webgenery, Apache Conseil, Publicis LMA,...

AGENCES WEB – MOBILE – MULTIMÉDIA

Cette catégorie regroupe des studios de développeurs informatiques, spécialisés en conception de solutions multimédia, développement d'outils software, ou en technologies 2D/3D, sous forme de structures très légères et agiles : **1,1 emploi ETP en moyenne par entreprise, et 57% sous statut d'auto-entrepreneur**. Les entreprises classiques sollicitent également beaucoup de stagiaires et d'alternants.

28% du chiffre d'affaires de la filière est réalisé dans ce type d'entreprises. Il a progressé bien moins rapidement (+7,7% en 2 ans) que le reste de la filière (+43%). La dynamique d'emploi est en revanche bien plus rapide (+36% en 2 ans), et dopée notamment par l'explosion du nombre de freelances (+75% en 2 ans). 50% des entreprises créées depuis 2 ans travaillent dans ce domaine d'activité.

Entreprises de plus de 10 emplois ETP dans la filière : Pure Illusion, DARYL, Iphigénie, OpenTalent, Maison du Net, Addworking, NetDev, Lavisibilite.com,...

Répartition détaillée de l'activité de la filière selon la typologie des entreprises

(type de structure, CA, effectif ETP cumulé et emploi total)

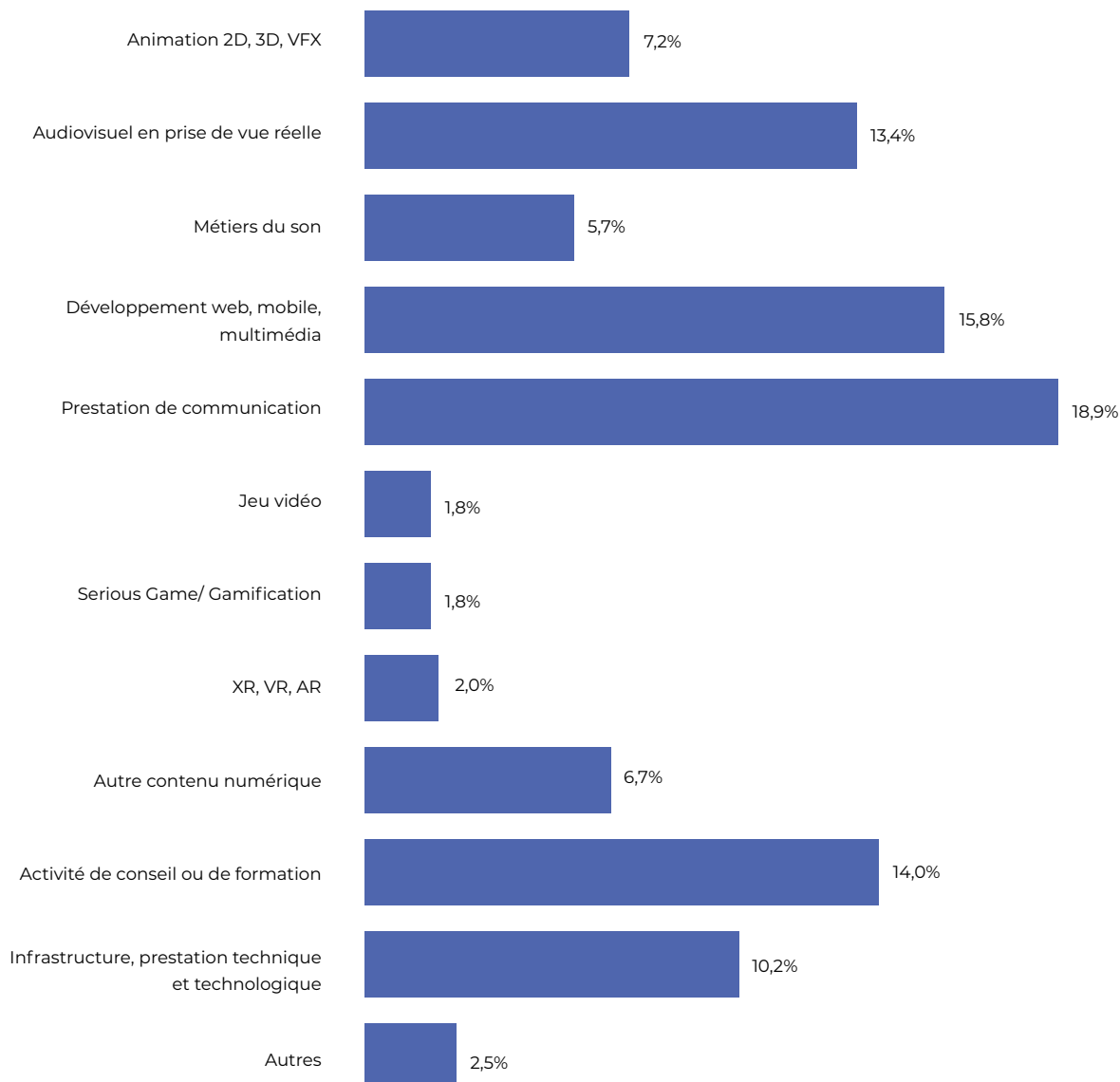
Typologie	Entreprises (hors AE)			Auto-entrepreneurs			CA HT cumulé (en M€)		Effectif ETP cumulé		Emploi total cumulé	
	Nombre	%	Ancienneté moyenne	Nombre	%	Ancienneté moyenne	CA HT	%	Effectif ETP	%	Nombre	%
Studio de production audiovisuelle	187	33,2%	10,16 ans	233	36,9%	3,56 ans	53,2	24,8%	685	30,9%	721	29,0%
Studio de développement de jeu vidéo	10	1,8%	8,6 ans	7	1,1%	2,60 ans	29,3	13,6%	390	17,6%	399	16,0%
Agence de communication	116	20,6%	10,49 ans	76	12,0%	5,66 ans	39,0	18,2%	400	18,0%	436	17,5%
Agence web - mobile - multimédia	223	39,6%	6,95 ans	297	47,1%	3,78 ans	61,1	28,5%	590	26,6%	767	30,8%
Autre	27	4,8%	9,76 ans	18	2,9%	6,54 ans	32,0	14,9%	151	6,8%	169	6,8%
TOTAL	563	100,0%	8,24 ans	631	100,0%	3,99 ans	214,5	100,0%	2216	100,0%	2492	100,0%

(Source : Département de la Haute-Savoie)

ZOOM SUR L'OFFRE DE SERVICES DES ENTREPRISES DE LA FILIÈRE

Note méthodologique : les résultats exposés ci-dessous sont issus d'une enquête par courriel et par téléphone effectuée auprès des entreprises de la filière. Les résultats de l'enquête portent sur un échantillon de 256 répondants sur les 1 194 entreprises identifiées, soit un taux de retour de 21%, avec une marge d'erreur de 5% pour un intervalle de confiance de 95%.

État de l'offre de la filière en Haute-Savoie en 2022



(Source : Département de la Haute-Savoie)

Mis en avant chaque année par le Festival international du film d'animation d'Annecy, le secteur du cinéma d'animation ne touche que 7,2% des entreprises (plus de 25% pour les métiers du cinéma et de l'audiovisuel de façon générale).

Malgré leur rôle de locomotive pour la filière en termes de chiffre d'affaires, seules 3,6% des entreprises de la filière en Haute-Savoie ont quant à elles une activité liée au jeu vidéo.

En 2023, les entreprises de l'échantillon ont en moyenne trois activités différentes (parmi agence web, agence de commu-

nication, studios de production audiovisuelle, studio de développement de jeux vidéo), confirmant l'agilité de la filière et l'intérêt commercial et technique à se positionner sur une offre variée et diversifiée. Ainsi, dans notre échantillon, seuls 24,9% des répondants déclarent n'offrir qu'une seule prestation.

La même porosité se retrouve au niveau des secteurs d'activité composant la filière : 67% des entreprises déclarent, en effet, intervenir sur au moins deux secteurs entre le web – mobile – multimédia, la communication, la production et les prestations audiovisuelles.

LA DYNAMIQUE DE RECRUTEMENT 2022-2023

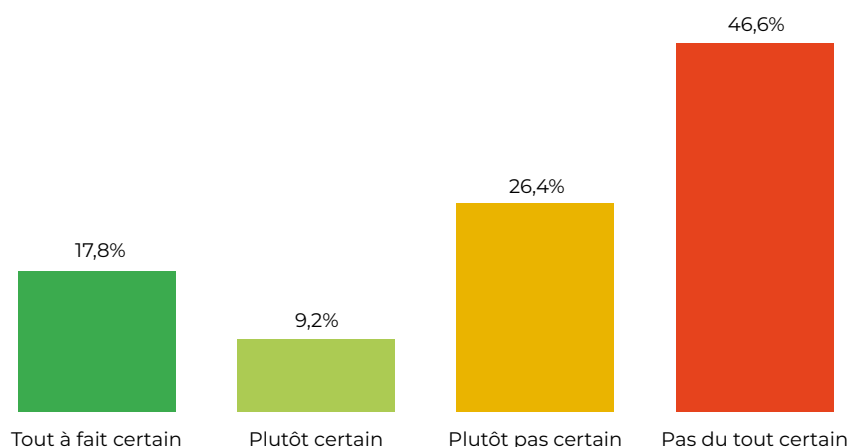
L'ensemble de la filière montre une grande cohérence en matière de recrutement. En effet, en 2022, 28,1% des entreprises affirment avoir recruté. Au mois de juin 2023, 24,8% des entreprises envisageaient aussi une augmentation de leurs effectifs dans l'année et 27% se disaient certaines ou plutôt certaines de recruter sur cette période.

En nombre d'emplois créés, la filière a été portée en 2022 par 80 embauches chez Ubisoft Annecy et 49 chez MNSTR, ce qui explique une moyenne de 5 embauches par entreprises ayant recruté

par rapport à la moyenne de 4 embauches projetées sur l'année 2023.

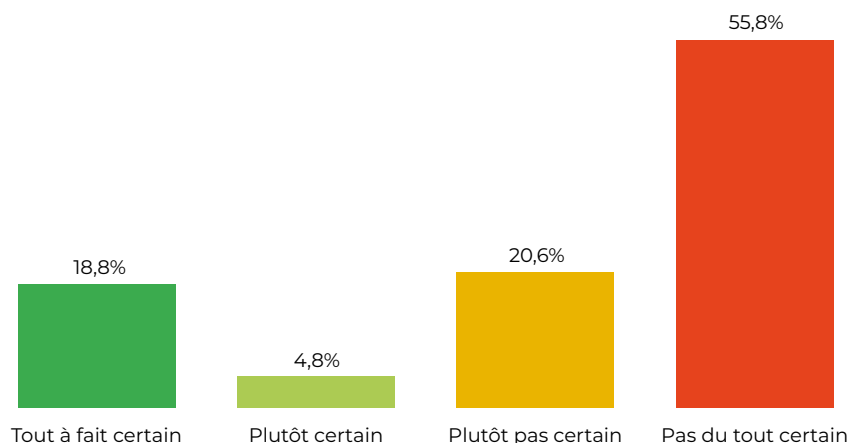
Ces hausses s'inscrivent dans le dynamisme constant de la filière en matière d'emploi depuis 2011, y compris pendant la dernière crise sanitaire. Il s'observe de façon spectaculaire au niveau des entreprises locomotives de la filière, mais aussi de façon plus générale dans la grande majorité des entreprises de plus petites dimensions, ainsi que dans l'accélération de la création d'entreprises.

Projet de recrutement 2023



(Source : Département de la Haute-Savoie)

Recours à un alternant pour 2023 (contrat d'apprentissage ou de professionnalisation)

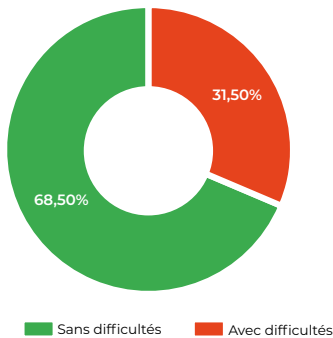


(Source : Département de la Haute-Savoie)

Depuis 2020, les politiques de soutien financier à l'alternance ont été ambitieuses. Aidées par de nombreuses structures de formation de qualité sur le territoire, 23,6% des entreprises de la filière envisageaient avoir recours à l'alternance à la rentrée 2023, ouvrant ainsi 62 postes, soit 26,3% des perspectives totales d'embauches sur 2023. Si la plupart des entreprises ne privilégient pas de filières de recrutement dans des établissements particuliers de l'enseignement supérieur, 31% des entreprises de la filière ont néanmoins identifié des formations du territoire comme ressources.

Au total, entre 2022 et 2023, **40% des entreprises ayant répondu aux questions sur les recrutements ont embauché ou envisagent d'embaucher**. Cela montre une progression continue et partagée du volume humain de la filière puisque, d'une année sur l'autre, 50% des entreprises qui recrutent sont différentes de l'année précédente. Ainsi, tous postes confondus, ce sont 224 recrutements qui ont été déclarés en 2022 pour 236 recrutements envisagés en 2023. Ces embauches, si elles aboutissent, signifieraient une hausse des effectifs de 18% dans les entreprises ayant répondu à l'enquête.

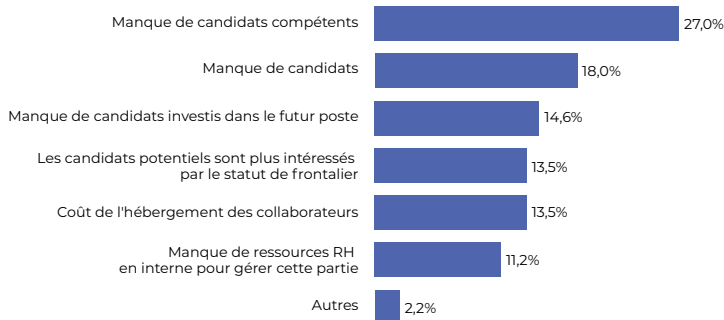
Difficultés dans le recrutement des salariés



(Source : Département de la Haute-Savoie)

L'étude de besoin France 2030 « Studios et Formation » identifie clairement un déficit de profils d'animateurs 2D et 3D disponibles : entre 65-70% des recrutements d'animateurs sont perçus comme difficiles par les studios au niveau national. **En Haute-Savoie, 31,5% de studios déclarent avoir des difficultés à recruter** (tous métiers confondus), ce qui place le Département en dessous du national. Ils déplorent dans leur majorité un manque de candidats, un manque de candidats compétents, ainsi que le coût de l'hébergement et la concurrence du statut de frontalier.

Raisons des difficultés de recrutement

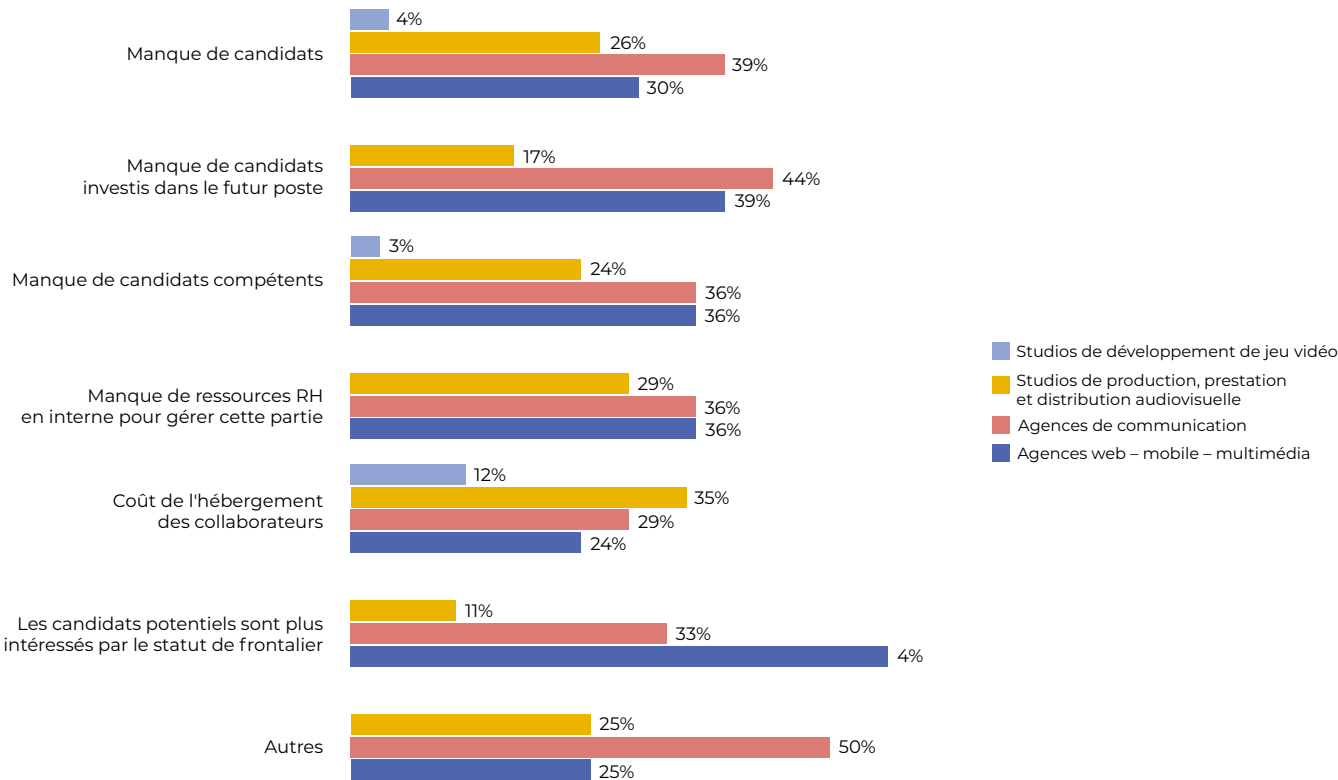


(Source : Département de la Haute-Savoie)

Par ailleurs, cette concurrence du statut de frontalier est ressentie de façon bien plus forte par les agences web, mobile et multimédia (56% des répondants) et par les agences de communication (33%) que par les entreprises de l'audiovisuel (11%).

On peut donc en déduire que si les problèmes de recrutement sont partagés par environ un tiers des entreprises du territoire, les facteurs de ces problèmes sont très différents.

Difficultés de recrutement ventilées par secteur d'activité



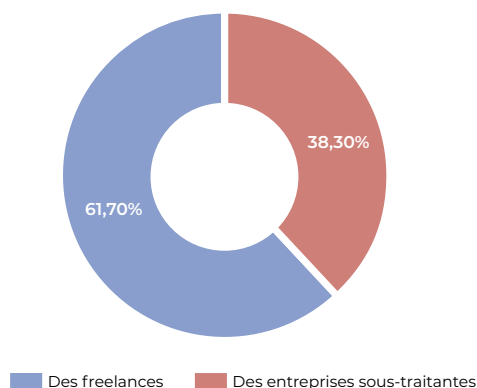
(Source : Département de la Haute-Savoie)

En conséquence, **pour 57% des entreprises, l'externalisation représente donc une solution pour pallier les problématiques de recrutement.** Se dessine alors l'écosystème de la filière image et la complémentarité entre les entreprises et les auto-entrepreneurs. En effet, 65% des auto-entrepreneurs déclarent ne jamais avoir recours à un tiers pour réaliser leur activité alors que 79% des entreprises affirment faire appel à des ressources extérieures.

Néanmoins, ce recours ne s'effectue pas intégralement des entreprises vers les auto-entreprises puisque les freelances

ne représentent que 62% de la sous-traitance. Dans certaines activités telles que le web et le multimédia, les évolutions technologiques sont si rapides qu'elles impliquent une forte agilité, une forte réactivité, et une forte technicité des entreprises. Elles nécessitent donc de recourir massivement à des freelances pour des tâches spécialisées, qui ne justifient pas d'internalisation des ressources. Les motifs principaux d'externalisation sont donc fort logiquement le besoin de souplesse (20,3%), le surcroît temporaire d'activité (19,3%), mais surtout le besoin de compétences spécifiques (41,2%).

Type des structures lors des externalisations de ressources

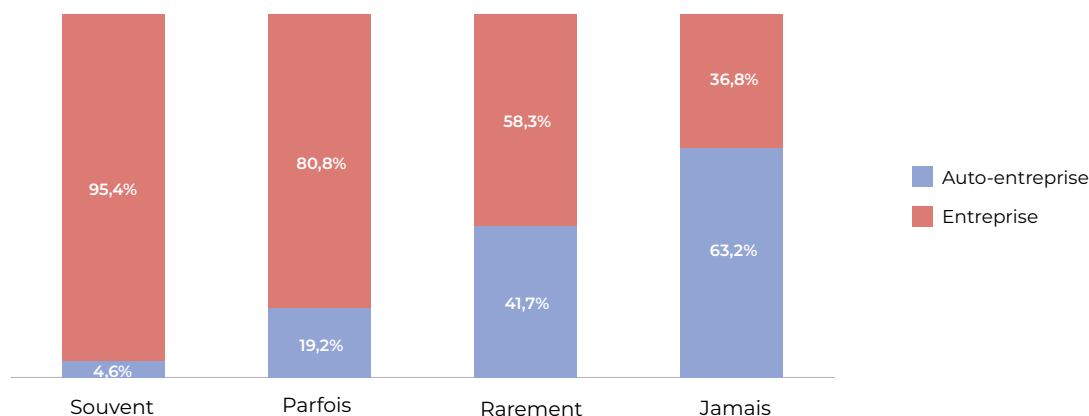


(Source : Département de la Haute-Savoie)

Dans les autres secteurs d'activité, le recours aux freelances est différent. Dans l'audiovisuel ou dans la communication, il s'agit plus souvent d'auto-entrepreneurs à leur compte qui multiplient les prestations auprès d'une clientèle très large (acteurs publics, entreprises, mais aussi grand public) : il peut s'agir tout

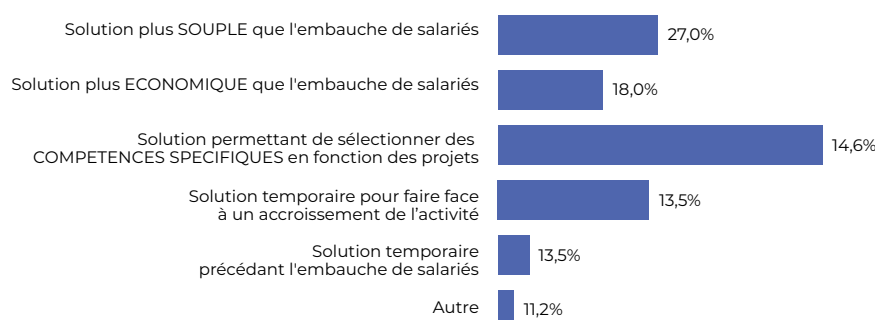
autant de vidéastes, de graphistes ou de designers. Dans le jeu vidéo, le recours aux freelances est beaucoup plus rare car la stratégie des studios est d'internaliser les savoir-faire pour les capitaliser dans la durée et les exploiter sur leurs différents projets de développement.

Appel à une externalisation des ressources (prestations, sous-traitance)



(Source : Département de la Haute-Savoie)

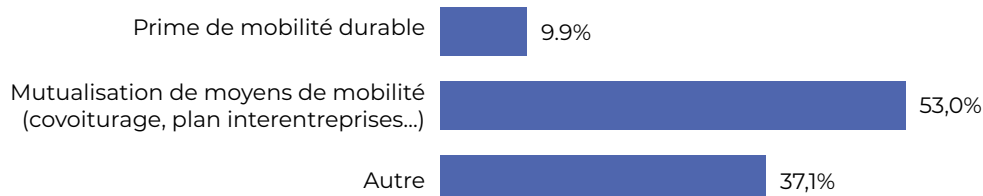
Raisons de l'externalisation des ressources



(Source : Département de la Haute-Savoie)

ACTIONS MENÉES EN FAVEUR DE L'ENVIRONNEMENT

Actions dans le domaine de la mobilité



(Source : Département de la Haute-Savoie)

Autres actions dans le domaine de la mobilité

Véhicule électrique (5)
Télétravail (28)
 Transport en commun (3) Vélo (13)

Les chiffres visibles correspondent à des valeurs absolues et la taille est proportionnelle au nombre de réponses

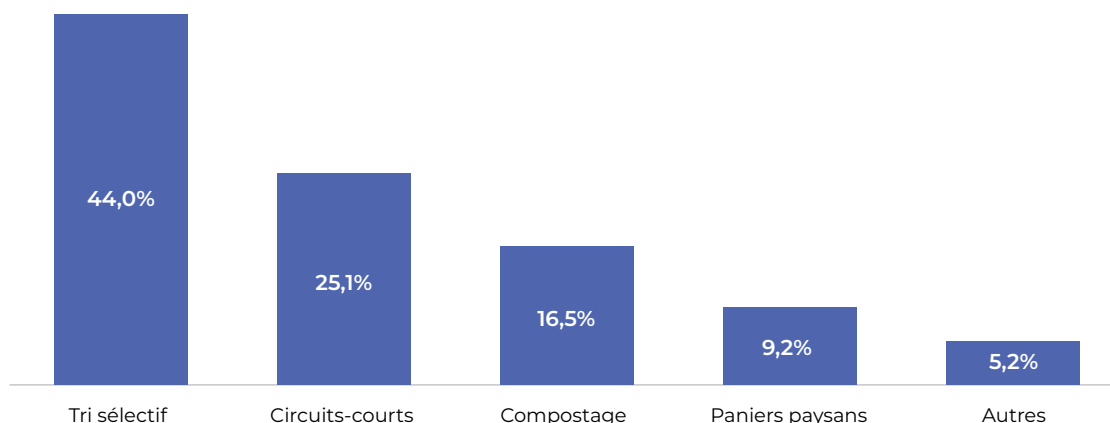
(Source : Département de la Haute-Savoie)

Au niveau de la mobilité, les entreprises privilégient l'action collective sur l'action individuelle. **53% des entreprises engagées dans une politique RSE ont d'abord mis en place des mesures de mutualisation des moyens de mobilité** en favorisant, par exemple, le covoiturage des salariés ou en créant des plans interentreprises avec les sociétés domiciliées à proximité de leur site de travail. Ainsi, l'instauration du versement d'une prime mobilité durable, permise et exemptée d'impôts et de cotisations sociales depuis 2020, n'est mobilisée que par 10% des entreprises.

Par ailleurs, les autres actions menées montrent que les entreprises de la filière considèrent également le télétravail comme une mesure ayant un impact positif sur l'environnement via la réduction des déplacements qu'il induit. Les entreprises se mobilisent également sur les déplacements effectués dans le cadre professionnel en investissant pour électrifier les flottes automobiles.

Ainsi, les politiques de mobilité des entreprises du secteur dessinent une mobilisation importante et multifactorielle en faveur des mobilités douces et décarbonées.

Actions dans le domaine de l'alimentaire et de la gestion des déchets

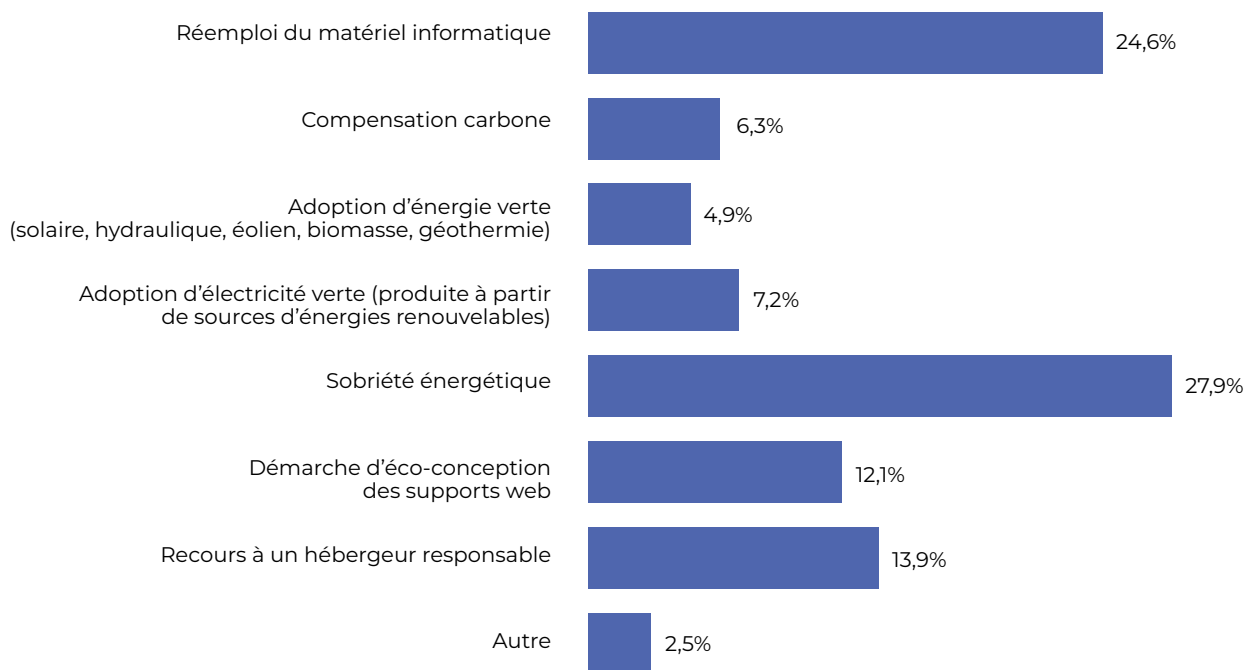


(Source : Département de la Haute-Savoie)

Les actions du quotidien en faveur de l'environnement se portent majoritairement sur des mesures **relevant de l'économie circulaire et de la gestion des déchets** (61%), plutôt que sur des mesures alimentaires (34%). Sans surprise, c'est l'action la plus normée en termes de politiques publiques (le tri sélectif) qui est la plus utilisée par les entreprises (41%). Cependant,

le recours aux circuits courts et aux paniers paysans dans les pratiques alimentaires intra-entreprises revient plus d'une fois sur trois, chiffre relativement important si l'on considère que ces actions sont obligatoirement le fruit d'un engagement de l'entreprise puisqu'elles ne font l'objet d'aucune structuration ou incitation publiques.

Actions dans le domaine de l'énergie



(Source : Département de la Haute-Savoie)

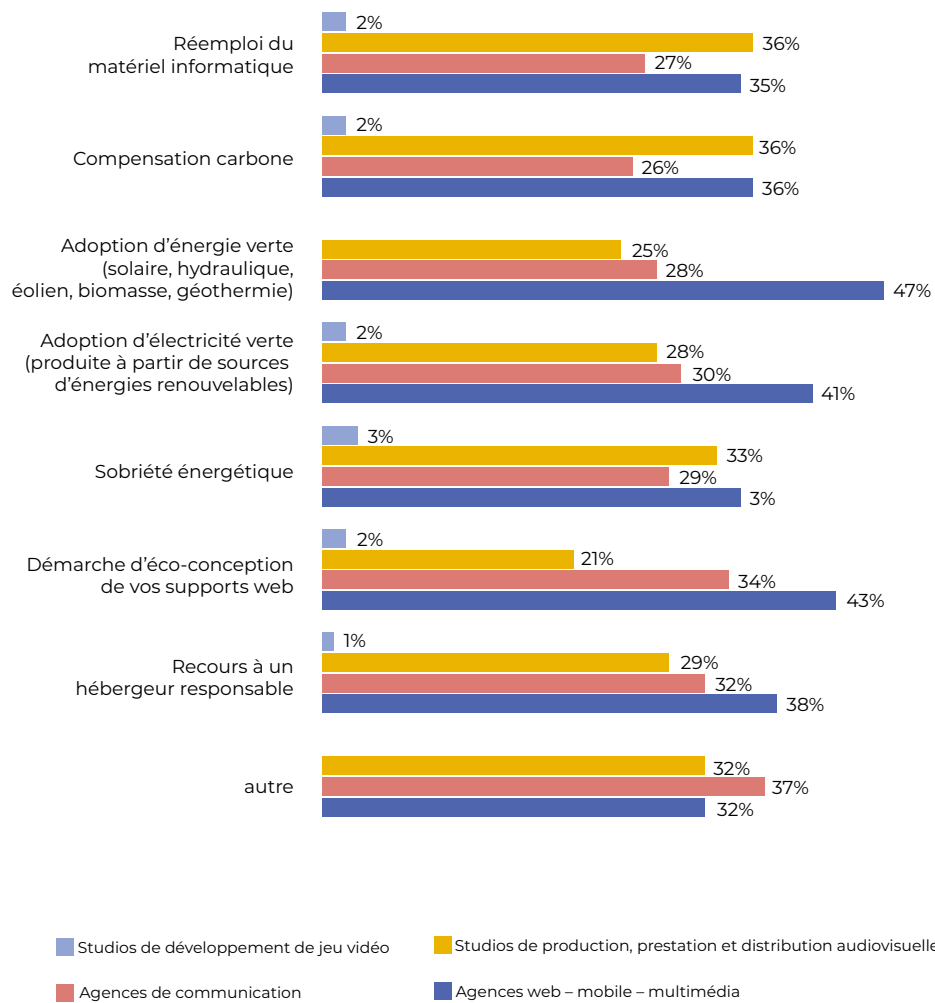
LES ACTIONS SUR LE VOLET ÉNERGIE FONT APPARAÎTRE 3 CATÉGORIES D'INTERVENTIONS :

1. Les premières, partagées respectivement par 73% et 64% des entreprises de l'échantillon, sont la **sobriété énergétique et le réemploi informatique**. Le développement de ces pratiques s'explique aisément par l'existence d'une filière structurée d'économie circulaire en réemploi informatique qui permet aux entreprises un accès simplifié à cette action ; et par l'incitation financière que peut représenter la sobriété énergétique, particulièrement depuis 2 ans. Par ailleurs, sur les consommations énergétiques, le score relativement faible de l'électricité verte (19%) peut s'expliquer par la complexité du mécanisme de Garantie d'Origine (GO) dont le signataire du contrat d'électricité verte n'est pas toujours le consommateur effectif.

2. La deuxième catégorie porte sur des filières moins structurées faisant l'objet de moins d'incitation. Les interventions de **responsabilité environnementale web** sont ainsi partagées par 1/3 des entreprises : 36% ayant recours à un hébergeur responsable, et 32% mettant en œuvre une démarche éco-responsable de conception de supports web. Dans un secteur en croissance exponentielle – GreenIT estimait ainsi qu'en 2019 le numérique consommait environ 4,2% de la production d'énergie primaire mondiale – il s'agit d'un engagement d'anticipation.

3. Enfin, la troisième catégorie nécessite la mise en place de dispositifs complexes ou d'investissements amortissables sur plusieurs dizaines d'années et obtient donc des scores plus faibles (17% pour la **compensation carbone** et 13% pour l'adoption d'une **énergie verte**) mais néanmoins significatifs. Plus globalement, il est intéressant de noter que l'implication des entreprises porte souvent sur des démarches qui sont liées à leur cœur de métier. Ainsi, l'écoconception des supports web concerne dans 43% des cas des agences web-mobile et multimédia et seulement dans 21% des cas des studios de production, prestation et diffusion audiovisuelle.

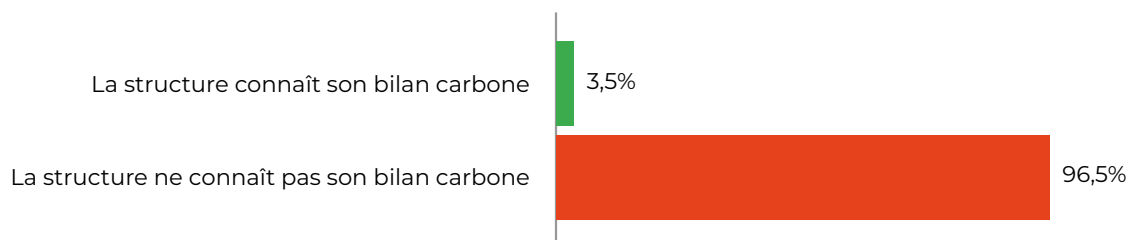
Actions en faveur de l'environnement (énergies) par secteurs d'activités de la filière



(Source : Département de la Haute-Savoie)

BILAN CARBONE

Connaissance du bilan carbone par les entreprises



(Source : Département de la Haute-Savoie)

Seulement 3,5% des répondants ont procédé à un bilan carbone des activités de la société : cette pratique n'est pas encore usuelle dans la stratégie RSE des entreprises. Depuis la loi Grenelle 2 de 2010, seules les entreprises employant plus de 500 personnes en France Métropolitaine ont l'obligation de réaliser et de communiquer ce bilan carbone : ce qui ne correspond à aucune entreprise de la filière image en Haute-Savoie.

Par ailleurs, la politique de RSE est, pour la plupart des entreprises, un engagement uniquement interne puisque 91% de l'échantillon n'adhère pas à une association ou une structure extérieure pour l'accompagner dans cette démarche. Néanmoins, cela peut également s'expliquer par les fortes disparités entre les types de société. En effet, le chiffre d'affaires médian des entreprises qui ont recours à une structure extérieure spécialisée est 3,6 fois supérieur à celles qui n'y ont pas recours.



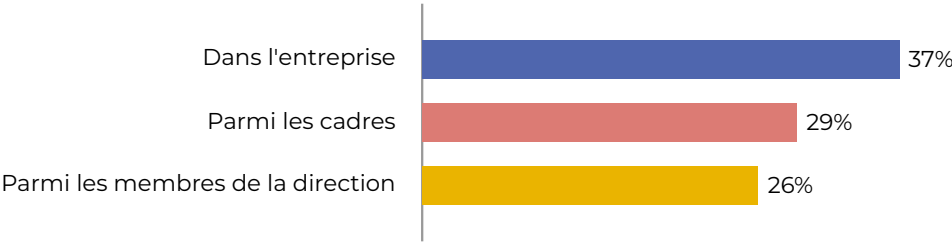
(Source : Département de la Haute-Savoie)

Si l'organisme qui revient le plus, Time for the planet, est à la fois généraliste et national, on remarque par ailleurs la présence d'associations très locales comme La Ferme de Chosal, l'association De l'ombre à la lumière, ou encore des organismes ayant un rayonnement régional tels l'association iDÉE sur la région Auvergne-Rhône-Alpes ou SOLUCIR sur le

territoire Savoie Mont-Blanc. On observe également un grand nombre d'organismes spécifiques aux « métiers » de la filière, généralistes ou spécifiques à un des segments de la filière : Ecoprod ou Cartouche Verte dans l'audiovisuel, Game Only ou Women in Game dans le jeu vidéo, ou MUTO en événementiel.

PARITÉ

Proportion de femmes par rapport aux hommes dans les entreprises



(Source : Département de la Haute-Savoie)

Pourcentage de femmes dans les entreprises de la filière par secteurs d'activités

Typologie	Entreprises	Cadres	Membres de la direction
Studio de production audiovisuelle	37,73%	33,02%	23,95%
Studio de développement de jeu vidéo	18,00%	13,80%	15,60%
Agence de communication	51,35%	37,09%	35,05%
Agence web - mobile - multimédia	35,10%	24,72%	24,78%

(Source : Département de la Haute-Savoie)

En termes d'égalité hommes-femmes, la filière a une répartition des effectifs plus masculine (63%) que féminine (37%). Mécaniquement, cela conduit à une sous-représentation des femmes dans les postes d'encadrement (29%), et dans les postes de direction (26%). Ces chiffres sont à mettre en perspective et à relativiser à la lecture des données nationales de recensement de l'INSEE toutes filières confondues où 43% des cadres sont de sexe féminin, mais où les hommes ne représentent que 51% des actifs. Si on regarde la répartition Femmes/Hommes par segment de la filière, on constate d'importantes disparités. En effet, les métiers du jeu vidéo sont

particulièrement peu féminisés (18% des membres des entreprises enquêtées) alors que les femmes sont majoritaires dans les agences de communication (51,4%). C'est dans ce contexte qu'il est particulièrement intéressant de constater un décrochage entre le pourcentage de femmes dans l'entreprise et celui parmi les cadres (37,1% dans les agences de communication) et les membres de la direction (35,1%). Un écart qui concerne toutes les filières, à l'exception des studios de développement de jeu vidéo dont la féminisation est faible et l'échantillon très restreint.



Interview : CARIBARA Annecy - Gregory ALLAIN, Directeur de studio Studio d'animation 2D - ANNECY

Sur le plan environnemental, Caribara Annecy se distingue par ses initiatives en faveur de l'éco-mobilité : nous avons été lauréats du Challenge Mobilité de la Région Auvergne-Rhône-Alpes. Notre engagement s'étend à notre contribution dans le développement d'un calculateur carbone spécifiquement adapté aux studios d'animation, en collaboration avec le syndicat AnimFrance et de nombreux autres studios d'animation visant à faciliter la transition écologique de nos productions. Nous prévoyons également de finaliser notre Bilan Carbone, une étape essentielle pour mesurer et réduire notre impact environnemental, affirmant ainsi notre engagement envers des pratiques écoresponsables et souvent économiques. Membres de l'association la Cartouch'verte à Valence et de l'association Idée en Haute-Savoie, nous contribuons à l'accélération de la prise en compte de notre impact éco-responsable. Enfin dans les derniers événements marquants, nous sommes fiers d'avoir été à l'initiative de l'organisation d'un grand repas végétarien mensuel au sein des Papeteries – Image Factory. Cela souligne notre engagement à réduire l'empreinte carbone de notre alimentation, tout en renforçant la cohésion au sein du studio.

Sur le volet social, notre adhésion à une Charte de Qualité de Vie au Travail (QVT) en 2023, signée avec d'autres entreprises de l'animation et du jeu vidéo, témoigne de notre engagement envers le bien-être de nos employés. Cette démarche se concrétise par des mesures telles que la flexibilité du télétravail, la mise en place de semaines de travail de quatre jours ou encore l'amélioration de nos espaces de travail.

Le renforcement de nos liens avec les établissements d'enseignement locaux tels que BRASSART, l'ENAAI et Les Gobelins est également au cœur de nos priorités. En cultivant des partenariats solides avec les institutions éducatives, nous visons à faciliter les échanges de connaissances et à soutenir le développement de talents émergents dans la région. Former nos équipes est une autre pierre angulaire de notre stratégie, garantissant que nos talents restent compétents et bien préparés aux défis actuels et futurs du secteur.

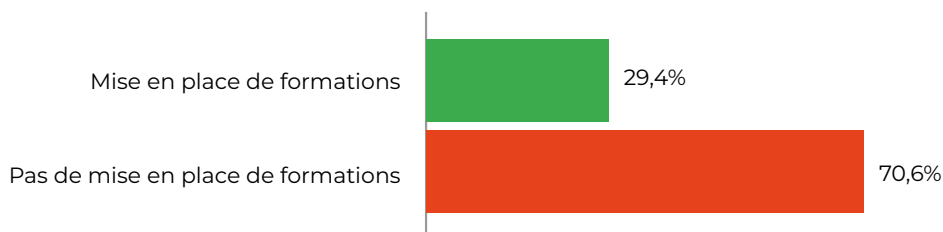
Nous sommes fiers d'avoir été partenaire du festival de la Presqu'île de l'Imaginaire en 2023, où nous avons pu co-organiser la diffusion en avant-première mondiale de la série Tobie Lolness, une magnifique production sur la thématique de la préservation de la nature, en partie fabriquée dans nos studios Caribara entre Annecy et Liège.

Sur le plan économique, notre implication au sein du label Animation Annecy, créé en 2022 pour mettre en avant les entreprises locales du secteur, illustre notre volonté de promouvoir l'écosystème annécien de l'animation et témoigne de notre engagement à soutenir le dynamisme économique de notre région et à encourager les collaborations.

Enfin, nous nous préparons à appréhender l'arrivée de l'intelligence artificielle dans le cadre professionnel. Nous explorons les manières de l'intégrer de manière éthique et innovante dans nos processus de production, tout en évaluant son impact potentiel sur la créativité et l'emploi dans notre industrie.

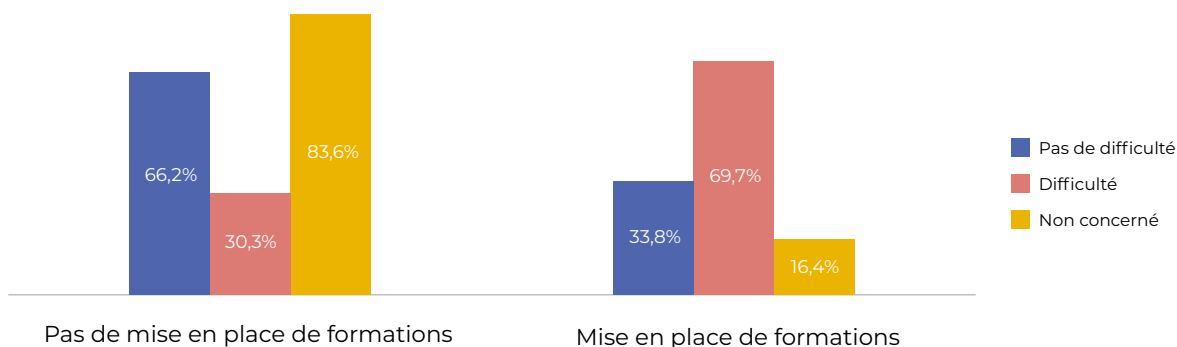
FORMATION

Mise en place d'une ou plusieurs formations cette année



(Source : Département de la Haute-Savoie)

Recours à la formation continue au sein des entreprises de la filière en fonction des difficultés de recrutement



(Source : Département de la Haute-Savoie)

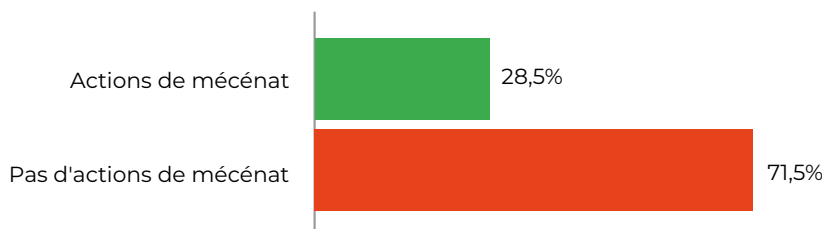
Le recours à la formation ne semble pas, non plus, être aisé pour les entreprises de la filière. En effet, **seules 29% des entreprises ont mis en place au moins une formation pour les membres de leur équipe en 2023**. Ce chiffre augmente à peine lorsqu'on exclut les auto-entrepreneurs de la réflexion : il se porte alors à 35%. Enfin, on constate que pour ces 35% d'entreprises, la médiane du nombre de salariés qui en ont bénéficié est égale à 2 alors que la médiane de leurs effectifs est égale à 3, chef d'entreprise compris. On peut donc considérer que

les formations concernent quasiment tous les employés lorsqu'elles sont conduites.

Néanmoins, on constate que ce sont les entreprises qui ont le plus de difficultés à recruter qui représentent l'essentiel de celles ayant eu recours à la formation (69,7%). La formation est donc activée comme un moyen de fidélisation et de développement des compétences interne aux entreprises pour répondre à leurs défis.

MÉCÉNAT

Actions de mécénat en faveur de structures menées l'année passée



(Source : Département de la Haute-Savoie)

Le mécénat, tel qu'il est déclaré par les entreprises de l'échantillon, se porte à un niveau élevé. En effet, selon le baromètre annuel du mécénat commandé par ADMICAL auprès de l'IFOP en 2022, seulement 4,6% des entreprises soumises à l'impôt sur les sociétés ont recours à des déductions fiscales de dons. Or, dans notre enquête, 28% des entreprises affirment avoir eu recours à du mécénat entre l'été 2022 et l'été 2023. Ce chiffre se porte même à 36% des sociétés hors auto-entrepreneur.

Cependant, malgré ce fort engagement, seulement 10 entreprises du secteur interrogées dans l'échantillon ont sollicité un organisme extérieur de certification pour leurs actions environnementales et sociétales. Ce faible résultat peut être dû au coût que suppose cette certification : les entreprises ayant eu recours à un organisme de certification affichent un chiffre annuel médian de 105 k€.

ASPECTS MÉTHODOLOGIQUES

Entrent dans le périmètre de la filière « image et industries créatives » les entreprises qui produisent ou diffusent des images réelles ou virtuelles dans les domaines du cinéma, de l'audiovisuel, de l'animation, du jeu vidéo et du multimédia. Ce périmètre s'inscrit dans une liste de base de 19 codes d'activités entretenu et mise à jour chaque année en fonction de l'activité effective des entreprises.

La méthodologie de cette étude est construite par addition de protocoles de collecte de données :

- Compilation des données publiques d'immatriculation, de création, et de radiation d'entreprise.
- Entretien d'une liste d'entreprises ciblées en fonction de leur activité effective (mise à jour et requalification annuelle).
- Estimations de données quantitatives par collecte de données officielles ou déclaratives ou par estimations à dire d'expert.

L'unité statistique choisie est celle de l'entreprise.

L'Observatoire prend en compte les entreprises ayant leur siège en Haute-Savoie et les établissements secondaires ayant leur siège dans un autre département. Pour ceux-ci, l'Observatoire

considère uniquement l'activité relative au département de la Haute-Savoie. Les données recueillies concernent les années 2021 et 2022.

- Enquêtes CAWI (par courriel) et CATI (par téléphone) auprès des entreprises de la filière, effectuées depuis la France. Les résultats de l'enquête portent sur un échantillon de 256 répondants (ayant répondu intégralement au questionnaire) sur les 1 194 entreprises identifiées, soit un taux de retour de 21%, avec une marge d'erreur de 5% pour un intervalle de confiance de 95%.

1. Du 14/06 au 31/08 : enquête par e-mail
2. Du 01/09 au 30/09 : relances téléphoniques
3. Du 01/10 au 30/10 : finalisation de la collecte
4. Du 01/11 au 04/11 : redressement des données

haute savoie

le Département

DÉPARTEMENT DE LA HAUTE-SAVOIE
1, avenue d'Albigny | CS 32444
74041 Annecy Cedex | Tél. 04 50 33 50 00



hautesavoie.fr



IMAGE & INDUSTRIES CRÉATIVES

CITIA, Image et industries créatives
c/o Conservatoire d'art et d'histoire
18 avenue du Trésum | CS 50038
74001 Annecy CEDEX
Tél. 04 50 10 09 00
Courriel : info@citia.org