OBSERVATOIRE DÉPARTEMENTAL DE LA HAUTE-SAVOIE

ÉDITION N°9

ÉTUDE DE NOVEMBRE 2026
PANORAMA DONNÉES 2025

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 Soft Concept et Obs-Consulting

haute savoie
le Département

citia
IMAGE & INDUSTRIES CRÉATIVES

FILIÈRE IMAGE ET INDUSTRIES CRÉATIVES EN HAUTE-SAVOIE



+ D'INFOS

hautesavoie.fr



SOMMAIRE

CHAPITRES	PAGE
SYNTHÈSE	5
ACTIVITÉS PAR SECTEUR	11
POINT SUR LES AUTO-ENTREPRENEURS	19
LA DYNAMIQUE DE RECRUTEMENT EN 2026	23
L'INTERNATIONALISATION	27
ÉCLAIRAGE SPÉCIFIQUE : L'INTELLIGENCE ARTIFICIELLE	31
TÉMOIGNAGES & MÉTHODOLOGIE	39



La 9e édition de l'Observatoire départemental de la filière Image et Industries créatives en Haute-Savoie fait suite à la précédente étude, publiée en 2023 à partir de données de 2022.
Elle s'inscrit dans un contexte économique pour le moins perturbé et incertain. Les impacts de la pandémie de Covid-19 et du rebond qui a suivi ont été peu à peu absorbés.
Le monde du travail a considérablement changé, avec des entreprises qui cherchent à gagner en flexibilité et à s'adapter aux évolutions majeures de ces dernières années : ***l'augmentation du travail non salarié, l'explosion des réseaux sociaux et, surtout, le développement de l'intelligence artificielle (IA)****.*
Ce dernier point fera l'objet d'un éclairage spécifique afin d'appréhender de quelle manière l'IA impacte frontalement les activités de la filière et comment les entreprises doivent se réinventer face à cette technologie, qui peut à la fois être un allié dans leur travail et une menace à court ou moyen terme.

Martial Saddier
Président du Conseil
départemental
de la Haute-Savoie



CHIFFRES CLÉS

FIN 2025

• **610** entreprises (hors auto-entrepreneurs) ;

▸ **+ 8,5 %** par rapport à 2022 (**562 entreprises en 2022**) avec en moyenne 2,9 emplois ETP[1] par entreprise (**contre 3,8 en 2022**).

• Chiffre d'affaires : **238 millions d'euros** ;

▸ **+ 6,8 %** par rapport à 2022 (**223 millions d'euros**).

• **2 497 emplois au total** en ETP dans la filière ;

▸ **+16%** par rapport à 2022 (**2149 emplois ETP**) ;

▸ **1 797 emplois** ETP dans les entreprises ;

▸ **+ 700 emplois** en auto-entrepreneuriat.

• **116 emplois** ETP ont été créés chaque année entre 2022 et 2026.

[1] *ETP : équivalents temps plein.*

SYNTHÈSE

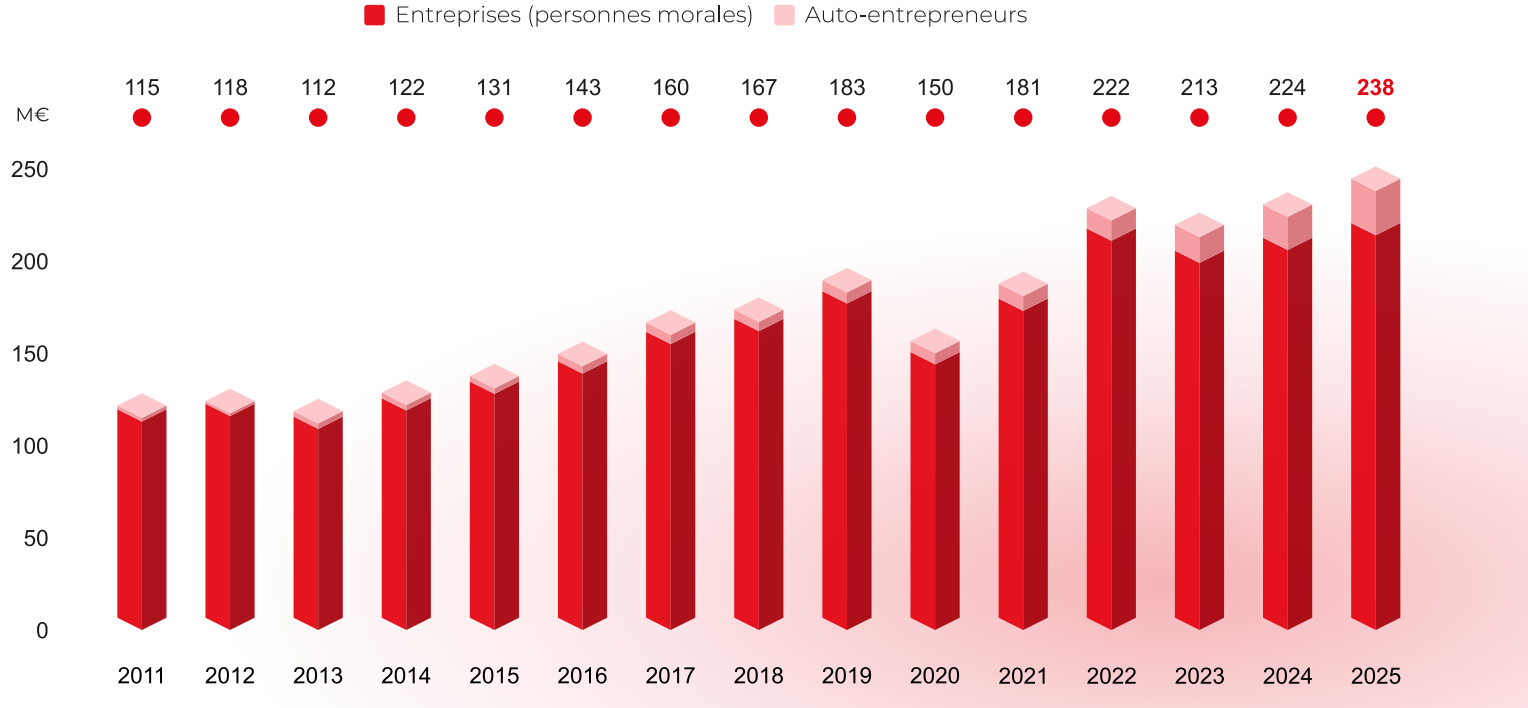


SYNTHÈSE

Le rebond post-Covid s'est très nettement atténué depuis fin 2022.
La croissance demeure au rendez-vous mais de manière ralentie.
La filière a ainsi connu une croissance de 8,5% du nombre d'entreprises.

• Fin 2025, la filière rassemble au total **610 entreprises en Haute-Savoie**, auxquelles s'adossent également **1 496 auto-entrepreneurs**.
L'ensemble de ces acteurs emploie **2 497 ETP (dont 72 % dans les entreprises hors auto-entrepreneurs)**, et a généré près de 238 millions d'euros de chiffre d'affaires hors taxes (HT) dans l'année.

Évolution du chiffre d'affaires de la filière selon leur statut en Haute-Savoie de 2011 à 2025 (en M€)



Source : Département de la Haute-Savoie



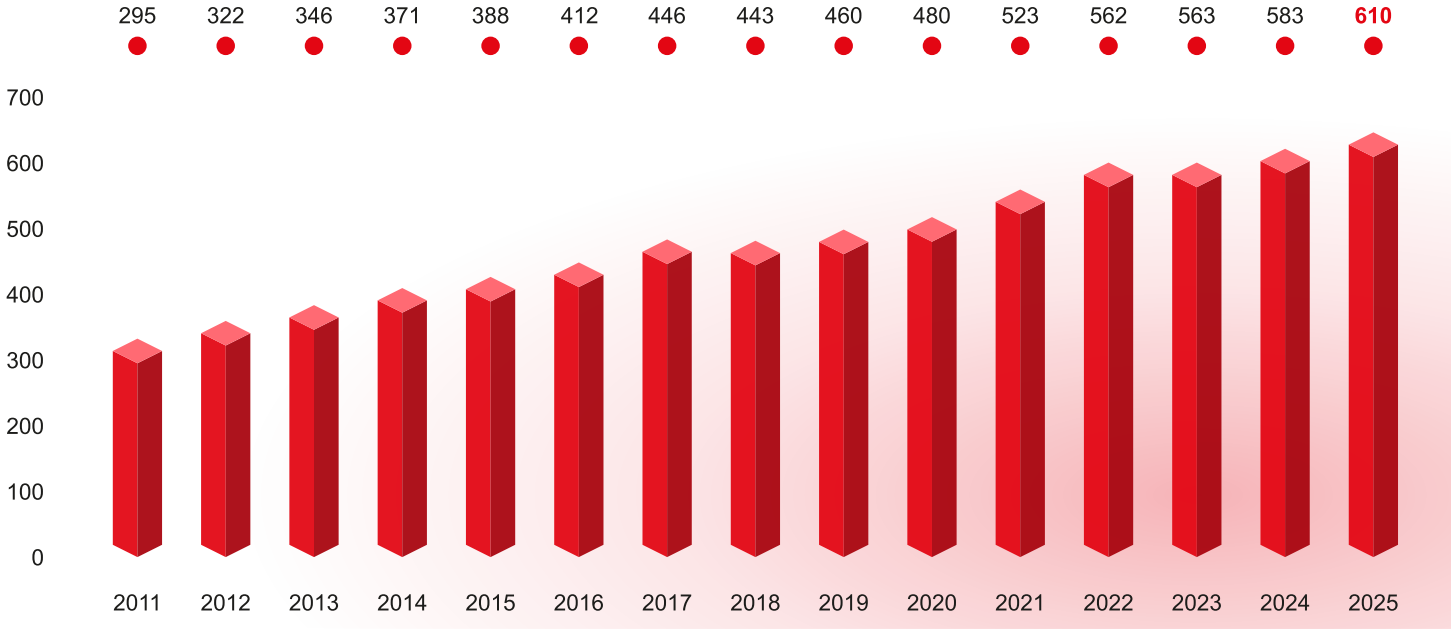
• Quel que soit le type d'entreprise, le chiffre d'affaires atteint un niveau record en 2025. Les dynamiques sont cependant différentes : pour les entreprises dites « classiques », la croissance de l'activité marque le pas depuis fin 2022 (+ 1,5 %), situation qui n'avait plus été rencontrée depuis le début des années 2010 (hors Covid). Les performances sont notamment impactées par le recul significatif du chiffre d'affaires d'une entreprise technologique de la filière qui, en 2022, représentait 15 % du chiffre d'affaires.

• L'activité est restée dynamique dans la très grande majorité des entreprises de la filière, quelle que soit leur taille : + 20 % dans les entreprises de moins de 5 emplois, + 32 % dans les entreprises de 5 à 20 emplois, + 30 % dans celles de plus de 20 emplois.

• **Sur l'année 2025, le climat des affaires reste globalement bien orienté** : 37 % des entreprises déclarent avoir passé une année satisfaisante, quand à peine 8 % déclarent une année plus difficile que la moyenne.

• **Pour les auto-entrepreneurs, l'activité poursuit sa trajectoire exponentielle** (+ 104 %), sous l'effet d'un nombre croissant d'indépendants et d'un chiffre d'affaires moyen par structure qui reste stable depuis 15 ans (31 000 € annuels environ). Toutefois, son poids reste très modeste dans l'ensemble de l'activité de la filière (10 % du total). 39 % d'entre eux estiment l'année 2025 satisfaisante, quand 11 % l'ont trouvée plus difficile que la moyenne.

Évolution du nombre d'entreprises de la filière (hors auto-entrepreneurs) en Haute-Savoie de 2011 à 2025



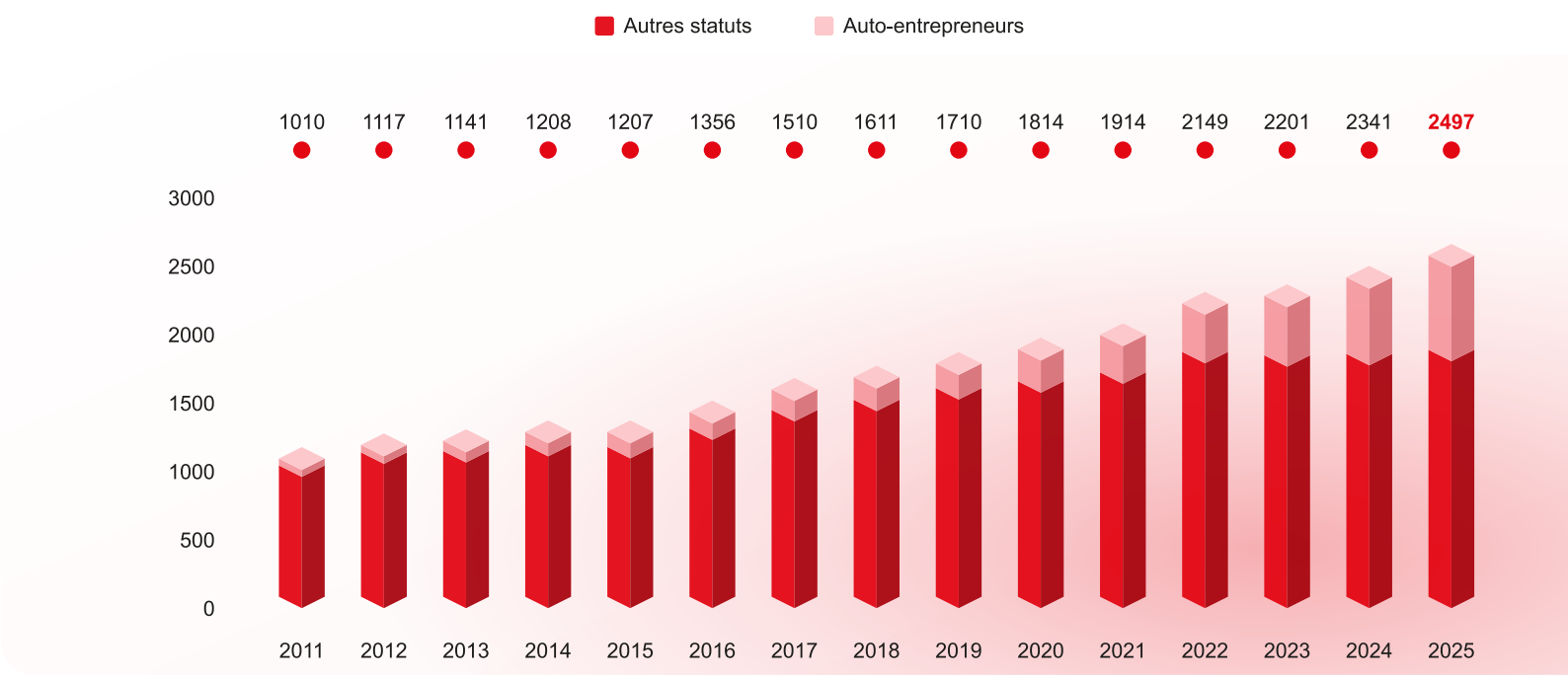
Source : Département de la Haute-Savoie

• **Depuis 2011, la filière compte 22 entreprises de plus chaque année**. Une croissance régulière qui ne s'est pas démentie, même lors de la pandémie de Covid-19, mais qui s'est légèrement tassée depuis 2022 (16 entreprises de plus par an). Elle est le résultat d'un taux de création globalement stable (11 % par an, soit 66 créations annuelles depuis 2021), mais avec des défaillances plus nombreuses depuis 3 ans et la fin des dispositifs d'aide mis en place lors du Covid-19 (45 par an en moyenne, contre 31 par an lors des 5 années précédentes).

• **L'ancienneté moyenne des entreprises atteint aujourd'hui 9,07 années, en progression de 10 % depuis 3 ans**. Leur taux de survie évolue cependant peu : il est en moyenne de 86 % au bout de 2 ans d'existence, de 64 % au bout de 5 ans et de 47 % au bout de 10 ans.

• La tendance est tout autre parmi les auto-entrepreneurs : les créations en auto-entrepreneuriat s'accroissent de façon exponentielle depuis 2020 (atteignant un pic de 483 créations en 2025), avec un taux de création de 31 % depuis 3 ans. Les défaillances sont 5 fois moins nombreuses que les créations : la souplesse administrative et fiscale du régime de la micro-entreprise fait que 19 % de ces structures sont en sommeil sans avoir été radiées par leur gérant, même si celui-ci a repris une activité salariée. Cette accélération récente explique que l'ancienneté des auto-entrepreneurs soit plus faible aujourd'hui (3,28 ans) qu'en 2021 (4,77 ans).

Évolution du nombre d'emplois ETP de la filière selon leur statut en Haute-Savoie de 2011 à 2025



Source : Département de la Haute-Savoie

• La progression de l'emploi se poursuit à un rythme soutenu. **Depuis 5 ans, la filière compte 137 ETP en plus chaque année**. Les auto-entrepreneurs sont à l'origine de 67 % de cette performance, contre seulement 10 % pour les entreprises de plus de 20 ETP. Ces dernières ont même connu une érosion de leurs effectifs en 2025.

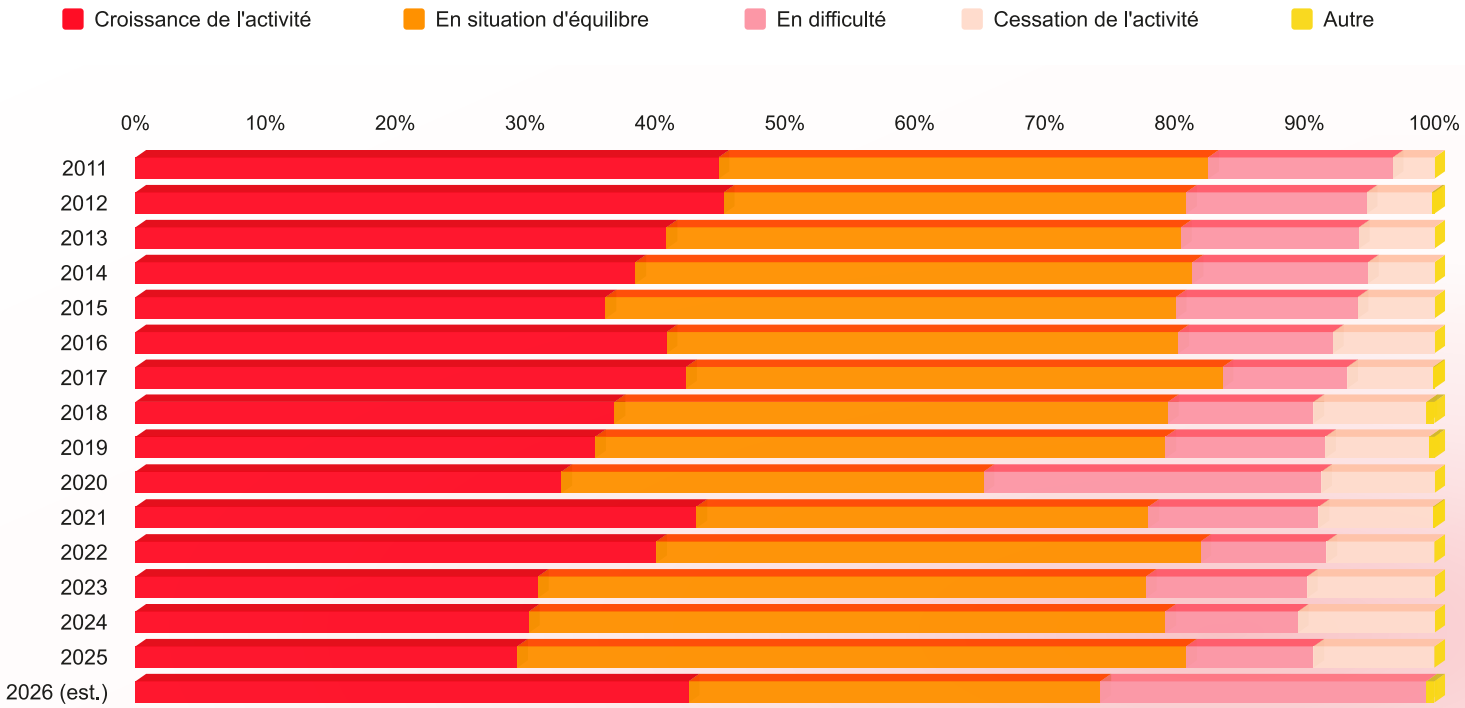
• Sur le long terme, dans les entreprises, la part des ETP occupés par des intermittents du spectacle s'est étoffée, passant de 1 à 5 % entre 2011 et 2025, tandis que celle des CDI s'est réduite de 62 à 54 %. La part de chefs d'entreprise est passée de 24 à 27 %.

• Ces tendances cumulées indiquent que **la dynamique de croissance de la filière est insufflée par des microstructures** dont le nombre et le poids sont de plus en plus significatifs, et **par des emplois flexibles** dont la caractéristique est de pouvoir être mobilisés temporairement pour le temps d'un projet.

• Cette tendance à l'ubérisation[2] des emplois se retrouve également au niveau national, où les créations nettes d'emplois entre 2012 et 2022 proviennent à 46,5 % des micro-entreprises et à 35 % des petites et moyennes entreprises (PME), tandis que les entreprises de taille intermédiaire (ETI) n'y contribuent qu'à hauteur de 18,5 % et que les grandes entreprises ont subi de sévères destructions d'emplois.

[2] *Ubérisation : Mise en relation directe des clients et prestataires via une application.*

Perspectives de croissance de l'activité (hors auto-entrepreneurs)



Source : Département de la Haute-Savoie

• **Les perspectives pour 2026 s'avèrent plus optimistes que les années précédentes**. 43 % des entreprises tablent sur une croissance de leur activité, alors que ces perspectives favorables s'étaient érodées entre 2011 (45 % des entreprises) et 2025 (29 %).

• Dans le même temps, 26 % misent sur une année difficile voire une cessation d'activité, soit davantage que la moyenne des 14 dernières années (20 %).

• Parmi les auto-entrepreneurs, les perspectives sont plus optimistes encore (46 % visent une croissance de leur activité), mais nettement en deçà de celles des 5 dernières années (56 %).

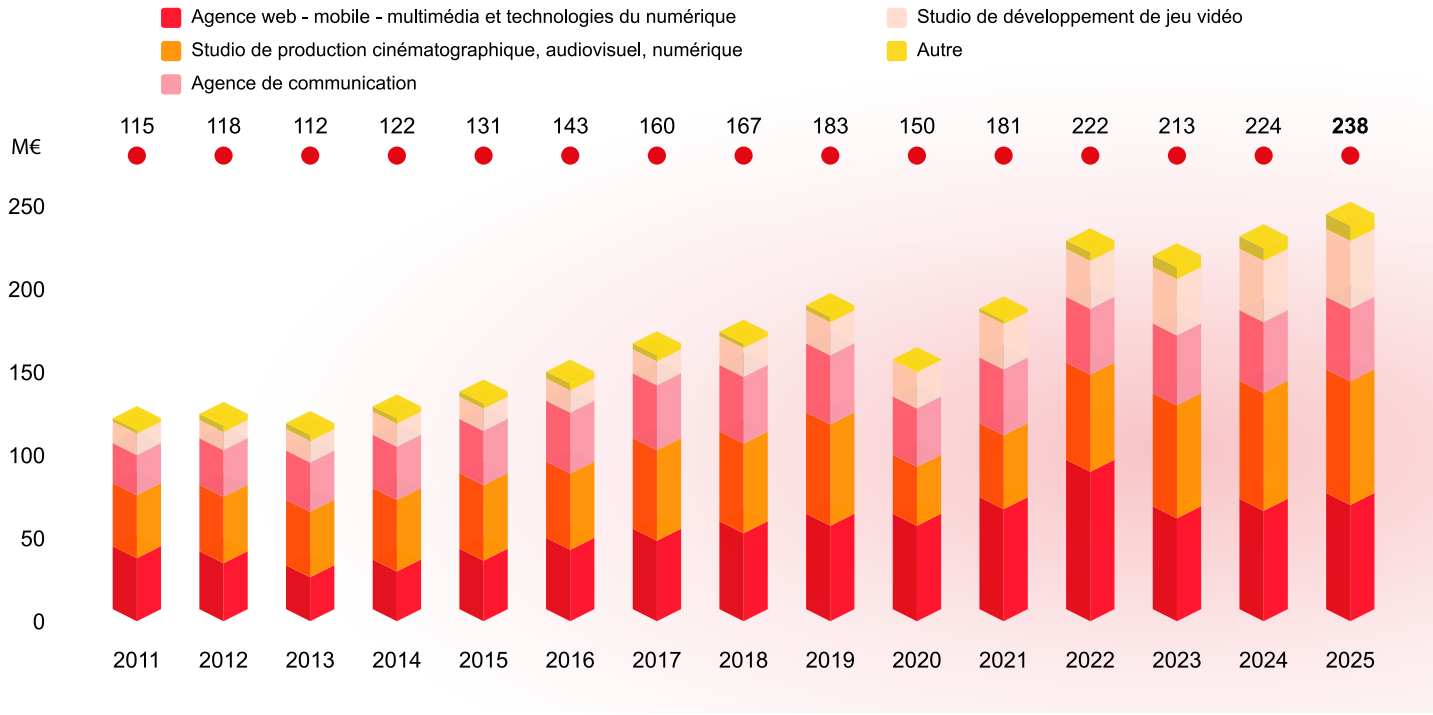


ACTIVITÉS PAR SECTEUR



ACTIVITÉS PAR SECTEUR

Évolution du CA selon la typologie des entreprises de la filière en Haute-Savoie de 2011 à 2025 (en M€)



Source : Département de la Haute-Savoie

Note méthodologique : les données économiques de l'entreprise (emploi ETP, chiffre d'affaires) sont ventilées équitablement sur les différents secteurs d'activité et les différents services auxquels elle s'apparente.



STUDIOS DE PRODUCTION, PRESTATION ET DISTRIBUTION AUDIOVISUELLE

231 entreprises hors auto-entrepreneurs

75 millions d'euros de chiffre d'affaires

834 ETP

L'audiovisuel fait essentiellement référence à la production de créations originales ou de films institutionnels et publicitaires pour la télévision, le cinéma, le web, ainsi que des films d'animation. Ce secteur propose également des prestations de postproduction et des prestations de services. Les salles de diffusion de films cinématographiques se trouvent dans cette catégorie.

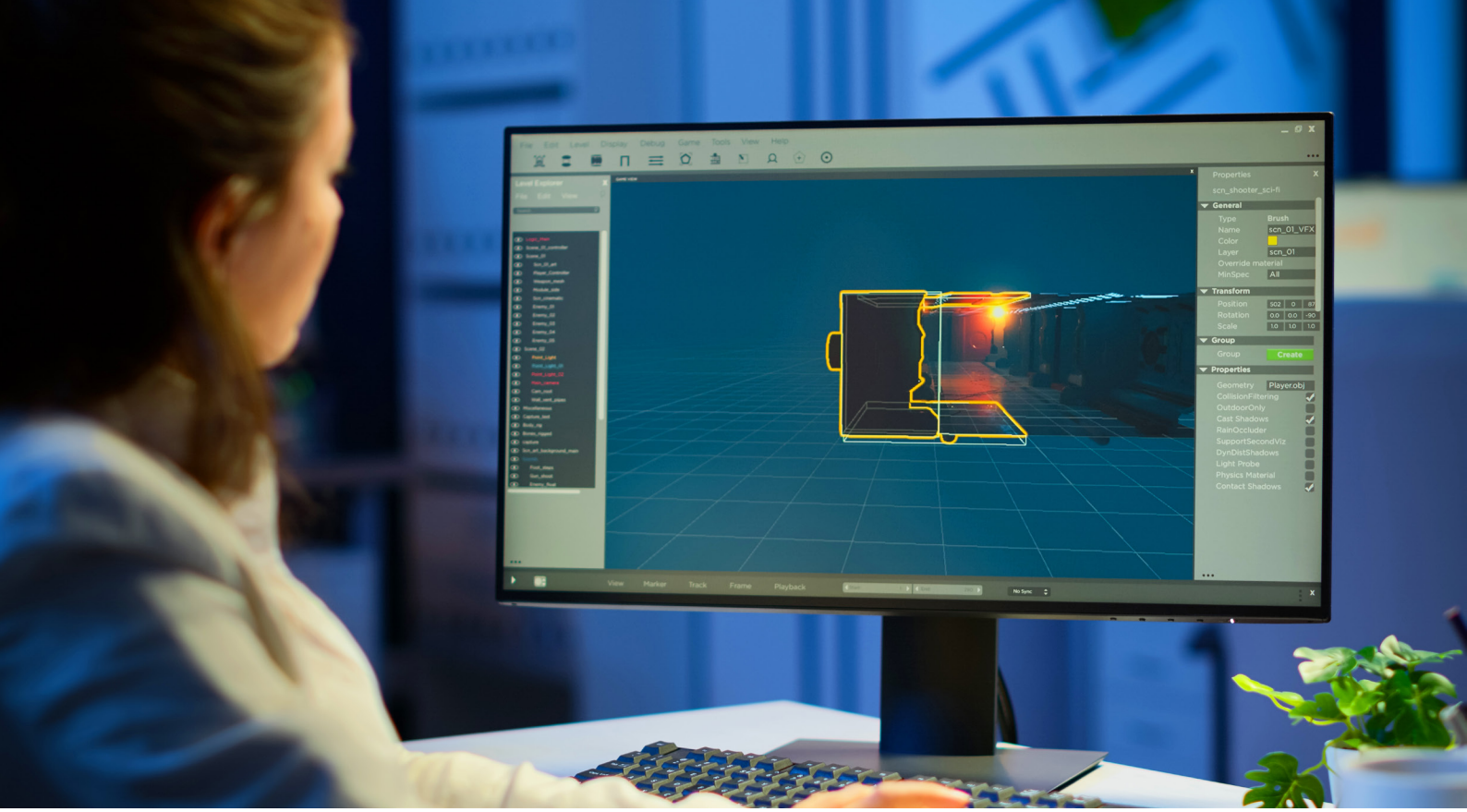
Cette branche d'activité rassemble 38 % des entreprises de la filière, mais une part moindre du chiffre d'affaires (32 %) et de l'emploi (33 %). Si la Covid-19 a freiné l'activité pendant deux ans, notamment au niveau des cinémas et des studios, elle a aussi eu pour effet de démultiplier le recours aux supports audiovisuels et numériques, tant dans la sphère privée qu'au niveau des entreprises : la croissance de l'emploi dans ce secteur atteint 10 % par an.

Le taux de création d'entreprises demeure stable sur le long terme (10 % par an en moyenne depuis 2011). Il est cependant bien plus élevé parmi les auto-entrepreneurs, notamment depuis la Covid-19 (26 %), souvent pour exercer une activité de vidéaste.

Le domaine de l'animation à proprement parler concerne 412 personnes, représentant 184 emplois ETP, et a généré un chiffre d'affaires de 12,2 millions d'euros en 2025, 76 % supérieur à celui de 2019 . 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. Le dispositif a été étendu en 2024 pour couvrir l'étape de développement des longs métrages et des séries. 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, Eona, 8 Mont-Blanc, Pathé Archamps et Pathé Annecy, Inthebox, Pixpocket, Kali Son, L'Imagerie Films, Megarama, TNZPV Annecy, Montagne TV, Ciné Léman...





STUDIOS DE DÉVELOPPEMENT DE JEU VIDÉO

12 entreprises hors auto-entrepreneurs

40,9 millions d'euros de chiffre d'affaires

369 ETP

Les studios de jeu vidéo sont peu nombreux (12 entreprises). Cependant, **ils pèsent 17 % du chiffre d'affaires et 15 % de l'emploi grâce à Ubisoft, acteur principal de la filière en Haute-Savoie, dont le studio fête ses 30 ans de présence à Annecy en 2026**. Ils travaillent au développement, à l'édition et à la distribution de jeux pour PC, consoles, mobiles et applications de « serious games[3] ».

La croissance du chiffre d'affaires du secteur s'est accélérée lors de la crise sanitaire (+ 42 % entre 2019 et 2021), mais le rythme de croissance de l'activité s'est poursuivi depuis (+ 50 % depuis 2021). En revanche, les emplois dans ce secteur ont diminué après un niveau exceptionnel atteint en 2022 (- 6 % entre 2022 et 2025), suite à une baisse des ventes après la pandémie, qui a notamment obligé le site annécien d'Ubisoft à se concentrer sur ses expertises de pointe (simulation, mondes ouverts, multijoueur) dans un contexte de forte restructuration des activités du studio au niveau mondial. Deux nouveaux acteurs majeurs sont arrivés sur le territoire depuis 2024 : Madbox Annecy et Virtual MX (Motocross Digital Services).

Entreprises de plus de 10 emplois ETP dans la filière : Ubisoft Annecy, Honeyfrost, Sejer (Daesign).

[3] *Serious games : Jeux vidéo pour apprendre, former ou informer.*

AGENCES DE COMMUNICATION

124 entreprises

43,5 millions d'euros de chiffre d'affaires

513 ETP

Ce secteur d'activité représente au total 20,4 % des entreprises et de l'emploi de la filière, pour 18 % du chiffre d'affaires.

Les agences de communication proposent des missions d'accompagnement à un annonceur dans sa démarche de vente au moyen d'une campagne de communication. Depuis quelques années, l'impact grandissant des réseaux sociaux a fait naître de nouveaux métiers en lien avec la communication : les influenceurs et les créateurs de contenu. Ceux-ci expliquent l'**explosion des emplois dans ce secteur d'activité : + 44 % entre 2021 et 2025. Il s'agit presque toujours d'auto-entrepreneurs : leur nombre a été multiplié par 5 en 3 ans**.

Toutefois, le chiffre d'affaires de ce secteur est à peine 5 % plus élevé qu'en 2019. L'utilisation croissante des réseaux sociaux dans les campagnes de communication tend en effet à remplacer les vecteurs classiques et à mobiliser massivement des freelances[4] pour des missions moins coûteuses. Ainsi, depuis 4 ans, le taux de création est le plus bas de la filière pour les entreprises classiques (10 %) mais de loin le plus élevé pour les auto-entrepreneurs (40 %).

Entreprises de plus de 10 emplois ETP dans la filière : Agence Gardeners, Signature communication, Felix Création, Boondooa Créations, Mont Blanc Médias, Agence Texto, B-AD Agency, MNSTR, The Muzes...

[4] *Freelances : Travailleur indépendant proposant ses services à un client.*





AGENCES WEB • MOBILE • MULTIMEDIA ET TECHNOLOGIES DU NUMÉRIQUE

233 entreprises

69,7 millions d'euros de chiffre d'affaires

701 ETP

Cette catégorie regroupe des studios de développeurs informatiques, spécialisés dans la conception de solutions multimédias, le développement d'outils software[5], ou en technologies 2D/3D, sous forme de structures très légères et agiles : 38 % des entreprises et 36 % des auto-entrepreneurs exercent dans ce secteur d'activité, le plus représenté dans la filière.

Ces entreprises réalisent 29 % du chiffre d'affaires et occupent 28 % des emplois. Le secteur a été marqué par une activité soutenue, y compris durant la pandémie de Covid-19, tant en matière de chiffre d'affaires que d'emploi. En 2022 sous l'impulsion, notamment, de l'entreprise Addworking, ce chiffre d'affaire atteindra son sommet. Cependant, les difficultés rencontrées par celle-ci dès 2023 ont fortement impacté les performances du secteur : le chiffre d'affaires en 2025 est revenu à son niveau de 2021.

L'emploi a bien mieux résisté, sous l'impulsion de l'activité freelance qui a permis d'augmenter de 83 % le nombre d'auto-entrepreneurs spécialisés dans ce secteur entre 2022 et 2025, avec un taux de création de ce type d'entreprise de 27 % par an en moyenne depuis 5 ans.

Entreprises de plus de 10 emplois ETP dans la filière : DARYL, Webmecanik, Pure Illusion, Datavenir, Netdev, Lavisibilite.com, Whympr.

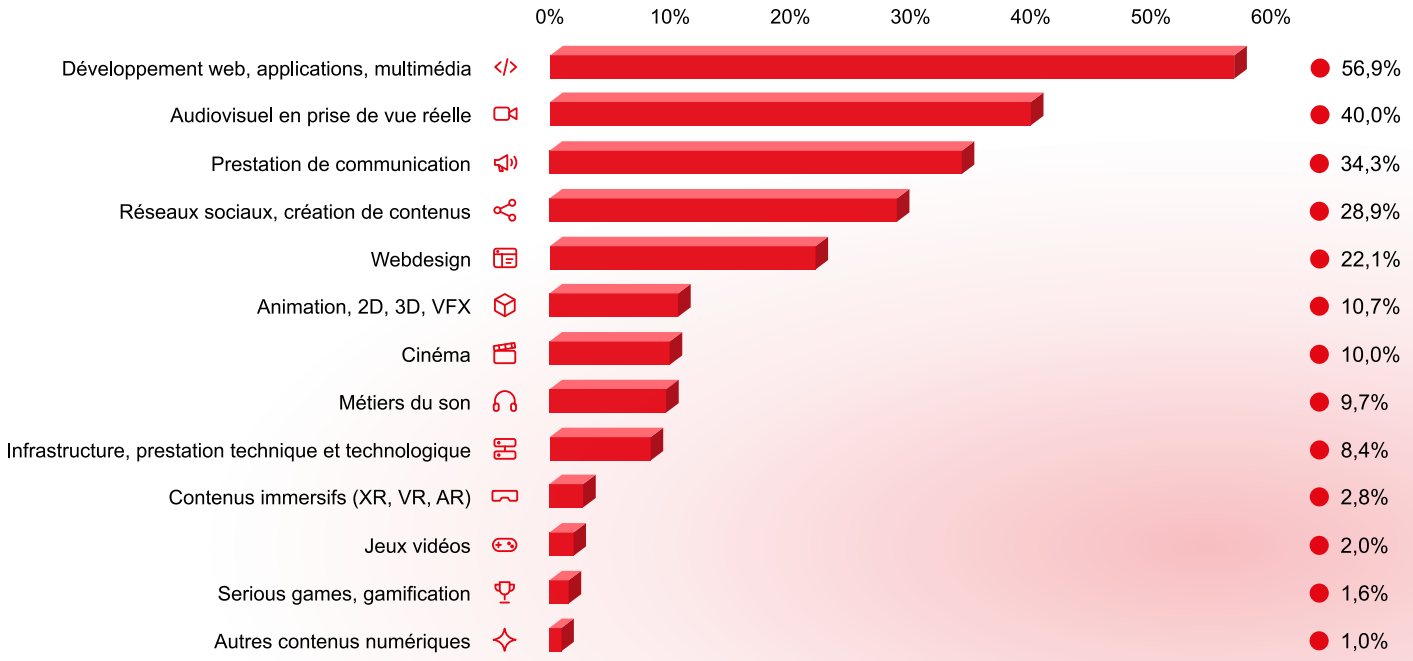
[5] *Software : Logiciel.*

TABLEAU RÉCAPITULATIF DE LA FILIÈRE DANS L'ÉCHANTILLON

Données 2025

Typologie	Entreprises (hors AE)			Auto-entrepreneurs			"CA HT cumulé (en M€)"		Effectif ETP cumulé	
	Nombre	%	Ancienneté moyenne	Nombre	%	Ancienneté moyenne	CA HT	%	Effectif ETP	%
Studio de production audiovisuelle	231	37,9 %	9,35 ans	513	34,3 %	3,81 ans	75,0	31,6 %	834	33,4 %
Studio de développement de jeu vidéo	12	2,0 %	6,73 ans	26	1,7 %	2,64 ans	40,9	17,2 %	369	14,8 %
Agence de communication	124	20,4 %	10,07 ans	413	27,6 %	2,64 ans	43,5	18,3 %	513	20,5 %
Agence web - mobile - multimédia	233	38,2 %	8,30 ans	545	36,4 %	3,96 ans	69,7	29,3 %	701	28,1 %
Autre	10	1,6 %	9,17 ans	0	0,0 %	-	8,7	3,6 %	80	3,2 %
TOTAL	610	100 %	9,07 ans	1 496	100 %	3,28 ans	237,8	100,0 %	2 497	100 %

Activité déclarée par les entreprises de la filière (choix multiples) en Haute-Savoie en 2025



Source : Département de la Haute-Savoie

Seules 11 % des entreprises de la filière déclarent exercer une activité en lien avec l'animation, une proportion globalement stable depuis 2011. Cette constance dans le poids de l'animation dans la filière s'est néanmoins traduite par une forte croissance des emplois (184 fin 2025, soit cinq fois plus qu'en 2011) et du chiffre d'affaires (30 millions d'euros en 2025, quatre fois plus qu'en 2011).

Les jeux vidéo, autre locomotive, ne concernent que 2 % des entreprises de la filière, mais génèrent 16 % du chiffre d'affaires et 14 % de l'emploi.

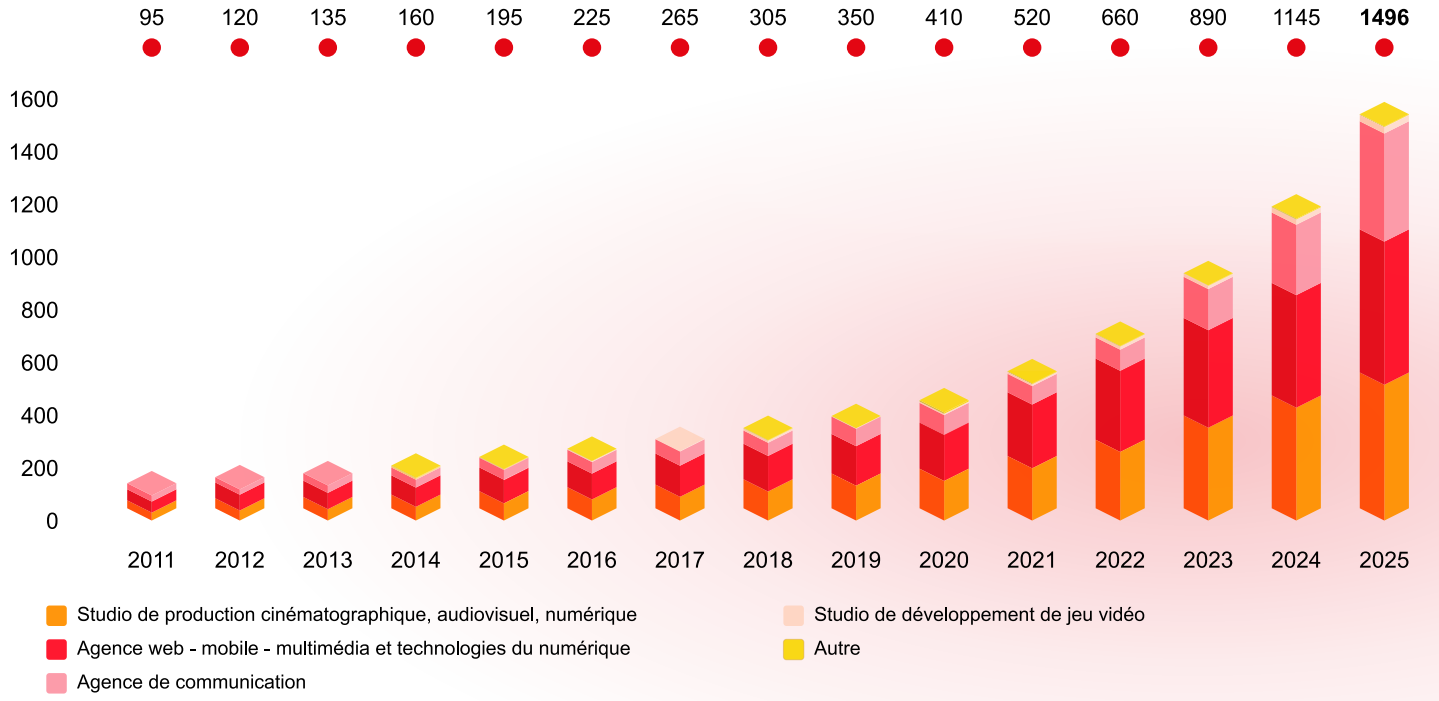
57 % des entreprises déclarent travailler dans le développement web/mobile/multimédia, 40 % dans la production audiovisuelle et 34 % exercent également des actions de communication.
Ces activités sont ainsi devenus incontournables dans la relation avec la clientèle, indépendamment de l'activité réelle de l'entreprise. L'évolution la plus notable est la place croissante des réseaux sociaux ou de la création de contenus : 29 % des entreprises y ont recours aujourd'hui, contre 20 % en 2020 et 11 % en 2011.

POINT SUR LES AUTO-ENTREPRENEURS



POINT SUR LES AUTO-ENTREPRENEURS

Évolution du nombre d'auto-entrepreneurs dans la filière en Haute-Savoie de 2011 à 2025



Source : Département de la Haute-Savoie

La filière Image et industries créatives comptait 1 496 auto-entrepreneurs fin 2025. Ce nombre poursuit une croissance exponentielle, avec une accélération nette depuis la pandémie de Covid-19. Cet épisode a en effet été un laboratoire de méthodes et de technologies alternatives dans la relation entre l'entreprise, ses fournisseurs et ses clients, avec en premier lieu le travail à distance. De nombreuses personnes ont ainsi mis à profit les nouveaux outils disponibles pour faire valoir leurs compétences, quelle que soit leur situation sur le marché de l'emploi, et offrir leurs services aux entreprises de la filière.

Les premiers à en avoir bénéficié sont les entreprises liées à la **production cinématographique ou audiovisuelle (+ 28 % par an depuis 2020) et les agences liées au Web et au multimédia (+ 25 %)**. Celles-ci trouvent en effet dans les freelances des compétences spécifiques qui leur sont nécessaires dans leurs projets, sans avoir besoin de les recruter. Cette souplesse leur permet de constituer des équipes projet sur mesure, tout en gagnant en réactivité et en capacité à répondre à des défis plus ambitieux.

Dans un second temps (depuis fin 2022), **les freelances se sont multipliés (+ 72 % par an) dans le domaine de la communication**, favorisés par l'engouement des réseaux sociaux et sur la facilité de lancer une activité d'influenceur ou de créateur de contenus pour sa propre audience ou pour celle d'entreprises tierces.

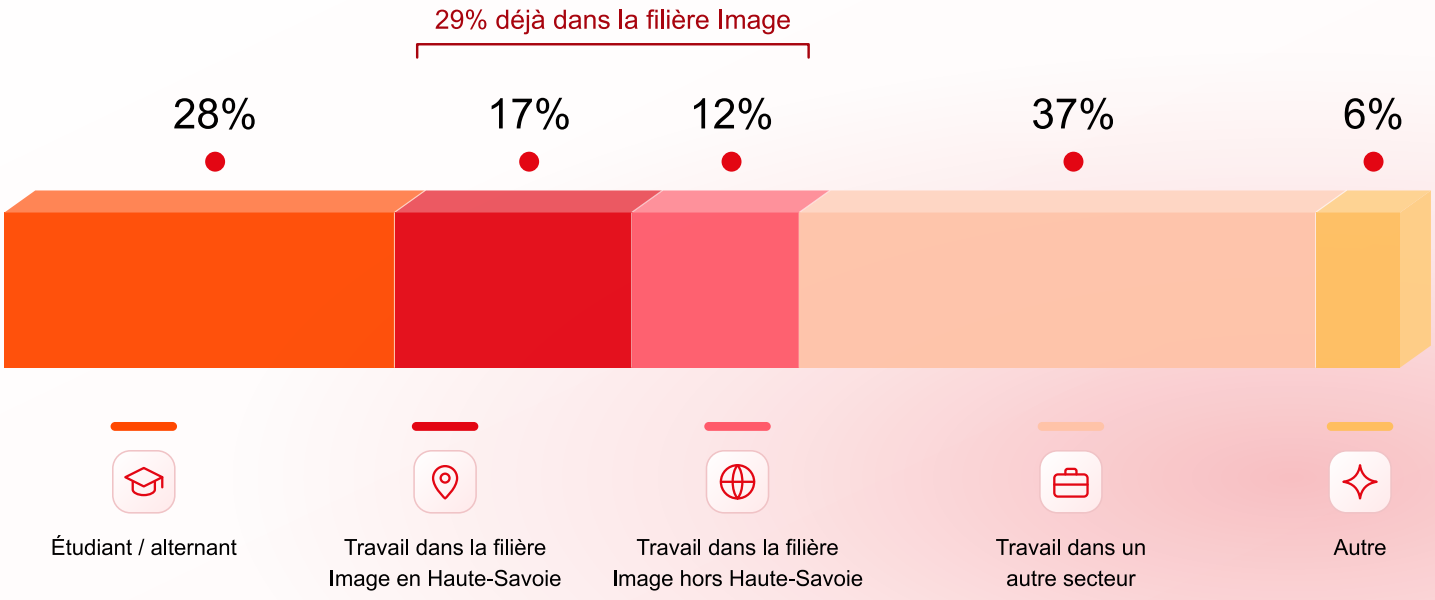
36 % des auto-entrepreneurs exercent une activité salariée en parallèle de leur activité de travailleur indépendant.
Trois profils se distinguent nettement :

▸ Les étudiants et alternants (28 %), qui mettent à profit leur formation initiale pour créer une micro-structure et effectuer des prestations occasionnelles à des clients qu'ils connaissent déjà ou auprès du grand public, sans stratégie de communication ;

▸ Des salariés issus de la filière (29 %), qui mettent à profit leurs compétences professionnelles et leur réseau pour se lancer dans l'entrepreneuriat, le plus souvent en activité principale ;

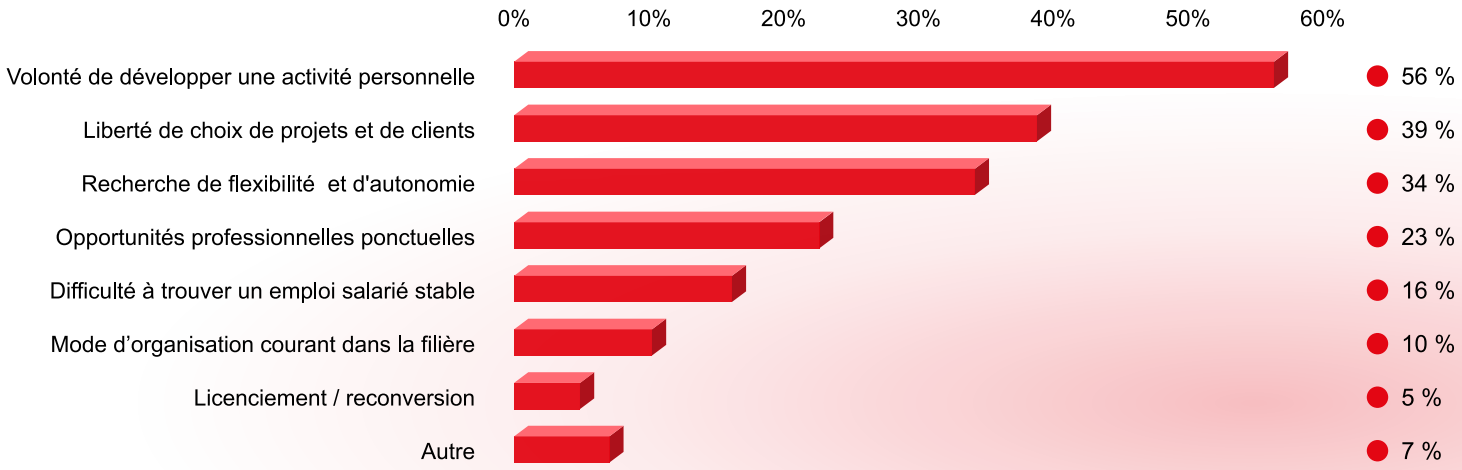
▸ Des salariés issus d'un autre secteur (37 %), qui utilisent les outils numériques accessibles pour proposer une activité d'appoint et compléter leurs revenus.

Statut avant de devenir auto-entrepreneur



Source : Département de la Haute-Savoie

Motifs du passage au statut d'autoentrepreneur (choix multiples) en Haute-Savoie en 2025

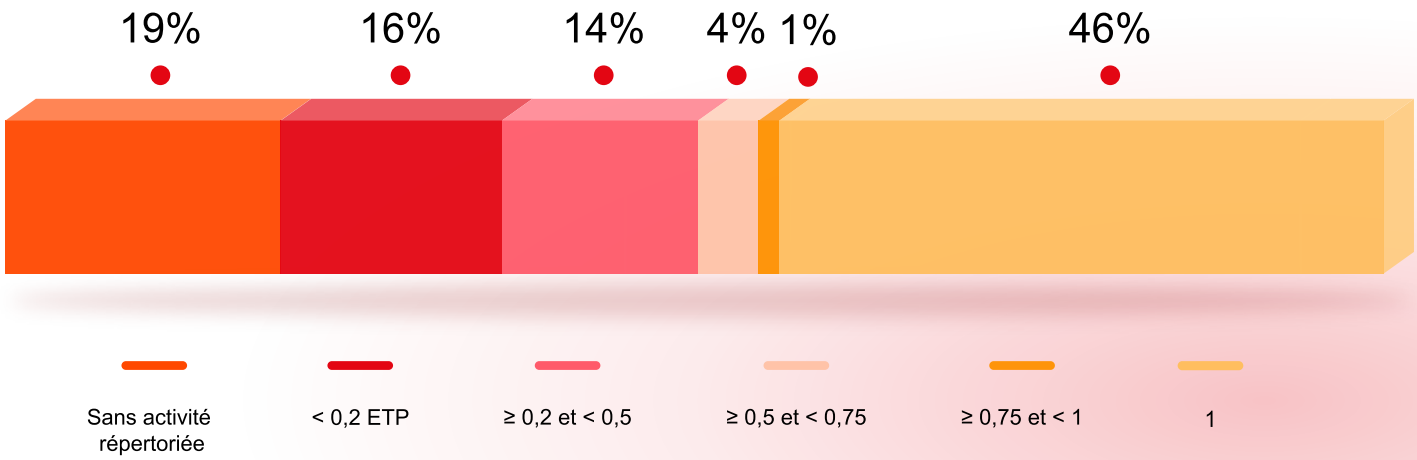


Source : Département de la Haute-Savoie

Les motivations pour créer une microentreprise sont assez évidentes. Dans 56 % des cas, il s'agit d'une réelle volonté de développer son activité personnelle, avec également des motivations liées à la liberté qu'apporte ce statut (choix des clients et des projets 39 %, flexibilité et autonomie 34 %). Les motivations subies sont bien plus rares (reconversion ou licenciement 5 %, difficulté sur le marché de l'emploi 16 %). Enfin, 23 % y voient d'emblée une opportunité ponctuelle.

La majorité des auto-entrepreneurs sont conscients d'exercer une activité qui n'a pas vocation à se pérenniser. **55 % n'envisagent pas de transformer leur micro-structure en société à part entière**. 35 % l'envisagent, mais rares (16 %) sont ceux qui parviennent à se projeter à moins de 2 ans. D'ailleurs, seuls 46 % des auto-entrepreneurs exercent leur activité à temps plein. 19 % ont même créé leur structure sans pour autant exercer d'activité apparente, et 30 % y consacrent moins d'un mi-temps.

Temps de travail des auto-entrepreneurs (en ETP)



Source : Département de la Haute-Savoie

LA DYNAMIQUE DE RECRUTEMENT EN 2026

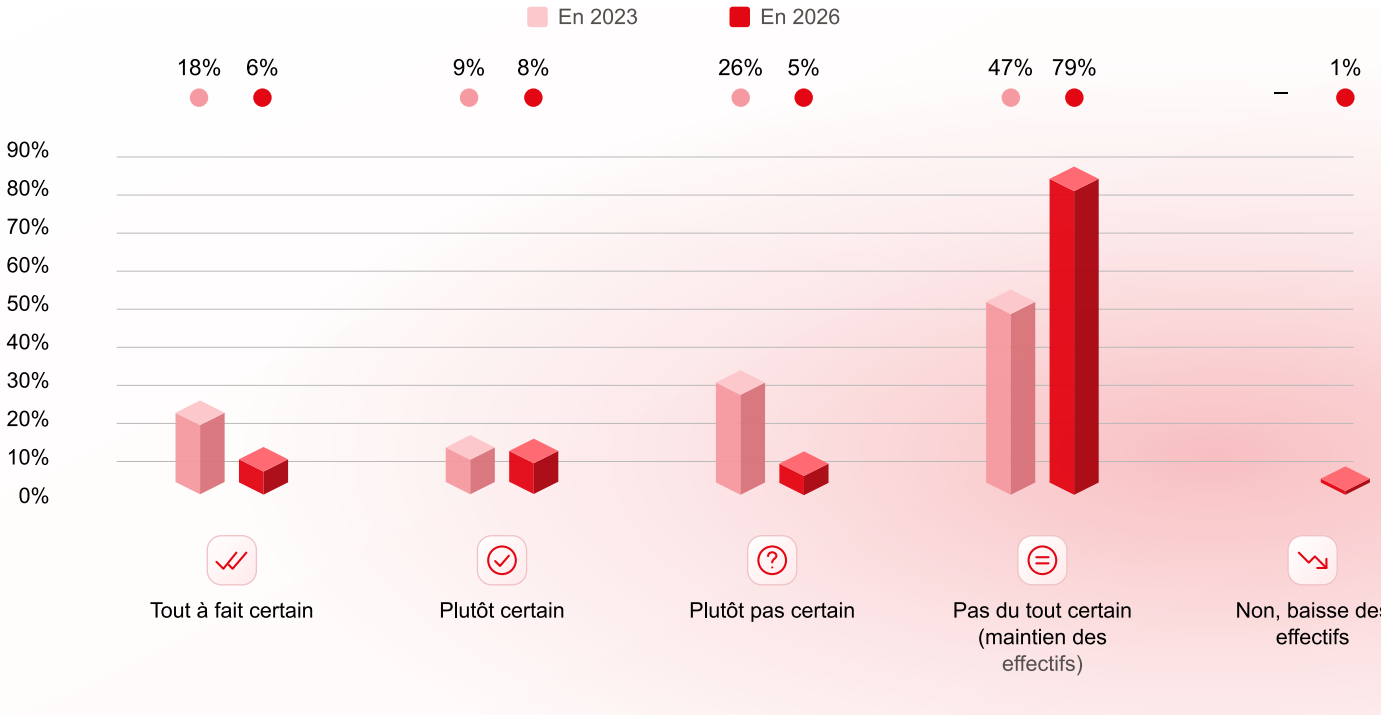


LA DYNAMIQUE DE RECRUTEMENT

En nombre d'emplois créés, la filière a été portée ces dernières années par les entreprises liées à la communication (+ 44 % entre 2021 et 2025) et les studios de production cinématographique et audiovisuelle (+ 47 %), mais pour l'essentiel grâce à l'engouement de l'auto-entrepreneuriat.

Les dynamiques de recrutement ont cependant nettement changé entre 2023 et 2026. Aujourd'hui, l'incertitude en matière de personnel est totale : **79 % des entreprises déclarent ne pas être certaines d'augmenter leurs effectifs en 2026** ; cette proportion n'était que de 47 % il y a 3 ans. À l'inverse, seules 6,5 % des entreprises se déclarent tout à fait certaines d'augmenter leurs effectifs en 2026 ; elles étaient 18 % en 2023.

Envisagez-vous d'augmenter vos effectifs ?



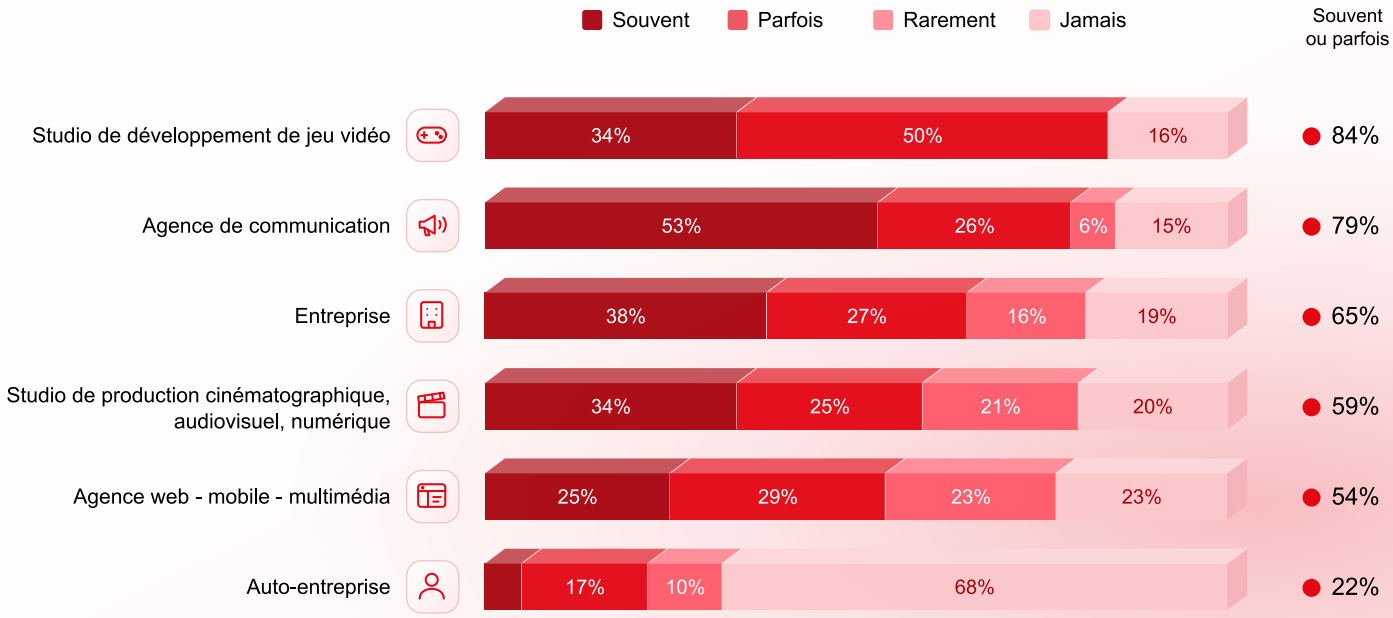
Source : Département de la Haute-Savoie



La situation est analogue quant aux contrats aidés. Avec l'incertitude économique et la réduction drastique par l'État de ses dispositifs de financement des postes d'alternants, c'est aujourd'hui 74 % des entreprises de la filière qui ne savent pas si elles embaucheront un alternant en 2026 ; elles étaient 56 % il y a trois ans.

Le climat incertain rend encore plus nécessaire le recours à des **prestataires externes ou à des sous-traitants** afin que les entreprises puissent se montrer réactives sans prendre le risque d'embaucher du personnel. **Ainsi, 38 % des entreprises déclarent y avoir souvent recours**, et à peine 19 % déclarent ne jamais procéder de la sorte. Fort logiquement, 68 % des auto-entrepreneurs n'y ont jamais recours : la raison d'être de ces structures légères est de réaliser par elles-mêmes des prestations, et non de les faire réaliser par d'autres. Les agences de communication sont les entreprises qui sollicitent le plus souvent ce type de main-d'œuvre : 53 % déclarent y avoir souvent recours. À l'inverse, seules 25 % des entreprises spécialisées dans le Web et le multimédia utilisent souvent des prestataires externes ou des sous-traitants.

Avez-vous recours à des prestataires externes ou sous-traitants ?



Source : Département de la Haute-Savoie

L'utilisation massive de freelances dans la filière s'accompagne d'un net recul de la difficulté des entreprises à embaucher. **La situation de tension sur le marché de l'emploi s'est améliorée : seules 18 % des entreprises ont déclaré rencontrer des difficultés à embaucher en 2025, contre 44 % en 2020**. Les studios de production cinématographique et audiovisuelle (11 %) et les agences de communication (15 %) sont les secteurs les moins en tension. À l'inverse, cette tension reste palpable dans l'industrie du jeu vidéo, où 50 % des entreprises continuent d'éprouver des difficultés à recruter, faute de profils adéquats (technical artists[6], seniors developers[7]).

[6] *Technical artists : Spécialiste de la synthèse d'images, qui fait le lien entre l'équipe créative et le développeurs.*
[7] *Seniors developers : Développeur expérimenté concevant des solutions complexes et guidant l' équipe dans la mise en œuvre des choix techniques.*

L'INTERNATIONALISATION



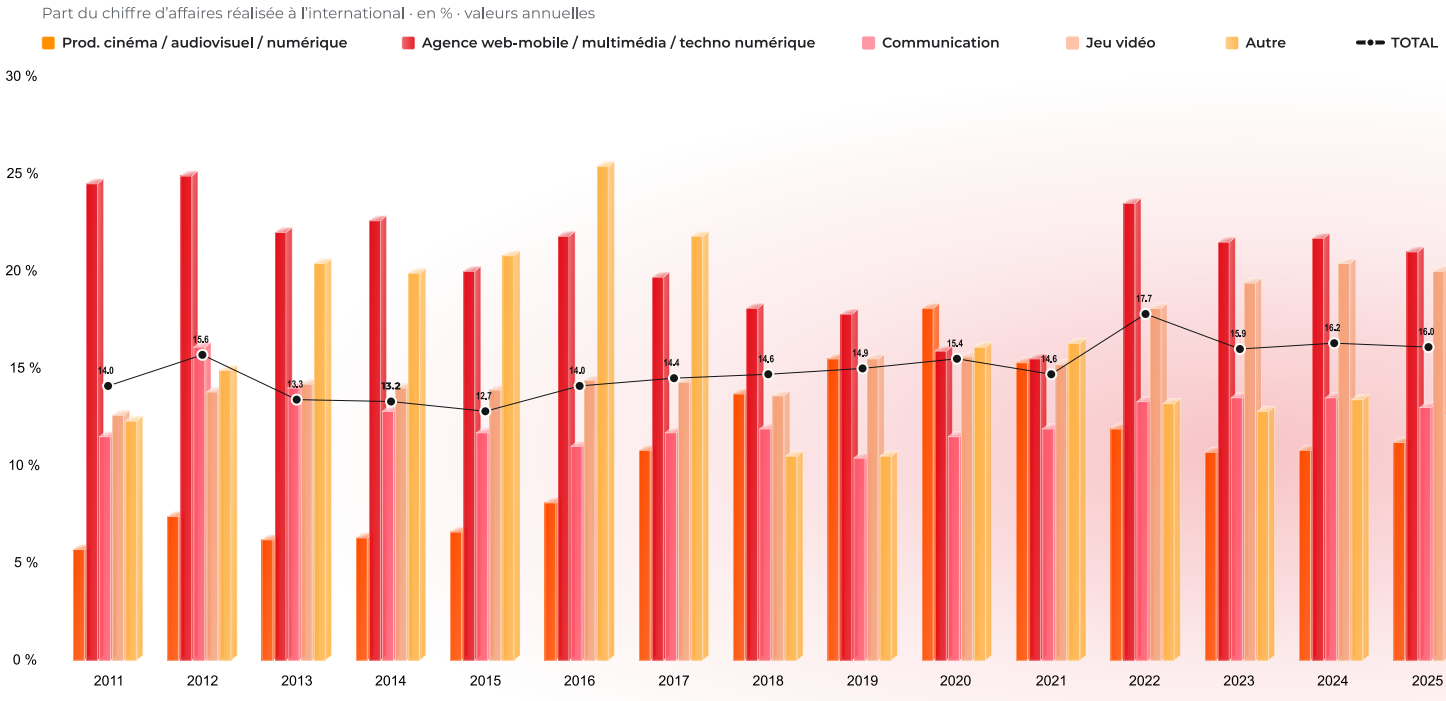
L'INTERNATIONALISATION

Avec un **chiffre d'affaires réalisé à l'étranger évalué à 38 millions d'euros en 2025**, la filière Image est largement tournée vers l'international, dans toutes ses composantes. **Cela représente 16 % de l'ensemble de ses activités**. Le secteur du Web et du multimédia est davantage concerné, avec 21 % de son chiffre d'affaires réalisé à l'étranger, suivi par l'industrie du jeu vidéo (20 %). À l'inverse, les studios de production cinématographique et audiovisuelle (11 %) et les agences de communication (13 %) ont une moindre ouverture vers l'international.

Cependant, c'est tout de même **52 % des entreprises qui ont des clients à l'étranger**, et jusqu'à 69 % dans le secteur du jeu vidéo. Chez les auto-entrepreneurs, la présence à l'international est bien moindre : seuls 21 % d'entre eux y exercent une activité.

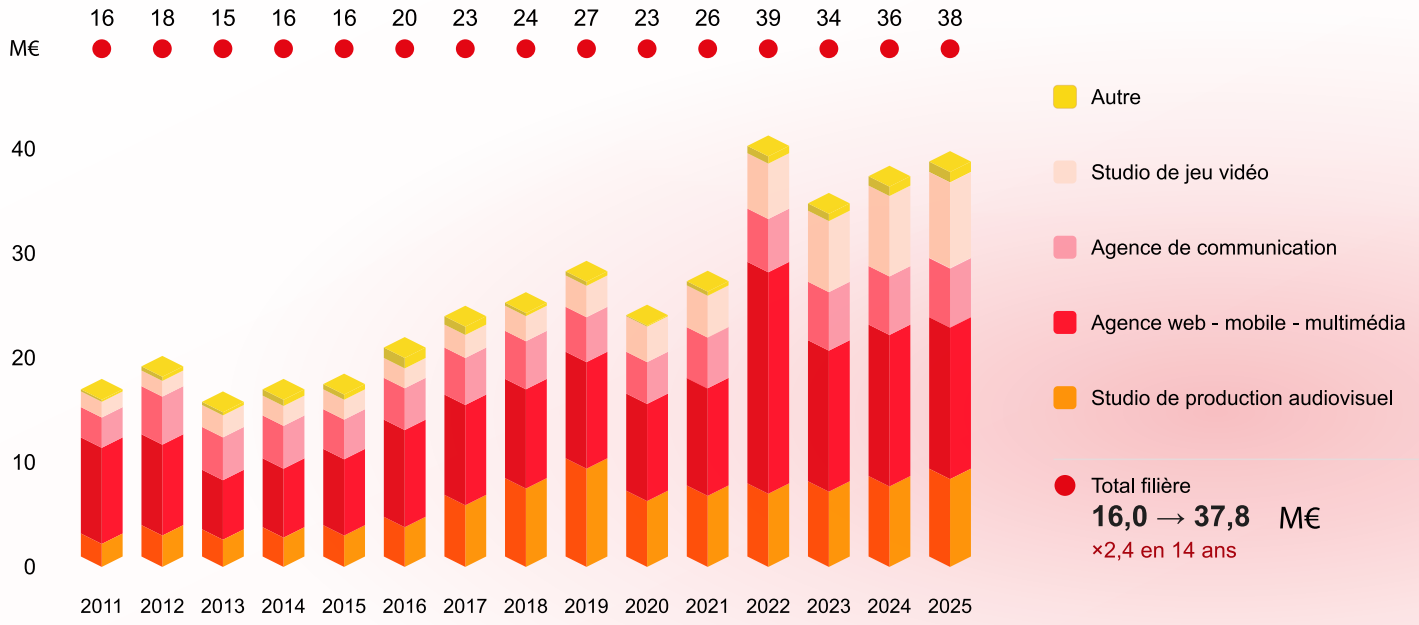
Sans surprise, l**a Suisse est de très loin le principal partenaire commercial des entreprises tournées vers l'étranger : 78 % des entreprises de la filière présentes à l'international y sont présentes**. Elles sont également 25 % à commercer avec d'autres pays de l'Union Européenne et 9 % avec le Royaume-Uni. 18 % ont des clients outre-Atlantique, notamment aux États-Unis et au Canada. Les autres régions du monde sont moins représentées (10 % en Asie-Pacifique, 8 % en Afrique).

Évolution de la part du CA réalisée à l'international dans la filière en Haute-Savoie de 2011 à 2025



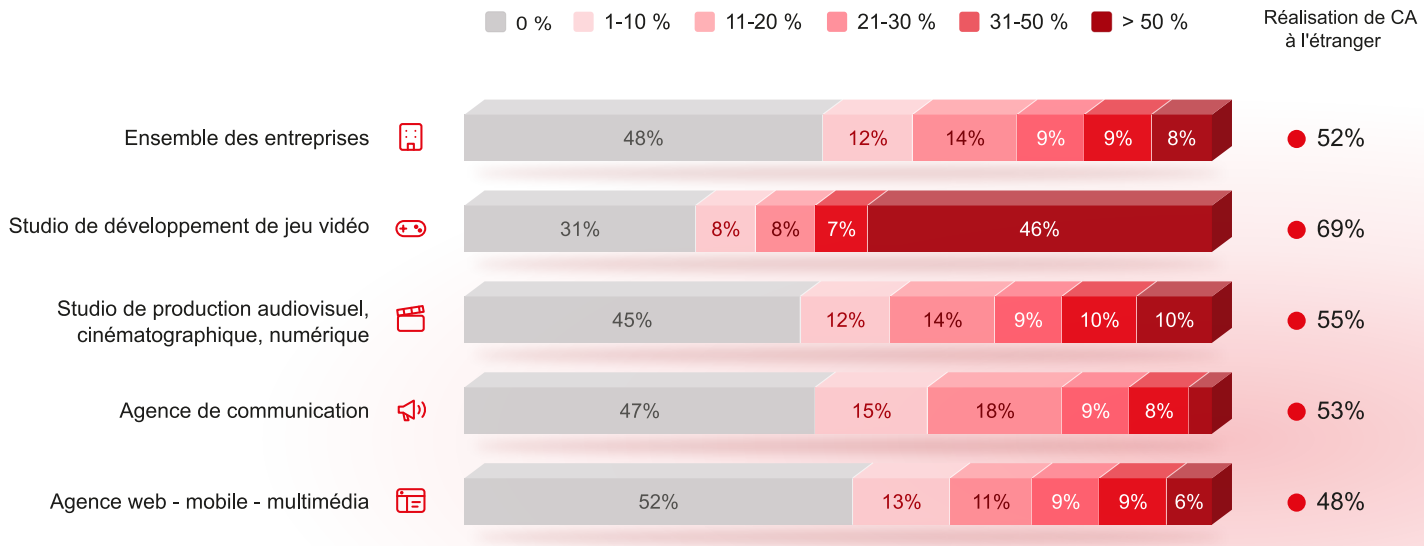
Source : Département de la Haute-Savoie

Évolution du CA réalisé à l'international



Source : Département de la Haute-Savoie

Part des entreprises de la filière en Haute-Savoie, selon le % de CA réalisé à l'étranger en 2025



Source : Département de la Haute-Savoie

FOCUS

À chaque édition de l'Observatoire, un éclairage spécifique est apporté à un enjeu qui anime particulièrement la filière.

Après avoir étudié les pratiques de responsabilité sociétale des entreprises (RSE) de la filière locale et l'activité des freelances, l'Observatoire s'intéresse au rapport des acteurs de la filière avec l'intelligence artificielle.

L'ont-ils adoptée et quels en sont les effets sur leurs modes de production et leurs pratiques de recrutement ?

L'équipe en charge de l'étude tient à remercier Quentin Auger, co-fondateur et directeur de l'innovation chez DADA ! Animation, et Laurent Païta, responsable de projet chez Digital League, pour leur contribution à l'élaboration des questions relatives à l'intelligence artificielle.

ÉCLAIRAGE SPÉCIFIQUE L'INTELLIGENCE ARTIFICIELLE



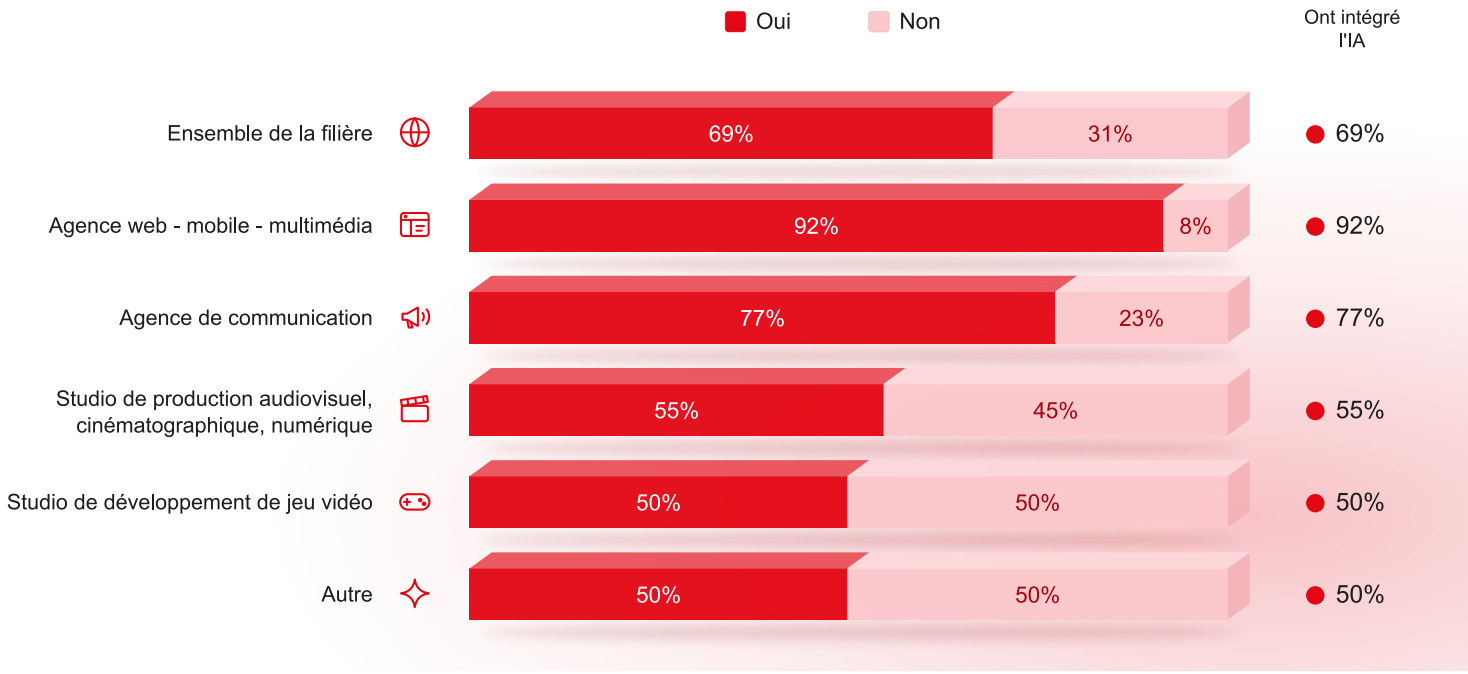
ÉCLAIRAGE SPÉCIFIQUE
L'INTELLIGENCE ARTIFICIELLE

TAUX D'ADOPTION ET ACCEPTATION DE L'INTELLIGENCE ARTIFICIELLE DANS LES ENTREPRISES

En dépit de toutes les controverses, l'intelligence artificielle (IA) est d'ores et déjà pleinement ancrée dans le quotidien des entreprises de la filière.

69 % d'entre elles l'ont déjà intégrée dans leur processus de fabrication, de manière structurelle. Cette proportion atteint même 77 % parmi les agences de communication et 92 % parmi les agences Web-multimédia. Avec 52 % d'intégration, les auto-entrepreneurs sont moins avancés dans cette démarche, probablement en raison du coût que cela implique et du temps que suppose la prise en main de ces outils.

Avez-vous intégré l'IA dans vos processus de fabrication, de manière structurelle ?



Source : Département de la Haute-Savoie



Les raisons avancées par les entreprises n'y ayant pas recours sont de différentes natures :

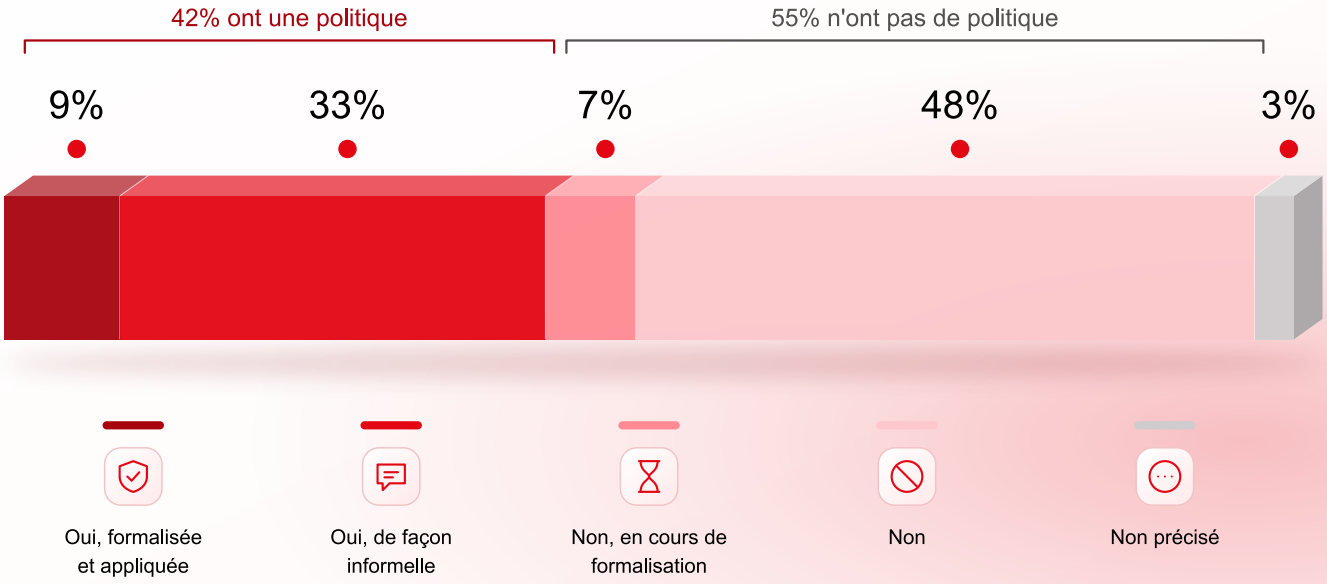
▸ **Pour préserver l'activité telle qu'elle existe** : la volonté de maintenir un travail artisanal et créatif est la raison la plus évoquée (23 % pour les entreprises, et même 31 % pour les auto-entrepreneurs. Elle s'ajoute au besoin de conserver un contact humain (12 % des entreprises) ;

▸ **Parce que le besoin n'est pas manifeste** (18 % des entreprises, et même 25 % des auto-entrepreneurs) ou parce que l'IA n'est pas utile dans l'activité de l'entreprise (11 %) ;

▸ **Parce que l'IA présente des risques pour l'activité** : ce risque peut être sociétal (4 %), lié à la protection des données personnelles (4 %), ou plus simplement parce que l'IA n'est pas encore au point (16 %). Elle peut aussi poser des questions éthiques (12 % des entreprises, mais jusqu'à 18 % pour les auto-entrepreneurs) ;

▸ **Par manque de temps** pour se l'approprier correctement (9 %).

Avez-vous une politique interne sur ce qui est autorisé et interdit avec l'IA dans vos livrables ?



Source : Département de la Haute-Savoie

Le mouvement d'intégration de l'IA dans les processus des entreprises est déjà presque achevé : seules 18 % des entreprises ne l'ayant pas encore fait envisagent d'y avoir recours en 2026, et à peine 8 % parmi les auto-entrepreneurs. Les considérations d'éthique personnelle sont bien plus élevées parmi ceux-ci qu'au niveau des entreprises, où l'IA est davantage considérée comme un outil indispensable pour améliorer la productivité.

L'enjeu actuel est donc d'encadrer l'usage de l'IA en interne dans l'entreprise : seules 9 % d'entre elles disposent d'une politique interne formalisée sur ce sujet et l'appliquent. 33 % ont une politique informelle non structurée. 48 % n'ont pas encore exploré cette question.

Dans les entreprises de plus de 10 salariés, le personnel semble faire preuve de plus de réticences à l'utilisation structurelle de l'IA dans leur entreprise, lorsque leur activité fait appel à des profils créatifs. L'usage croissant de l'IA générative peut en effet mettre en danger certains métiers. Au contraire, parmi les entreprises dans lesquelles il n'y a pas de réticences, on compte plutôt des entreprises avec des profils techniques.

Parmi les auto-entrepreneurs, la formalisation est encore moins présente : seuls 5 % d'entre eux ont une politique interne structurée.

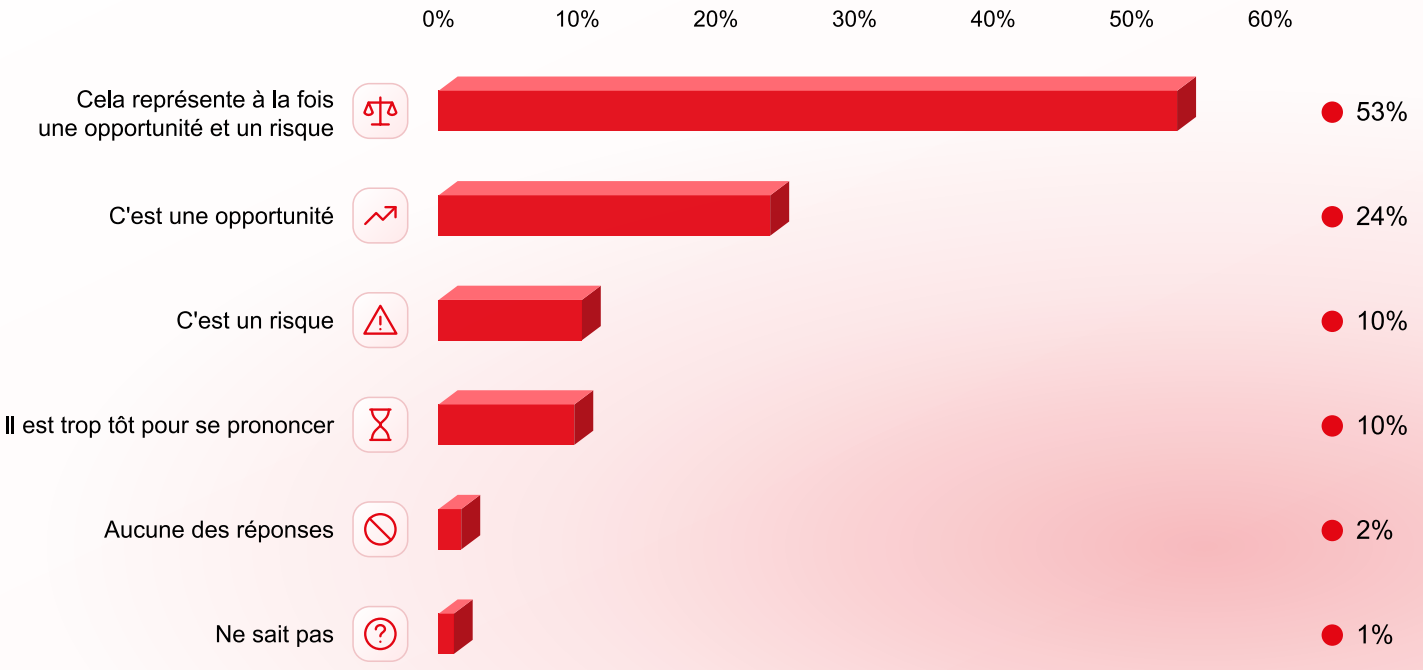
De la même manière, **la position des clients des entreprises vis-à-vis de l'IA reste aujourd'hui largement hors du champ des préoccupations : 57% des entreprises indiquent n'avoir reçu aucune exigence particulière de leur part**. Seules 2 % des entreprises se sont vues en interdire l'usage par leur client, 3 % ont été invitées à en limiter l'usage, tandis qu'à l'inverse 8 % ont été encouragées à l'utiliser davantage. Néanmoins, 25 % des entreprises doivent composer avec des attitudes variées de leurs clients sur cette question.

La perception globale de l'IA par les dirigeants de la filière est pour le moins partagée. **53 % considèrent qu'elle est à la fois une opportunité et un risque, une proportion qui s'élève même à 59% parmi les auto-entrepreneurs**. Ces derniers se montrent même plus critiques envers l'IA que les chefs d'entreprise : 14 % la perçoivent comme un risque et à peine 20 % comme une réelle opportunité, contre respectivement 10 % et 24 % pour les chefs d'entreprise. La perception d'opportunité est relativement similaire selon l'activité de l'entreprise. En revanche, **la perception du risque est bien plus présente dans les studios de production cinématographique et audiovisuelle (15 %) que dans les agences de communication (2 %)**.

Dans les faits, l'impact de l'IA se fait déjà largement ressentir dans l'organisation des entreprises. 65 % d'entre elles estiment qu'elle a eu un effet sur leurs coûts de production. 66 % indiquent que l'IA a eu un effet sur l'amélioration de la qualité ou de la performance de leurs produits. Elles sont même 81 % à indiquer que l'IA a eu un effet sur les temps de fabrication de leurs produits. En revanche, seules 31 % des entreprises estiment que l'IA leur a permis de produire ou de vendre davantage.

L'arrivée de l'IA a pu également entraîner, chez les clients des entreprises de la filière, une réduction des budgets des commandes (22 % des entreprises interrogées), une pression à la baisse sur les prix facturés pour un même produit ou service (28 %) et, dans une moindre mesure, une plus grande exigence par rapport à la qualité des produits (10 %). Néanmoins, 45 % des répondants indiquent ne pas avoir observé de changement particulier.

Quelle est votre perception globale de l'IA pour votre activité, en terme économique ?

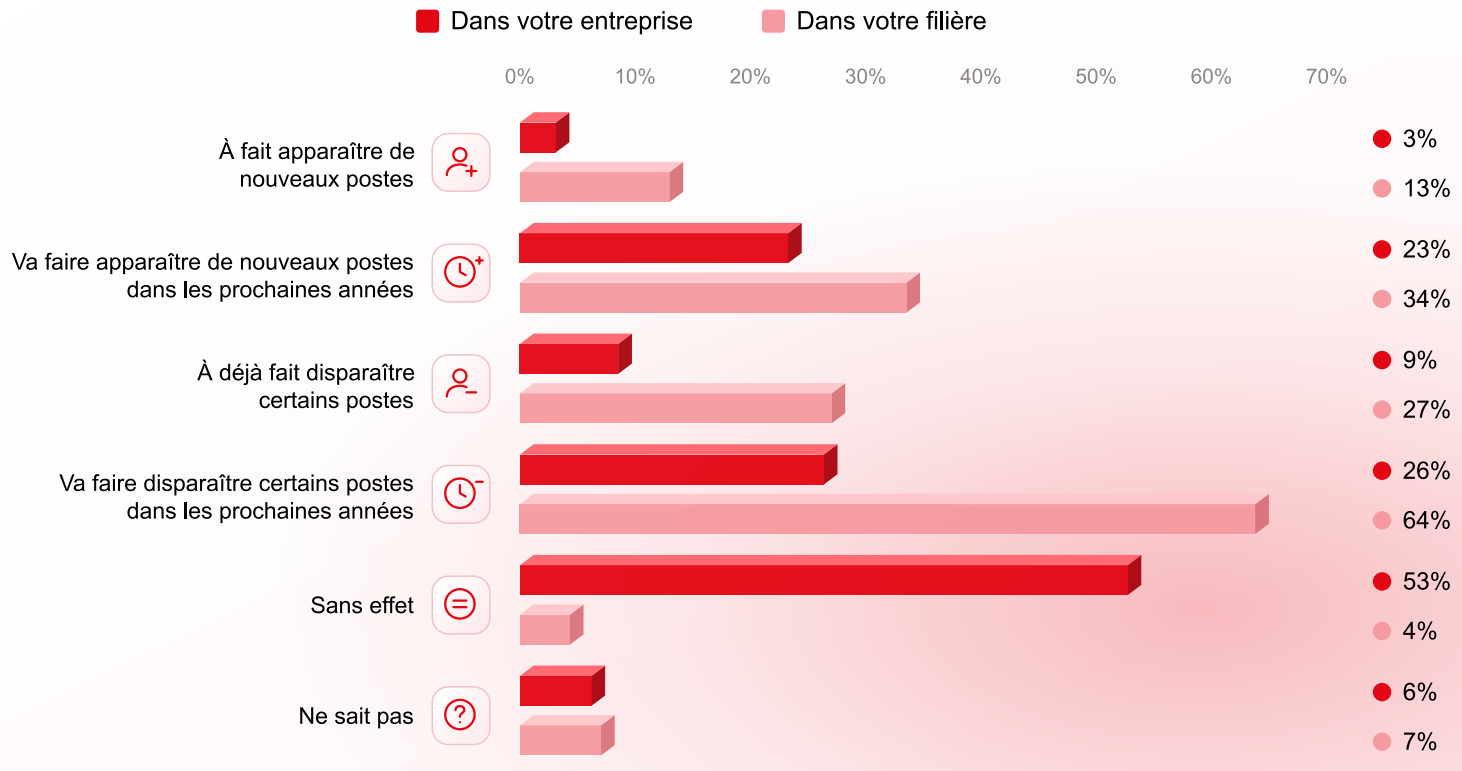


Source : Département de la Haute-Savoie

La perception des effets de l'IA sur l'emploi et les compétences est très distincte, selon que l'on se place à l'échelle de l'entreprise ou de l'ensemble de la filière. **À l'échelle de leur entreprise, 53 % des dirigeants estiment que l'IA ne produit pas d'effet particulier, alors que les mêmes dirigeants ne sont plus que 4 % à penser qu'elle est sans effet sur la filière**.

De même que l'IA est perçue à l'échelle de l'entreprise autant comme une opportunité qui fera apparaître de nouveaux postes dans quelques années (23 %) que comme une menace qui les détruira (26 %). À l'échelle de la filière en revanche, elle inquiète bien davantage : si les dirigeants sont 34 % à compter sur elle pour créer de l'emploi dans le futur, 64% estiment qu'elle fera disparaître des postes. Le constat se dresse même au présent : les dirigeants sont deux fois plus nombreux à indiquer que l'IA a déjà supprimé des postes dans la filière (27 % des répondants), que ceux qui indiquent qu'elle en a créé (13 %). Ils s'attendent donc à **une forte amplification des tendances qu'ils ont déjà pu observer**.

Selon vous, le développement de l'IA...



Source : Département de la Haute-Savoie

Pour autant, 42 % des entreprises déclarent que l'IA apporte une meilleure qualité de travail, tandis que 22 % déclarent qu'elle la dégrade et 16 % qu'elle est sans effet. Les entreprises indiquent que l'IA améliore les conditions, bien que cela ajoute, selon 55 % d'entre eux, des responsabilités et mission supplémentaires. L'intégration de l'IA dans les entreprises de la filière transforme donc assez clairement la nature du travail à mener et semble déplacer le champ des responsabilités vers un contrôle accru des productions et des prestations qui en sont issus.

Ce constat est d'autant plus visible que le personnel est jeune. 50 % des dirigeants estiment ainsi que l'IA a fait perdre en compétence métier les profils juniors.

LES USAGES DE L'INTELLIGENCE ARTIFICIELLE CHEZ LES ENTREPRISES

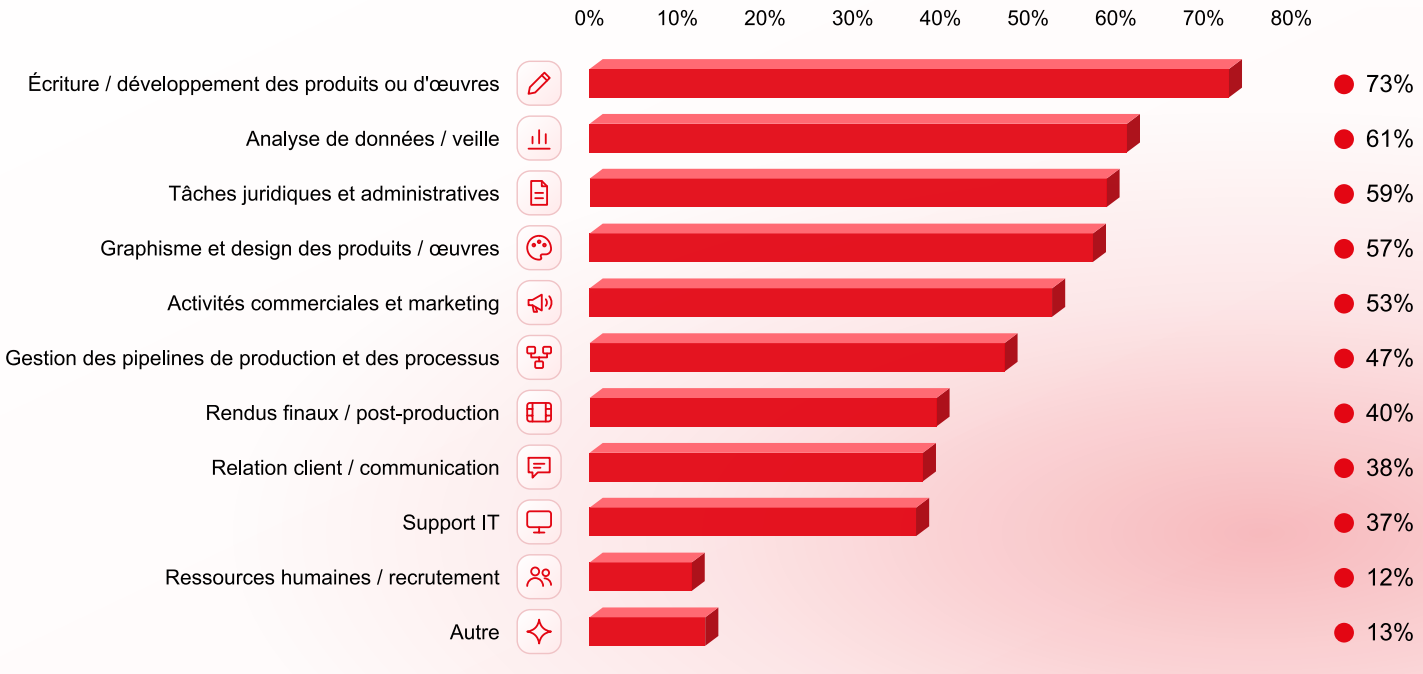
L'IA est d'ores et déjà utilisée par les entreprises de la filière, à tous les niveaux des processus de création, de distribution et dans la gestion des infrastructures et des fonctions support.

▸ **Concernant la création** : 73 % des entreprises déclarent utiliser l'IA pour l'écriture ou le développement des produits et des œuvres, 57 % pour le graphisme et le design, et même 47 % pour gérer les pipelines de production et les processus ;

▸ **Concernant les fonctions support** : L'IA est sollicitée par 59 % des entreprises pour des tâches juridiques et administratives, mais aussi pour la gestion des données (61 %), les activités commerciales et de marketing (53 %). Dans une moindre mesure pour le support informatique (37 %), les ressources humaines et le recrutement (13 %) ;

▸ **Concernant la distribution** : 40 % des entreprises utilisent l'IA pour la préparation des rendus-finaux et la post-production, et 38 % pour le relationnel client et la communication.

Quels sont aujourd'hui les principaux usages de l'intelligence artificielle dans votre entreprise ?



Source : Département de la Haute-Savoie

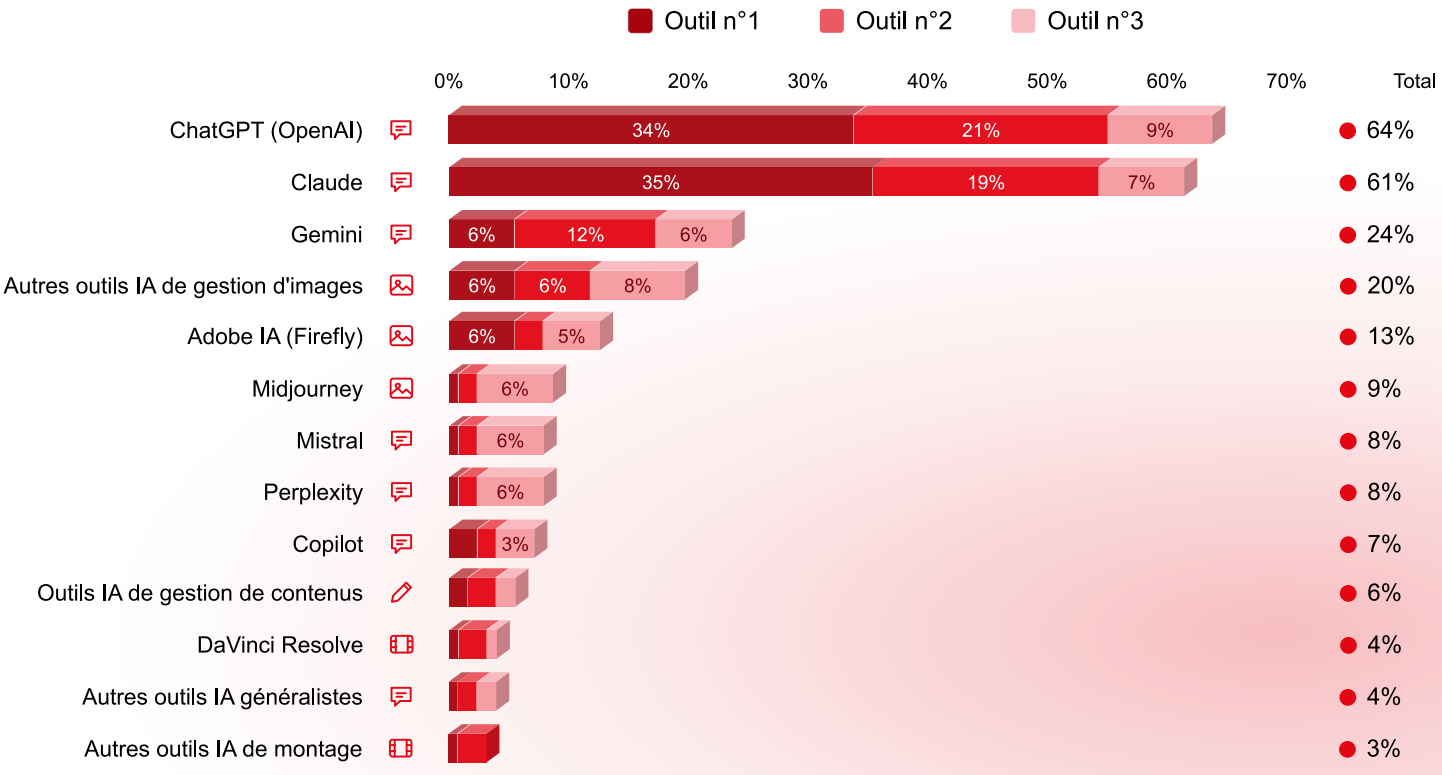
Les outils d'intelligence artificielle utilisés sont de très loin les outils d'IA généralistes les plus connus : ChatGPT ou Claude pour plus de 60 % des entreprises, dans une moindre mesure Gemini (24 %), puis Copilot, Mistral et Perplexity (8 % chacun), et d'autres outils plus confidentiels (Grok, Nokia, DeepSeek, Mammouth, Make, Flowise...).

Les outils d'IA générative sont beaucoup moins utilisés : ils sont davantage spécialisés, touchent donc moins d'entreprises et sont souvent coûteux. Pour la gestion d'images, le plus répandu demeure Adobe Firefly, utilisé par 13 % des entreprises (mais 21 % des auto-entrepreneurs) suivi de Midjourney (8 % des entreprises). S'ajoute une myriade d'autres outils (Freepic, Artlist, Nano Banana, Higgsfield, Topaz, Sora, Canva, Comfy...). Les outils IA de gestion de contenus (Cursor, Lovable...) et de montage (DaVinci Resolve, ElevenLabs, Suno...) demeurent plus confidentiels, mais viennent compléter la panoplie des outils d'IA pour, *a minima*, une assistance dans l'élaboration des contenus créatifs de la filière.

À l'échelle de l'entreprise, la question de la souveraineté de l'IA, pour le moment, ne se pose pas. Seules 4 % des entreprises déclarent utiliser un outil souverain, notamment via Mistral, qui permet de développer des modèles de langage open source et propriétaires.

[8] *L'IA généraliste couvre plusieurs tâches ; l'IA générative crée du contenu.*
[9] *Code source accessible et modifiable.*

Utilisation des outils IA dans les entreprises de la filière Image en Haute-Savoie en 2025



Source : Département de la Haute-Savoie

TÉMOIGNAGES & MÉTHODOLOGIES

STUDIO INTHEBOX

PRÉSENTATION

INTHEBOX est un studio d'animation et d'effets visuels créé en 2011, basé à Annecy, qui accompagne la fabrication de séries, de films et de contenus audiovisuels.
Il emploie 19 ETP et a réalisé un chiffre d'affaires de 1,4 million d'euros en 2025.

QUELS SONT LES EFFETS DE L'INTELLIGENCE ARTIFICIELLE SUR LA QUALITÉ DU TRAVAIL ET LES COMPÉTENCES DES COLLABORATEURS ?

Chez INTHEBOX, nous croyons que la technique doit être au service des artistes et soutenir la qualité des productions. L'intérêt des outils d'intelligence artificielle se mesure à la liberté qu'ils donnent aux artistes pour développer leur vision et à la maîtrise qu'ils leur permettent de garder sur leur travail.

Un artiste construit son regard à travers son histoire, ses rencontres et les accidents de son parcours. Une erreur peut ouvrir une piste, une contrainte peut faire naître une idée. Toute cette matière nourrit son inventivité, et c'est dans sa façon d'apprivoiser ce tourbillon qu'il trouve ce qu'il souhaite raconter et la manière de le raconter.

Les outils doivent laisser de la place à cette part imprévisible de la création. Les artistes ont aussi un rôle à jouer : expérimenter ces outils, les détourner et les pousser au-delà des usages pour lesquels ils ont été conçus.

L'IA ouvre de nombreuses opportunités, et nous devons pouvoir nous en saisir pour chercher, bifurquer, reprendre et affiner une intention créative. Cependant, si l'artiste finit par adapter ses idées à ce que l'outil sait produire, nous perdons une partie de ce qui fait la richesse de nos métiers.
Notre industrie doit aussi tenir compte de l'économie de chaque projet. Là encore, nous devons épouser l'évolution technologique en facilitant certaines opérations techniques complexes et en réduisant les tâches répétitives. Nous pourrons ainsi consacrer davantage de temps au travail créatif le plus en amont possible dans la chaîne de fabrication. L'enjeu est de mieux répondre aux ambitions artistiques tout en maîtrisant les coûts, pour que les producteurs puissent financer ces œuvres et les mener à terme.

La formation des équipes est également un sujet important, car la maîtrise de ces outils demande de savoir regarder et comprendre ce que nous fabriquons. Nous avons à cœur la préservation des techniques traditionnelles et à leur transmission aux jeunes artistes. Apprendre par le dessin, la pratique, l'essai et l'erreur construit des savoir-faire qui permettent ensuite de choisir ses outils et de garder le contrôle.

C'est en ce sens que nous souhaitons faire évoluer nos pratiques : partir des besoins des artistes et mettre la technique au service de ce qui rend leur regard singulier.

AGENCE SIGNATURE COMMUNICATION

PRÉSENTATION

Signature Communication est une agence conseil en communication (éditorial, print, digital, vidéo, etc.), relations presse, événementiel et formation, créée en 2012 et basée à Annecy. Elle emploie 25 ETP et a réalisé un chiffre d'affaires de 3 millions d'euros en 2025.

COMMENT L'IA INFLUENCE-T-ELLE LA QUALITÉ DES PRODUCTIONS ET L'ÉVOLUTION DES COMPÉTENCES DANS VOTRE ENTREPRISE ?

Nous sommes une agence de conseil en communication, experte de la marque et de la marque employeur. Nos clients nous reconnaissent une qualité d'écoute et de conseil juste et fiable. Si la qualité d'analyse et l'appropriation des sujets par nos collaborateurs reste au cœur de nos valeurs, l'IA est un outil pour enrichir ou structurer, lorsque cela est nécessaire, nos études préalables, nos recherches, nos bilans.
Nous développons son potentiel, nous la challengeons, pour rester toujours plus pointus et créatifs dans nos approches. L'IA peut interroger nos choix mais ne les remplace pas.

Lorsque nous entrons dans la phase de stratégie et de concept créatif, nos neurones et notre intelligence émotionnelle sont pleinement mobilisés. Nous avons 28 talents dont le métier est d'écouter, de conseiller et de créer. La diversité des sujets que nous abordons, des interlocuteurs que nous rencontrons et la richesse des problématiques que nous traitons font de nos réunions, de nos échanges et de nos réflexions des étapes non négociables de notre proposition de valeur. Plus l'IA prend place dans nos pratiques, plus les interactions, la place accordée aux émotions comptent dans les prises de décision.

Notre Labo d'IA nous permet d'explorer régulièrement de nouveaux usages. Chaque expérimentation part d'un besoin précis, associe différents profils métiers et aboutit à une décision claire : intégrer, poursuivre le test ou écarter l'outil. L'IA nous permet d'explorer davantage, de confronter une piste, de libérer du temps pour le conseil, de prototyper plus tôt ou d'apporter une relecture supplémentaire. Elle peut contribuer à la qualité si elle dégage du temps sur certaines tâches et nous permet de nous concentrer sur notre cœur de métier.

Il est important pour nous de ne pas déléguer à l'IA le processus créatif, qui nécessite de connecter des idées sur le long terme. Nous privilégions l'espace nécessaire à nos cerveaux pour s'approprier un sujet, plutôt que de suivre un impératif qui serait « rapidité = IA » .

Notre plume, notre relationnel, notre capacité créative sont entraînés par nos soins collectivement pour offrir le meilleur et le singulier aux clients qui nous font confiance aussi et toujours pour notre humanité et notre personnalité.

MÉTHODOLOGIE

La filière « Image et industries créatives » regroupe les entreprises qui produisent ou diffusent des images, réelles ou virtuelles, dans les secteurs du cinéma, de l'audiovisuel, de l'animation, du jeu vidéo et du multimédia, ainsi que celles qui conçoivent des technologies et des outils numériques multimédias.
Ce périmètre s'inscrit dans une liste de base 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 l'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, déclaratives ou par estimations à dire d'expert ;

- Enquête par téléphone auprès des entreprises de la filière, effectuée depuis la France. Les résultats de l'enquête portent sur un échantillon de 371 répondants (ayant répondu intégralement au questionnaire) sur les 2 105 entreprises identifiées, soit un taux de retour de 18 %, avec une marge d'erreur maximale de 5 % pour un intervalle de confiance de 95 %.

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 ces derniers, l'Observatoire considère uniquement l'activité relative au département de la Haute-Savoie.
Les données recueillies concernent les années 2023, 2024 et 2025.

Pilotée en partenariat avec CITIA, cette étude a été financée par le Conseil départemental de la Haute-Savoie et réalisée par Soft Concept et OBS-Consulting.





haute savoie
le Département

hautesavoie.fr

Département de la Haute-Savoie
1 avenue d'Albigny
CS 32444
74041 ANNECY CEDEX

04 50 33 50 00

OBSERVATOIRE DÉPARTEMENTAL DE LA HAUTE-SAVOIE
Filière image et industries créatives en Haute-Savoie

Novembre 2026

Dossier réalisé par le Département de la Haute-Savoie et Citia - Image Et Industries Créatives

Vincent Mailland-Rosset (CD74)
Yannick Heude (CITIA)
Tristan Celet (CITIA)
Vincent Cézard (Obs Consulting)

Graphisme
Service Communication du Département de la Haute-Savoie

Photos
L. Guette, M. Desbazeille, T. Roumegou, A. Trichet - Laurier, Adobe Stock

Impression
Imprimerie départementale (CD74)
Imprimé sur du papier 100 % recyclé

citia
IMAGE & INDUSTRIES CRÉATIVES

Citia - Image Et Industries Créatives
avenue du Trésum
74000 Annecy

04 50 10 09 00