

Club Galilée

L'Afrique, continent
du développement audiovisuel
et numérique

Lundi 29 Janvier à 18h
Alliance Entreprendre
5 rue de Montessuy
75007 Paris

Sommaire

Note d'introduction	3
Intervenants.....	4
Marie Barraco	4
François Deplanck	4
Pierre Jalladeau	4
Betty Johnson	4
Olivier Laouchez	4
René Saal	4
Documentation	6
Global Voices : L'avenir de l'audiovisuel francophone se trouve en Afrique	6
La Tribune : L'avenir de l'audiovisuel français passe aussi par l'Afrique francophone	8
La filière cinéma et audiovisuel comme facteur de développement des pays ACP	10n

Note d'introduction

Le Club Galilée commence cette année 2018 avec une ouverture sur l'international et la thématique « l'Afrique, continent du développement audiovisuel et numérique ».

Le Club consacre régulièrement ses réflexions à la dimension internationale du secteur de l'audiovisuel et du numérique, dimension de plus en plus affirmée, et encore insuffisamment développée en France.

L'enjeu pour le continent africain est de trouver un équilibre entre images importées et images créées, produites et exportées ; il s'agit de favoriser la création nationale et mettre en avant les identités culturelles, sociales et économiques.

Cette séance va commencer par un état des lieux économique et financier et un tableau général du potentiel actuel et futur du continent africain en matière audiovisuel et numérique. Nous demanderons ensuite à nos interlocuteurs quels regards ils portent ce continent.

Les réflexions s'articuleront autour de questions qui engagent l'avenir du continent et des entreprises européennes, internationales et africaines : une expansion très rapide de la consommation audiovisuelle certes mais quelle organisation des marchés régionaux et nationaux ? Des financements privés et publics nationaux, régionaux et internationaux à encourager ? Une formation professionnelle à développer et à actualiser ? Un cadre juridique et fiscal à consolider ? Un développement technologique à encourager ? Une filière aujourd'hui organisée en ordre dispersé à structurer de manière pérenne ?

La solution peut venir aussi d'expériences « pilotes » avec des partenaires internationaux. Existentes déjà ?

Donnons aussi la parole aux acteurs français qui se développent en Afrique : des diffuseurs comme Canal ou FMM et Euronews, des producteurs, des festivals comme Série Series à Ouagadougou, ou ceux d'Abidjan et de Johannesburg, des entreprises comme la Fabrique des Formats qui développent des partenariats...

Cette séance nous permet aussi de nous interroger sur notre retard en France concernant notre capacité à développer le secteur de la distribution et à monter des partenariats internationaux.

Intervenants

Marie Barraco, fondatrice de Kandimari et déléguée générale de Série Series - @mariebarraco

Diplômée de Droit, Marie Barraco est fondatrice et gérante de Kandimari, société de communication, de production et de création d'événements spécialisée dans le secteur de l'audiovisuel. Elle a monté le festival Série Series, dont elle est déléguée générale, en 2012, avec pour volonté de rapprocher les professionnels de l'audiovisuel européens pour faire progresser l'univers de la création de séries télévisées par les échanges. Cette année, le festival s'exporte ; la première édition de Série Series à Ouagadougou se tiendra en avril.

François Deplanck

Passé par MTV Network, TF1 et TPS jeunesse, François Deplanck est entré à Canal+ en 2007. Il a été successivement Directeur du Pôle jeunesse, Directeur des jeux et paris du site CanalWin, Directeur du Développement et enfin Directeur des chaînes et contenus Canal+ Overseas.

Pierre Jalladeau, Directeur Afrique CFI Médias - @PJalladeau

Ancien directeur de production (1998 à 2003), Pierre Jalladeau rejoint le ministère des Affaires étrangères en 2003 en tant qu'attaché audiovisuel à l'ambassade de France à Rome. Il est notamment en charge du renforcement de la présence audiovisuelle française en Italie. En 2007 il devient consultant au sein du cabinet Media Consulting Group où il est responsable de plusieurs évaluations de politique publique, d'études d'impact et de conseil pour l'Afrique subsaharienne. Il rejoint CFI, l'agence française de coopération médias filiale du groupe France Télévisions, au poste de délégué à la politique des programmes en 2011, notamment en charge de la coordination de l'activité programmes et du développement des partenariats avec les chaînes africaines. En novembre 2013, il devient directeur Afrique de CFI.

Betty Johnson, Vice-Présidente Trace Distribution

Après des débuts dans la vente audiovisuelle internationale à France Télévisions Distribution, puis Tetra Média et Lagardère, Betty Johnson rejoint le groupe TRACE il y a quelques mois pour fonder le label de distribution de contenus audiovisuels TRACE Content Distribution afin d'identifier, soutenir et de mettre en avant des producteurs sur la niche afro-urbaine.

Olivier Laouchez, co-fondateur et PDG de Trace TV

Olivier Laouchez fonde en 1993 Antilles Télévision (ATV), la première chaîne de télévision privée des Antilles. Après un passage à la direction de Secteur Ä, premier label de Hip Hop et de musiques urbaines français indépendant, il rachète la marque américaine « Trace » et transforme la chaîne de télévision MCM Africa, détenue par le groupe Lagardère, en Trace TV. La chaîne connaît rapidement un véritable succès tant en France qu'à l'international ; quelques années plus tard, Olivier Laouchez rachète la participation de ses investisseurs et prend la tête de la société. Depuis, de nombreuses chaînes de télévision ont vu le jour et l'Afrique est devenu le principal marché de Trace TV.

René Saal, créateur de Adweknow - @adweknow

René Saal est un spécialiste de la publicité et des médias. Après une dizaine d'année passée en agence de publicité et en agence media, René Saal rejoint le groupe CARAT (Aegis) en tant que Directeur Général de CARAT TV puis de CARATEXPERT. Il a, à ce titre accompagné le développement du paysage média français puis d'internet et des médias numériques.

En 2004, il rejoint le groupe CANAL+ où il occupe successivement les fonctions de Directeur du Marketing puis de Directeur de la Programmation et des Opérations avant d'être nommé Directeur des Antennes des chaînes CANAL+. Fin 2014 il rejoint CANAL+ OVERSEAS en tant que Directeur des

Antennes des chaînes CANAL+ AFRIQUE, participe à la refonte des chaînes CANAL + Afrique et réalise plusieurs missions de conseil auprès des chaînes CANAL+ en Pologne, au Vietnam et en Birmanie. En juin 2016, il décide de créer ADWEKNOW, outil d'information, d'expertise et de partage à destination des acteurs de la publicité, des médias et de la communication digitale qui s'intéressent à l'Afrique francophone subsaharienne.



L'avenir de l'audiovisuel francophone se trouve en Afrique

Publié le 26 Avril 2015 9:55 GMT



"Ensemble, nous deviendrons une force" Capture d'écran de la bande-annonce de "Ady Gasy", un documentaire les façons joindre les deux bouts à Madagascar, par Lova Nantenaina via YouTube

L'audiovisuel francophone a récemment été sous les feux des projecteurs avec le succès du film *Timbuktu* et du documentaire malgache *Ady Gasy*. Le marché de l'audiovisuel français étant actuellement en baisse, certains voient en l'Afrique un moyen de relancer la croissance du secteur. Mais si le continent a des atouts pour être un marché d'avenir du développement audiovisuel il a également de nombreuses carences. L'Afrique : terre alternative prometteuse pour l'audiovisuel français ?

[Ce billet est une republication d'un article publié sur Economie Afrique avec la permission de l'auteur de l'article]

Les prévisions sont unanimes : en 2050, 85% des francophones seront en Afrique. Une population qui y est très jeune et au vue de l'enthousiasme croissant des jeunes générations pour les écrans, les acteurs de l'audiovisuel français ont vite compris tout le potentiel et les promesses de succès de ce marché. Un secteur où tout reste à construire en matière de communication : ordre juridique pour orchestrer son développement, création du câble (quasiment inexistant), développement de l'ADSL... Les Français ont été dans les premiers à s'installer et à développer le marché. Dès les années 2000, de nombreuses coopérations ont vu le jour, notamment avec les chaînes francophones TV5 ou

CanalSat ou bien encore la création d'organe de contrôle comme le conseil supérieur de l'audiovisuel

1. Suivant le pas de ces pionnières, des chaînes françaises ont relevé le défi et tenté de tirer leur épingle du jeu. Ainsi la chaîne musicale TraceTV a décidé d'y installer son réseau. Et elle a bien fait ! La croissance fut extrêmement rapide et aujourd'hui l'Afrique représente un tiers de son chiffre d'affaire. La chaîne a même vu bien plus grand en décidant d'étendre son réseau aux mobiles et à la radio.

Malgré ces succès et même si le développement du secteur semble idyllique et promis à une belle réussite pour les candidats, **très peu d'entreprises françaises ont osé le pari et, aujourd'hui le secteur est finalement occupé principalement par des entreprises chinoises ou américaines** surpris et heureux de trouver la place libre !

Un marché difficile à atteindre pour les français

Pourquoi une telle hésitation des entrepreneurs français ? Instabilité politique, problèmes de corruption, pénétration économique très compliquée, infrastructures absentes...alors que les français étaient les premiers et historiquement et linguistiquement les mieux placés, ils sont aujourd'hui peu nombreux et n'émettent rien d'autres que des signes d'hésitations.

Un problème qui interpelle même les politiques français ! Ainsi, le 11 septembre 2014, alors que l'assemblée nationale française débattait de la stratégie à appliquer pour réintroduire leur audiovisuel sur le marché africain, Bernard Chaussegros suggéra une réinvention du modèle économique : plutôt que de subventionner des organismes et entreprises, « pourquoi ne pas favoriser la coopération entre locaux et groupes français ? ». Cela permettrait, selon lui, une insertion plus rapide. Ainsi, les entreprises françaises apporteraient la structure et les entreprises locales l'action directe.

Mais il semble que les médias français se soient réveillés et ai dépassé leurs préjugés. Ainsi, le groupe Lagardère a monté un bureau de production télévisuelle. Canal + a lancé, en octobre 2014, A+, une chaîne consacrée aux contenus africains avec l'ambition de devenir « la grande chaîne africaine ». Suivant son exemple, Euronews va proposer, en 2015, Africanews, une TV d'information multilingue panafricaine.

A l'heure où les économies européennes sont en stagnation l'Afrique semble être le continent où investir pour les compagnies de l'audiovisuel. Mais la croissance n'attend pas, surtout dans les NTIC et, déjà, les places sont chères ! Les Français risquent de regretter cet eldorado perdu et son manque de témérité. Tant pis pour eux !

Ecrit par Parker

<https://fr.globalvoices.org/2015/04/26/185158/>

L'avenir de l'audiovisuel français passe aussi par l'Afrique francophone

Par **Bernard Chaussegros** | 23/09/2014, 10:56 | 707 mots



(Crédits : DR)

Le potentiel de demande de matériels et contenus audiovisuels est immense, en Afrique. La France pourrait y jouer sa carte, à condition pour les entreprises de savoir réinventer leur modèle économique. Par Bernard Chaussegros, Vice-Président d'Euromedia Group en charge de la stratégie.

Le diagnostic des menaces qui pèsent sur l'avenir de l'audiovisuel français n'est plus à faire. Comme beaucoup de travaux l'ont montré, parmi lesquels la récente étude de la chaire médias et marques de Mines ParisTech dirigée par Olivier Bomsel, l'équilibre sur lequel l'écosystème audiovisuel était fondé est profondément remis en cause par le numérique. Parmi les solutions évoquées, la création de nouveaux débouchés pour notre industrie est l'une des plus importantes. La pénétration de nouveaux marchés pour nos productions est en effet la clé du développement de nouvelles recettes, seules capables de contrebalancer la baisse inéluctable des financements de la TV. Les industriels de l'image doivent réaliser que l'Afrique (spécialement les territoires francophones) représente une opportunité immense qu'ils doivent saisir, avec l'aide active de l'Etat.

Le numérique en Afrique, une opportunité pour tout le secteur

Le continent africain connaît, quoiqu'à un rythme différent de celui de l'Europe, la diffusion des technologies numériques. Le potentiel de demande de matériels audiovisuels et de contenus est immense. Avec 12 pays, l'Afrique subsaharienne francophone représente un marché de 200 millions d'habitants. La population, particulièrement jeune (en 2040, 40% des adolescents du monde seront Africains), est susceptible d'adopter plus facilement les nouvelles technologies. L'arrivée du numérique en Afrique est une opportunité pour l'ensemble du secteur, de la prestation à la diffusion en passant par la production. Tout y est à faire : les infrastructures sont fragiles, l'ADSL ne concerne que les grandes villes, le tissu de production local est très peu développé, le marché publicitaire est encore immature, etc. Ce sont ainsi tous les chaînons de notre filière de l'image qui peuvent potentiellement trouver là-bas matière à vendre leur savoir-faire.

Une France peu présente

Alors qu'elle avait participé dès le début des années 2000 au développement du secteur dans cette zone, la France est aujourd'hui peu présente, laissant la place à d'autres pays comme la Chine ou les Etats-Unis. Les déboires essuyés par certaines de nos entreprises ont laissé une trace durable dans les mentalités de nos entrepreneurs. Alors que la filière française de l'image est désespérément en manque de relais de croissance, le moment est venu pour un retour commercial gagnant dans cette zone qui s'ouvre tous azimuts.

Réinventer le modèle économique

De quelle façon pouvons-nous accomplir ce retour gagnant ? La situation particulière du continent africain, où les Etats jouent traditionnellement moins un rôle structurant qu'en Europe, nécessite une réinvention du modèle économique : plutôt que des subventions difficiles à mettre en place, c'est une logique de partenariats locaux qu'il convient de mettre en place. Les grands groupes français présents dans la zone tels qu'Orange ou Bolloré peuvent servir d'introduction à une myriade d'entreprises plus petites complémentaires sur la chaîne de l'image.

Notre proximité culturelle et historique avec l'Afrique nous permet de mettre place des partenariats à long terme sur l'ensemble de la chaîne de l'image avec des entreprises locales qui doivent être accompagnées dans leur éclosion et leur déploiement, à l'image de ce qu'a pu faire avec succès Canal Plus. L'Etat peut jouer un rôle en aidant les pays à structurer juridiquement le marché (pour faire reculer le problème des impayés notamment) et à coordonner le financement des entreprises locales, à travers la BPI par exemple. On pourrait imaginer que le CSA accompagne les pays qui souhaitent créer les régulations nécessaires au développement de leur offre audiovisuelle.

L'exception française, un véritable atout pour le rayonnement français ?

Le secteur de l'image peut être la preuve que l'économie française peut s'exporter si nos entreprises savent jouer la carte des alliances stratégiques et si l'Etat adopte enfin une vision claire de son rôle. Il serait par exemple particulièrement bienvenu que le CNC conçoive une politique ambitieuse destinée aux programmes francophones en Afrique. La fameuse « exception culturelle » française pourrait ainsi devenir non plus un sujet de stigmatisation au niveau international mais un véritable atout de rayonnement.

<https://www.latribune.fr/opinions/tribunes/20140923trib680400104/l-avenir-de-l-audiovisuel-francais-passe-aussi-par-l-afrique-francophone.html>

LA FILIÈRE CINÉMA ET AUDIOVISUEL COMME FACTEUR DE DÉVELOPPEMENT DES PAYS ACP

par Toussaint Tiendrebeogo, producteur, Burkina Faso

Lors du colloque « Culture et création : facteurs de développement » organisé à Bruxelles du 1er au 3 avril 2009, la responsabilité de l'atelier Cinéma et Audiovisuel fut confiée à Toussaint Tiendrébéogo, producteur originaire du Burkina Faso (notamment du long-métrage *Tasuma* de Daniel Sanou Kollo). Ce texte qui figure dans les documents proposés aux experts et professionnels européens et ACP participants au colloque nous a paru d'une belle pertinence et lucidité. Il peut également fonctionner comme un état des lieux d'une partie essentielle des États ACP, la part africaine. Est-il besoin, ici, de rappeler que sont membres des pays ACP les États signataires de la Convention de Lomé (complétée à Cotonou). L'auteur a accepté que nous le reproduisions ci-après.

Importance et dynamique de la filière cinématographique et audiovisuelle et ses évolutions récentes

La production et la diffusion d'oeuvres cinématographiques et audiovisuelles constituent l'un des secteurs les plus dynamiques de la croissance mondiale du fait d'une augmentation constante de la consommation des ménages.

En l'absence de données statistiques fiables et accessibles sur la situation dans les États ACP, la seule donnée qui puisse être avancée est celle de la tendance à l'augmentation des dépenses audiovisuelles (principalement télévisuelles et vidéographiques) des ménages. Comme tous les peuples du monde, les populations ACP sont des consommatrices importantes d'images.

En Afrique du Sud, les revenus tirés du cinéma sont estimés à 5,5 milliards de rands (550 millions USD) avec des emplois de l'ordre de 30 000 personnes.

Au sein des huit États membres de l'Union économique et monétaire Ouest africaine (UEMOA), le chiffre d'affaires direct du secteur de l'image était grossièrement estimé, en 2002, autour de 50 milliards de francs CFA (94,7 millions USD) avec des emplois de l'ordre de 8 000 à 16 000 personnes. L'importance économique de la filière au sein des États membres de l'UEMOA est certes modeste, mais le marché est en croissance et celle-ci est bien supérieure à celle du PIB des États.

Par ailleurs, le poids économique de la filière ne peut pas s'analyser uniquement sous le seul angle des activités cinématographiques et audiovisuelles. En effet, celles-ci sont en interconnexion avec d'autres secteurs de l'activité économique (importation et commercialisation d'équipements tels que les téléviseurs, les magnétoscopes, les lecteurs DVD, etc.) et culturelle (recours à des créations intermédiaires comme la musique, le design, l'art contemporain, la valorisation du patrimoine et la promotion du tourisme...). Dans une approche transversale, le poids économique de la filière serait bien plus important que ce que peuvent révéler les rares chiffres disponibles.

Cependant, faute d'un minimum d'organisation des marchés nationaux et régionaux, d'une politique incitative et d'une offre conséquente de programmes télévisuels et de films, les revenus générés par la filière dans les États ACP vont au profit d'images étrangères importées. Une part écrasante du marché est en effet préemptée par des images extérieures aux États, ce qui ne contribue, ni à la connaissance mutuelle des populations, ni au développement économique d'une industrie nationale et/ou régionale de l'image.

Outre les enjeux économiques, cette situation pose un problème majeur d'identité culturelle et de cohésion sociale. La domination écrasante des images européennes et américaines réduit les

populations ACP à de simples consommateurs d'images, lesquelles véhiculent des modes de penser et d'agir exogènes et qui remplacent progressivement et inexorablement, leurs propres valeurs culturelles.

Si toute culture doit, bien naturellement, s'ouvrir à l'extérieur, elle se doit, en même temps, de préserver les valeurs qui la nourrissent et l'enrichissent de l'intérieur. C'est un enjeu à la fois culturel, politique et économique. Le combat engagé par l'UNESCO pour la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles s'inscrit dans cette prise de conscience.

L'impact informationnel et affectif des œuvres cinématographiques et audiovisuelles est tel qu'il n'est pas admissible de laisser les populations des régions ACP dans une situation de dépendance culturelle totale à l'égard des images venues d'ailleurs alors même que leurs potentialités artistiques et capacités techniques de produire des images en nombre et en quantité pour leurs populations et le reste du monde ne sont pas négligeables, encouragées en cela par de nombreuses opportunités, notamment : la très forte demande des populations pour des images qui reflètent leur quotidien, leurs valeurs culturelles et leur vision du monde, quel que soit le support de fabrication et de diffusion utilisé ; l'élargissement de l'offre télévisuelle rendu possible par la libéralisation du paysage audiovisuel ; la révolution numérique qui bouleverse l'économie de la production et de la diffusion d'images en facilitant l'indépendance technique et financière, et en conséquence, la créativité des auteurs.

Du reste, ces dernières années ont vu le foisonnement d'une quantité remarquable de production vidéo grâce aux nouvelles technologies numériques.

Le cas de la « home vidéo nigériane », avec environ un millier de films tournés chaque année, est exemplaire à cet égard, car il a permis l'émergence d'une industrie locale de production et de diffusion avec un modèle économique qui lui est propre. En effet, en l'absence de réponses appropriées aux besoins de consommation d'images de la population nigériane par les circuits traditionnels (télévision et salles de cinéma), cette industrie a su réactiver et dynamiser un marché intérieur qui compte plus de 120 millions d'habitants.

Ce phénomène s'observe également dans d'autres États en Afrique où la production de films en vidéo prend de l'ampleur en dehors de tout cadre formalisé. Contrairement à la « home vidéo nigériane », cette production peine cependant à trouver un modèle économique qui lui assure une croissance pérenne, sans doute à cause de la taille et de l'inorganisation des marchés sur lesquels elles sont produites.

Enfin, le besoin de consommation d'images des populations ACP est à ce point si important qu'il s'exprime par le développement sauvage, dans la quasi-totalité des États, de lieux de vidéo-projection publique et payante dans les quartiers populaires. Dans des États où l'on dénombre à peine une salle de cinéma, il est aisé de compter au moins 2 000 à 3 000 lieux où des films sont projetés chaque jour, dans ces conditions certes pas très professionnelles et au mépris du droit d'auteur.

Toutes ces initiatives, aussi bien en terme de production que de diffusion, même si elles s'opèrent dans un cadre informel (également par la piraterie des œuvres pour la diffusion), témoignent d'un potentiel latent qui ne demande qu'à s'exprimer.

Cependant, en l'absence de stimulations politiques et professionnelles très fortes, les États ACP ne sont pas en mesure d'exploiter ce potentiel de création et de diffusion d'images au service de leur développement. Trois constats caractérisent en effet la filière de l'image :

- des politiques publiques ignorantes, ou même, le plus souvent inexistantes ;
- l'absence d'un marché national ou régional organisé et encadré ;

- la forte dépendance de la production aux financements publics extérieurs, au demeurant globalement faibles et en diminution.

Le désintérêt ou le désengagement de la majorité des États, alors que dans les pays du Nord le cinéma et l'audiovisuel sont réglementés et soutenus financièrement y compris par les gouvernements les plus libéraux, ont conduit à de nombreux obstacles qui entravent fortement le développement des activités audiovisuelles et cinématographiques. Sans viser une quelconque exhaustivité, il n'est pas inutile de rappeler quelques-uns de ses handicaps : absence d'organisation, même modeste, d'un marché national et régional pour les productions nationales, faute de véritables entreprises de distribution, de l'effondrement du parc de salles de cinéma et surtout de la position de repli des télédiffuseurs nationaux ; absence et/ou insuffisance de financement national (qu'il s'agisse de fonds publics, d'apports des télévisions, ou d'investissements privés) pour contribuer aux besoins d'investissements dans la filière ; faiblesse et discontinuité de la production nationale qui ne permettent aucune capitalisation des savoir-faire et des talents ; absence d'établissement, ou de réseau de formation professionnelle spécialisée ; non-respect des droits d'auteur et fléau de la piraterie qui dissuadent tout investissement d'envergure ; absence de mesures fiscales et douanières adaptées aux entreprises de la filière.

A ces handicaps, il convient d'ajouter les carences des milieux professionnels, notamment les faiblesses économiques, souvent aussi professionnelles, des producteurs qui seraient pourtant les seuls à même de créer un lien dynamique entre les différentes activités de la filière et de structurer quelque peu les bases d'une industrie de l'image ; l'inertie des organisations professionnelles qui ne jouent pas efficacement leur rôle de force de proposition et de pression. S'y ajoute le découragement de certains professionnels qui ne ressentent pas la nécessité de s'engager dans l'action collective aux fins d'améliorer l'environnement et leurs conditions de travail.

Cette énumération est loin d'être exhaustive, mais elle dessine des pistes d'actions prioritaires qui viseraient à la fois une relance quantitative de la production d'images et une réactivation des marchés cinématographiques et audiovisuels dans les régions ACP et, enfin, la professionnalisation et la structuration nécessaires pour l'émergence d'une industrie cinématographique et audiovisuelle.

Les principaux besoins de la filière et les attentes des professionnels ?

Il n'y a pas d'exemple d'émergence ou de développement d'une industrie cinématographique et audiovisuelle significative, à l'échelle d'un Etat ou d'une région, sans qu'ait été engagée et poursuivie, de manière durable, une action publique forte, en termes de réglementation et de contribution au financement.

De la même manière, le cinéma et l'audiovisuel dans les pays ACP ont besoin que soit mis en oeuvre un cadre juridique et économique adapté au développement des initiatives et du marché ; des mécanismes de financements appropriés afin de soutenir le développement de l'industrie ; et des actions destinées à la structuration du secteur.

Un cadre juridique et économique adapté

L'absence dans de nombreux États d'un minimum d'encadrement de la filière ne favorise pas l'assainissement de l'environnement professionnel (conditions d'accès et d'exercice des professions) et économique (transparence et circulation des flux financiers entre les différents acteurs de la filière).

Le renforcement de la législation et de l'administration publique de l'industrie cinématographique et

audiovisuelle est nécessaire afin de créer un cadre juridique et économique adapté à son développement.

Par ailleurs, la mise en place d'un environnement fiscal et douanier incitatif, susceptible d'alléger les charges des entreprises qui se trouvent aux stades les plus stratégiques ou les plus fragiles de la filière est nécessaire. L'absence d'un cadre fiscal et douanier spécifique pénalise, par le cumul de taxes, les entreprises du secteur de la diffusion, notamment au niveau de l'exploitation cinématographique où la pression fiscale aboutit, dans certains États, à des situations réellement abusives.

Des mécanismes financiers (publics et privés) destinés à soutenir la création et les investissements des entreprises

Des financements à caractère public et/ou privé, accordés à fonds perdu ou sous forme d'avances remboursables, sont nécessaires même s'ils représentent un pourcentage faible ou modéré du coût de la production.

Ils sont indispensables pour compléter les financements éventuels des diffuseurs, donner une base économique territoriale à la production cinématographique et audiovisuelle et accroître son autonomie par rapport aux bailleurs de fonds internationaux, en attendant que, à moyen et long terme, le développement du marché permette de recentrer, voire de réduire l'apport de fonds publics.

Un accès facilité au crédit bancaire pour accompagner l'investissement et le développement des entreprises. La non-bancarisation d'une grande partie de la filière est un obstacle évident à son développement. Dans le cas inverse, les exigences de garanties à l'octroi d'un crédit sont souvent excessives, et les conditions et le coût élevé du crédit fortement handicapant.

Des marchés organisés et encadrés

Le marché télévisuel est de plus en plus stratégique, à la fois comme premier marché des programmes audiovisuels, et comme second marché des films cinématographiques. Or, la position actuelle de repli des chaînes de télévision nationales (publiques et privées) et la faiblesse de leurs commandes et/ou coproduction de programmes à des producteurs nationaux constituent un sérieux handicap.

Le marché de la vidéo est sans doute celui qui connaît actuellement le plus de dynamisme et de croissance. Le problème est qu'il est dominé par la piraterie des oeuvres. Si l'éradication totale du piratage est probablement illusoire, du moins la réglementation et le contrôle des projections publiques sont possibles et d'autant plus indispensables qu'à l'instar des pays anglophones d'Afrique de l'Ouest, la production de films pour une diffusion vidéo est appelée à se développer.

Le marché de la salle de cinéma. La situation de crise que vit l'exploitation cinématographique dans la majorité des États appelle, en plus des mesures fiscales et douanières, un régime d'aide à l'investissement, et un soutien indispensable à la distribution et à la promotion des films ACP ainsi qu'à leur programmation.

Le marché international. Celui-ci peut avoir ponctuellement un rôle important, mais globalement doit être considéré actuellement comme secondaire. En revanche la modestie de chaque marché national plaide pour la mise en place d'un marché harmonisé à l'échelle régionale.

Seule une expression durable de la production, suscitée par les marchés nationaux et régionaux, va permettre à celle-ci de reprendre place de manière plus saine sur le marché européen ou mondial.

Un développement de la formation professionnelle

Les quelques dispositifs de formation actuellement opérationnels sont de taille modeste avec des limites objectives de leur cursus et de leurs moyens.

Les besoins de formation concernent tous les métiers et prioritairement ceux qui vont être affectés par des mutations importantes, d'ordre technologique ou d'ordre organisationnel et économique. Il s'agit de :

- toutes les professions techniques concernées par la généralisation de la technologie numérique, aussi bien pour son utilisation dans le processus de production et de diffusion, que pour sa maintenance ;
- les entreprises de production ;
- l'ensemble de la profession de la diffusion cinématographique et vidéographique.

La préservation et la valorisation du patrimoine cinématographique et audiovisuel

La sauvegarde et la valorisation du patrimoine cinématographique et audiovisuel sont des besoins récurrents. Le problème se pose avec plus d'acuité et d'urgence pour les archives télévisuelles, puisqu'il s'agit de sauvegarder la mémoire de l'histoire sociale, politique, culturelle des États, tel que la télévision a pu en rendre compte ; ainsi que de celle même de l'histoire de ce média.

Le renforcement de la coopération entre institutions et organisations professionnelles

L'insuffisance de l'information et de sa non-circulation entre les organisations professionnelles, les entreprises et les administrations constitue un sérieux handicap. Cela concerne aussi bien les données quantitatives, statistiques, les textes réglementaires que les expériences professionnelles et managériales.

Une coopération internationale plus ambitieuse et structurante

En l'état actuel, les cinématographies ACP ne sont pas capables de susciter leur propre développement en l'absence de réformes et de stimulations fortes des États, bien entendu, mais aussi de la part de la coopération inter-nationale qui joue un rôle fondamental. En effet, de nombreuses oeuvres n'auraient pas pu être produites sans le soutien décisif de certains États et organismes institutionnels du Nord comme l'Union Européenne, l'Organisation Internationale de la Francophonie et la Coopération française.

Or, ces dernières années ont vu la baisse des budgets consacrés par la coopération internationale à l'appui au cinéma et à l'audiovisuel des pays du Sud. Certains organismes ou États ont pu maintenir leur soutien financier, mais ils ont été amenés, dans le temps, à l'élargir leurs champs d'intervention. L'arrêt en 2003 du programme d'appui au cinéma ACP de l'Union Européenne a eu des conséquences négatives dans le maintien d'un volume significatif de la production. L'Union Européenne était en effet, en termes d'enveloppe budgétaire et de niveau de soutien, le premier bailleur de fonds des cinématographies ACP.

En outre, les politiques actuellement mises en oeuvre par la coopération internationale n'apportent aucune valeur ajoutée à la filière dans les États. L'approche retenue étant celle d'un simple guichet de financement, la coopération internationale se place dans une attitude passive, se contentant de recevoir des projets ponctuels suite à des appels à propositions (aux procédures longues et complexes) et dans le cadre desquels la maîtrise de la forme de présentation des dossiers apparaît plus importante que les contenus.

Pourtant, les besoins de la filière, tels qu'énumérés ci-dessus, militent pour une attitude plus active et volontariste de la coopération internationale pour concevoir et accompagner des initiatives pilotes qui puissent servir d'exemples aux professionnels et aux États.

Enfin, les processus de décision de la coopération internationale, en réponse à de nouveaux besoins, sont excessivement longs à tel point que la nature de la problématique a souvent changé au moment de la prise de décision. C'est le cas notamment du programme « Africa Cinémas » financé conjointement par les trois principaux partenaires financiers des cinématographies ACP. Destiné à apporter des réponses aux problèmes de la distribution et de l'exploitation des films africains en Afrique, ce programme n'a pas eu les résultats escomptés, car il a souffert d'un décalage important de délais entre sa conception et les réalités du terrain au moment de sa mise en oeuvre.

Quelles recommandations prioritaires pour dynamiser la filière ciné-matographique et audiovisuelle dans les États ACP ?

Compte tenu de l'importance des enjeux et des besoins, du chevauchement des domaines culturels, politique, industriel, financier et technique, de l'échelle internationale propre à l'industrie cinématographique et l'audiovisuelle, l'utilisation d'une gamme très large d'interventions s'impose. D'autant que les conventions internationales, notamment la Convention de l'UNESCO sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles et linguistiques, offrent aux États un cadre normatif pour la définition et la mise en oeuvre de politiques appropriées.

Au niveau national et régional

Pour la plupart des États, il s'agit d'engager une double mutation de leur politique ou plus exactement de leur attitude à l'égard de l'industrie cinématographique et audiovisuelle, plus précisément de substituer à des interventions ponctuelles, une politique globale, qui soit d'abord de régulation et de soutien ; d'inverser l'environnement économique et fiscal du secteur vers une attitude délibérément positive.

Quant aux professionnels, l'adoption d'une démarche « entrepreneuriale » et d'une problématique de marché doit s'imposer à leurs initiatives.

De manière opérationnelle, les recommandations prioritaires suivantes peuvent être formulées.

Dégager une capacité nationale et régionale de financement pour la production et les besoins d'investissement de l'ensemble des entreprises de la filière

La capacité nationale et régionale de financement s'entend en terme de déploiement de plusieurs mécanismes complémentaires :

- des financements marchands : en organisant, d'une part, le retour d'une partie des flux financiers générés par le secteur de la diffusion et de la commercialisation vers celui de la production, et d'autre part, en engageant le système bancaire dans le financement des besoins d'investissement des entreprises par l'entremise de Fonds de garantie ;
- des financements du mécénat, du sponsoring et de l'épargne privée par la mise en place d'un cadre fiscal adapté et incitatif ;
- des financements publics circonscrits et aux règles clairement définies. Les champs d'application des financements publics, accordés à fonds perdu ou sous forme d'avances remboursables, doivent prendre en compte l'ensemble de la filière qui va de la formation des opérateurs individuelles à la production et à la diffusion d'un film dans les salles de cinéma, sur un écran de télévision et la commercialisation vidéo.

Réglementer et réguler les marchés

Tout marché doit être réglementé et encadré, a fortiori, lorsqu'il concerne la création artistique et qu'il est porteur de valeurs culturelles. Il convient notamment de définir :

- les conditions d'exercice des différentes professions et l'organisation des rapports économiques entre les différents secteurs de la filière. A titre d'exemple, il est impératif, dans la situation actuelle, de définir et d'assurer la mise en oeuvre contractuelle de règles de commande, de coproduction, de promotion et de diffusion d'oeuvres cinématographiques et audiovisuelles aux télédiffuseurs. Il en est de même pour les câbles-distributeurs de programmes internationaux ;
- un régime fiscal et douanier adapté aux entreprises de la filière ;
- le contrôle de la régularité du fonctionnement du marché par un organisme administratif ;
- des règles de préférence et/ou de coopération afin de favoriser les coproductions, la circulation, l'exploitation et la diffusion des oeuvres. La modestie des marchés nationaux doit conduire à des rapprochements ou au moins des partenariats à l'échelle régionale et entre régions ACP. Ces rapprochements sont décisifs pour la reconstitution des marchés. C'est une nécessité d'ordre économique autant que culturel.

Au niveau de la coopération internationale

Les objectifs prioritaires de la coopération internationale doivent aujourd'hui concerner, d'une part, la structuration des marchés nationaux et régionaux, et d'autre part, favoriser l'accès aux marchés internationaux pour la production cinématographique et audiovisuelle ACP, seuls capables de permettre l'émergence d'une industrie et d'assurer en partie son autonomie et sa pérennité. Or, si la notion de marchés et de structuration d'une économie est peu à peu prise en compte dans les dispositifs actuels d'appui au cinéma et à l'audiovisuel des pays du Sud, les mécanismes mis en oeuvre n'en contiennent aucune application concrète.

De manière opérationnelle, les recommandations prioritaires suivantes peuvent être formulées :

Assurer une synergie de l'appui international avec les politiques nationales et régionales mises en oeuvre

Les situations sont diverses d'un Etat et/ ou d'une région à un(e) autre. Les activités cinématographiques et audiovisuelles sont inexistantes dans quelques-uns, significatives, malgré les difficultés, dans d'autres. Il apparaît dès lors illusoire d'espérer que tous les États arrivent, en même temps, à un niveau de développement de la filière. En conséquence, il convient que l'appui de la coopération internationale soit étroitement lié aux efforts des États qui s'emploient dans la définition et la mise en oeuvre d'une véritable politique publique.

Pérenniser les programmes d'appui et renforcer les ressources financières

Les interruptions répétées de certains programmes d'appui (c'est le cas notamment de l'Union Européenne) inhibent toute capitalisation des acquis des programmes précédents. La sécurisation des programmes d'appui sur plusieurs années et l'inobservance d'une période de carence entre la fin d'un programme et le début du suivant est une nécessité absolue.

Par ailleurs, la baisse des budgets consacrés par la coopération internationale à l'appui au cinéma et à l'audiovisuel des pays du Sud ces dernières années doit être corrigée. Aussi, il convient que les différents partenaires financiers et techniques s'engagent à augmenter de manière significative les ressources financières affectées à leurs programmes d'appui.

Favoriser l'accès au marché international des oeuvres produites dans la zone ACP

Le premier marché international privilégié pour les oeuvres cinématographiques et audiovisuelles ACP est celui de l'Europe. Un effort de solidarité, en terme de programmation et de coproduction

d'oeuvres originaires de la zone ACP, pourrait être sollicité des télédiffuseurs européens au besoin par le biais de la réglementation et des cahiers des charges des télévisions publiques.

Egalement, des dispositifs de soutien aux distributeurs et aux salles cinématographiques engagées dans la diffusion d'oeuvres ACP seraient un bon catalyseur à l'image du dispositif de soutien aux cinématographies peu diffusées mis en oeuvre efficacement en France.

Enfin, il convient de soutenir des regroupements de producteurs, de distributeurs et de vendeurs dont la vocation est de mettre en commun leurs forces pour une présentation collective de leurs catalogues sur les principaux marchés mondiaux.

Faire des organisations professionnelles des partenaires privilégiés

La responsabilisation et la professionnalisation des organisations professionnelles devraient être soutenues, car elles constituent une des conditions majeures de réussite de toute politique intervention dans la filière. Elles devraient être associées à la définition opérationnelle, à la mise en oeuvre et au suivi des politiques d'appui.

Pour le cas spécifique de l'Union Européenne

Il est souhaitable que l'Union Européenne donne plus d'ambition à son engagement aux côtés des cinémas ACP, en renforçant et en élargissant ses axes d'interventions, et enfin en utilisant tous ses instruments de coopération :

- au niveau politique, encourager et accompagner les États à définir et à mettre en oeuvre une politique cinématographique et audiovisuelle active dans le cadre des Programmes Indicatifs Nationaux (PIN) et/ou des Programmes Indicatifs Régionaux (PIR) ;
- soutenir des actions d'accompagnement, contribuant à la structuration de l'industrie, prioritairement dans les domaines de la distribution, de l'exploitation et de la formation qui appellent des interventions au niveau des régions et des Programmes Indicatifs Régionaux (PIR) ;
- favoriser l'insertion des oeuvres cinématographiques et audiovisuelles ACP dans les marchés de l'Union Européenne, en soutenant les manifestations de promotion du cinéma ACP et les regroupements de professionnels dans le cadre des programmes Intra ACP ;
- réviser complètement les procédures actuelles imposées aux professionnels ACP, dans le cadre des programmes Intra ACP qui sont longues, complexes et totalement inadaptées au secteur cinématographique et audiovisuel alors même que l'Union Européenne a su mettre en place les procédures appropriées dans le cadre du programme MEDIA destiné à soutenir l'industrie cinématographique et audiovisuelle européenne.

Texte publié à l'occasion du Colloque « Culture et création : facteurs de développement » (organisé par la DG/dev UE à Bruxelles du 1er au 3 avril 2009).

<http://www.filmfestamiens.org/?La-Filiere-Cinema-et-Audiovisuel>