

Marché 

Une création audiovisuelle décentralisée



Avec l'évolution des technologies et l'émergence du travail à distance, la production audiovisuelle s'externalise de plus en plus, en faisant appel à des professionnels freelance selon les besoins de création à un moment donné. Un usage qui a ses avantages... et ses inconvénients !

Vitrine commerciale ou outils de vente directe, la communication audiovisuelle est incontournable pour toute entreprise ou organisation privée ou publique.

Un marché de 3 à 4 milliards d'euros

Son marché est estimé à environ 3 à 4 milliards d'euros par an en France. Ce chiffre comprend les prestations liées à la conception de logos, aux créations publicitaires, à la production de contenu pour les réseaux sociaux et au branding d'entreprise.

En France, les entreprises consacrent environ 20 à 25 % de leur budget marketing à la communication visuelle (design graphique, vidéo d'entreprise, publicités,

infographies). Ce chiffre peut représenter plusieurs centaines de millions d'euros par an dans les grandes entreprises. En 2022, il est estimé que les entreprises du secteur B2B consacraient en moyenne 10 000 à 50 000 euros par an à la production de contenu visuel, selon leur taille et leur secteur d'activité. Pour les grands groupes, ces budgets peuvent dépasser les 200 000 euros par an.

Des tarifs très variables

Le coût des prestations dans la création visuelle corporate varie en fonction de la complexité du projet et du niveau de l'entreprise (PME, grand groupe, etc.).

Pour la création de logos et chartes graphiques, il faut compter entre 300 €

et 3 000 € pour un logo avec déclinaisons (couleurs, typographies) et options de révision pour un graphiste freelance. Lorsqu'on passe par une agence spécialisée, il faut plutôt compter entre 3 000 € et 20 000 € pour un logo professionnel accompagné d'une charte graphique complète, incluant souvent des éléments comme les cartes de visite, les papeteries et des guidelines de marque.

Pour les vidéos explicatives en animation de plus en plus utilisées pour animer les sites web, il faut compter entre 1 500 € et 7 000 € pour une vidéo animée de 1 à 2 minutes, en fonction du style d'animation et de la complexité du script. Pour des vidéos promotionnelles avec tournage en direct, il faut mobiliser da-



vantage de matériels et de professionnels. Compter entre 3 000 € et 20 000 € pour des vidéos tournées en direct avec montage professionnel, intégration de motion graphics et bande-son. Ce prix peut varier selon la durée et le nombre de jours de tournage.

Réseaux sociaux et Identité visuelle

Les réseaux sociaux sont devenus un vecteur essentiel pour la communication des entreprises. Les codes doivent être adaptés, c'est-à-dire sur des formats courts, voire très courts (10-30 secondes).

Pour une infographie simple, il faut compter entre 500 € à 1 500 € pour une infographie statique, en fonction de la complexité et du niveau de détail. Il existe des « packs » de visuels pour réseaux sociaux qui sont généralement proposés entre 1 000 € et 5 000 € pour une série de visuels destinés à une campagne sur les réseaux sociaux. (bannières, publications, stories), en fonction du nombre de visuels et du style graphique.

En amont de toute communication, il convient naturellement de bien réfléchir à l'identité visuelle et graphique de l'entreprise ou de l'organisation. Le « branding » complet (identité visuelle + supports), nécessite une analyse en profondeur de la nature de l'entreprise et des valeurs qu'elle veut transmettre. Les logos les plus simples, comme la pomme d'Apple ou la virgule de Nike, sont universellement connus... Mais il est paradoxalement compliqué de faire simple ! A titre indicatif, les petites entreprises peuvent prévoir entre 5 000 € et 10 000 € pour une identité visuelle complète, incluant le logo, les couleurs, les typographies et quelques supports de communication de base..

Pour les grandes entreprises, un branding complet, incluant la création de l'identité visuelle, les guides d'utilisation, les déclinaisons sur différents supports (print et digital), peut coûter entre 50 000 € et 150 000 €.

Vers une fragmentation de la création

La crise du Covid a accéléré la mise en place d'outils et de méthode de travail à distance. Des outils numériques permettent aux créateurs de collaborer, de produire du contenu, et même de recruter des talents à distance. Ces outils abolissent les distances. Il est donc possible de faire appel à des professionnels installés dans des pays émergents dont les coûts de main d'œuvre sont moindres

qu'en France, avec le risque d'incompréhensions culturelles qui peuvent entraîner de nombreux ajustements chronophages.

Les professionnels français ont des tarifs un peu plus élevés, mais, notamment grâce à un ensemble d'écoles de graphistes de renommée internationale, notre pays dispose d'un vivier de talents confirmés qui maîtrisent nos codes culturels.

On dénombre environ 60 000 graphistes actifs en France, dont une large majorité (environ 60 % à 70 %) travaillent sur des projets « corporate ». Cela inclut des activités telles que la création de logos, la conception d'identités visuelles, de chartes graphiques et de contenus visuels pour les réseaux sociaux. Beaucoup de graphistes exercent en tant que freelances (environ 40 000), tandis que d'autres travaillent pour des agences de communication ou directement pour des entreprises.

Par ailleurs, le nombre de professionnels de la vidéo corporate (production de vidéos institutionnelles, de contenu pour la communication interne ou externe, etc.) en France est estimé à environ 7 000 à 10 000. Ce secteur a connu une forte croissance avec l'essor du marketing digital et la demande croissante pour les vidéos explicatives, les interviews d'entreprise, et les vidéos destinées aux réseaux sociaux.

Des avantages

L'externalisation de la création audiovisuelle apporte de la souplesse et plusieurs avantages, comme la spécialisation accrue. Avec la fragmentation du travail créatif en multiples tâches (design, montage, effets visuels), chaque professionnel se concentre sur son domaine d'expertise. Cela favorise une qualité supérieure pour chaque étape de la production, car les spécialistes apportent une maîtrise fine de leur discipline.

Pour les entreprises et agences, la possibilité d'embaucher des freelances pour des tâches spécifiques est un avantage stratégique. Cela réduit les coûts fixes en permettant de ne faire appel à des créatifs qu'en cas de besoin. Il existe des plateformes de travail à distance comme Upwork ou Fiverr, qui permettent de recruter des professionnels dans le monde entier, ce qui élargit l'éventail des talents disponibles. En externalisant certains aspects de la création visuelle, les entreprises peuvent ajuster leurs coûts. Par exemple, il est possible de faire appel à un freelance pour des visuels récurrents à moindre coût ou à une agence pour des campagnes plus stratégiques.

Les principaux outils pour :

La création de Logos et d'Illustrations :

- Adobe Illustrator
- Canva
- Figma

La création Vidéo à Distance :

- Adobe Premiere Pro
- Final Cut Pro X
- Frame.io

Collaborer (voir également dossier Pratique):

- Slack
- Trello
- Google Workspace

Le recrutement de graphistes et créatifs :

- Behance
- Upwork
- Fiverr
- 99designs

... et des inconvénients

Fragmenter le travail de création impose une gestion fine et efficace de la coordination. La multiplication des intervenants sur un même projet peut entraîner des difficultés de communication et de coordination. Chaque créatif a ses propres méthodes et outils, ce qui peut créer des frictions lors des phases d'intégration des différentes parties du projet.

Il faut également souligner le risque de déperdition de vision artistique : Le morcellement des tâches peut nuire à la cohérence artistique d'un projet. Si chaque étape de la production est confiée à un créatif différent, il peut être difficile de maintenir une vision unifiée, ce qui peut se traduire par un produit final fragmenté ou incohérent. Enfin, bien que les coûts fixes puissent être réduits en recourant à des freelances, la gestion d'une multitude de collaborateurs externes peut entraîner des surcoûts en termes de gestion de projet, d'allocation des ressources et de coordination logistique..

En résumé, la décentralisation de la création audiovisuelle, bien que porteuse de souplesse et de spécialisation, impose une gestion rigoureuse pour maintenir la cohérence artistique. Si l'externalisation offre des économies et un accès à un vaste vivier de talents, elle peut entraîner des défis en termes de coordination et de vision globale. Les entreprises doivent trouver un équilibre entre les avantages de l'externalisation et les risques de fragmentation pour garantir des projets créatifs harmonieux et de qualité. ■

PHILIPPE LORANCHET