

Professions de la photographie

Besoins en compétences, en emplois et en formation

Les entreprises de la branche des Professions de la photographie évoluent dans un marché où l'auto-entreprise et la vente/services en ligne se sont beaucoup développées, dans un contexte d'évolutions des technologies et des usages, accélérées par la période covid.

Un contexte qui a pu impacter la rentabilité des entreprises et parfois influencer sur l'image du métier. 29% des entreprises ont éprouvé des difficultés à s'adapter, 42% parmi celles ayant plus de 30 ans d'ancienneté (35% d'entre elles)*.

Ce marché en mouvement conduit certaines entreprises à **s'inscrire dans une démarche de diversification** de leurs activités pour retrouver de meilleurs niveaux de marge et prévenir les changements de marché :

- **54% des entreprises** n'ont pas d'activité principale/unique. Aucune activité dominante identifiée au-delà du traitement de photographies, réalisé en interne par 89% des entreprises.
- **68% proposent des services** dans une logique de vente(s) additionnelle(s).

L'un des leviers permettant de faire face à cet environnement en constante évolution est la communication. 94% des entreprises communiquent sur les activités, dont **80% sur les réseaux sociaux**.

Caractéristiques des entreprises du secteur :

- 90% des entreprises ont moins de 11 salariés, avec en tendance, une concentration plus importante d'entreprises en Ile-de-France et en région Auvergne-Rhône-Alpes.
- ¼ des entreprises ont moins de 10 ans d'ancienneté quand 35% ont plus de 30 ans.

📍 DONNÉES CLÉS



35% des entreprises ont plus de 30 ans d'ancienneté



42% ont eu recours à de la formation externe ces 2 dernières années



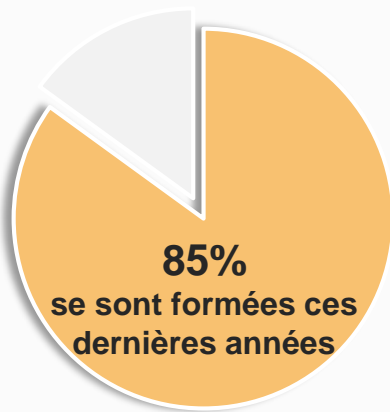
33% vont chercher à se former sur l'intelligence artificielle

* Réalisation de 180 entretiens téléphoniques auprès d'entreprises de la branche professionnelle des Professions de la photographie en 2023.

Besoins en compétences et en formation

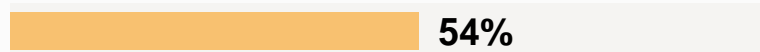
Dans ce contexte marqué par des évolutions technologiques permanentes, les entreprises ont développé une appétence pour la formation technique afin notamment d'accompagner leur diversification.

Pratiques de formation des entreprises



Comment :

via de l'autoformation



via de la formation en interne



via des organismes externes, très largement sur des sujets techniques, mais sans thématique dominante.



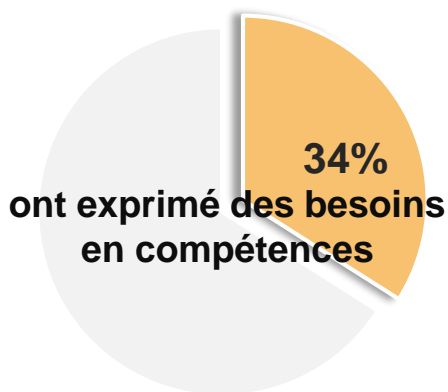
Appréciations sur les formations réalisées par des organismes externes



Si 91% des entreprises qui ont eu recours à de la formation externe sont satisfaites...

... **32%** d'entre elles considèrent que l'offre de formation en continue est insuffisante → des formations « parisiennes » pertinentes mais éloignées ; des formations en régions très hétérogènes, voire décevantes (exemple : orientées « débutants »).

Besoins en compétences non couverts



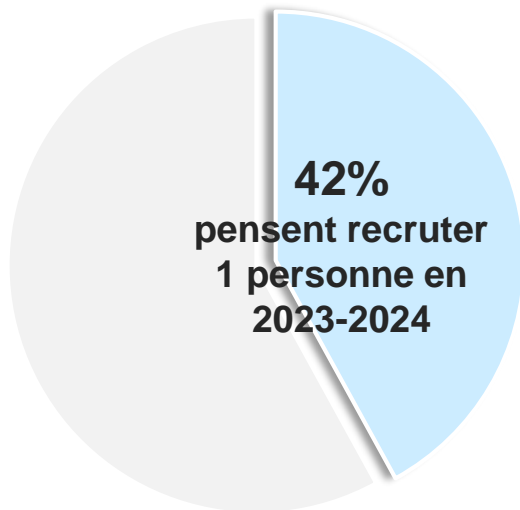
Seules 34% des entreprises ont exprimé des besoins en compétences car beaucoup d'entre elles considèrent que leurs actions de formation sont suffisantes pour couvrir leurs besoins. Les principaux besoins exprimés par les entreprises concernées sont :

- **58%** : développer des techniques spécifiques (exemples : prise de vue vidéo, post-production, prise de vue portrait, lumière en studio, photo culinaire...).
- **44%** : renforcer la communication digitale et marketing.

Un intérêt limité pour les compétences liées au pilotage financier de l'entreprise (17%) ; à la vente (19%) alors même que **les entreprises considèrent qu'elles sont perfectibles sur ces aspects**. Certains gérants se définissent avant tout comme des passionnés.

Besoins en recrutements

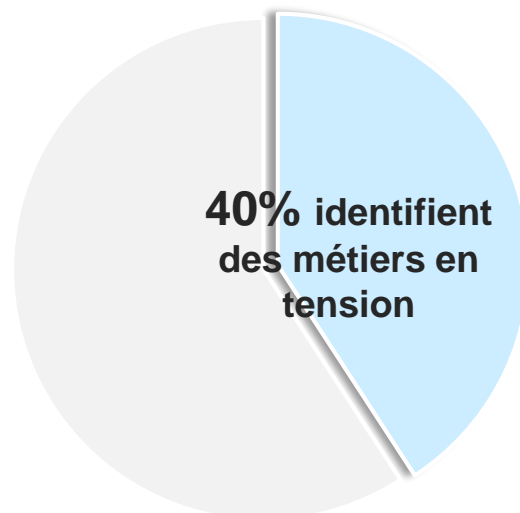
Recrutements : un secteur relativement dynamique qui s'est emparé du levier de l'alternance



- **Les recrutements anticipés** : des photographes vidéastes pour 26%, des vendeurs en photographie pour 13%, des chargés de communication/webmarketing pour 11%.
- **51%** des entreprises qui recrutent pensent avoir recours à l'alternance.
- **63%** qui ont recours à ce dispositif, l'utilisent comme un moyen de recrutement.

Retour d'expérience sur le recours à l'alternance :
Des expériences très positives pour les 2/3 des interrogés. Des points d'optimisation essentiellement identifiés dans la maturité des profils, les aspects de formation étant souvent considérés comme secondaires au regard des activités spécifiques des entreprises qui déploient de la formation interne.

Recrutements : des métiers identifiés en tension



Les métiers identifiés comme étant en tension par 40% des entreprises interrogées sont :

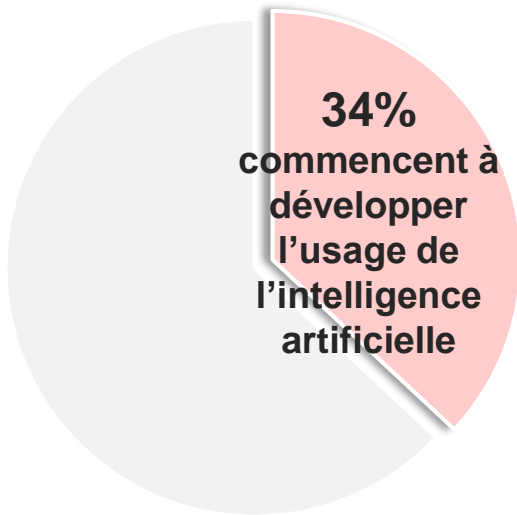
- **Les métiers de la vente** : contraintes du métier (ex : travail le week-end), manque de spécialisation des formations.
- **Le métier de photographe** dans une moindre mesure : appétence pour l'auto-entrepreneuriat, possible déception de la réalité des entreprises.

Dans ce cadre, l'enjeu pour les entreprises serait de pouvoir développer des formations initiales plus proches de la réalité des entreprises :

- Aborder des domaines plus spécifiques tels que la photo scolaire, la photo d'identité, les portraits de famille ou encore la maîtrise des logiciels de retouche.
- Approfondir la gestion de la relation client (accueil, relationnel, fidélisation).
- Proposer plus de formations spécialisées dans la post-production et la vente.

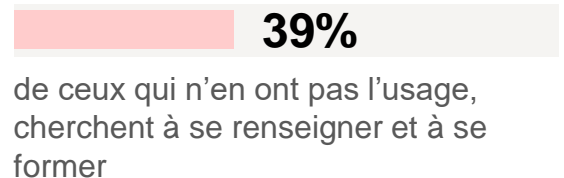
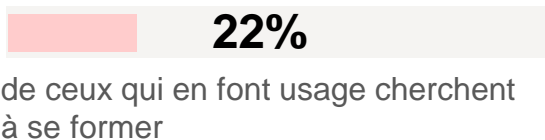
Enjeux du secteur

L'intelligence artificielle : l'enjeu principal



- Si 5% ont spontanément exprimé des besoins en compétences sur le sujet...
- ... 44% des entreprises positionnent le sujet comme l'enjeu principal du secteur.
- 34% commencent à en développer l'usage, principalement pour du travail de retouche, plus secondairement pour de la génération de contenu et d'images.

L'intelligence artificielle : un vrai potentiel d'accompagnement



→ soit 33% des entreprises qui chercheront à se former à l'intelligence artificielle dans les prochains mois.

Des acteurs de la formation initiale très partagés sur le sujet à ce stade : une démarche « antiartistique » ; une technologie « manquant de maturité » à date.

Une autre voie formative serait donc à envisager pour répondre au besoin immédiat ?

L'OBSERVATOIRE PROSPECTIF DU COMMERCE A POUR MISSION :



de réaliser un état des lieux quantitatif des emplois, des qualifications et de la formation.



de contribuer à adapter l'offre de formation et à faire évoluer l'offre de certification.



d'assurer une veille sur l'évolution des métiers, des qualifications et détecter les métiers en tension ou émergents.

Retrouvez toutes les publications de l'Observatoire sur :

<https://www.loppcommerce.com/l-observatoire-prospectif-du-commerce/presentation/>

Directeur de la publication : Philippe Huguenin-Génie

Directeur de rédaction : Jean-Paul Hubert

Rédaction : Thomas Croisé pour Majors Consultants, Lisa Bouvard pour L'Oppcommerce

SOURCES ET METHODOLOGIE

Etude menée par le cabinet Majors Consultants et pilotée par le pôle Certification de l'Oppcommerce de janvier à octobre 2023.

Sources des données :

- Analyse documentaire de l'offre de formation dans le domaine de la photographie.
- Réalisation de 12 entretiens qualitatifs auprès de professionnels/spécialistes du secteur, d'organismes de formation.
- Réalisation de 180 entretiens téléphoniques auprès d'entreprises de la branche professionnelle des Professions de la photographie