



Face à la COVID-19, la filière de la communication est durement éprouvée, mais déterminée à rebondir

L'Observatoire COM MEDIA publie les résultats de la première vague de son baromètre « Filière communication, impacts de la COVID-19 et perspectives de reprise ». Menée entre le 17 et le 30 juin, cette enquête a recueilli 109 réponses d'un échantillon représentatif d'entreprises de la filière de la communication (agences, médias, événementiel, industriels et numérique).

La filière de la communication, un pilier de l'économie française, sévèrement atteinte par la COVID-19

La filière de la communication rassemble plus de 46 000 entreprises consolidant un chiffre d'affaires de près de 39 Mds d'euros. Plus de 85% d'entre elles sont des TPE/PME et elles se répartissent entre quatre macro-secteurs que sont les agences (47%), l'industrie (38%), l'événementiel (10%) et les médias (5%)* auxquels se rajoutent les entreprises du numérique et les start-ups AdTech, Martech, ComTech. Les conséquences de la pandémie de la COVID-19 ont été sur elle à la fois brutales et inédites.

On constate notamment un recul des investissements publicitaires qui frappe de plein fouet les professionnels de la communication. On prévoit ainsi pour 2020 une baisse de l'ordre de 23 % de l'activité pour la filière, soit une perte de près de 8 Mds d'euros !

Dans ce contexte, l'Observatoire COM MEDIA conduit un baromètre trimestriel afin de suivre au plus près l'évolution de l'activité et de la reprise de la filière communication.

Les premiers enseignements de ce baromètre

Qui sont les répondants ?

La majorité des répondants sont des agences de communication et acteurs d'audiovisuel (49%) suivies par :

- des industriels de la communication (14%),
- des professionnels de l'événementiel (11%) et des entreprises du numérique ou des start-ups (11%),
- des professionnels issus des médias (9%),
- autres acteurs de la filière (6%).

Quel impact sur le chiffre d'affaires ?

En mai 2020 par rapport au mois précédent, 68% des répondants répondent avoir perdu plus de 25% de leur CA dont 40% déclarant avoir perdu plus de 50%. En revanche, sur le mois de juin, nous constatons une légère amélioration de cette tendance, pour autant,

L'Observatoire COM MEDIA

9 rue neuve Saint-Germain – 01 55 95 97 00 – contact@obs-commedia.com – www.obs-commedia.com



54% des répondants ont enregistré de nouveau, une baisse d'activité supérieure à 50%, 25% des répondants déclarant avoir perdu plus de 50% de leur CA sur le mois de juin. L'ensemble des secteurs est concerné également par l'annulation ou le report des commandes (58% des répondants ont constaté un report de plus de 25% de leurs commandes, sans nul doute, le secteur du numérique et des start-ups ont été les plus affectés. Un quart des répondants constatent plus de 25% d'annulation de contrats, le secteur de l'événementiel étant le plus concerné par cette situation).

Difficultés de trésorerie

Près de 50% des entreprises répondantes rencontrent des difficultés de trésorerie. Il est à craindre un risque majeur sur les trésoreries de l'ensemble des secteurs d'ici la fin de l'année.

Problématiques internes et externes

Au regard des problématiques internes et externes rencontrées par les répondants, ils identifient à égalité (65%) les reports ou annulations de contrats et la baisse significative de l'activité comme étant celles rencontrées le plus souvent.

Deux phénomènes semblent plus inquiétants, l'arrêt de l'activité des clients pour 50% des répondants et la baisse des prix dans 31% d'entre eux. Il est important de noter également la pression économique sur le secteur des agences et des médias, exercée par certains donneurs d'ordre qui se livrent à des renégociations des contrats passés en cherchant à imposer des baisses des prix.

En revanche en interne, les demandes de reconversion des collaborateurs ou de départ volontaire sont des problématiques rencontrées par seulement une infime proportion des répondants (respectivement 3% et 2%). L'enjeu de la reconversion, à ce jour, ne semble pas être intégrée comme une préoccupation majeure des répondants.

Aides de l'Etat

Indéniablement, les mesures mises en place par le gouvernement ont été largement activées par l'ensemble des entreprises de la filière, que ce soit au titre de demande d'activité partielle (70%), PGE (près de 50%) et report des échéances sociales (plus de 45%) ; même si certains comportements diffèrent fortement d'un secteur à l'autre.

Emploi

47% des répondants confirment une stabilité des effectifs. Le chômage partiel est très largement mis en place par le secteur de l'événementiel (83%) et celui des médias (90%) tandis que le secteur de l'événementiel et celui des Industries craignent d'être les plus durement touchés par une baisse à venir des effectifs.

Climat internes/externes

Dans le contexte si particulier de la crise de la COVID-19, les réponses tendent à confirmer une résilience des entreprises tant au niveau social, financier que des relations clients/fournisseurs.



Perspectives de reprise

Plus de 50% des répondants envisagent un retour à une activité normale à horizon du mois de janvier 2021 tandis que moins de 20% des répondants le projettent au cours des mois de septembre et d'octobre. Les industriels et les médias semblent être les secteurs les plus confiants sur un retour à la normale de leur activité à la rentrée.

Les répondants sont une minorité (2%) à escompter un retour à la normale de leur activité en juillet ou en d'août.

Premières conclusions

De manière générale, la filière de la communication a été très gravement affectée par la crise sanitaire. Les difficultés de trésorerie ont été sans nul doute l'un des points les plus difficiles à surmonter pour l'ensemble des acteurs. Elles sont grandement fragilisées par la baisse ou l'annulation et le report de contrats pour la grande majorité des répondants.

L'enquête souligne le rôle majeur joué par les actions gouvernementales tant au titre des PGE, des reports des échéances sociales et des dispositifs de chômage partiel.

Au niveau de l'emploi, il demeure un risque majeur sur la réduction des effectifs.

Ainsi, s'il en ressort que l'ensemble des entreprises fasse preuve de résilience, ces dernières sont une majorité à ne pas s'attendre à une reprise d'activité franche avant le début de l'année 2021.

Cependant, la principale préoccupation demeure la baisse du carnet de commandes et les reports des contrats, c'est pourquoi l'Observatoire COM MEDIA appelle les grands donneurs d'ordres à leur responsabilité en sollicitant, dès à présent, leurs fournisseurs sans attendre septembre. L'ensemble de la filière de la communication semble avoir fait preuve de résilience, mais il convient dès lors de préparer dès à présent les conditions de la sortie de crise.

Le baromètre fera l'objet d'une nouvelle vague. Elle permettra d'affiner les résultats et de suivre l'évolution du comportement des acteurs de la filière.

**Agences (Agences, Cibleurs, Photo, Production de films publicitaires), Médias (Régies), Industriels (Affranchissement, Distribution, Editique, Fabrication de machines, Fabrication d'enveloppes, Imprimerie de journaux, Imprimerie de labeur, Papier, Plateforme, Prépresse, Routage, Reliure, Logistique) et Événementiels (Foires-Congrès-Salons)*