



Université Senghor

Université internationale de langue française
au service du développement africain

Opérateur direct de la Francophonie

**L'INDUSTRIE CINÉMATOGRAPHIQUE AU SENEGAL : ÉTAT DES
LIEUX ET PROPOSITION D'UNE NOUVELLE STRATÉGIE À L'ÈRE DU
NUMÉRIQUE.**

présenté par

Thierno Diagne BA

pour l'obtention du Master en Développement de l'Université Senghor

Département Culture

Spécialité Gestion des industries culturelles

le 13 mars 2013

Devant le jury composé de:

Président : **Dr. Jean François Fau**

Directeur du département culture - Université Senghor

M. Olivier Amiel

Avocat en droit public de l'audiovisuel et de la culture –
Université Senghor

M. Alain Carou

Responsable du service image à la Bibliothèque Nationale
de Paris – Université Senghor



Université Senghor

Université internationale de langue française
au service du développement africain

Opérateur direct de la Francophonie

L'INDUSTRIE CINÉMATOGRAPHIQUE AU SENEGAL : ÉTAT DES LIEUX ET PROPOSITION D'UNE NOUVELLE STRATÉGIE À L'ÈRE DU NUMÉRIQUE.

présenté par

Thierno Diagne BA

pour l'obtention du Master en Développement de l'Université Senghor

Département Culture

Spécialité Gestion des industries culturelles

le 13 mars 2013

Directeur : **M. Mohammed Kamal
Mouline**

Conseiller technique du Centre
Cinématographique Marocain

Directeur du département culture - Université
Senghor

Co-directeur : **M. Olivier Amiel**
Avocat en droit public, de
l'audiovisuel et de la culture,
Université Senghor

Avocat en droit public de l'audiovisuel et de la
culture – Université Senghor

Responsable du service image de la Bibliothèque
Nationale de Paris – Université Senghor

Devant le jury composé de :

Président : Dr. Jean François Fau

M. Olivier Amiel

M. Alain Carou

REMERCIEMENTS

Je tiens à adresser mes sincères remerciements à l'**Organisation internationale de la francophonie**, sans elle ce travail ne serait pas possible.

J'exprime ma reconnaissance à l'**Université Senghor**, au Recteur le **Pr. Albert Lourde** et au Directeur du département culture **Dr. Jean François Fau**.

Du fond du cœur je dis Merci à mon Directeur de mémoire **M. Mohammad Kamal Mouline** et Co-directeur **M. Olivier Amiel** pour l'encadrement sans commune mesure.

J'exprime ma gratitude à ma famille pour le soutien indéfectible.

Merci à tous ceux qui ont porté attention à ce mémoire et qui ont rendu possibles des perfectionnements, pour leurs relectures, suggestions et orientations que nous avons pu avoir.

DEDICACES

À

Nabil Moustapha (PSL)

À

Ma Tante Rokhaya Diagne BA

Mon frère Mohammed BA

Qui déjà nous ont quittés

Que la terre du Rip vous soit légère

À

Mon Père et à ma Mère

À

Mon oncle Saër Maty BA, pour ce brin de lumière dans ma vie

Vous m'avez redonné l'espoir et l'envie de vivre.

À

Mes frères et sœurs

À toute la Famille BA

RESUME

Les économistes traditionnels défendaient l'idée selon laquelle, la logique de l'économie n'a rien à voir avec la culture. Aujourd'hui, la dimension économique de la culture n'est plus à démontrer. L'industrie cinématographique en est la parfaite illustration, avec des centaines de milliards de bénéfices à travers le monde. Elle est dominée par les majors américaines, elles convoient la culture américaine à travers le monde, influencent les identités et les modes de vie à telle enseigne que le débat sur la défense et la promotion de la diversité culturelle n'a jamais été si profond. Cette promotion doit passer d'abord, par la volonté de définir des politiques culturelles appropriées et des stratégies nationales et internationales.

Fort de ce constat, le Sénégal a bâti sa politique culturelle sur l'enracinement puis l'ouverture. Dans sa politique cinématographique, l'Etat a beaucoup fait pour le secteur cinématographique, qui connaît encore de problèmes notoires qui obstruent son développement. Le présent rapport d'étude part de cette observation et s'appuie sur la politique du secteur de la culture au Sénégal pour proposer une stratégie, afin de poser les bases du développement de son cinéma.

Le postulat selon lequel, le cinéma participe au développement et au rayonnement culturel d'un pays, résume toute la pertinence de ce sujet de recherche. Nos expériences professionnelles et des enseignements à l'Université Senghor en Master en développement, au département culture dans la spécialité Gestion des industries culturelles ont motivé le choix de ce thème. C'est une modeste réflexion sur le cinéma sénégalais. Nous visons à apporter notre humble participation à l'émergence d'une industrie cinématographique épanouie.

Mots clés :

Cinéma - Cinéma sénégalais - Industrie cinématographique - Politique culturelle – Industries culturelles – numérique – Culture – Stratégie – Identité – Image - Diversité culturelle – Sénégal.

ABSTRACT

According to the traditional economists, the idea of economic logic is not related to the notion of culture. Nowadays, we don't have to demonstrate the economic facet of culture. As an illustration we just have to show up the cinematographic industry, with billions of benefits all around the world. It's mastered by the American majors, and it conveys the American culture all around the world, influencing the identities and living methods in a certain way that the debate about defending and promoting the diversity has never been so deep. This promotion has first and for most to be set on appropriated cultural policies and national and international strategies.

Senegal, strong of such a situation, is handling its cultural policy on a back to roots and then on an open – mindless. According to its policy, the Government has done a lot for the cinematographic sector; sector that faces too much and obvious problems. Those problems handicap its development. This feedback is settled from this observation and leans on the Senegalese cultural policy in order to propose a strategy to set up a better development basis of its cinema.

The idea about which, Cinema is a real participation to the development and a real brightening light of the country's culture, sums up the greatness or the pertinence of this topic. Our professional experiences and the SENGHORIAN University's teachings about Development Masters, in the cultural department about cultural industries specialties, have motivated the choice of this topic. This is just and small meditation about Senegalese Cinema. We're aiming to grant (however humble may it be) our participation to the raising dimension of a widely opened cinematographic industry.

Key Words:

Cinema – Senegalese Cinema – Cinematographic Industry - Cultural Policy – Cultural Industries – Numeric – Culture – Strategy – Identity – Picture – Cultural Diversity.

LISTE DES ACRONYMES ET ABRÉVIATIONS UTILISÉS

- ANSD : Agence Nationale de la Statistique et de la Démographie
- CCM : Centre Cinématographique Marocain
- COMACICO : Compagnie Africaine Cinématographique et Commerciale
- DCP : Digital Cinéma Package
- DCI : Direction de la Cinématographie
- DVD : Digital Versatile Disc
- ENA : Ecole Nationale des Arts
- ESMAD : Ecole Supérieure des Métiers audiovisuels
- FESMAN : Festival Mondial des Arts Nègres
- FESNAC : Festival National des Arts et Cultures
- FICAF : Fonds d'Investissement pour le Cinéma d'Afrique Francophone
- FIDC : Fonds International pour la Diversité Culturelle
- FOSIC : Fonds de Soutien à l'Industrie Cinématographique
- GATT : General Agreement on Tariffs and Trade (Accord Général sur les Tarifs douaniers et le Commerce)
- GNA : Galerie Nationale des Arts
- Groupe des ACP : Groupe des Etats d'Afrique, des Caraïbes et Pacifiques
- INA : Institut National des Arts
- LPS : Lettre de Politique du Secteur de la culture
- MC : Ministère de la Culture
- MCDS : Maison de la Culture Doua Seck
- MPAA : Motion Picture Exports Association of America
- OCDE : Organisation de Coopération et de Développement Economiques
- OMC : Organisation Mondiale du Commerce
- ON : Orchestre National
- ONG : Organisation Non Gouvernementale
- OIF : Organisation Internationale de la Francophonie
- PNDC : Programme National de Développement Culturel
- PSA : Place du Souvenir Africain
- SECMA : Société d'Exploitation Cinématographique Africaine
- SIDEC : Société d'Importation de Distribution et d'Exploitation Cinématographique
- SIMPEC : Société d'Importation de Promotion et d'Exploitation Cinématographique
- SNC : Société Nationale de la Cinématographie
- SNPC : Société Nationale de Production Cinématographique
- SOPACICO : Société de Participants Cinématographiques Africains
- SSL : Spectacle Son et Lumière
- UCINA : Union Cinématographique Africaine
- UE : Union Européenne
- UEMOA : Union Economique et Monétaire Ouest Africaine
- UNESCO : Organisation des Nations Unies pour l'Education, la Science et la Culture
- VOD : Vidéo On Demand (Vidéo A la Demande)

SOMMAIRE

INTRODUCTION	1
1. DE LA PROBLEMATIQUE D'UNE INDUSTRIE DU CINÉMA AU SENEGAL	3
A. Bilan de la politique culturelle du Sénégal	3
1.A.1 Politique cinématographique du Sénégal	7
1.A.2 Limites de la coopération internationale	15
B. Cadre opératoire	17
1.B.1 Problèmes prioritaires	17
1.B.2 Enoncé des questions	18
1.B.3 Hypothèse(s) et variables de recherche	18
1.B.4 Objectif et résultat attendu	18
2 CONCEPT(S) DE BASE ET REVUE BIBLIOGRAPHIQUE	19
A. De la culture aux industries culturelles	19
B. L'industrie cinématographique au cœur des industries culturelles	24
C. Révolution numérique et ses incidences sur l'industrie cinématographique	26
D. L'industrie cinématographique, levier de développement	29
E. Politique et stratégie pour exister	31
F. La lettre de politique du secteur de la culture	32
3 METHODOLOGIE ET APPORT DU STAGE	35
A. Univers et cadre de l'étude	35
B. Méthode et type de recherche	36
3.B.1 Approche mixte	36
3.B.2 Entrevue	36
3.B.3 Population d'étude	37
3.B.4 Grille d'entretien	37
3.B.5 Documentation	39
3.B.6 Technique d'exploitation des données	39
C. Apport du stage	39
3.C.1 Présentation de la structure	39

3.C.2	De l'étude du cas de l'industrie cinématographique marocaine	40
4	STRATEGIE D'UNE INDUSTRIE CINEMATOGRAPHIQUE AU SENEGAL	44
A.	Analyse stratégique du cinéma sénégalais	44
B.	Préconisation stratégique	45
4.B.1	Vision.....	45
4.B.2	Orientations stratégiques.....	45
4.B.3	Axes stratégiques : objectifs et actions.....	46
4.B.4	Plan d'actions stratégiques.....	47
4.B.5	Dispositif de mise en œuvre et de suivi - évaluation.....	51
	CONCLUSION	53
	REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES.....	55

INTRODUCTION

Depuis son apparition au Sénégal, le cinéma a bénéficié pour son envol d'un grand soutien des autorités publiques. La période allant des indépendances aux années quatre-vingt-dix fut la plus florissante. A cette époque, le cinéma sénégalais était l'un des plus importants en Afrique. D'importants moyens à travers un fonds d'aide ont été alloués à ce secteur. Malgré cela, le cinéma sénégalais peine à se développer. Cette période n'a pas permis de jeter les bases d'une véritable industrie.

Il s'y ajoute que les politiques d'ajustement structurel imposées par la Banque mondiale en 1984, obligeaient les autorités à revoir en baisse les fonds consacrés à la filière cinématographique. La culture est reléguée au second plan : « elle n'est pas une priorité ». Cette attitude revient tel un leitmotiv dans le discours étatique. On assiste alors à la dégradation de toute la chaîne cinématographique, les salles de cinéma disparaissent et le milieu est désorganisé. En 2002, face à une volonté de relancer le secteur, l'Etat lui dote d'un cadre législatif et réglementaire qui peine toujours au niveau de l'application.

Malgré ces contraintes, nul ne doute de l'existence du cinéma sénégalais, mais nul n'ose parler d'une industrie cinématographique au sens noble du terme, avec ses problèmes de développements, de formations, de financements ainsi que ses problèmes d'ordre techniques.

Au miroir des industries culturelles, il faut des critères pour qu'on puisse parler d'une industrie. Aujourd'hui, toute réflexion sur le cinéma se fait dans le contexte de l'évolution du débat sur les industries culturelles et de la révolution numérique. Une révolution qui conforte la domination des Etats-Unis et l'uniformisation des pratiques culturelles. L'enjeu est de taille, il concerne les identités, les valeurs et la diversité culturelle. Les nations ont besoin de l'image et du cinéma pour exister, défendre leur identité et participer à la promotion de la diversité culturelle. Le monde entier tend vers une culture numérique. Le cinéma se numérise sur tous les fronts.

Dès lors, quelle stratégie faut-il mettre en place, pour le développement du cinéma sénégalais à l'heure du numérique ? Cette question de recherche est sous-tendue par une prémisse : la mise en place d'une industrie cinématographique nécessite une stratégie nationale et internationale. Cette hypothèse se fonde sur des variables politique, économique, technique et numérique.

Pour répondre à cette question, ce présent mémoire s'articule autour de quatre parties essentielles :

De prime abord, nous posons la problématique d'une industrie cinématographique au Sénégal. Dans cette partie nous établissons le bilan de la politique culturelle du Sénégal, notamment celle du cinéma, de l'indépendance à nos jours avec ses problèmes de développement et les limites de la coopération internationale. Dans le cadre opératoire, nous faisons état des problèmes prioritaires, de l'énoncé des questions, d'hypothèse(s) et variables de recherche, de l'objectif et du résultat attendu ;

Dans la deuxième partie intitulée concept(s) de base et revue bibliographique, nous définissons nos concepts dans le cadre de notre étude. Dans cette partie nous étudions le rapport entre culture et industries culturelles, les incidences de la révolution numérique sur l'industrie cinématographique, mais aussi la nécessaire intervention publique et présentons la politique du secteur de la culture du Sénégal ;

La troisième partie de l'étude est consacrée à la méthodologie de recherche pratiquée dans le cadre de notre étude. En particulier, nous présentons la structure dans laquelle nous avons effectué un stage de mise en situation professionnelle. Lequel stage nous a permis de faire une étude sur l'exemple de l'industrie cinématographique marocaine ;

Enfin, nous proposons dans la quatrième partie une stratégie ayant comme objectif de poser les bases d'une véritable industrie cinématographique au Sénégal à l'ère du numérique.

Tenant compte des acquis actuels, une telle stratégie se décline en trois axes principaux qui consistent à :

- mettre en place une administration institutionnelle appropriée en charge du cinéma ;
- s'approprier la technologie numérique ;
- créer un environnement propice pour la postproduction. *

* Les références citées pour la première fois font l'objet de notes de bas de page, pour la suite se référer aux parenthèses dans le texte et aux références bibliographiques.

1. DE LA PROBLEMATIQUE D'UNE INDUSTRIE DU CINÉMA AU SENEGAL

« La problématique, c'est l'ensemble construit, autour d'une question principale, des hypothèses de recherche et des lignes d'analyse qui permettront de traiter le sujet choisi », selon Beaud (1999¹, p.31).

Dans ce chapitre, nous présentons la politique culturelle et cinématographique du Sénégal et l'état de la filière cinématographique. Nous étudions les problèmes de développement de la filière, et présentons l'énoncé des questions, notre hypothèse, nos objectifs et les résultats attendus de l'étude dans le cadre opératoire.

A. Bilan de la politique culturelle du Sénégal

Selon l'Organisation des nations unies pour l'éducation, la science et la culture (UNESCO), « **la culture**, au sens large du terme apparaît comme l'ensemble des traits distinctifs, spirituels, matériels, intellectuels et affectifs qui caractérisent une société ou groupe social. Elle englobe, outre les arts et les lettres, les modes de vie, les droits fondamentaux de l'être humain, les systèmes de valeurs, les traditions et les croyances »². La **politique culturelle** est définie par Boucher (2001³, p.4) comme étant « des mesures et des instruments pour protéger et valoriser les traits distinctifs d'une société ». Une vision, partagée par Ngom (2010⁴) qui affirme qu'« on pourrait aussi définir la politique culturelle comme l'ensemble des schémas, des programmes, des orientations, des actions qu'un Etat ou une institution doit mener comme décision et programmation en son sein et à l'extérieur pour définir et signifier son identité et sa personnalité comme apports à l'humanité. De la culture d'un peuple émane donc sa politique culturelle ». Aussi loin que l'on puisse remonter dans son histoire, le Sénégal a toujours été un pays de rencontres et de culture.

Le Sénégal, au lendemain des indépendances, s'est vite doté d'une politique culturelle fondée sur « **l'enracinement et l'ouverture** », et qui s'oriente vers le développement. Le Président Léopold Sédar

¹ Beaud M., 1991, *L'art de la thèse*, La découverte, Paris, 157p.

² *Déclaration de Mexico sur les politiques culturelles*, conférence mondiale sur les politiques culturelles, Mexico, 26 juillet-6 août 1982. In http://portal.unesco.org/pv_obj_cache/pv_obj_id_213C51B6D967233963878D160385CC38EE790000/filename/mexico_fr.pdf - Consulté le 12/09/2012.

³ Boucher B., 2011, *Les politiques culturelles dans la francophonie: un état de situation (1^{er} partie)*, conférence intergouvernementale sur la diversité des expressions culturelles, Québec, doc.

⁴ Ngom S., 2010, *La politique culturelle du Sénégal, de Senghor à nos jours*, Groupe 30 Afrique in g30.nelamservices.com/?p=46/ - Consulté le 5/10/2012.

Senghor⁵ (1906 - 2001), a fait de la culture un cheval de bataille et un élément essentiel dans sa vision politique. « Le Président Senghor articula sa politique autour de deux axes fondamentaux que sont l'enracinement dans les valeurs de la civilisation négro africaine et l'ouverture aux autres civilisations. Il a ainsi accordé la priorité à la formation de l'homme aux arts et aux lettres et a impulsé un véritable mécénat d'Etat », écrit Ndoye (2011⁶).

Ainsi, on assiste à la création de l'Institut national des arts (INA) en 1972, du Théâtre national daniel sorano (composé d'un ballet, d'un ensemble lyrique traditionnel et d'une compagnie théâtrale) en 1965, de la Manufacture nationale de tapisserie en 1966 (devenue Manufacture sénégalaise des arts décoratifs), et du Musée dynamique en 1966. Ce dernier connut sa première exposition à l'occasion du premier Festival mondial des arts noirs (FESMAN) qui eût lieu à Dakar du 1^{er} au 24 Avril 1966.

Le FESMAN fut l'acte de concrétisation d'un vaste programme et la consécration d'une politique culturelle. « [...] Les élites internationales du monde noir et les africanistes de tous les pays, les artistes, les peintres, les cinéastes sont venus prouver à l'univers la richesse, la véracité, la variété des valeurs culturelles issues de la négritude », écrit Mbow (2006⁷).

C'est lors de ce premier Fesman (1966), que le premier long métrage africain fut présenté⁸. Le Ministère de la culture fut un des plus importants sous le régime de Senghor. Celui-ci l'avait doté d'un fonds spécial d'aide aux artistes et d'un autre fonds pour le cinéma. Grâce à ce **fonds d'aide à l'industrie cinématographique**, le Sénégal a connu de grandes productions cinématographiques.

En 1984, le Sénégal était le premier pays d'Afrique à connaître une **politique d'ajustement structurel**⁹. La culture se heurtait à la réalité économique. « Face à cette nouvelle donne, Abdou Diouf, le successeur de Senghor à la tête de l'Etat, accompagne les initiatives qui se développent, plutôt que d'orienter les choses depuis au sommet de l'Etat », explique Benga (2008¹⁰).

Ainsi, l'Etat était obligé de se restructurer à travers une réforme administrative en 1990. Cette période d'ajustement structurel a beaucoup affecté la politique culturelle du Sénégal, tant sur le plan humain, structurel que dans l'encadrement et la promotion de l'action culturelle.

⁵ Né le 09 octobre 1906 à Joal, au Sénégal, et mort le 20 Décembre 2001 à Verson, en France, est le premier président de la République du Sénégal (1960-1980).

⁶ Ndoye O., 2011, *La diversité culturelle sénégalaise et la convention de l'Unesco: quelles limites ?*, Assemblée parlementaire de la francophonie, Québec, p.3 – in <http://apf.francophonie.org/spip.php?article126/> consulté le 05/07/2012.

⁷ Mbow P., 2006, *L'accueil de l'Afrique à la pensée de Senghor*, Colloque : Senghor et la francophonie, in <http://www.cercle-richelieu-senghor.org/> - Consulté le 14/06/2012.

⁸ Il s'agit de *la Noire de... (65 mn)*, un film de Sembene Ousmane.

⁹ *Un programme de réformes économiques que le Fonds monétaire international (FMI) ou la Banque mondiale mettent en place pour permettre aux pays touchés par de grandes difficultés économiques de sortir de leur crise économique.*

¹⁰ Benga ND., 2008, *Mise en scène de la culture et espace public au Sénégal 1966-2000*, CODESRIA (12^e Assemblée générale), Yaoundé - www.codesria.org/IMG/pdf/Ndiouga_Benga.pdf - Consulté le 13/06/2012.

Néanmoins, le Président Abdou Diouf ¹¹ élabore la **Charte culturelle nationale** (de 1983 à 1988). Laquelle charte regroupe tous les intellectuels et les acteurs culturels autour d'un consensus, et qui va voir naître la Biennale de l'art africain contemporain de Dakar¹² en 1989.

Il mît en place l'Ecole nationale des arts (ENA), la Galerie nationale des arts (GNA), la Maison de la culture Douta Seck (MCDS), l'Orchestre national (ON), le Spectacle son et lumière (SSL), et le Festival national des arts et cultures (FESNAC)..., qui viennent s'ajouter à l'environnement politico-culturel du Sénégal.

Cependant, jusqu'à l'an 2000 le cinéma reste en veilleuse. Il n'y a aucune grande mesure pour le secteur du cinéma. En 2000, le Sénégal connaît une alternance politique. Maître Abdoulaye Wade¹³, remplace le Président DIOUF à la tête de l'Etat. Il investit dans la construction d'infrastructures culturelles : la Place du souvenir africain (PSA), le Monument de la renaissance africaine, le Grand théâtre de Dakar. Il organise, aussi le Troisième Fesman du 10 au 31 décembre 2010.

On note toutefois, au sein du Ministère de la culture une certaine instabilité. En douze (12) ans, WADE a connu huit (8) ministres de la culture, avec plusieurs dénominations. On a eu successivement l'existence d'un ministère :

- de la Culture et de la communication ;
- de la Culture, du tourisme et des loisirs ;
- de la Culture ;
- de la Culture et du patrimoine historique classé ;
- de la Culture, du patrimoine historique classé, des langues nationales et de la francophonie ;
- de la Culture, du genre et du cadre de vie.

Le Programme national de développement culturel (PNDC), l'une des plus importantes mesures du Président WADE, s'articulait autour de l'aménagement culturel du territoire et reposait sur : Le développement des ressources humaines, l'appui à l'initiative privée, la coopération et les échanges, etc. « Le programme consisterait à doter le secteur de la culture d'un plan opératoire fondé sur un diagnostic assorti d'un calendrier de réalisation », d'après Goudiaby (2011¹⁴, p.5). Ce plan n'a pas

¹¹ Il est né en 1935, et fut le président et successeur de Senghor de 1981 à 2002. Il est actuellement le Secrétaire général de l'OIF (Organisation internationale de la francophonie).

¹² Intitulée *Dak'art*, elle est l'une des principales manifestations sur le continent africain à consacrer exclusivement sa sélection aux artistes vivant sur et hors du continent. Instituée par l'Etat du Sénégal depuis 1989 avec une première édition dédiée aux lettres en 1990, elle sera réservée à l'Art contemporain lors de la deuxième édition en 1992, avant d'être consacrée à la création africaine contemporaine à partir de 1996. In www.wikipedia.org

¹³ Né en 1926, il fut Président de 2000 à 2012.

¹⁴ Goudiaby B.M.J.S., 2011, *Pour une optimisation des arts de la scène : projet d'un centre de création et de diffusion artistique dans la ville de Thies: le Ngel*, Mémoire, Université Senghor, 79 p.

atteint tous ses objectifs, et nous pensons que l'instabilité du ministère de la culture en était la cause principale. Dans le secteur du cinéma c'est sous WADE que le Sénégal s'est doté des **textes réglementaires et législatifs** applicables au secteur du cinéma et de l'audiovisuel. Il s'agit de la « **loi numéro 2002-18 du 15 Avril 2002**, portant règles d'organisation des activités de production, d'exploitation et de promotion cinématographique et audiovisuelle ,et ses cinq (5) décrets d'applications et deux (2) arrêtés »¹⁵.

En 2011, le Ministère de la culture, du genre et du cadre de vie, élabore la Lettre de politique du développement du secteur culturel (LPS), qui vise à « orienter et à opérationnaliser ses activités à moyen terme afin d'exprimer à la culture un développement accéléré et maîtrisé »¹⁶.

En 2012, le Président Macky Sall¹⁷ succède à WADE. En six (6) mois de présidence, le ministère de la culture connaît à nouveaux quelques changements. Du ministère de la culture et du tourisme, on est passé au Ministère de la culture, avec deux (2) ministres différents. Par ailleurs, le deuxième gouvernement du premier ministre Abdoul Mbaye prend en compte l'économie numérique à travers le Ministère de la communication et de l'économie numérique. Dans le contexte actuel, l'économie numérique est émaillée par les industries culturelles.

« Sur le plan international, la triple option de promouvoir les finalités de développement de la culture, de maîtriser les enjeux multiformes de la culture et de définir des politiques et stratégies concentrées, a sous entendu l'action du Sénégal dans le contexte de la mondialisation » (LPS, 2011, p.9). Fort de cela, le Sénégal a adopté **la convention pour la sauvegarde du patrimoine immatériel**¹⁸, et **la déclaration universelle de l'Unesco sur la diversité culturelle**¹⁹. Le Sénégal a été le deuxième pays africain, après l'île Maurice à ratifier **la convention de l'Unesco relative à la protection et à la promotion de la diversité et des expressions culturelles**²⁰.

Le Sénégal a organisé en Juin 2003, la première réunion des Ministres de la culture des ACP (Groupe des Etats d'Afrique, des Caraïbes et Pacifiques), où fut adoptée **la déclaration de Dakar sur la promotion des cultures et des industries culturelles des ACP**. Les ministres de la culture déclarent à cet effet être résolus à « promouvoir l'adoption des mesures favorables à l'éclosion et au

¹⁵ Ministère de la culture-DCI, 2012, *Recueil de textes législatifs et réglementaires sur le cinéma et l'audiovisuel au Sénégal*, Dakar, 82 p.

¹⁶ Ministère de la culture du genre et du cadre de vie, 2011, LETTRE DE POLITIQUE DU SECTEUR DE LA CULTURE, Dakar, p.9

¹⁷ Né le 11 décembre 1961, il succède à WADE et devient le quatrième Président du Sénégal le 2 avril 2012.

¹⁸ Adoptée par la 32^e session, de la conférence générale de l'UNESCO, Paris, 17 Octobre 2003.

¹⁹ Adoptée par la 31^e session de la conférence générale de l'UNESCO, Paris, 2 Novembre 2011.

²⁰ Adoptée le 20 octobre 2005 à Paris par L'UNESCO en sa 33^e session.

développement de toutes les formes d'industries culturelles »²¹. Et on ne peut pas parler d'industries culturelles sans le cinéma.

1.A.1 Politique cinématographique du Sénégal

Avant les indépendances, « le cinéma mettra cinq ans après sa découverte pour parvenir en Afrique. Et ce sera précisément au Sénégal qu'en 1900, et pour la première fois qu'un film sera projeté en Afrique au sud du Sahara ». (Vieyra, 1983²², p.18). Il s'agit du film « l'arroseur arrosé », de Louis Lumière.

Paulin Soumanou Vieyra (1925-1987), un des pionniers du cinéma africain avait tourné, en 1955, à Paris, en collaboration avec des collègues comme Mamadou Sarr, Jacques de Mélo Kane et Robert Caristan, le premier film négro africain de l'histoire intitulé « **Afrique-sur-seine** »²³.

Au lendemain des indépendances, l'Etat dispose d'un traitement d'information national qu'on appelait les « **actualités sénégalaises** ». En effet, les actualités étaient sous forme de journal, consacré aux nouvelles nationales. Elles paraissaient tous les quinze(15) jours. Ainsi, « le 4 avril 1961, jour anniversaire de l'indépendance, les actualités sénégalaises devenaient hebdomadaires, depuis, le journal est sorti régulièrement tous les samedis dans les salles d'exclusivité de Dakar, avant de couvrir en trois semaines l'ensemble du territoire » (Vieyra, 1983, p.21). De 1960 à 1990, l'accent avait été mis sur la production, la diffusion et l'exploitation. Le système de diffusion avait été lié à l'exploitation. « En Afrique, pendant de longues années, l'exploitation cinématographique a été intimement liée à la distribution sur place, elle-même n'étant que le prolongement de la distribution installée en métropole » (Vieyra, 1983, p.33).

Les sociétés, la Compagnie africaine cinématographique et commerciale (COMACICO) et la Société d'exploitation cinématographique africaine (SECMA) avaient le monopole de l'exploitation.

En 1973, le Sénégal comptait quatre vingt salles (80) de cinéma, offrant un total de cinquante neuf mille cinq cent soixante neuf (59560) places et accueillant quatre millions quatre cent soixante et un mille (4461000) spectacles par an, dont trois millions sept cent huit mille (3708000) à Dakar, d'après Vieyra (1983, p.33). En 1974, la Société d'importation, de distribution et d'exploitation cinématographique (SIDECA) a été créée. « [...] L'Etat sénégalais a 80% et la Société de participants cinématographiques africains (SOPACICO), que les sénégalais continuent avec lucidité à appeler l'Union générale cinématographique (UGC) a 20% » (Vieyra, 1983, p.27).

²¹ Culture et développement-stratégie du Groupe des ACP, p.25 - in http://www.acpcultures.eu/_upload/ocr_document/ACP_StrategiesACP_fr.pdf/ - Consulté le 20/11/2012.

²² Vieyra P.S., 1983, *Le cinéma au Sénégal*, Harmattan, 170 p.

²³ Une fiction de 21mn

Le « **Mandat** » de Sembene Ousmane (1923-2007) a été le premier film africain et sénégalais distribué. Ce fut en 1969. Et dans la même année l'Afram a été créé par la Motion picture exports association of america (MPAA). Il était chargé de la distribution de films africains dans toute l'Afrique francophone. Un bureau fut ouvert à Dakar en 1970, selon Vieyra (1983, p.29).

Dans la production, outre les sociétés privées comme *Doomireew* (qui a produit les films de Sembene), *les films de Momar Thiam* (qui produit les films de Momar Thiam), *Sunu films* (qui a produit ou coproduit les films de Jonhson Mahamat Traoré) [...], existait l'Union cinématographique africaine (UCINA) qui était une société de production à statut privé. Elle a produit « *Grand magal de Touba* », de Blaise Senghor (1932-1976) et à coproduit « *liberté 1* », réalisé par Yve Ciampi (un metteur en scène français).

En 1972, l'Etat sénégalais a créé la Société nationale de la cinématographie (SNC). Elle avait pour objet de produire des films de toutes dimensions et de toutes natures, de coproduire des films avec les cinéastes sénégalais et avec tous les pays et de promouvoir des activités directement ou indirectement rattachées au cinéma. Elle fut dissoute le 21 décembre 1974. Face au vide créé par cette dissolution, le Fonds de soutien à l'industrie cinématographique (FOSIC) a été mis en place par le décret 78 - 300 du 12 avril 1978. Selon Thiam (1997²⁴, p.19) « le fonds était destiné à aider tous les cinéastes sénégalais. Pour en bénéficier, ces derniers étaient tenus de présenter un scénario, un découpage technique et un devis estimatif. Ces éléments étaient étudiés par une commission de gestion avant d'être introduits auprès d'une banque de la place pour l'octroi d'un éventuel prêt [...] Il était alimenté par l'Etat avec une subvention annuelle de 40 millions de francs CFA ».

Ces diverses expériences ont permis au cinéma sénégalais d'exister sur le plan national et international. Mais, elles n'ont pas permis de développer une chaîne de l'industrie cinématographique et audiovisuelle (productions, industries techniques, infrastructures équipements techniques et salles modernes d'exploitation cinématographique).

1. A.1.1 Cadre législatif et institutionnel

La **loi n°2002 - 18, du 15 avril 2002** portant règles d'organisation des activités de production et de diffusion a été votée par l'Assemblée nationale et **promulguée en juin 2004**, par la signature de **cinq(5) décrets d'application** concernant :

- les autorisations de tournage ;
- le fonds de promotion de l'industrie cinématographique et audiovisuelle ;

²⁴Thiam M., 1997, *Le cinéma au Sénégal de 1900 à 1995*, films Momar sarl, Dakar, 145 p.

- le registre public de la cinématographie ;
- la billetterie nationale ;
- la carte professionnelle.

Elle comporte également **deux (2) arrêtés** portant respectivement sur la **composition et le mode de fonctionnement de la commission de contrôle et de classification des films**, ainsi que sur les **conditions de distribution de films cinématographiques au Sénégal**. La loi trace un cadre juridique et réglementaire pour identifier, d'une part les acteurs du secteur et, d'autre part, proposer des procédures permettant d'accéder aux financements au Sénégal ou à l'étranger. Par ailleurs **cinq(5) autres lois furent adoptées sur l'audiovisuel et le cinéma**²⁵.

Concernant la production, la diffusion et l'exploitation, toutes les entreprises reconnues²⁶ par l'Etat et enregistrées au Ministère des finances à la Direction générale des impôts et domaines sont habilitées à les exercer. Selon Abdou Aziz Cissé²⁷ « c'est un anachronisme du dispositif juridique régissant le cinéma et l'audiovisuel sénégalais qu'il convient de corriger pour une plus grande lisibilité du secteur ».

Le secteur du cinéma fut géré autrefois, par un bureau rattaché à la direction de la communication du Ministère en charge de l'information et de la communication. C'est en 1972 que le Ministère de la culture a commencé à s'occuper du cinéma. En 2001 la Direction de la cinématographie (DCI) a été instituée et rattachée au Ministère de la culture (MC). La DCI, sous l'autorité du MC, assure la mise en œuvre de la politique de l'Etat du Sénégal dans les domaines du cinéma et de l'audiovisuel. Elle a pour mission :

- d'assurer la réglementation, le contrôle et la régulation du secteur cinématographique et audiovisuel ;
- de participer à la promotion et au développement des activités cinématographiques et audiovisuelles au Sénégal ;
- d'organiser et de favoriser la formation et le perfectionnement dans les métiers de la cinématographie et de l'audiovisuel ;
- de contribuer aux appuis techniques, au financement du cinéma et de l'audiovisuel ;
- de coordonner et d'organiser la coopération internationale en matière de cinéma et de l'audiovisuel, et d'en assurer le suivi et l'évaluation ;
- de collecter, de conserver, de restaurer et de valoriser le patrimoine cinématographique et audiovisuel...

²⁵ Voir annexe 1 : *Autres lois sur le cinéma et l'audiovisuel au Sénégal*

²⁶ Voir annexe 2 : *Les maisons de production sénégalaises*

²⁷ Chef de la Division études, industries techniques, formation et planification à la DCI

1. A.1.2 Problèmes du secteur cinématographique

Le Sénégal a beaucoup fait pour son cinéma. « Entre 1966 et 1990 il a investi près de **cinq(5) milliards dans la production** », selon Thiam (1997, p.145). Cependant, depuis les années 90, le financement a énormément baissé. Une baisse causée, par les plans d'ajustement structurel imposés par les institutions de Breton Woods (la Banque mondiale et le Fonds monétaire international). En 2004, l'Etat dans sa volonté de redynamiser le cinéma, a doté le secteur d'un cadre juridique légal. Malgré ces efforts, le cinéma sénégalais peine encore à se développer et à trouver une place tant sur le plan national qu'international.

Absence d'une politique structurée et cohérente

L'environnement politique et structurel du cinéma sénégalais est marqué par des mutations et des changements au niveau des structures qui peinent à mettre sur pieds une véritable industrie du cinéma. Des incohérences qui s'expliquent par un manque de vision à long terme.

Le FOSIC mis en place le 12 Avril 1978, avait aidé une dizaine de cinéastes à obtenir des prêts. Mais les films financés avaient des difficultés de remboursement auprès des banques. Ceci, s'explique par la mauvaise distribution des films par la SIDEK. Bien avant le FOSIC, il y avait la SNC créée en 1973. Elle a coproduit 5 longs métrages et 33 courts métrages. Elle fut dissoute en 1977. La Société nationale de production cinématographique (SNPC) a vécu de 1984 à 1990. La SIDEK mise en place en 1974, passe le relais en 1981 à la Société d'importation de promotion et d'exploitation cinématographique (SIMPEC).

Thiam (1997, p.15) pense que cette période « aurait pu constituer une base solide du développement de l'industrie cinématographique, si toutefois l'accent avait été mis sur les financements et les investissements vers les équipements techniques à savoir : centre technique de production de films, laboratoire de développement de film, studios, salles de montage et auditoriums ».

A cela, s'ajoute l'application partielle de la loi n°2002 - 18, du 15 avril 2002, promulguée en 2004. En effet, seul le décret fixant les conditions de délivrance d'autorisation de tournages professionnels de films, est appliqué jusqu'à ce jour. La DCI ne dispose pas de moyens adéquats et conséquents pour le suivi et l'application de cette loi. Le projet de décret de création du Centre national de la cinématographie du Sénégal du 21 juin 2004, est toujours au niveau du parlement et attend sa promulgation.

Dégradation de la production, de la diffusion et de l'exploitation

Le Sénégal était le pays le plus important dans le domaine cinématographique au sud du Sahara. « Ses nationaux ont commencé à réaliser des films dès 1953 » (Vieyra, 1975²⁸, p.154). La production était assurée par l'Etat. Il était présent aussi au niveau de la distribution et de l'exploitation. D'importants moyens ont été mis au service du secteur dans les années 60 à 80, et à un degré moindre de 80 à 90. Cela, s'explique par le désengagement de l'Etat dans le contexte des ajustements structurels.

Le fonds d'aide à l'industrie cinématographique est devenu purement symbolique, en témoigne le rapport du comité de gestion 2008²⁹. En effet, sur 32 dossiers, un seul a pu bénéficier d'un montant de cinq millions (5000000) qui s'avère être le plus élevé. C'est pratiquement le seul film qui a fait une carrière internationale. Certains, n'ont même pas été réalisés. Et rien n'explique la subvention des « cinéastes associés », qui est l'association des cinéastes du Sénégal, qui ne fait aucune activité et ne renouvelle pas ses instances.

Cependant, avec le phénomène vidéo, certains producteurs et réalisateurs parviennent à faire des films sans aides de l'Etat. Souvent ils sont caractérisés par un manque de qualité reconnu, car issus du secteur informel. Ils témoignent de l'état de dégradation de la production filmique au Sénégal : « images sans perspective, et mal éclairées, cadrage incertain, lourds effets de caméra, construction de récit très théâtrale en une série de saynètes, jeu forcé et vociférations des acteurs, étirements des dialogues et des scènes, prise de son bâclée, montage incohérent, musique tonitruante, mixage et étalonnage inexistant, etc. », pour emprunter les mots de Barlet (2012³⁰, p.361). Le manque d'infrastructures techniques explique en partie cette absence de qualité dans la production. Ce qui fait que le cinéma sénégalais a du mal à répondre aux exigences de qualité des festivals.

Si nous prenons, l'exemple du **festival de cannes** qui est une vitrine « des cinémas d'Afrique » en Europe, « sur 63 années de compétition, 45 films (africains) ont été sélectionnés, passant progressivement de courts métrages en long métrages »³¹. Le Sénégal n'a été présent en compétitions officielles que deux fois : en 1964 avec le court métrage « *Lamb* » de Paulin Soumanou Vieyra, et en 1979 avec « *Fad'jal* » un long métrage de Safi Faye³².

²⁸ Vieyra P. S., 1975, *Les cinémas africains des origines à 1973* (tome1), Présence africaine, 438 p.

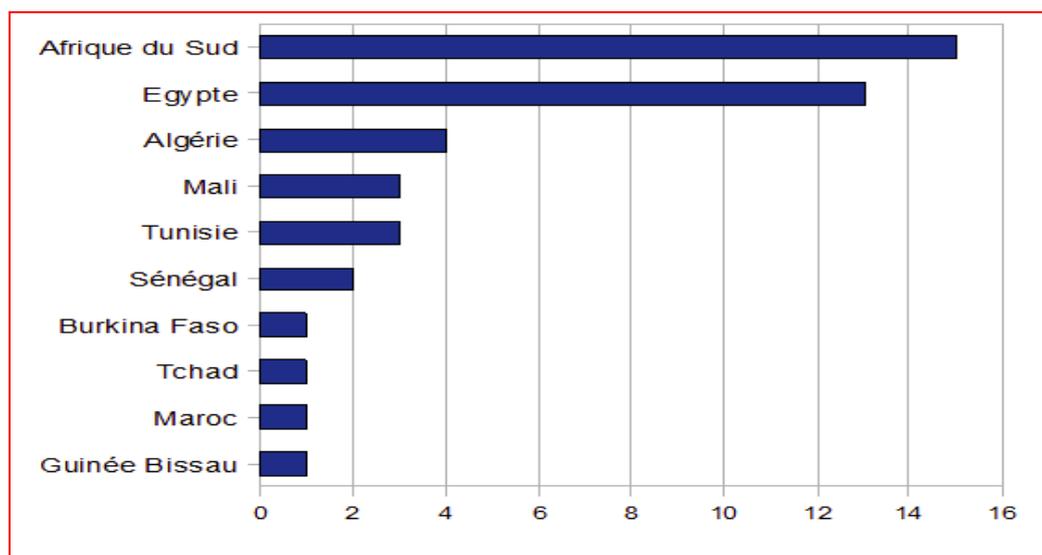
²⁹ Voir annexe 3 : *Fonds d'aide au cinéma 2008*

³⁰ Barlet O., 2012, *Les cinémas d'Afrique des années 2000 : perspectives critiques*, Harmattan, Paris, 411 p.

³¹ Diao C., 2011, *Festival de cannes: quelles places pour les cinémas africains ?*, in <http://www.inaglobal.fr/cinema/article/festival-de-cannes-quelle-place-pour-les-cinemas-africains> - Consulté le 15/11/2012.

³² Née en 1943 à Dakar, elle est la première réalisatrice noire africaine.

Figure 1 Nombre de films en compétition par pays de 1946 à 2010 à Cannes



Source : Archives du festival de Cannes

Le Sénégal n'a produit que 14 films sur la période de 1992 à 2002 soit 1,3 film par an. Et certains films, pour répondre aux exigences des normes internationales, font leur post production soit en France soit au Maroc. La post production se fait le plus souvent sous forme d'accords de coproduction avec le Centre cinématographique marocain (CCM).

Tableau 1 Quelques accords de coproduction avec le CCM

SOCIÉTÉ DE PRODUCTION	PRODUCTEUR	TITRE DU FILM	RÉALISATEUR	DATE SIGNATURE DE CONTRAT	DATE SIGNATURE AVENANT	ANNÉE SORTIE	NATURE
LES FILS MAME YANDE	Ousmane William Mbaye	Le complot	<i>Ousmane William Mbaye</i>	2011	-	Planning	KN
MEDIATIK-COMMUNICATION	Moctar Ndiouga Ba	Dakar trottoirs	<i>Hubert Laba Ndao</i>	2011	-	Planning	2K (KN)
ART MEDIA PROD	Clarence Thomas Delgado	Appel des arènes	<i>Cheikh Ndiaye</i>	2004	-	2005	35 mm
FILMI DOOMIREEW	Feu Ousmane Sembene	Mooladé	<i>Feu Ousmane Sembène</i>	2002	2004/2006	2004	35 mm
BOB COMMUNICATION	Ben Diogaye Beye	Un amour d'enfant	<i>Ben Diogaye Beye</i>	-	-	2003	35 mm
FILMI DOOMIREEW	Feu Ousmane Sembene	Faat kiné	<i>Feu Ousmane Sembène</i>	-	-	2002	35 mm

Source : CCM

Le problème majeur de la production nationale se pose donc en termes d'infrastructures techniques et de financement qui influencent la distribution et l'exploitation. Cette dernière est essentielle pour la rentabilisation des films. Mais, elle ne saurait se faire sans salles de cinéma propices à une meilleure diffusion. Pendant ce temps là, « *le Paris* », dernière salle de cinéma d'exclusivité qui se trouvait au cœur de Dakar, a fermé en 2000 et est transformée en hôtel.

En effet, depuis la disparition de la SIDECA, le parc des salles de cinéma se rétrécit d'année en année. Les salles ont été reprises par des structures privées, qui ne disposaient pas de moyens nécessaires pour assurer leur bon fonctionnement. Ainsi, on assiste à une régression de la fréquentation des salles. Elle est essentiellement liée à la vétusté, à la dégradation des salles de cinéma et aux difficultés d'approvisionnement de films de bonnes qualités. L'Unesco (2006³³, p.40) identifie quatre raisons :

- traitement du personnel (salaires très bas et formation continue presque inexistante, notamment des projectionnistes) ;
- entretien de la salle (vétusté de matériel, insalubrité et sécurité des lieux) ;
- difficultés d'approvisionnement en films : la plupart des sociétés de distribution de films au Sénégal sont affiliées à des majors européennes ou américaines qui leur livrent des films par package. Ce phénomène implique une faiblesse d'ensemble de la qualité offerte ;
- un maillage géographique du territoire inefficace.

A cela, nous ajoutons une insécurité notoire des lieux, des films très chers et la naissance de projection de vidéos clandestines et informelles. De plus, la multiplication des chaînes de télévision et des films diffusés a pesé lourdement sur la fréquentation des salles. Mais aussi, « la pratique du cinéma à domicile », avec l'invasion des vidéogrammes et du numérique (cassette VHS, VCD, TV, DVD).

Tableau 2 Les salles de cinéma encore en activité au Sénégal

DÉNOMINATION	LOCALISATION	CAPACITÉ
Médina	Médina	800
Christa	Patte d'oie	700
Awa	Pikine	1000
Al Karim	Pikine	800
Bada ciné 1	Gueule tapée	40
Bada ciné 2	Guédiawaye	70

Source : DCI

Toutes les salles en activité se trouvent à Dakar. Elles ne montrent que les films hollywoodiens et Bollywoodiens. Les films africains et sénégalais brillent par leurs absences.

Ainsi, de 1994 à 2004, le Sénégal a enregistré moins d'un (1) million d'entrées dans les salles de cinéma, et la fréquentation est de 0,1 par habitant. Il ne reste plus que les festivals pour montrer des

³³ UNESCO, 2006, *Tendances des marchés audiovisuels : perspectives régionales vues du sud*, 364 p. <http://portal.unesco.org/ci/cc/> - Consulté le 15/8/2012.

films sénégalais à la population. Les principaux festivals sont : le festival image et vie, le festival du film de quartier, le festival du film de Dakar, le festival des films panafricains sur les violences basées sur le genre, le festival Ciné-école, le festival Afrikabok et le festival Ciné-Rip.

Même les télévisions ne montrent pas assez des films Sénégalais. Quatre vingt dix pour cent (90%) des programmes télévisuels viennent de l'extérieur : films hollywoodiens, films indous, séries d'Amérique latine etc. Et les programmes nationaux restent dominés par l'information, les talk shows, des clips et des téléfilms de qualité moindre. Il n'y a pas de quotas³⁴. C'est pourtant, une des mesures que préconise l'Unesco dans la convention sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles. Les diffuseurs privés de chaînes internationales ne sont contraints par aucune obligation. Selon L'Unesco (2006, p.24), « seule la convention relative à l'implantation de Canal+horizon au Sénégal prévoit le versement d'un pourcentage de 3% du chiffre d'affaires dans un fonds de financement de la production ». Mais L'UEMOA (2004³⁵, p.21), fait remarquer que « Canal+horizon Sénégal n'a jamais respecté cette clause ».

L'obligation de diffusion des diffuseurs hertziens se mesure en deux principes au Sénégal :

- la satisfaction des besoins et de l'aspiration du public dans les domaines de l'information, de la culture, de l'éducation et des loisirs ;
- la contribution à la connaissance du Sénégal.

Déficit de formation

Un autre problème fondamental qui entrave la production de qualité est au niveau de la formation. La plupart des cinéastes sénégalais se sont formés sur le tas. La vitalité de la qualité passe par la maîtrise des nouvelles techniques. « Le cinéma en tant qu'art et en tant que langage devrait s'apprendre [...] Nous savons que de grands metteurs en scènes sont sortis du néant. Mais devant les progrès poussés de l'audiovisuel, la formation des cinéastes s'impose. Elle se fera à trois niveaux : académique (dans les écoles de formations), pratique (dans les différents services audiovisuels) et sur le plateau (pendant le tournage des films) », selon Thiam (1997, p.9).

Il existe des centres de formation privés comme ACT Dakar et Dakar images, qui sont des filiales de centres de formation privés européens, et des Organisations non gouvernementales (ONG), comme le Média centre de Dakar. Mais leurs formations sont d'ordre techniques et s'orientent vers l'écriture de scénarii, la prise de vue, la prise de son, le montage virtuel. Il y'a aussi le Master 2 de réalisation

³⁴ Voir annexe 4 : Les trois types de quotas

³⁵ UEMOA, 2004, *Programme d'actions communes pour la production, la circulation et la conservation de l'image au sein des états membres de l'UEMOA*, Ouagadougou, 87 p. in http://www.uemoa.int/Documents/Actes/annexe_DEC_6_04_CM.pdf - Consulté le 13/08/2012.

documentaire de création, initié par l'Université Gaston Berger de Saint Louis, en partenariat avec l'Université Stendhal Grenoble III(France), Dakar images(Sénégal), Ardèche images (France), Lx films (Portugal) et Cinémas d'Afrique (Sénégal, Belgique). Cette formation se fait exclusivement sur la réalisation et la production de documentaires de création.

Ils existent d'autres structures privées qui œuvrent dans la formation : l'Ecole supérieure des métiers audiovisuels (ESMAD), le Sun Tech 3 Africa, le Sup de co et des associations cinéphiles comme Ciné-Banlieue, Ciné-Ucad... . Cependant, on retrouve toujours les mêmes techniciens dans les tournages de films. Et, il est difficile de tourner en même temps deux longs métrages au Sénégal.

En plus d'une formation académique des techniciens, il faut former des producteurs, des distributeurs et des critiques pour un envol harmonieux de l'industrie cinématographique. Or, ces genres de formations n'existent pas au Sénégal. D'après Abdou Aziz Cissé, « aujourd'hui, on note une hypertrophie du corps des réalisateurs par rapport au reste des professionnels du secteur ». Barlet (2012, p.375) fait remarquer que « rien ne peut remplacer de véritables écoles de cinéma offrant un cursus de trois ans, espaces d'échanges et creuset d'excellence ».

1.A.2 Limites de la coopération internationale

Les faibles moyens à la disposition d'un fonds d'aide et le manque de financement endogène du secteur poussent les acteurs de la filière à se tourner vers « les fonds de soutien spécifiques, mis en place par les pays du nord » (L'Unesco, 2006, p.29).

Le cinéma et l'audiovisuel sont des domaines privilégiés de la coopération culturelle internationale. Le Sénégal bénéficie des fonds mis en place par l'Union européenne (UE), l'Organisation internationale de la francophonie (OIF) et la France. « Ainsi, en matière d'audiovisuel du côté français on retrouve le Fonds d'investissement pour le cinéma d'Afrique francophone (FICAF), l'UE dispose de Média mundus, un vaste programme de coopération internationale dans le secteur audiovisuel, doté de 15 millions d'euros pour la période 2011 - 2013, tandis que l'OIF a mis en place le fonds francophone audiovisuel du sud créé en 1988 et doté de 2,2 millions d'euros en 2008 »³⁶.

En 2003, au festival de Cannes, les principaux bailleurs de l'Afrique francophone que sont la France, l'UE, et l'OIF avaient lancé « le programme Africa cinéma » destiné à la distribution de films africains sur le continent. Ce programme a échoué dès 2004. Le Groupe ACP et l'UE avaient élaboré le programme d'appui au cinéma et au secteur audiovisuel ACP, en 2003. Il disposait d'un fonds de

³⁶ Vlassis A., 2001, *Les enjeux de la convention sur la diversité des expressions culturelles*, in www.inaglobal.fr / consulté le 15/11/2012.

soutien de 6,5 millions d'euros. « Il se compose de trois volets d'aide qui sont alloués sous forme de subventions :

- 1) aide à la production de films pour des réalisateurs ACP (cinéma : courts, moyens, longs métrages de fiction et d'animations documentaires; télévisions: téléfilm, séries de fiction, d'animation et de documentaires, documentaires uniques) (3,8 millions d'euros) ;
- 2) aide à la distribution, à l'exploitation et à la promotion de films ACP et à la mise en réseau des professionnels ACP (1,7 millions d'euros) ;
- 3) aide à la formation pour la professionnalisation du secteur audiovisuel ACP (1 million d'euros) »³⁷.

Le financement extérieur n'a jamais aidé à asseoir une véritable industrie cinématographique. L'essentiel des montants alloués est mis dans la réalisation, et c'est très difficile de se faire financer avec la lourdeur administrative. « Dans un message à l'atelier cinéma et audiovisuel du colloque culture et création : facteurs de développement qui s'est tenu à Bruxelles du 1^e au 3 Avril en 2009, Mahamat-Saleh Haroun³⁸ écrivait : j'ai été retenu par le programme ACP films, je viens d'en être prévenu le 20 mars et j'ai jusqu'au 9 Avril pour apporter la preuve de 68% du financement du projet ! Ce financement complexe est de plus en plus en dehors de toute réalité ! Il a fallu cinq mois à ACP films pour donner sa réponse. Cela, m'oblige à baisser la demande et ce programme nous oblige à faire des films au rabais », renseigne Barlet (2012, p.374). L'OIF lie son aide à un achat de droits pour le passage des films sur TV5³⁹. Le fonds cinéma du sud oblige les réalisateurs et producteurs, à dépenser les subventions en France. Cela signifie que, les techniciens doivent être français, la postproduction et l'achat des pellicules doivent se faire aussi dans ce pays.

Barlet (2010⁴⁰, p.62), nous explique qu'« en 2002 fut menée la première évaluation rétrospective de la coopération française en matière de cinéma. Elle portait sur la période de 1991 - 2001, et montrait que sur une moyenne de 18 millions de francs par an (2,7 millions d'euros), 88% des aides françaises allaient à la production de films. Dépourvue d'assistance technique tout au long de la période, cette aide contraste nettement avec de nombreux autres secteurs de la coopération, note ce rapport⁴¹. Jamais l'aide française n'a réellement tablé sur la structuration du secteur dans les pays concernés,

³⁷ *Culture et développement - stratégie du Groupe ACP, op. Cit.*

³⁸ Réalisateur Tchadien, il a remporté le prix du jury au festival de cannes 2010 avec son film «un homme qui crie».

³⁹ Créée en 1984, elle est un des opérateurs directs de l'OIF.

⁴⁰ Barlet O., 2010, *France je t'aime: France, je te hais ; les caméras dans le trouble de la coopération*, AFRICULTURES, n° 83, pp.54-65

⁴¹ Cf. *Rapport: Soutenir le cinéma des pays du sud, évaluation rétrospective de la coopération française dans la zone de solidarité prioritaire, 1991-2001.*

lequel n'a jamais pu se bâtir en industrie ». Ces financements exogènes sont des potentiels freins au développement du cinéma africain.

Tableau 3 Les systèmes de soutien et les barrières à l'entrée de l'industrie cinématographique au Sénégal

	LES STRUCTURES D'AIDES À L'INDUSTRIE CINÉMATOGRAPHIQUE	BARRIÈRES À L'ENTÉE
SÉNÉGAL	<ul style="list-style-type: none"> - valeurs symboliques ; - l'essentiel des fonds provient des aides européennes. 	<ul style="list-style-type: none"> - structure monopolistique de la distribution ; - faiblesse du parc des salles, piraterie ; - cadre fiscal peu avantageux: les taxes sur le billet de 33% du billet dont sont exonérés les films africains ; - régime douanier peu avantageux: les supports et matériels de la filière image = catégorie la plus élevée (20%) ; - réseau d'aides très marqué géographiquement (Europe, Canada).

Source : (UNESCO, 2006, p.30)

Barlet (2012, p.374) pense que « les coopérations culturelles internationales dispensent les Etats de se charger du secteur et les déresponsabilisent, si bien que si, les coopérations se retiraient, le désert s'installerait [...] ». Aucun pays au monde ne viendra nous faire notre cinéma. Il n'y a que la volonté et une vision de l'Etat qui peuvent installer une industrie du cinéma. Elle doit se faire par une politique et une pratique cinématographique à long terme. Mais pour cela, l'Etat doit prendre conscience des véritables enjeux du secteur.

B. Cadre opératoire

Il est question des problèmes prioritaires, de l'énoncé des questions, d'hypothèse(s) et variables de recherche, de l'objectif et du résultat attendu.

1.B.1 Problèmes prioritaires

De ce qui précède, il s'en suit que l'industrie cinématographique sénégalaise se trouve face à de nombreux obstacles à son développement. Les plus importants sont :

- manque de vision à long terme ;
- un financement endogène inexistant ;
- absence d'infrastructures techniques ;
- absence de formation académique des professionnels.

1.B.2 Enoncé des questions

Ainsi, des interrogations s'imposent :

- quels rôles doivent jouer les politiques pour développer le cinéma ?
- comment financer le cinéma sénégalais ? le financement endogène n'est-il pas le meilleur gage pour redynamiser le secteur ?
- ne doit-on pas repenser la coopération culturelle internationale dans les domaines de l'audiovisuel et du cinéma ?
- le cinéma comme « art et industrie » ne nécessite t-il pas une formation académique et continue ?
- peut-on parler de cinéma répondant aux exigences de qualité internationale, sans infrastructures techniques ?
- peut-on parler du cinéma sans le numérique ?

Dès lors, notre question de recherche est : **quelle stratégie à long terme, faut il mettre en œuvre à l'heure du numérique, afin de poser les fondements du développement de l'industrie cinématographique sénégalaise ?**

1.B.3 Hypothèse(s) et variables de recherche

Notre hypothèse est la suivante : **la mise en place d'une industrie cinématographique de qualité qui répond aux enjeux du moment, nécessite une stratégie nationale et internationale.**

Cette hypothèse est sous-tendue par trois(3) variables :

- la variable « **réglementation** », comme variable politique ;
- la variable « **infrastructure technique et formation** », qui détermine la qualité des œuvres ;
- la variable « **numérique** », incontournable pour toute industrie cinématographique.

1.B.4 Objectif et résultat attendu

Produire une nouvelle réflexion, inspirée de la LPS, afin de poser les fondements d'une véritable industrie cinématographique au Sénégal, tel est l'objectif de cette étude.

Il ne s'agit pas de faire comme les Etats-Unis ou la France, ou encore de brûler des étapes mais de poser tout d'abord les fondements *sine qua none* au développement harmonieux du secteur.

Dès lors, nous espérons **qu'une attention particulière au financement intérieur du cinéma, à la formation des professionnels, à la mise en place d'infrastructures (salle de cinéma, laboratoire et auditorium...), etc. sera accordée par l'Etat.**

2 CONCEPT(S) DE BASE ET REVUE BIBLIOGRAPHIQUE

Dans ce chapitre, nous définissons les concepts ou notions dans lesquels évolue notre travail. Nous explorons la marche de la culture vers les industries culturelles, étudions les incidences du numérique sur l'industrie cinématographique, traitons la question de l'intervention publique et présentons la Lettre de politique du secteur de la culture.

A. De la culture aux industries culturelles

Nous pouvons qualifier d'anthropologique la définition de l'Unesco de la culture (L'ensemble des traits distinctifs, spirituels, matériels, intellectuels et affectifs qui caractérisent une société ou groupe social. Elle englobe, outre les arts et les lettres, les modes de vie, les droits fondamentaux de l'être humain, les systèmes de valeurs, les traditions et les croyances.). Il existe d'autres définitions, selon les angles de vision et les professions.

D'après Greffe (2010⁴², p.5), « il existe un sens plus restrictif qui voit dans la culture l'ensemble des **activités artistiques** qui conduisent à interpréter, représenter, distiller et disséminer de nouvelles **valeurs** ». Y a-t-il une différence entre **la culture et l'art** ?

L'art est défini comme « un ensemble de moyens, de procédés réglés qui tendent à une fin »⁴³. À la question précédente Greffe (2010, p.7) répond que « les arts sont bien au cœur de la culture et qu'ils en constituent sans doute l'un des ferments les plus puissants, mais que la culture en dépasse des thèmes aussi essentiels que l'éducation, la formation et l'information ».

Si d'aucuns parlent de « **l'art pour l'art** », autrement dit l'art n'a de finalité que « lui-même », n'est-t-il pas contradictoire de parler de « **l'économie de la culture** » ou encore « des industries culturelles » ?

« La plupart des gens estiment que, par son essence même, l'art n'a rien à voir avec le raisonnement et le calcul économique : sa raison d'être serait justement d'être étranger à toute considération de type matérialiste », expliquent Pommerehne & Frey (1993⁴⁴, p.18).

En effet, selon la conception des économistes traditionnels, la culture n'a rien à faire dans l'analyse économique. Alfred Marshall (1842-1924), cité par Benhamou (1996⁴⁵, p.3), disait qu' « il est impossible d'évaluer des objets tels que des tableaux de maître ou des monnaies rares, puisqu'ils sont

⁴² Greffe X., 2010, *Introduction : l'économie de la culture est-elle particulière ?* Revue d'économie politique, 2010/1 vol.120, pp 1-34. In <http://www.cairn.info/revue-d-economie-politique-2010-1-page-1.htm> - Consulté le 01/11/2012.

⁴³ *Dictionnaire le PETIT ROBERT de la langue française, 2006.*

⁴⁴ Pommerehne W. & Frey B., 1993, *La culture a-t-elle un prix*, Commentaire/Plon, 289 p.

⁴⁵ Benhamou F., 1996, *L'économie de la culture*, La découverte, 119 p.

uniques dans leur genre n'ayant ni équivalent ni concurrent [...] ». Adam Smith (1723-1790) va dans le même sens, « Smith voit la culture comme le domaine par essence du travail non productif » (Benhamou, 1996, p.3).

L'économie de la culture est celle des arts, « à partir du moment où maintes activités sont liées à l'art et à la demande, et même aux forces de l'industrialisation, il y a forcément un discours économique qui peut et qui doit s'appliquer à la culture » (Ménard, 2004⁴⁶, p.143).

L'économie de la culture était inconnue ou n'était pas considérée par les économistes. Selon Pommerehne & Frey (1993, p.13), « le passage de l'économie de l'art à l'âge adulte peut être daté très précisément lorsque Baumol et Bowen (1966) ont mis en évidence combien les coûts de fonctionnement de théâtres et des orchestres tendent à croître plus rapidement que les recettes provenant de la vente des billets ». Sur ce, Baumol et Bowen légitimaient la subvention de l'Etat aux institutions artistiques.

Benhamou (1996, p.5) fait remarquer que « longtemps réduite au champ de l'art, dans la tradition anglo saxonne, l'économie de la culture a ignoré les industries culturelles, considérant qu'elles relevaient du domaine de l'économie industrielle ». C'est vers les années 80 que le spectre de l'économie de la culture s'élargit à l'étude des industries culturelles.

Cet élargissement a favorisé un autre discours sur l'économie de la culture qui « s'intéresse traditionnellement à la valeur intrinsèque de la culture ou encore à la dimension économique de la satisfaction des besoins artistiques et esthétiques » (Grefte, 2010, p.23), et l'apparition du concept « **d'industries culturelles** », « pour la première fois employé par Adorno et Horkheimer en 1947 » (Lacroix, 1986⁴⁷, p.5).

L'École de Francfort (Théodore. W. Adorno (1903-1969), Max Horkheimer (1895-1973), Herbert Marcuse (1898-1979) étaient les principaux animateurs de l'école), employait le concept « kulturindustrie, traduit en français par industrie culturelle (au singulier) » (Hiver, 2010⁴⁸, p.11), et visait la culture de masse et les médias.

Ainsi, « le concept (d'industrie culturelle), prend donc dans ce contexte d'envergure des médias, de diffusion massive dans une tentative d'analyse critique de la standardisation du contenu et de la

⁴⁶ Menard M., 2004, *Éléments pour une économie des industries culturelles*, Sodec, Québec, 167 p.

⁴⁷ Lacroix J. G., 1986, *Pour une théorie des industries culturelles, cahier de recherche sociologique*, vol 4 n°2, pp 5-18, <http://id.erudit.org/iderudit/1002001ar> – Doi: 10.7202/100200ar - consulté le 11/10/2012.

⁴⁸ Hiver M., 2010, *Adorno et les industries culturelles : communication, musique et cinéma*, Harmattan, 242 p.

recherche de l'effet qui se situent selon les théoriciens de l'école de Frankfurt, aux antipodes de ce qu'est fondamentalement l'œuvre d'art » (Tremblay, 2008⁴⁹, p.68).

En effet, l'Ecole de Francfort dénonçait « le développement de l'industrie de la culture, pour elle la culture relève de la création »⁵⁰. Elle dit que l'artiste ne doit pas travailler pour une industrie. Elle n'a pas fourni une définition partagée, « ni fourni d'analyses précises, ni déterminé les contours de cette notion » (Ngoulou, 2010⁵¹, p.27), même si elle est à l'origine, « il a fallu attendre les travaux de Douglass Smyth et Herbert Schiller dans les années 1970 pour que l'expression s'émancipe et s'élargisse à des secteurs aussi variés que les télécommunications, l'information grand public et professionnelle, la radiodiffusion », explique Ngoulou (2010, p.27).

Selon Miège, « H. Schiller et D. Smyth se sont intéressés aux industries culturelles parallèlement sans se connaître et ont développé une théorie des industries culturelles différente de celle de l'Ecole de Francfort » (Cours Master 1A, 2011). Ils employaient ce concept au pluriel.

Ngoulou (2010, pp 27-28) précise cependant que « c'est avec Armel Huet, Jacques Ion, Alain Lefebvre, René Péron et Bernard Miège dans un rapport publié en 1978 sous le titre « capitalisme et industries culturelles » que les contours du concept d'industries culturelles ont commencé véritablement à se préciser ».

En effet, après l'Ecole de Francfort qui donne peu de marge à l'industrialisation de la culture, il y a eu le courant de « **l'économie politique de la communication** » né à partir des années 1970. Il est composé de deux sous courants :

- anglophone : Political economy of communication (D. Smyth, H. Schiller). Ils se sont intéressés à la place de l'économie et de la culture dans le cadre d'une société capitaliste ;
- francophone : Théories des industries culturelles (B. Miège, P. Moeglin, G. tremblay, J.G. Lacroix...). Ils étudient des processus d'industrialisation et de marchandisation de la communication : capitaux nécessaires, dispositifs techniques, mise en marché des produits et division du travail.

Dès lors, ces derniers se sont convenus que « les industries culturelles peuvent donc être définies comme l'ensemble en constante évolution des activités de production et d'échanges culturels soumis

⁴⁹Tremblay G., 2008, *Industries culturelles, économie créative et société de l'information*, Global média journal édition canadienne, volume 1, n°1, pp 65-88 – www.gmj-uottowa.ca/0801/inaugural-tremblay.pdf - consulté le 23-11-2002.

⁵⁰ Cours Master 1A : *Approche socio-économique du secteur culturel*, avec Bernard MIEGE, du 20 au 26/11/2011 à l'Université Senghor (Master en développement, département culture, spécialité gestion des industries culturelles).

⁵¹ Ngoulou K. E., 2010, *Industries culturelles et développement économique de l'Afrique francophone : le cas du Gabon*, Thèse de doctorat en science politique, Université Jean Moulin 3 - Iffrmond, 421 p.

aux règles de la marchandisation où les techniques de production industrielle sont plus ou moins développées, mais où le travail s'organise de plus en plus sur le mode capitaliste d'une double séparation entre producteur et son produit, entre les tâches de création et d'exécution » (Cours Master 1A, 2011).

Les industries culturelles présentent des **caractéristiques** dont les principales sont : une importante main d'œuvre (artistique et technique)⁵², une reproduction industrielle, un mécanisme de circulation et une organisation du travail (création, production, diffusion).

Encadré 1 Les principales caractéristiques des industries culturelles

Reproductibilité

- Coûts fixes de production élevés et coûts de reproduction faibles.
- Rendements d'échelle croissants : coûts unitaires décroissants et profits en hausse exponentielle.
- Croissance des ventes et des profits limités seulement par la taille des marchés.

Importance du travail de création

- Rôle central joué par l'entrepreneur culturel.
- Deux types de travailleur : 1) artistes, auteurs, interprètes et artisans ; 2) main-d'œuvre technique spécialisée dans le domaine culturel.
- Vaste réservoir de main d'œuvre artistique et technique.
- Deux formes de rémunération : 1) montants forfaitaires intégrés directement dans les coûts de production ; 2) montants établis en proportion de la reproduction, des ventes ou de l'exploitation des œuvres.

Renouvellement constant de l'offre

- Offre en croissance continue et obsolescence rapide des nouveaux produits
- L'offre croissante s'explique par les motivations intrinsèques des artistes et créateurs et la quasi-absence de barrières à l'entrée.
- Marchés de type « gagnant raflant tout ».
- Tendance à générer toujours plus de produits, d'artistes et d'entreprises ; tendance à surinvestir dans les coûts de production ou de promotion.

Variabilité et imprévisibilité de la demande

- Biens d'expérience : ignorance symétrique du producteur et du consommateur au sujet de la valeur des biens culturels.
- Vaste diffusion d'informations sur les biens et présence de mécanisme de légitimation (étalages, prévisionnements, critiques et commentateurs, etc.) pour susciter la demande.
- Effets de réseau sur la demande : effets de contagion sociale et création de best-sellers, tubes, blockbusters.
- Risque élevé pour les producteurs et importance d'atteindre une taille critique.

Caractère de prototypes

- Unicité des biens culturels : faiblement substituables les uns aux autres.
- L'unicité s'explique en grande partie par les motivations intrinsèques des artistes et créateurs.
- L'unicité demeure relative : les producteurs cherchent constamment des filons, des thèmes à succès ou des effets de mode, pour bénéficier des effets d'entraînements dans la demande.

Source : (Ménard, 2004, pp.79-80)

⁵² Voir annexe 5 : Les types de travailleurs culturels

Les industries culturelles sont composées de l'édition imprimée et musicale, du cinéma, de l'audiovisuel et du multimédia. Les industries créatives concernent l'artisanat et le design, l'architecture, les arts plastiques et les arts du spectacle.

Tremblay (2008, p.70), soutient « qu'à strictement parler, les industries culturelles proprement dites sont celles du contenu : production et distribution de livres, de journaux, de disques, de logiciels, de films, d'émissions de radio ou de télévision ».

Cependant l'Unesco (2012⁵³, p.145) informe que « pour certains pays ce concept englobe l'architecture, les arts visuels et les représentations, les sports, la fabrication d'instruments musicaux, les encarts publicitaires et le tourisme culturel ».

Miège est aux antipodes de cette déclaration. Il estime que « le spectacle n'entre pas dans la catégorie des industries culturelles. Cependant, on peut dire que certains arts du spectacle sont liés à l'industrie. Bien des activités comme le sport, le tourisme culturel ne sont pas industrielles ». Dans son explication il affirme sans ambages qu'« à l'évidence, il y a des activités qui n'ont rien à faire dans les industries culturelles » (Cours Master 1A, 2011).

Toutefois, selon Greffe (2006⁵⁴, pp.129-130) « pour rendre compte du champ de plus en plus large du secteur, on évoque même désormais fréquemment le terme « **d'industries créatives** », en soulignant principalement le poids de certains traits traditionnels de la culture et en mettant en avant les caractéristiques économiques spécifiques aux activités de création : droits de la propriété, gestion du talent et compétences, externalités et politiques publiques ».

Les industries culturelles ont une nature culturelle. Elles trouvent leurs ressources dans les biens culturels qui « sont des biens de consommation qui véhiculent des valeurs symboliques et des modes de vie, qui informent ou distraient, contribuant à forger et à diffuser l'identité collective tout comme à influencer les pratiques culturelles. Protégés par le droit d'auteur, ils résultent de la créativité individuelle ou collective qui se transmet sur des supports susceptibles d'être reproduits et multipliés par des procédés industriels et distribués ou diffusés massivement » (L'Unesco, 2012, p.144).

⁵³ UNESCO, 2012, *Politique pour la créativité : guide pour le développement des industries culturelles et créatives*, Paris, <http://www.unesco.org/new/fr/culture/themes/cultural-diversity/diversity-of-cultural-expressions/tools/policy-guide/> - Consulté 28/11/2012.

⁵⁴ Greffe X., 2006, *Création et diversité au miroir des industries culturelles (actes des journées d'économie de la culture coordonnée par Greffe)*, La documentation française, Paris, 463 p.

Ainsi, les biens culturels ne peuvent pas être considérés comme les autres biens de la sphère économique, « parce qu'ils sont porteurs d'identité, de valeurs et de sens, ne doivent pas être considérés comme des marchandises ou des biens de consommations comme les autres »⁵⁵.

« La première particularité des biens culturels tient à leur fonction d'utilité », estime (Greffé, 2006, p.260), c'est-à-dire qu'ils diffusent des sentiments d'apprentissage, d'identité, de partage de mêmes valeurs. Ils améliorent les relations humaines et raffermissent les liens entre les hommes. Ils ont une valeur symbolique. « La deuxième particularité est que les biens culturels sont des biens d'expérience », dit Greffe (2006, p.260), c'est-à-dire des biens dont on ne connaît leurs valeurs qu'après consommation. Toujours, pour Greffe (2006, p.260) « la troisième particularité, est que les biens culturels sont des biens informationnels, autrement dit des biens dont l'utilité est liée à une combinaison de signes, désormais numérisables et transposables en code binaire ».

Ménard (2004, p.62) explique qu' « un bien d'information en premier lieu, est un bien d'expérience : on doit l'expérimenter pour savoir ce qu'il est et quelle est sa valeur, ce qui enfreint la condition de transparence ». Il affirme par ailleurs, qu' « un bien d'information est aussi, au moins en partie, un bien collectif [...], et un bien collectif peut être converti en bien privé » (p.62). C'est l'exemple des CD, DVD, cassette...

Toutes les industries culturelles ont la même chaîne industrielle. Il s'agit de la production, de la diffusion-distribution et de la consommation ou exploitation. La filière cinématographique est au cœur de cette chaîne.

B. L'industrie cinématographique au cœur des industries culturelles

Le cinéma comme toutes les autres filières des industries culturelles est « **art et industrie** ». Il a été créé par les **frères Lumière** qui ont organisé la première projection payante « le 28 décembre 1895 »⁵⁶. C'était « un art de composer et de réaliser des films »⁵⁷, mais sous l'angle de l'économie il devient une **activité industrielle**.

⁵⁵ Déclaration universelle de l'UNESCO sur la diversité culturelle, adoptée par la 31^e session de la conférence générale de l'UNESCO, Paris, 2 Novembre 2011, in <http://unesdoc.unesco.org/images/0012/001271/127162f.pdf> - Consulté le 11/08/2012.

⁵⁶ www.wikipedia.com

⁵⁷ Dictionnaire le PETIT ROBERT de la langue française, 2006.

Toutefois, « du point de vue des arts du spectacle, le cinéma apparaît comme relativement industriel. Et du point de vue industriel le cinéma semble fortement marqué par l'artistique » Creton (2005⁵⁸, p.15).

Le cinéma est partagé entre le spectacle, l'industriel et l'artistique. Sa particularité est de trois ordres. Selon Camilleri (2007⁵⁹, p.15), « il s'agit d'une œuvre collective, à l'inverse de la peinture, de la littérature. Pour ces raisons, il doit répondre à de véritables règles économiques qui entraînent des risques financiers, des calculs de recettes et de partage : une véritable entreprise. Si la technique peut donner naissance à une œuvre artistique, elle peut aussi être à l'origine d'un pur produit de divertissement ».

C'est ce qui fait que l'industrie cinématographique emploie une importante main d'œuvre artistique et technique, à l'instar des autres filières des industries culturelles. Certains métiers disparaissent, d'autres naissent, d'autres encore changent d'appellation.

Pour compléter le tableau⁶⁰, nous pouvons ajouter l'assistant réalisateur, le deuxième assistant réalisateur, le directeur de la photographie qui remplace le chef opérateur, l'étalonneur, le groupman ou groupiste, l'ingénieur de la vision (avec le numérique), le musicien de film, l'opérateur steadicam, le régisseur général, le directeur de la postproduction...

Outre les industries techniques, la filière cinématographique est composée de trois stades⁶¹ :

- la production, étape première de la filière, assure les moyens financiers, commerciaux, artistiques et techniques pour la réussite de la réalisation et sa viabilité ;
- la distribution consiste à valoriser et à commercialiser le film. Elle se situe entre la production et l'exploitation. Elle doit maîtriser les aléas du marché ;
- l'exploitation dernière étape de la filière, assure le contact direct du film avec son public.

La filière cinématographique est sous l'emprise de puissants groupes, eux-mêmes contrôlés par des pôles financiers ou des conglomérats.

Les majors, c'est-à-dire les compagnies cinématographiques dominantes « ont quatre caractéristiques principales :

- intégration verticale, avec trois filières (l'image, la musique, l'édition de la presse) ;
- présence sur tous les continents à travers des filiales ;

⁵⁸ Creton L., 2005, *Economie du cinéma : perspectives stratégiques* (3^e éd), Armand colin, 269 p.

⁵⁹ Camilleri J.F., 2007, *Le marketing du cinéma*, dixit, 224 p.

⁶⁰ Voir annexe 6 : *Les métiers du cinéma*

⁶¹ Voir annexe 7 : *Figure 2 : Les composantes de la filière industrielle de l'image*

- ils sont concernés par un phénomène de plusieurs activités ;
- elles sont majoritairement des pays anglo-saxons.

Les groupes issus d'espaces francophones sont plutôt marginalisés » (Cours Master 1B⁶², 2011).

Les principales majors sont : Paramount-Viacom international, Sony pictures entertainment, Time Warner INC, 20th century fox, NBC universal, The Walt Disney company, Bertelsmann, New corporation⁶³...

Cette concentration est surtout facilitée par la révolution numérique. Elle a fait tomber les barrières géographiques. L'industrie cinématographique est bouleversée dans toutes ses composantes. Il est donc difficile de nos jours de parler de cinéma sans faire référence au numérique.

C. Révolution numérique et ses incidences sur l'industrie cinématographique

Toute la connexité de l'industrie cinématographique est bouleversée par la **révolution numérique**. Elle offre un large éventail à la production (trucages, effets spéciaux...) et avec les fichiers informatiques, les coûts de production et de distribution sont quasi nuls.

D'après Henry (2008⁶⁴), « le cinéma numérique est né en 1999 ». Mais Chantepie & Diberder, (2005⁶⁵, p.32) ont écrit que le « numérique au cinéma a commencé par le son dès la fin des années 1980 avec Digital theater sound (DTS) pour se généraliser à la décennie suivante avec plusieurs standards (cinéma digital, Sonny dynamic digital sound, ou Dolby digital) ».

Henry (2008) soutient ses propos en expliquant qu'en «1999, deux événements concrétisent la naissance du cinéma numérique : aux Etats-Unis « *star wars* » est projeté à partir d'un prototype de projecteur numérique et au Royaume-Uni, « *chicken run* », des studios Aardman animation, fait l'objet d'un intermédiaire numérique dans son intégralité ». Toutefois, il écrit que « son développement commercial date de 2006 ». Il étaye sa thèse : « c'est en 2006 que le cinéma numérique prend son essor, surtout et d'abord aux Etats-Unis où 2000 salles sont équipées en numérique cette année là alors que seulement 500 salles l'avaient été jusqu'ici et où la moitié de la production hollywoodienne utilise le procédé d'intermédiaire numérique ».

⁶² Cours Master 1B, La filière industrielle de l'image et des médias, avec Toussaint TIENDREBEOGO, du 10 au 14/11/2011 à l'Université Senghor (Master en développement, département culture, spécialité Gestion des industries culturelles)

⁶³ Voir annexe 8 : Les principales majors

⁶⁴ Henry P., 2008, *Le cinéma numérique cherche son modèle, technologies internationales*, n°145, juin, in http://www.iconoval.fr/publicmedia/original/274/56/fr/cin%C3%A9ma%20num%C3%A9rique%20TI_145_01.pdf – Consulté le 02/12/2012.

⁶⁵ Chantepie PH. & Diberder A. De., 2005, *Révolution numérique et industries culturelles*, La découverte, Paris, 110 p.

Dès lors, la mutation de l'industrie cinématographique par la révolution numérique s'impose et est acceptée par tous. Goudineau (2006⁶⁶, p.11) pense qu'« il s'agit là d'une rupture ultime avec le support du cinéma depuis son origine ». Henry (2008) fulmine, c'est « une technique innovante supérieure au cinéma traditionnel à tout point de vue ». Goudineau (2003, p.11) renchérit qu'« au-delà de sa valeur de symbole, cette mutation entraîne une redéfinition en profondeur de toute la filière de la distribution physique du film, de la sortie en postproduction jusqu'à la projection ».

On assiste ainsi, à ce que l'on convient d'appeler « **la dématérialisation du support du film** »⁶⁷. Henry (2008) apporte des éclaircissements : « si le film a été tourné en argentique (encore 75% des films aujourd'hui), il est scanné pour obtenir une copie numérique, puis on passe directement au montage numérique. On dispose alors du master numérique ou Digital source master (DSM). Intérêt : enregistrement de plus longue durée lors du montage sans manipulation, plus facile et moins risqué que le montage traditionnel. La postproduction permet ensuite d'y incorporer d'éventuelles images de synthèses et le film est ensuite étalonné numériquement (réglages des couleurs et des contrastes). On dispose alors d'un nouveau master nommé le Digital cinéma distribution master (DCDM) très proche de ce qui sera projeté en public. Il n'est pas utile de réaliser un internégatif et encore moins de le faire au bout de 500 copies environ, le nombre de copies de l'original étant illimité et d'un coût compris entre 150 et 300 euros, suivant le nombre de copies pour 600 à 2000 euros en 35 mm ».

Le Digital cinéma package (DCP) est la copie finale. Il sert aux exploitants pour la projection numérique, « cette copie peut être transmise électroniquement (satellite ou ADSL) ou par l'intermédiaire d'un disque dur. Sa taille est de l'ordre de 1 à 2 téraoctets, l'équivalent de 2000 CD ; mais, même transférée sur un disque dur (pesant quelques centaines de grammes), il n'y a aucune comparaison possible avec les bobines de 35 mm, lourdes, difficiles à manipuler, d'une durée de vie finie et couteuse à transporter » (Henry, 2008).

Partout dans le monde, on s'équipe de **multiplexes**, on constate qu'« En France, 1291 établissements sont équipés d'au moins un projecteur numérique en fin juin 2012, soit 63,3% des établissements actifs. Ils regroupent 4543 écrans au total dont 4396 écrans numérisés (79,8% de l'ensemble du parc et 96,8% des écrans des établissements concernés »⁶⁸, et « le parc des salles au Vietnam est passé en trois ans de 100 à 200, au Kazakhstan de 100 à 200 en deux ans, en Russie de 1800 à 3000 en trois ans [...] la Chine ouvre cinq écrans par jour, son parc des salles était de 8000 écrans en 2010 et

⁶⁶ Goudineau D., 2006, *Adieu à la pellicule ? Les enjeux de la projection numérique*, CNC, 100 pages, in www.cnc.fr – consulté le 02/12/2012.

⁶⁷ Voir annexe 9 : *La polyvalence des formes*

⁶⁸ CNC, 2012, *La géographie du cinéma*, Les dossiers du CNC, N°323, octobre.

devrait atteindre 13000 écrans en 2013 » (Hatchondo, 2012⁶⁹, p.33) . Cependant, Chantepie & Diberder (2005, p.33) estiment que « la diffusion implique, en effet des investissements élevés pour l'acquisition de projecteurs, de serveurs de stockage, alors que l'obsolescence rapide des matériels rend délicate l'appréciation des durées d'amortissement ».

La salle aussi sacrée soit elle, n'arrive plus à couvrir les frais de production des producteurs. « Afin d'assurer un nombre de spectateurs important et une notoriété forte et créer un terrain favorable aux ventes de DVD six mois plus tard » (Camillerie, 2007, p.24), la vente en DVD (Digital versatile disc) est souvent prolifique pour les producteurs, elle permet de récupérer les recettes. Trois mois après la sortie en DVD, le film passe au Vidéo on demand (VOD)⁷⁰. L'internet est devenu aujourd'hui un moyen pour l'exploitation du film et permet au producteur de démunir les risques. La présence des chaînes de télévision dans le modèle économique du cinéma est sans commune mesure. Elles interviennent soit par acquisition, soit par coproduction. Elles peuvent préfinancer les films, en couvrant 50% du budget total.

Encadré 2 La chronologie des médias

- La salle de cinéma
- Les éditeurs vidéo et DVD
- La VAD (Vidéo à la demande)
- Les chaînes hertziennes
- Les chaînes payantes ou à péages
- Les chaînes du câble

Source : (Jean Emmanuel Casalta, 2012⁷¹)

Le bouleversement de l'industrie cinématographique par le numérique, a en quelque sorte conforté la domination des Etats-Unis. On serait tenté de dire qu'il n'y a qu'un seul cinéma universel. En effet, « aujourd'hui le cinéma américain est mondial, il détient une part de marché qui varie de 88 à 90% dans le monde selon les années. Seules la Chine en raison des quotas (violant, au passage, les règles de l'organisation mondiale du commerce) et de la censure, et l'Inde presque autosuffisante avec son cinéma Bollywood, ont résisté au cinéma américain » (Hatchondo, 2005, p.32).

⁶⁹ Hatchondo R., 2012, *Le cinéma français dans la mondialisation*, Problèmes économiques, n°3034, 4 janvier, la documentation française, pp 31-35.

⁷⁰ Voir annexe 10 : La VOD (Vidéo on demand)

⁷¹ Cours Master 2, 2012, *Management des industries culturelles et des médias*, Jean Emmanuel Casalta (France 3 corse via Stella), du 30/09-04/10/2012 (U. Senghor, Master en développement, département culture, spécialité gestion des industries culturelles)

Augros & Kitsopanidou (2009⁷², p.239) estiment dans leur analyse que « nous pouvons penser que l'avènement de la projection numérique dans les salles du monde entier renforcera la tendance structurelle de concentration des entrées sur un nombre limité des titres, et que les films hollywoodiens, par leur position dominante sur la quasi-totalité des marchés occidentaux, en seront les principaux bénéficiaires ». Cependant, ils avouent que « parallèlement, une concurrence tente de se mettre en place », car la maîtrise des contenus est devenue un réel enjeu.

D. L'industrie cinématographique, levier de développement

Le cinéma est une industrie. En tant qu'industrie, il participe au développement économique d'un pays. Le cinéma est au cœur des industries culturelles. Il représente un enjeu majeur pour les Etats-Unis, « dans le début des années quatre vingt dix, il emploie environ cinq cent mille personnes et constitue la troisième exportatrice avec 6 milliards de dollars d'excédents [...] En outre, indirectement, il est un vecteur de promotion de l'ensemble de l'économie américaine », renseigne Creton (2005, pp.94-95). « En 2010 le boxe office du cinéma américain est estimé à 31,8 milliards de dollars, soit 28 milliards d'entrées dans le monde » (Hatchondo, 2012, p.32).

Il est aussi un réel enjeu en Europe. En 2003, « le secteur de la production européenne pèse à lui seul quelques 17 milliards d'euros » selon Greffe (2006, p.11). Les industries culturelles dans lesquelles le cinéma joue un rôle sans commune mesure, participent à l'économie et à la croissance des pays en développement.

Greffe (2006, p.16), explique que « l'UNESCO vient en effet d'estimer que ces industries qui réalisent 1% du PIB mondial, ont enregistré depuis 2000 une croissance de 7%. Dans les Pays de l'OCDE, elle s'établit entre 5% et 20 % par an ». En effet, L'Unesco (2010⁷³, p.5) citant le rapport mondial de l'Unesco 2009, rapporte que « les industries culturelles produisent plus de 7% du PIB mondial. Pendant les années 1990, elles se sont développées à un rythme annuel deux fois supérieur à celui des industries manufacturières dans les pays de l'OCDE ». L'Unesco (2010, p.8), renseigne toujours que « dans l'Union européenne, la télévision, le cinéma, la musique, les arts du spectacle et les variétés ont généré en 2003, 654 milliards d'euros de revenu, soit 2,6% du PIB et ce secteur employait en 2004, 5,8 millions de personnes ».

⁷² Augros J. & Kitsopanidou K., 2009, *L'économie du cinéma américain : histoire d'une industrie culturelle et de ses stratégies*, Armand colin CINEMA, Paris, 296 p.

⁷³ UNESCO, 2010, *Le pouvoir de la culture dans le développement*, Paris, 16 p, CLT-2010/WS/14, in <http://unesdoc.unesco.org/images/0018/001893/189382f.pdf> - consulté le 25/11/2012.

Dans la même lancée pour montrer **l'importance économique** des industries culturelles dans le développement, L'Unesco (2012, p.14) donne ces chiffres : « ce secteur représente 2,6% du PIB de l'Union européenne et cinq millions d'emplois, 4,5% du PIB des pays de MERCOSUR, 2,15% du PIB de la République populaire de Chine (avec un taux croissant d'environ 7%), 2,38% du PIB au Mali (en 2006) et 5,8% de l'emploi total(en 2004) et 3% du PIB de l'Afrique du sud ».

Les enjeux sont importants en termes d'images. Le cinéma est prestigieux pour le **rayonnement culturel** d'un pays et constitue un symbole dynamique de créativité⁷⁴. Selon Camilleri (2007, p.19), « le Premier ministre japonais a décidé en Avril 2005 d'utiliser officiellement la culture japonaise, en particulier le Cinéma comme outil de communication au service de l'image de son pays dans le monde entier ». Creton (2005, p.18) estime que « l'image est devenue un vecteur essentiel du pouvoir, qu'il soit économique, politique, militaire ou culturel. Sa maîtrise est un enjeu essentiel, ce qui explique l'importance des engagements stratégiques qu'elle suscite ».

Elle est révélatrice de l'état d'esprit, de la condition et de la créativité d'un peuple. Nour-Eddine Sail⁷⁵ soutient que « la domination économique et militaire des Etats-Unis ne seront rien sans une dimension culturelle, dont le cinéma hollywoodien joue les premiers rôles ». C'est pourquoi, les enjeux sont aussi économiques, sociaux que culturels. Car porteur d'**identité**, il participe à l'enrichissement de la **diversité culturelle**. Il éduque, sensibilise, émeut et nous fait voyager pour découvrir d'autres cultures dans l'imagination créatrice de l'homme.

Camilleri (2007, p.17) explique que ce « rôle culturel du cinéma est d'autant plus intéressant qu'il est démocratique, car géographiquement multiple. À l'inverse d'une exposition, d'un concert ou d'une pièce de théâtre tout un pays, tout un continent, et parfois la planète entière peut découvrir simultanément un film (*Da Vinci Code* est sorti dans le monde en mi-mai 2006 et *Pirates des caraïbes 3* ou *Spiderman 3* sont sortis le même jour dans tous les pays sur 10000 copies en mai 2007 !) ».

Ces dimensions **culturelles, économiques et sociales** font du cinéma et des industries culturelles un sujet politique d'une grande attention. En témoignent les négociations du General agreement on tariffs and trade (GATT)⁷⁶ de l'Organisation mondiale du commerce (OMC).

⁷⁴ Voir annexe 11 : Production de films dans le monde

⁷⁵ Il dirige depuis 2003 le CCM (Centre cinématographique marocain) lors d'un entretien.

⁷⁶ *Accord général sur les tarifs douaniers et le commerce (en français). Ces accords commerciaux sont destinés à protéger les contenus liés à la politique culturelle destinée à ouvrir les marchés en faisant baisser ou supprimer des barrières tarifaires. La convention sur la protection et la promotion des expressions culturelles adoptée par l'UNESCO en 2005 constitue un outil indispensable à la préservation de la diversité culturelle dans un contexte où celle-ci est menacée par une mondialisation rapide.*

Ainsi, partout dans le monde, des **mesures** se dressent : mesures fiscales, avances sur recette, fonds de soutien, crédit d'impôts, mesures de quotas etc. « La politique des pouvoirs publics en faveur du cinéma et de l'audiovisuel est inspirée par des motifs économiques et culturels. Il s'agit à la fois d'assurer le suivi et le développement d'un secteur d'activité et d'en préserver l'identité culturelle », pense Creton (2005, p.100). Nour-Eddine Sail fulmine, « derrière ces mesures se cachent une volonté de s'approprier de son image ».

C'est grâce à **la réglementation et aux politiques de soutien** que le cinéma français a pu maintenir les positions qu'il occupe et être en première place en Europe. Ce système constitue un modèle de politique nationale en faveur du cinéma, et il inspire d'autres pays dans le monde. Le Maroc en est le parfait exemple en Afrique, il est devenu un modèle de réussite.

Creton (1997⁷⁷, p.129) soutient que « chaque cinéma national est dépendant de sa capacité à susciter sur son propre territoire une audience et à y trouver les ressources nécessaires à son développement ». D'où la pertinence des politiques, des stratégies et des tentatives pour exister sur le plan « **local** » et « **global** ».

E. Politique et stratégie pour exister

Le Dictionnaire français le PETIT ROBERT, définit une **stratégie** comme un « ensemble d'objectifs opérationnels choisis pour mettre en œuvre une politique préalablement définie ». Alors, nous posons la question de savoir quelle est la différence entre la politique et la stratégie ?

Rynal (2003⁷⁸, p.68) répond que « **la politique est volonté tandis que la stratégie est pensée** ». Rynal (2003, pp.68-69) explique que « la stratégie en tant que concept, c'est l'art de coordonner les moyens pour atteindre un but. Il ne s'agit pas d'une étape mais de l'art de conjuguer, d'articuler, de coordonner les ressources et moyens disponibles, afin d'atteindre un but (fourni par l'instance politique, dans un temps donné). Et cet art va se manifester tout au long de l'action ».

Donc la **politique** est **vision**, la stratégie est **action**. Et sans stratégie, sans action la vision ne peut pas se traduire en acte. La stratégie est fille de la politique. Cette dernière trouve ses résultats à travers la stratégie. Sur ce, « l'évolution des industries culturelles, au cours du XXe siècle et tout spécialement au cours des dernières décennies, a mis les responsables des **politiques culturelles** face à

⁷⁷ Creton L., 1997, *Cinéma et marché*, Armand Colin, Paris, 254 p.

⁷⁸ Rynal S., 2003, *Le management par projets : approche stratégique du changement* (3^e éd), D'organisation, Paris, 355 p.

d'importants défis, difficiles à surmonter » (Xavier, 2008⁷⁹, p.69). Cela s'explique par la domination nette des Etats-Unis sur les industries de contenus. Ainsi beaucoup de pays sont submergés par des programmes et images d'ailleurs. Certains ont du mal à asseoir une production, ou des programmes nationaux. Et souvent ils sont inexistantes sur l'international.

Il apparaît nécessaire, pour protéger l'**identité culturelle** d'une nation d'avoir une politique culturelle et une volonté. L'Etat garant de l'identité d'un peuple doit jouer son rôle d'avant-garde. Le débat sur l'**intervention des pouvoirs publics sur la culture** n'est plus à l'ordre du jour, car « en raison de leur intervention et de leur échelle institutionnelle nationale, ils ont une incidence directe et indirecte sur le développement des activités » (Xavier, 2008, p.71).

L'idée de Xavier (2008, p.77) semble très pertinente. Il estime que « dans les pays de grandes dimensions où les industries culturelles sont très développées et internationalisées, l'intervention des pouvoirs publics peut apparaître moins justifiée. En revanche, dans les pays plus petits qui possèdent des industries culturelles plus faibles, cette intervention peut correspondre à une faible sensibilité de la collectivité envers sa propre culture. Dans ce cas, la quantité des ressources politiques destinées et la capacité d'innovation quant à leur application sont proportionnelles à la reconnaissance collective de l'importance de ces politiques ».

Ainsi, on constate deux situations. La première est que les politiques restent et dépendent entièrement des productions de l'extérieur. La deuxième est de faire développer des stratégies et des modalités d'intervention⁸⁰ pour exister un tant soit peu. Car « toute culture représente un ensemble de valeurs unique et irremplaçable puisque c'est par ses traditions et ses formes d'expressions que chaque peuple peut manifester de la façon la plus accomplie sa présence dans le monde »⁸¹.

Sur ce, le Sénégal à travers sa Lettre de politique du secteur de la culture, exprime « sa volonté de penser et de réaliser son développement économique et social à la lumière de préalables et de finalités culturels » (LPS, 2011, p.10).

F. La lettre de politique du secteur de la culture

La LPS sert de politique culturelle du Sénégal depuis 2011. Elle se fonde sur trois **principes** :

⁷⁹ Xavier C., 2008, 4. *Les politiques culturelles et le processus de mondialisation des industries culturelles*, in Lluís Bonet et Emmanuel Négrier, *la fin des cultures nationales ? la découverte « Recherche/territoires du politique »*, pp 69-81 - <http://www.cairn.info/la-fin-des-cultures-nationales---page-69.htm> - Consulté le 26/01/2012.

⁸⁰ Voir annexe 12 : *Les 10 modalités majeures d'intervention*

⁸¹ Principe 1 de la Déclaration de Mexico sur les politiques culturelles, op. Cit.

- le principe de gestion axée sur les résultats : instauration d'une démarche participative dans l'élaboration et le suivi des politiques culturelles, planification régulière des objectifs stratégiques, des cibles, des échéances et des indicateurs de résultats...;
- le principe du genre : institutionnalisation et promotion des bonnes pratiques favorisant l'égalité des chances entre l'homme et la femme...;
- le principe du suivi et évaluation : conception de programmes sectoriels, traitement et constitution de banques de données relatives au secteur...

Ces principes trouvent leurs fondements dans les orientations de la politique culturelle dont la vision est de « valoriser l'ensemble des ressources et potentialités de la culture comme facteur de paix et de cohésion sociale, de développement durable, d'accès à la connaissance et enfin, comme moyen de lutte contre la pauvreté tout en participant à un environnement favorable à l'équité et à l'égalité de genre où les acteurs et actrices de la culture bénéficient d'un mieux-être et de la valorisation de l'ensemble des ressources et potentialités culturelles » (LPS, 2011, p.31).

Sur ce, l'objectif général est d'« accentuer la promotion de la diversité culturelle ».

Et les orientations de la politique culturelle s'appuient autour de quatre axes stratégiques avec leurs objectifs stratégiques :

- production culturelle → accroître le volume et la qualité de la production ;
- diversité culturelle → promouvoir la diversité culturelle ;
- décentralisation culturelle → accentuer la décentralisation culturelle ;
- pilotage institutionnel → renforcer le pilotage sectoriel.

Ainsi, « dans la perspective de 2016, les résultats ci-après sont attendus :

- une production culturelle plus florissante ;
- un environnement juridique, fiscal, financier et social plus propice ;
- une structuration et une professionnalisation plus marquées par des acteurs privés ;
- la systématisation de la planification des projets et de leur évaluation ;
- une carte culturelle plus dense autant à Dakar que dans les régions ;
- une culture d'études et de statistiques plus présente ;
- la formation d'une masse critique d'experts dans l'administration » (LPS, 2011, p.33).

Le plan d'action de la politique culturelle tourne autour de mesures, de lignes directrices et de projets :

- accentuer le développement d'infrastructures structurantes : construction, réhabilitation, équipement... ;

- appuyer l'initiative privée : aide à l'édition, aide au cinéma, promotion de l'industrie cinématographique et audiovisuelle... ;
- réglementer et professionnaliser le secteur : lutte contre la piraterie, amélioration du statut socioprofessionnel des acteurs... ;
- réaliser des programmes de développement sous sectoriels de la culture : programme national de développement du cinéma et de l'audiovisuel, programme de développement du livre... ;
- renforcer la coopération bilatérale et multilatérale : gestion des manifestations culturelles internationales, gestion qualitative de la participation du Sénégal aux rencontres internationales, etc.

Les projets et programmes trouvent leurs financements dans le budget du MC. Ce budget a connu une nette évolution ces dix dernières années. Cela, témoigne de l'intérêt de plus en plus grand du pouvoir public à la culture.

Tableau 4 L'évolution du budget du MC de 2000 à 2012 (en milliards de FCFA)

ANNEES	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
BUDGET (EN FCFA)	2.014	3.087	2.530	5.076	5.187	5.419	11.336	17.434	24.221	8.194	10.483

Source : MC

Ainsi, le MC a institutionnalisé des fonds d'appui afin d'accompagner et de soutenir les industries culturelles, de promouvoir les expressions culturelles et d'appuyer les acteurs culturels⁸².

La vision, les orientations et les axes stratégiques de la politique culturelle sont en phase avec les instruments internationaux liés au Sénégal⁸³. Le budget de 2010 d'à peu près de 25 milliards s'explique par l'organisation du troisième Fesman.

Pour conclure ce chapitre, nous pouvons dire qu'on ne veuille ou non la culture est soumise aux lois du marché. Il nous semble cependant, dangereux de la laisser naviguer dans le capitalisme où seul le marché domine. Le numérique a bouleversé les pratiques culturelles, par là toutes industries culturelles. Il conforte la domination des majors dans le domaine du cinéma. Ainsi, l'Etat garant de l'identité culturelle d'un peuple, d'une nation se doit d'intervenir pour protéger et promouvoir ses expressions culturelles au miroir des instruments internationaux et des exigences du moment. La politique culturelle du Sénégal a plus que jamais besoin d'une stratégie pour asseoir une véritable industrie cinématographique.

⁸² Voir Annexe 13 : Evolution des fonds d'appui

⁸³ Voir annexe 14 : Les instruments internationaux liés au Sénégal

3 METHODOLOGIE ET APPORT DU STAGE

Dans ce chapitre nous justifions et exposons notre choix méthodologique. Ce choix porte sur l'univers et le cadre de l'étude, la méthode et le type de recherche. Nous présentons aussi la structure où nous avons effectué notre stage et faisons une brève étude du cas du Maroc.

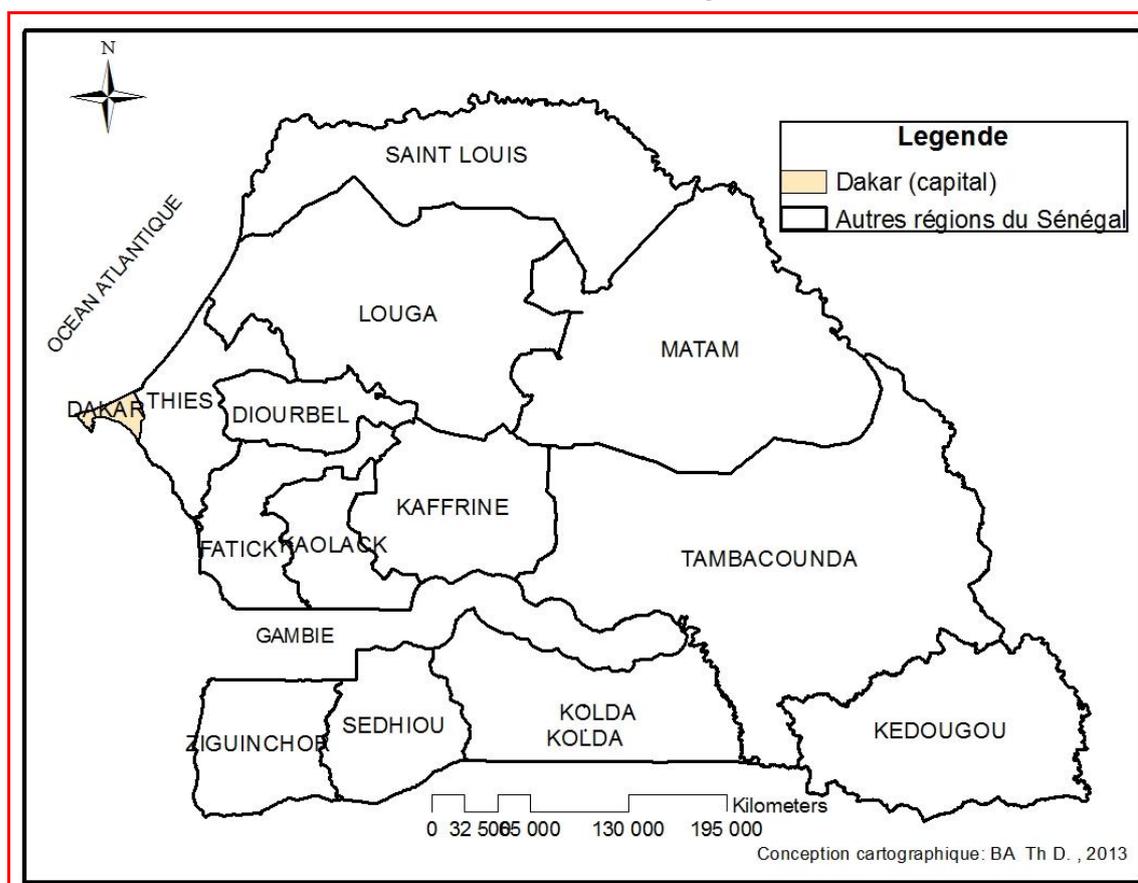
A. Univers et cadre de l'étude

L'univers de l'étude s'inscrit dans le rapport économie et culture, dans l'univers des industries culturelles particulièrement dans la filière du cinéma, du numérique et des politiques culturelles.

Le cadre de l'étude se situe dans l'industrie cinématographique et le numérique. Aujourd'hui toute étude sur cette industrie doit inéluctablement tenir compte du numérique. Le cadre de l'étude se situe particulièrement sur le cinéma sénégalais, son histoire, sa politique, ses problèmes et les enjeux à l'heure du numérique.

✓ *Présentation du Sénégal*

Carte 1 Carte du Sénégal



La République du Sénégal se trouve en Afrique de l'ouest. Elle est bordée à l'ouest par l'océan Atlantique, au nord par la République Islamique de la Mauritanie, à l'est par le Mali et au sud par la

République de Guinée et la Guinée Bissau. La Gambie est une enclave dans le Sénégal. Le Sénégal s'étend sur une superficie de 196722 km² et sa population est estimée à 12855153 habitants en 2011(ANSD⁸⁴, 2011). Le Sénégal a connu une disparition progressive de ses salles de cinéma, les six (6) qui restent se trouvent dans la région de Dakar qui est la capitale.

B. Méthode et type de recherche

Nous avons opté pour l'approche mixte, l'entretien et la recherche documentaire.

3.B.1 Approche mixte

« L'approche mixte combine les méthodes de collecte et d'analyse de données propres aux approches quantitatives et qualitatives, vise notamment la description et l'établissement des faits, permet d'approfondir l'interprétation, utilise tous les éléments aidant à mieux saisir le problème ou la situation. » (Mongeau, 2008⁸⁵, p.33)

Notre approche est à la fois quantitative et qualitative. L'approche mixte, « est particulièrement appropriée au moment de l'apparition d'un phénomène nouveau ou d'interrelations nouvelles ». (Mongeau, 2008, p.34). C'est le cas du numérique et du cinéma. Nous partons aussi de l'idée selon laquelle les résultats d'une démarche qualitative peuvent faire l'objet d'une exploitation quantitative et qu'une recherche quantitative peut à son tour, faire intervenir des ressources qualitatives. Nous procédons par une documentation et à une enquête sur le terrain en procédant par des entretiens, pour aboutir à des résultats que nous analysons afin de faire une proposition.

3.B.2 Entretien

Selon Mongeau (2008, p. 97), « la méthode la plus courante et la plus appropriée à la majorité des cas est l'entretien semi-dirigé, car elle permet d'aborder les thèmes et les questions spécifiques identifiés à partir de notre cadre théorique, tout en restant ouverte aux éléments imprévus qui pourraient être apportés par les personnes ». Nous avons mené des entretiens avec des personnes ressources. L'entretien a été semi-directif. Les questions posées étaient ouvertes. Le but était d'influencer au maximum le discours, nous écoutions attentivement tout en prenant note. Les entretiens se sont déroulés à la 15^e édition du festival de Kourigba au Maroc à l'occasion de notre stage, à l'Université Senghor, par courrier électronique, par Skype et Facebook. Dans le contexte de notre recherche mixte, nous avons présenté nos données quantitatives à certaines personnes interviewées dans le but de recueillir leurs réactions et leurs interprétations pour enrichir notre analyse des faits.

⁸⁴ Agence nationale de la statistique et de la démographie

⁸⁵ Mongeau P., 2008, *Réaliser son mémoire ou sa thèse : coté jean et coté tenu de soirées*. Presse de l'université du Québec, ISBN : 978-2-7605-1544-4, 162 p.

3.B.3 Population d'étude

Notre population d'étude est constituée essentiellement des professionnels du milieu cinématographique et de professeurs. Ainsi, nous avons interviewé des professeurs de l'Université Senghor et des professionnels de la filière cinématographique (producteurs, réalisateurs, administrateurs, journalistes critiques...). Ils ont été choisis par leurs connaissances du milieu, leurs pertinences et leurs expériences. Et l'objet de l'étude s'intéresse en général à l'industrie cinématographique et au numérique, et en particulier au cinéma sénégalais. Les personnes interviewées ont été choisies délibérément, par rapport à leur disponibilité et leur connaissance par rapport à l'objet de recherche. Ainsi, nous nous intéressons aux problèmes de développement du cinéma sénégalais, à ses forces, ses menaces et ses opportunités. Les entrevues tournaient aussi, autour d'une stratégie à mettre en place. Nous avons eu des entrevues avec seize (16) personnes ressources, « l'objectif n'est pas de rendre compte d'une population, mais de recueillir de l'information pertinente pour mieux comprendre un phénomène » (Mongeau, 2008, pp. 92-93). Une recherche qualitative ne nécessite pas une grande taille de l'échantillon.

3.B.4 Grille d'entretien

Ce tableau constitue la grille d'entretien

Tableau 5 La grille d'entrevue

N°	PERSONNES RESSOURCES	QUALITE	AXES DE L'INTERVIEW	LIEU
1	Nour-Eddine Sail	<i>Directeur général du CCM (Centre cinématographique marocain)</i>	Le cinéma marocain - le cinéma africain- l'avance sur recettes ...	CCM
2	Abderrahmane Cissakho	<i>Réalisateur Mauritanien</i>	Le cinéma africain - la qualité du cinéma sénégalais - la question de la formation en Afrique - la question du numérique...	<i>15^e édition du Festival du cinéma africain de Khouribga (30 juin au 7 juillet)</i>
3	Mama Keita	<i>Réalisateur Sénégal- Guinéen</i>	Le cinéma sénégalais (forces et faiblesse) - l'industrie cinématographique (enjeux et perspectives) ...	<i>15^e édition Festival du cinéma africain de Khouribga</i>
4	Hugues Diaz	<i>Directeur de la Cinématographie du Sénégal</i>	La réglementation au Sénégal et son inapplication - les projets de la DCI - l'aide à l'industrie cinématographique...	<i>15^e édition du Festival du cinéma africain Khouribga</i>

Thierno Diagne BA - Université Senghor – 2013

5	Omar Sall	<i>Producteur Sénégalais</i>	La production au Sénégal - la fiscalité dans l'audiovisuel – la coproduction...	15 ^e édition du Festival du film africain de Khouribga
6	Balufu Bakupa Kanyinda	<i>Réalisateur Congolais</i>	Le cinéma africain et ses problèmes – la vidéo et le numérique...	15 ^e édition du Festival du film africain de Khouribga
7	Hubert Laba Ndao	<i>Réalisateur Sénégalais</i>	Le métier de la réalisation au Sénégal – la question de la formation – les problèmes de tournage – l'industrie technique	Facebook
8	Alain Gomis	<i>Réalisateur Franco-Sénégalais</i>	La coproduction – menaces et opportunités du cinéma sénégalais – enjeux et perspectives...	Facebook
9	Moctar BA	<i>Producteur sénégalais</i>	La production et la distribution - la réglementation au Sénégal - le fonds de soutien...	Skype
10	Xavier Greffe	<i>Université Paris I, Panthéon Sorbonne</i>	Economie et cinéma - l'industrie cinématographique et le numérique (enjeux et perspectives...)	Université Senghor
11	Abdoul Aziz Cissé	<i>Chef de la division études, industries techniques, formation et planification à la DCI</i>	La production, la division et l'exploitation – la formation académique – l'assainissement du milieu...	Courrier électronique
12	Gihane Zaki	<i>Université d'Hélwan, Caire</i>	Les politiques culturelles – le soutien de l'Etat à la culture – cinéma et rayonnement culturel...	Université Senghor
13	Mansour Sora Wade	<i>Réalisateur Sénégalais</i>	Le cinéma sénégalais (forces, faiblesses, menaces et opportunités) – la formation – l'enjeu de la postproduction – le numérique...	Courrier électronique
12	Moussa Séné Absa	<i>Réalisateur Sénégalais</i>	Le cinéma sénégalais (forces, faiblesses, menaces et opportunités) – la formation – l'enjeu de la postproduction – numérique...	Courrier électronique
13	Baba Diop	<i>Journaliste, Critique cinématographique</i>	L'histoire du cinéma sénégalais (enjeux et perspectives)	15 ^e édition du Festival du film africain de Khouribga
14	Fatou Kandé Senghor	<i>Réalisateur, photographe</i>	Le cinéma sénégalais (forces, faiblesses, menaces et opportunités) – la formation – l'enjeu de la postproduction – numérique...	Skype
15	Julien Le Bot	<i>France 24, yakwala.com</i>	Numérique et cinéma (enjeux et perspectives)	Université Senghor
16	Patrick Bensenval	<i>Université Paris I, Panthéon Sorbonne</i>	Numérique, postproduction et qualité....	Université Senghor

Les entretiens, loin d'être suffisants se sont complétés par une recherche documentaire.

3.B.5 Documentation

Cette étude a mobilisé une lecture à caractère scientifique, dans le but de dégager sa pertinence et d'apporter une meilleure compréhension de sa problématique. Nous avons procédé dans un premier temps à une recherche documentaire à la bibliothèque de l'Université Senghor, et ensuite par internet. A travers cet outil, nous avons consulté d'importantes bases de données. Ainsi, la base de données « *unesdoc* » a permis de consulter beaucoup d'études de l'Unesco. Le site « *cairn.info* » a mis à notre disposition des articles scientifiques et chapitres d'ouvrages avec toutes leurs références et le site « *inaglobal.fr* » a permis de suivre l'actualité du cinéma et du numérique avec de pertinents articles. Les sites *africultures.com*, *cnc.fr*, etc. ont été précieux pour certaines précisions.

3.B.6 Technique d'exploitation des données

Les interviews et les documents ont été classés par leurs degrés d'importance et de pertinence par rapport à notre sujet de recherche. D'une part, les entrevues s'éclaircissent entre elles, même si souvent elles sont en contradiction. D'autre part, la documentation complète, appuie et vérifie les analyses des interviewés. Par ailleurs, la documentation et l'entrevue se sont complétées à leurs tours par un stage effectué au Maroc. Durant ce stage, nous avons étudié l'industrie cinématographique marocaine. L'étude du cas de cette industrie est aussi mixte (qualitative et quantitative). Elle nous a permis de comprendre la complexité et la réalité du cinéma marocain, et de le comparer avec le cinéma sénégalais.

C. Apport du stage

Le stage au Centre cinématographique marocain (CCM), s'est déroulé du 07 mai au 16 juillet 2012. La division d'accueil fut celle de la promotion et de la coopération. Toutefois, nous avons accédé à toutes les divisions et à tous les services de la structure. Ils nous ont permis de comprendre les textes et lois qui régissent le cinéma marocain, mais aussi ce qui fait le cinéma, en général l'industrie cinématographique. Le stage nous a permis de comprendre l'importance d'un laboratoire dans une industrie cinématographique et le rôle sans commune mesure d'un auditorium, mais aussi les fondements d'une industrie cinématographique.

3.C.1 Présentation de la structure

Le CCM est un établissement public doté de la personnalité civile et de l'autonomie financière. Il a été créé le 8 janvier 1944 et réorganisé en 1977. Il a pour objet la production, la distribution et l'exploitation de films cinématographiques. Il est financé à 90% par l'Etat marocain. Les 10% restant proviennent des recettes des prestations du laboratoire et des prestations de productions. Le CCM a pour mission d'organiser, de gérer, de réguler et d'animer le secteur cinéma et vidéo du Maroc. Il est chargé

également de proposer au gouvernement des mesures susceptibles de promouvoir, de développer et d'encourager le secteur cinématographique.

Ses missions consistent aussi en :

- le contrôle et la veille stratégique de l'activité cinématographique ;
- le soutien à l'économie du cinéma ;
- la promotion du cinéma et sa diffusion auprès de tous les publics ;
- la coopération cinématographique ;
- la conservation du registre de la cinématographie ;
- l'offre des prestations laboratoire et auditorium ;
- la Conservation et la valorisation du patrimoine cinématographique ;
- la coordination entre les intervenants du secteur ;
- l'exercice de la profession cinématographique.

Le fonds d'aide constitue l'une des plus importantes mesures gérées par le CCM. Par ailleurs, il délivre aussi :

- les autorisations de tournage de films ;
- les cartes professionnelles ;
- les visas d'exploitation des films ;
- les autorisations d'exercice aux producteurs et distributeurs (cinéma, vidéo, DVD, VCD), aux exploitants de salles de cinéma et aux clubs vidéo.

Le CCM dispose d'un complexe cinématographique composé d'un laboratoire pour la postproduction des films et un auditorium pour le traitement et les travaux de sonorisation de films. Mais aussi, d'une cinémathèque pour conserver le patrimoine cinémathèque national et international. Il organise deux festivals à savoir le festival national du film et le festival du court métrage méditerranéen de Tanger.

3.C.2 De l'étude du cas de l'industrie cinématographique marocaine

Le fonds d'aide à l'industrie cinématographique marocaine dispose d'un budget d'environ 60 millions de dirhams (6 millions d'euros) par an. L'aide se fait de deux manières : soit on présente un scénario, soit un film déjà terminé. En effet, le Maroc soutenait la production cinématographique depuis 1980 en octroyant une aide à « fonds perdu ». Depuis 2004, cette aide est considérée comme « une avance sur recettes ». Selon Nour-Eddine Sail, « derrière l'avance sur recette, il y a une volonté de l'Etat de soutenir et d'asseoir une industrie cinématographique durable ».

Une commission constituée de 11 membres dont le président accorde les avances sur recettes. Elle est composée de :

- 5 membres : du milieu culturel et artistique, proches du domaine du cinéma ;
- 3 membres : compétents pour l'évaluation de budget de film ;
- 3 membres : 1 du Ministère de la communication, 1 du Ministère de l'économie et des finances et 1 du CCM.

Depuis 2011, le fonds d'aide attribue une prime à la qualité après production. Le Directeur du CCM fait remarquer qu'« il s'agit d'un encouragement pour rehausser davantage la qualité des films marocains ». Ainsi, l'industrie cinématographique marocaine est devenue le troisième pôle en Afrique derrière l'Afrique du sud et l'Egypte. Le cinéma marocain renoue avec son public. Grâce aux investissements du groupe français « Mégarama », qui avait ouvert en 2002 le premier multiplexe à Casablanca avec 14 salles et à Marrakech en 2006 avec 9 salles, les marocains fréquentent de plus en plus les salles de cinéma. Au Maroc, les films nationaux détiennent des records d'entrée et parfois même dépassent les films hollywoodiens. Selon Barlet (2012, p.341), « *les bandits* de l'humoriste Said Naciri avait en 2003 approché le million d'entrées avec son personnage de truand au grand cœur ; *Casanégra* (Nour-Eddine Lakhmari, 2007) a également cartonné en évoquant la face cachée de Casablanca. Seul David Cameron fait mieux ! *femmes...et femmes* de Saad Chraïbi s'est placé en deuxième position au Maroc après Titanic ».

En 2011, d'après le CCM, le box office marocain était en deuxième position derrière les Etats-Unis.

Tableau 6 Box office par nation au Maroc en 2011

PAYS D'ORIGINE	NOMBRE DE FILM	NOMBRE D'ENTREES	% PAR RAPPORT A L'ENSEMBLE DU PARC	RECETTES GUICHET EN DH (DIRHAM)	% PAR RAPPORT A L'ENSEMBLE DU PARC
USA	169	752655	40,68	26723817	46,83
Maroc	38	366291	19,80	10415396	18,25
Egypte	44	277169	14,98	7295585	12,78
Inde	165	160759	8,69	2230870	3,91
USA/GB	9	62074	3,35	2229926	3,90
France	15	24694	1,68	847925	1,49
Grande Bretagne	4	17161	0,93	647852	1,13
USA/Espagne	1	216	0,01	1732	0,01
Divers	101	189136	10,22	6666579	11,68
TOTAL		1850155	100%	57059682	100%

Source : CCM

En 2012, selon le CCM, le cinéma marocain continue à occuper la tête du box office national (toutes nationalités confondues) comme c'est le cas depuis 2003. En cette même année, le cinéma marocain a atteint une part de marché de 28% du montant de la recette globale, tous films confondus, et conserve ainsi sa deuxième position après le cinéma américain dans le classement des films par nationalité.

Nour-Eddine Sail pense que « les multiplexes sont l'avenir du cinéma au Maroc. Même en Europe ils ont permis de relancer et de développer leur parc cinématographique ». Il affirme par ailleurs que des actions concrètes sont entrain d'être menées. Elles concernent notamment :

- la transformation en multiplexes des 4 ou 6 salles à Rabat ;
- la construction de nouveaux multiplexes à Tanger, Agadir et Rabat ;
- la réhabilitation et la modernisation du parc de salles...

Avec une production filmique de plus en plus importante et une culture cinématographique des populations grandissantes, les écoles de formation dans le domaine du cinéma et de l'audiovisuel pullulent au Maroc. Parmi les plus connues :

- l'Institut spécialisé dans les métiers du cinéma (ISMC) à Ouarzazate ;
- l'Institut spécialisé du cinéma et de l'audiovisuel (ISCA) à Rabat ;
- l'Ecole supérieure des arts visuels (ESAV) à Marrakech.

Le Maroc occupe une place sur la scène cinématographique mondiale. En effet, ce pays accueille un nombre important de productions étrangères, dont les plus grandes sont : « *Prince of Persia* » en 2008 de Mike Newell, « *Green zone* » en 2008 réalisé par Paul Grass, « *Body of lies* » en 2007 un film de Ridley Scot et « *Sex and the city* » en 2009 réalisé par Michael Patrick King.

Selon le CCM, de 2006 à 2011 le Maroc a accueilli 150 productions avec un investissement de 300 millions d'euros, soit une moyenne de 50 millions d'euros par an. Cela, s'explique en partie par les mesures incitatives en faveur des tournages de films étrangers, la simplification des procédures de dédouanement du matériel de tournage, la coproduction dans le domaine de la coopération cinématographique et les « *films commissions* » qui ont comme objectifs de faciliter l'accueil des tournages au Maroc et de promouvoir le lieu et les ressources locales auprès des producteurs.

L'industrie cinématographique marocaine est l'une des plus importantes en Afrique. Grâce à l'intervention des pouvoirs publics, elle produit en quantité et en qualité, renoue avec son public et s'affirme dans les festivals internationaux. Elle est devenue le principal outil de promotion de la destination marocaine. Cependant, la première cause de la crise de l'exploitation cinématographique est le piratage qui détourne les spectateurs des salles de cinéma.

En guise de conclusion de ce chapitre, nous pouvons dire que notre méthodologie, même si elle est mixte, est essentiellement qualitative. Elle s'appuie sur une documentation et une entrevue semi-directive. La documentation et les entrevues s'éclaircissent et se sont complétées par la mise en situation professionnelle. Les analyses quantitatives et qualitatives de l'étude du cas du Maroc sont aussi prises en compte pour l'élaboration d'une stratégie à la lumière de notre recherche.

4 STRATEGIE D'UNE INDUSTRIE CINEMATOGRAPHIQUE AU SENEGAL

Notre réflexion sur une stratégie pour une industrie cinématographique ne saurait être exhaustive. La stratégie s'établit sur une longue durée et ne prend pas en compte le paramètre budget. Elle jette les éléments fondamentaux pour une industrie cinématographique durable à l'heure du numérique. La démarche d'élaboration de la stratégie est composée de deux phases : l'analyse stratégique du cinéma sénégalais et la préconisation stratégique.

A. Analyse stratégique du cinéma sénégalais

L'analyse stratégique du cinéma sénégalais porte sur son fonctionnement depuis son existence. Elle met en exergue ses forces, ses faiblesses, et ses perspectives environnementales en tenant compte des mutations avec ses menaces et ses opportunités.

Nous récapitulons les problèmes relatés plus haut dans la problématique, sous forme de tableau le diagnostic sorti de notre analyse ci-dessus.

Tableau 7 L'analyse stratégique

	FORCES	FAIBLESSES
ANALYSE INTERNE	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Existence du cinéma sénégalais ➤ Existence d'une réglementation ➤ Appropriation du cinéma par les jeunes 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Manque de vision ➤ Inexistence de financement endogène ➤ Absence d'infrastructures techniques ➤ Absence de formation académique ➤ Application partielle de la réglementation ➤ Manque de volonté politique ➤ Non assainissement du milieu ➤ Caractère symbolique du fonds d'aide ➤ Insuffisance des ressources humaines et matérielles ➤ Retard dans la mise en place du Centre cinématographique sénégalais

	OPPORTUNITES	MENACES
ANALYSE EXTERNE	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Reconnaissance des problèmes par l'Etat ➤ Prérogative accordée au cinéma et à l'audiovisuel dans la coopération culturelle ➤ production de vidéos en quantité ➤ Prolifération des télévisions privées ➤ Passage vers le tout numérique 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Retard dans le tout numérique ➤ La puissance des majors ➤ La cherté des multiplexes

L'analyse stratégique nous a permis d'identifier les atouts et les problèmes qui minent le secteur du cinéma, et aussi de décliner nos orientations pour atteindre notre objectif principal qui va permettre de définir les grandes orientations de notre travail.

Les problèmes prioritaires sont :

- manque de vision à long terme ;
- financement endogène inexistant ;
- absence d'infrastructures techniques ;
- absence de formation académique des professionnels.

Ainsi, nous recommandons une stratégie pour asseoir une industrie cinématographique durable.

B. Préconisation stratégique

Pour parer aux menaces, résoudre les problèmes du secteur, une stratégie est proposée. La préconisation stratégique se fonde sur les problèmes prioritaires. Elle tourne autour d'une vision, des orientations stratégiques, des axes, des objectifs et des actions stratégiques, d'un plan d'actions et d'un dispositif de mise en œuvre et de suivi-évaluation.

4.B.1 Vision

Faire du cinéma sénégalais, une véritable industrie cinématographique durable en quantité et en qualité, trouvant son financement dans le pays, facteur de développement, porteur d'identité et de rayonnement culturel.

4.B.2 Orientations stratégiques

Les orientations stratégiques aident à la réalisation de la vision.

Objectif général de la stratégie

Poser les fondements d'une industrie cinématographique durable au Sénégal.

Résultats attendus de la stratégie :

- la réglementation est totalement appliquée ;
- le financement endogène est trouvé ;
- la formation académique s'est établie ;
- la construction d'infrastructures techniques est constatée ;
- la filière est assainie ;
- les bases d'une industrie cinématographique durable sont posées.

Principes

La stratégie s'appuie sur les mêmes principes que la politique culturelle du Sénégal :

- le principe de gestion axée sur les résultats ;
- le principe du suivi et évaluation.

4.B.3 Axes stratégiques : objectifs et actions

Ils s'articulent autour de 3 axes, avec leurs objectifs stratégiques et leurs actions.

Axe1 : Les défis administratifs.

Objectif stratégique : Mettre en place une administration capable de mener à bon port le cinéma sénégalais.

Actions :

- mise en place du Centre cinématographique sénégalais ;
- amélioration et application totale de la réglementation ;
- mise en place d'un mécanisme de financement endogène ;
- révision du fonds de soutien à l'industrie cinématographique...

Axe 2 : L'appréhension du numérique.

Objectif stratégique : S'approprier du numérique comme outil sans lequel le cinéma sénégalais ne saurait se développer.

Actions :

- création d'un Institut national de formation aux métiers de l'audiovisuel et du cinéma ;
- organisation de formation continue ;
- réhabilitation et modernisation de salles de cinéma...

Axe 3 : L'enjeu de la postproduction numérique.

Objectif stratégique : Créer un environnement propice pour la postproduction.

Actions :

- création d'un laboratoire pour la postproduction numérique ;
- accompagnement de la postproduction de films sénégalais ;
- ouverture vers le marché de la sous région...

4.B.4 Plan d'actions stratégiques

Le plan d'actions opérationnalise la vision de la stratégie. Il passe en revue les axes, les objectifs stratégiques et les actions pour en déterminer les indicateurs de résultats, les parties prenantes et les périodes pour la mise en œuvre. N1 est l'année départ, au bout de 5 ans les résultats attendus de la stratégie doivent être visibles.

Tableau 8 **Axe 1 : Les défis stratégiques**

Objectif stratégique	Actions	Indicateurs de résultats ou d'impacts	Parties prenantes	Cibles (année)				
				N1	N2	N3	N4	N5
<i>Mettre en place une administration capable d'installer une véritable industrie cinématographique.</i>	Mise en place du Centre cinématographique sénégalais	Promulgation du décret de création - Aménagement d'un site - Affectation d'un personnel adéquat	Présidence de la République - Assemblée Nationale - Ministère de la Culture	X				
	Amélioration et application totale de la réglementation	100% application	MC - Ministère de l'intérieur - Associations professionnelles	X	X			
	Mise en place d'un mécanisme de financement endogène	Clause avec les chaînes privées hertziennes - Augmentation du fonds d'aide	MC - Ministère des finances - Ministère de la communication et de l'économie numérique - TV privées et publiques	X	X	X		
	Révision du fonds de soutien à l'industrie cinématographique	Mise sur les films de qualité - 5 longs métrages et 3 courts métrages par an - Aides plus conséquentes aux festivals	MC - Ministère des finances		X	X	X	

♣N1 = Année de départ

Tableau 9 **Axe 2 : L'appréhension du numérique**

Objectif stratégique	Actions	Indicateurs de résultats ou d'impacts	Parties prenantes	Cibles (année)				
				N1	N2	N3	N4	N5
<i>S'approprier du numérique comme outil sans lequel le cinéma sénégalais ne saurait se développer.</i>	Création d'un Institut national de formation aux métiers de l'audiovisuel et du cinéma	Promulgation du décret pas l'assemblée nationale - construction d'un site - organisation du premier concours d'entrée - études effectives – qualité des films	Présidence de la République- Assemblée Nationale – Ministère de l'enseignement supérieur – Ministère de la communication et de l'économie numérique – MC- Partenaires au développement	X	X	X		
	Organisation de formation continue	Nombre de Session – Nombre de participants – annuelle – qualité des films	MC – Institut national de formation aux métiers de l'audiovisuel et du cinéma- Coopération culturelle – Associations professionnelles	X	X	X	X	X
	Réhabilitation et modernisation de salles de cinéma	Des salles de cinéma rénovées - Des mesures d'accompagnement - Ouverture d'un multiplexe - Fréquentation des salles de cinéma – visibilité des films	MC - OIF – UE – UEMOA - Partenaires au développement...	X	X	X	X	

♣ N1 = Année de départ

Tableau 10 **Axe 3 : L'enjeu de la postproduction numérique**

Objectif stratégique	Actions	Indicateurs de résultats ou d'impacts	Parties prenantes	Cibles (année)				
				N1	N2	N3	N4	N5
<i>Créer un environnement propice pour la postproduction.</i>	Création d'un laboratoire pour la postproduction numérique	Postproduction des films - Qualité des films – Nombre films post produit	Etat – OIF – UE – UEMOA – Coopération Bilatérale - Banques – Partenaires au développement		X	X	X	X
	Accompagnement de la postproduction de films sénégalais	Aide à la postproduction- nombre de films aidés – Qualité et quantité des films	MC - Entreprises de production...					X
	Ouverture vers le marché de la sous région	Des films des pays de la sous région et de l'Afrique post produits au Sénégal – Développement de la coproduction	MC – Producteurs de la sous région...					X

♣ N1 = Année de départ

4.B.5 Dispositif de mise en œuvre et de suivi - évaluation

La mise en œuvre de la stratégie requiert la participation de toutes les parties prenantes : Ministère de la culture, Ministère de l'intérieur, Ministère de la communication et de l'économie numérique, l'Assemblée nationale, UEMOA, UE, OIF, partenaires au développement, associations professionnelles...

Au niveau institutionnel, le dispositif sera piloté par le Ministère de la culture et au niveau opérationnel par la DCI en attendant la mise en place du Centre cinématographique sénégalais. A cet effet, il est proposé de mettre sur place un comité de pilotage. Il sera chargé de vulgariser le plan stratégique et d'étudier le budget, d'organiser, d'orienter et d'appliquer la mise en œuvre et du suivi-évaluation de la stratégie, de mobiliser les ressources nécessaires à la mise en œuvre de la stratégie...

Nous dressons un tableau de bord pour la mise en œuvre de la stratégie. N1 comme année de départ, le comité de pilotage doit faire un bilan global de la stratégie au bout de 5 ans. Ainsi, il doit voir si la stratégie nécessite une réorientation ou une réorganisation à chaque bilan.

Tableau 11 Tableau de bord de la stratégie

Vision	Objectif général	Axes stratégique	Objectifs stratégiques	Indicateurs	Valeurs cibles (année)				
					N1	N2	N3	N4	N5
<p><i>Faire du cinéma sénégalais, une véritable industrie cinématographique durable en quantité et qualité, trouvant son financement dans le pays, facteur de développement, porteur d'identité et de rayonnement culturel.</i></p>	<p><i>Poser les fondements d'une industrie cinématographique durable au Sénégal.</i></p>	<p>Axe 1 : Les défis administratifs</p>	<p>Mette en place une administration capable de mener à bon port le cinéma sénégalais.</p>	<p>100% application de la réglementation Nombre de film soutenu</p>	50%	75%	100%		
		<p>Axe 2 : L'appréhension du numérique</p>	<p>S'approprier du numérique comme outil sans lequel le cinéma sénégalais ne saurait se développer.</p>	<p>Nombre de films numériques Nombre de salles de cinéma Nombre de techniciens formés</p>	5%	+5%	+10%	+20	+50%
		<p>Axe 3 : L'enjeu de la postproduction numérique</p>	<p>Créer un environnement propice pour la postproduction</p>	<p>Nombre de films post produits au Sénégal</p>		10%	25%	75%	100%

♣ N1 = Année de départ

CONCLUSION

Malgré un nombre restreint de films produits, le Sénégal possède une cinématographie de qualité qui peut se développer, si on adopte une stratégie pour développer toute la connexité cinématographique et des mesures de soutien appropriées.

Cette étude s'est appuyée sur une méthodologie de recherche mixte essentiellement qualitative. Elle tourne autour d'entretiens semi directifs, d'une documentation et d'un stage effectué au CCM.

Notre proposition d'une stratégie pour le développement de l'industrie cinématographique au Sénégal repose essentiellement sur trois axes :

- les défis administratifs, qui ont pour objectif stratégique de mettre en place une administration forte capable de mener à bon port le cinéma sénégalais. Cette administration aura la lourde tâche de mettre en place un mécanisme de financement endogène, autrement dit, un modèle économique. Ce modèle peut s'appuyer sur les télévisions privées et publiques, avec une obligation d'achat et de coproduction de produits locaux ;
- l'appréhension du numérique, avec l'objectif stratégique de s'approprier le numérique comme outil sans lequel aucun cinéma ne peut se développer aujourd'hui. Le cinéma s'est numérisé et se fera avec le numérique. Sur ce, il est primordial de résoudre l'équation de la formation, pour permettre aux acteurs de la filière de savoir où ils vont et de se projeter dans l'avenir ;
- l'enjeu de la postproduction, l'objectif stratégique est de créer un environnement propice pour la postproduction. La postproduction est essentielle pour une industrie cinématographique de qualité. La création d'un laboratoire de postproduction sera un outil précieux pour les maisons de production nationales, de la sous région voire de l'Afrique.

La mise en œuvre de cette stratégie demande inéluctablement, l'incontournable volonté politique qui sous tend une détermination de s'approprier son image. Le monde entier est menacé par la puissante et déferlante machine hollywoodienne. Une nation qui choisit de ne pas faire parler d'elle par l'image se laisse enfouir dans les méandres de l'oubli. Il y va de l'identité des peuples.

L'image est le principal segment, support de références culturelles. L'avocat Olivier Amiel, spécialiste de l'audiovisuel et de la culture, rappelle que « l'image a toujours été un vecteur de projection et de transmission de soi pour les êtres humains depuis les dessins rupestres et les peintures pariétales ». Il fait remarquer ensuite que, « le cinéma a aujourd'hui cette même mission qui oblige à la sauvegarde de sa pluralité, et il s'agit des enjeux de civilisation à ne pas négliger »⁸⁶. Cet enjeu de civilisation explique tout l'intérêt de la culture dans les relations internationales.

Le cinéma et l'audiovisuel s'avèrent être les domaines favorisés de la coopération culturelle, cela n'aide pas pour autant à asseoir de véritables industries.

Ne devons nous pas réinventer cette coopération pour une fondation des industries culturelles des pays du sud ?

⁸⁶ Amiel O., 2013, *Financement public du cinéma : des critiques dangereuses*, TRIBUNE du 09/01/2013 in <http://www.rue89.com/rue89-culture/2013/01/09/financement-public-du-cinema-des-critiques-dangereuses-238438> - Consulté le 10/01/2013.

REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES

♣ OUVRAGES

- 1) **AUGROS Joël & KITSOPANDOU Kira**, 2009, *L'économie du cinéma américain : histoire d'une industrie culturelle et de ses stratégies*, Armand colin CINEMA, Paris, 296 p.
- 2) **BARLET Olivier**, 2012, *Les cinémas d'Afrique des années 2000 : perspectives critiques*, Harmattan, Paris, 411 p.
- 3) **BENHAMOU Françoise**, 1996, *L'économie de la culture*, La découverte, 119 p.
- 4) **CAMILLERI Jean François**, 2007, *Le marketing du cinéma*, dixit, 224 p.
- 5) **CHANTEPIE Philippe & DIBERDER Alain De**, 2005, *Révolution numérique et industries culturelles*, La découverte, Paris, 110 p.
- 6) **CRETON Laurent**, 1997, *Cinéma et marché*, Armand Colin, Paris, 254 p.
- 7) **CRETON Laurent**, 2005, *Economie du cinéma : perspectives stratégiques* (3^e éd), Armand colin, 269 p.
- 8) **GREFFE Xavier**, 2006, *Création et diversité au miroir des industries culturelles (actes des journées d'économie de la culture coordonnée par Greffe)*, La documentation française, Paris, 463 p.
- 9) **HIVER Max**, 2010, *Adorno et les industries culturelles : communication, musique et cinéma*, Harmattan, 242 p.
- 10) **MENARD Marc**, 2004, *Éléments pour une économie des industries culturelles*. Sodec, Québec, 167 p.
- 11) **POMMEREHNE Walter & FREY Bruno**, 1993, *La culture a-t-elle un prix ?*, Commentaire/Plon, 289 p.
- 12) **RYNAL Serge**, 2003, *Le management par projets : approche stratégique du changement* (3^e éd), D'organisation, Paris, 355 p.
- 13) **THIAM Momar**, 1997, *Le cinéma au Sénégal de 1900 à 1995*, Films Momar sarl, Dakar, 145 p.
- 14) **VIEYRA Paulin Soumanou**, 1975, *Les cinémas africains des origines à 1973 (tome1)*, Présence africaine, 438 p.
- 15) **VIEYRA Paulin Soumanou**, 1983, *Le cinéma au Sénégal*, Harmattan, 170 p.

♣ OUVRAGES METHODOLOGIQUES

- 16) **BEAUD Michel**, 1991, *L'art de la thèse*, La découverte, Paris, 157p.

17) **MONGEAU Pierre**, 2008, *Réaliser son mémoire ou sa thèse : coté jean et coté tenu de soirées*. Presse de l'université du Québec, ISBN : 978-2-7605-1544-4, 162 p.

♣ CONVENTIONS, RAPPORTS, ETUDES ET DOCUMENTS

18) **BOUCHER Bernard**, 2011, *Les politiques culturelles dans la francophonie : un état de situation (1^{er} partie)*, conférence intergouvernementale sur la diversité des expressions culturelles, Québec, doc.

19) **Culture et développement -stratégie du Groupe des ACP**, p.25 - in http://www.acpcultures.eu/_upload/ocr_document/ACP_StrategiesACP_fr.pdf consulté le 20/11/2012.

20) **Déclaration de Mexico sur les politiques culturelles**, *Conférence mondiale sur les politiques culturelles*, Mexico, 26 juillet-6 aout 1982, in http://portal.unesco.org/pv_obj_cache/pv_obj_id_213C51B6D967233963878D160385CC38EE790000/file_name/mexico_fr.pdf - Consulté le 12/09/2012.

21) **Déclaration universelle de l'UNESCO sur la diversité culturelle**, *adoptée par la 31^e session de la conférence générale de l'UNESCO*, Paris, 2 Novembre 2011, in <http://unesdoc.unesco.org/images/0012/001271/127162f.pdf> - Consulté le 11/08/2012.

22) **GOUDINEAU Daniel**, 2006, *Adieu à la pellicule ? les enjeux de la projection numérique*, CNC, 100 pages, in www.cnc.fr – Consulté le 02/12/2012.

23) **Ministère de la culture, DCI**, 2012, *Recueil de textes législatifs et réglementaires sur le cinéma et l'audiovisuel au Sénégal*, Dakar, 82 p.

24) **Ministère de la culture du genre et du cadre de vie**, 2011, *LETTRE DE POLITIQUE DU SECTEUR DE LA CULTURE*, Dakar, 56 p.

25) **UEMOA**, 2004, *Programme d'actions communes pour la production, la circulation et la conservation de l'image au sein des états membres de l'UEMOA*, Ouagadougou, 87 p. in http://www.uemoa.int/Documents/Actes/annexe_DEC_6_04_CM.pdf - Consulté le 13/08/2012.

26) **UNESCO**, 2003, *Déclaration universelle sur la diversité culturelle*, Paris, 63p– in <http://unesdoc.unesco.org/images/0012/001271/127162f.pdf> – Consulté le 5/10/2012.

27) **UNESCO**, 2005, *Convention sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles*, 17p. CLT-2005/CONVENTION DIVERSITE-CULT REV.2 – in http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CLT/pdf/Conv2005_IFCD_explanatory%20note_2012_FR.pdf / Consulté le 6/10/2012.

28) **UNESCO**, 2006, *Tendances des marchés audiovisuels : perspectives régionales vues du sud*, 364 p. <http://portal.unesco.org/ci/cc/> - Consulté le 15/8/2012.

29) **UNESCO**, 2010, *Le pouvoir de la culture dans le développement*, Paris, 16 p, CLT-2010/WS/14, in <http://unesdoc.unesco.org/images/0018/001893/189382f.pdf> - Consulté le 25/11/2012.

30) **UNESCO**, 2012, *Politique pour la créativité : guide pour le développement des industries culturelles et créatives*, Paris, <http://www.unesco.org/new/fr/culture/themes/cultural-diversity/diversity-of-cultural-expressions/tools/policy-guide/> - Consulté 28/11/2012.

♣ REVUES, PERIODIQUES, CONTRIBUTION D'OUVRAGES, ACTES DE COLLOQUES ET ARTICLES

- 31) AMIEL Olivier, 2013, *Financement public du cinéma : des critiques dangereuses*, TRIBUNE du 09/01/2013 in <http://www.rue89.com/rue89-culture/2013/01/09/financement-public-du-cinema-des-critiques-dangereuses-238438> - Consulté le 10/01/2013.
- 32) BARLET Olivier, 2010, *France je t'aime : France, je te hais ; les caméras dans le trouble de la coopération*, *Africultures*, n° 83, pp.54-65.
- 33) BENGA Ndiouga, 2008, *Mise en scène de la culture et espace public au Sénégal 1966-2000*, CODESRIA (12^e Assemblée générale), Yaoundé - www.codesria.org/IMG/pdf/Ndiouga_Benga.pdf/ consulté le 13/06/2012.
- 34) CNC, 2012, *La géographie du cinéma, Les dossiers du CNC*, N°323, octobre.
- 35) DIAO Claire, 2011, *Festival de cannes : quelles places pour les cinémas africains ?*, in <http://www.inaglobal.fr/cinema/article/festival-de-cannes-quelle-place-pour-les-cinemas-africains> - Consulté le 15/11/2012.
- 36) GREFFE Xavier, 2010, *Introduction : l'économie de la culture est-elle particulière ?* *Revue d'économie politique*, 2010/1 vol.120, pp 1-34. In <http://www.cairn.info/revue-d-economie-politique-2010-1-page-1.htm> - Consulté le 01/11/2012.
- 37) HATCHONDO Régine, 2012, *Le cinéma français dans la mondialisation*, *Problèmes économiques*, n°3034, 4 janvier, la documentation française, pp 31-35.
- 38) HENRY Patrick, 2008, *Le cinéma numérique cherche son modèle*, *technologies internationales*, n°145, juin, in http://www.iconoval.fr/publicmedia/original/274/56/fr/cin%C3%A9ma%20num%C3%A9rique%20TI_145_01.pdf – Consulté le 02/12/2012.
- 39) LACROIX Jean Guy, 1986, *Pour une théorie des industries culturelles*, *cahier de recherche sociologique*, vol 4 n°2, pp 5-18, <http://id.erudit.org/iderudit/1002001ar> – Doi : 10.7202/100200ar- Consulté le 11/10/2012.
- 40) MBOW Penda, 2006, *L'accueil de l'Afrique à la pensée de Senghor*, *Colloque : Senghor et la francophonie*, in <http://www.cercle-richelieu-senghor.org/> - Consulté le 14/06/2012.
- 41) NDOYE Omar, 2011, *La diversité culturelle sénégalaise et la convention de l'Unesco : quelles limites ?*, *Assemblée parlementaire de la francophonie*, Québec – in <http://apf.francophonie.org/spip.php?article126/> - Consulté le 05/07/2012.
- 42) NGOM Souleymane, 2010, *La politique culturelle du Sénégal, de Senghor à nos jours*, *Groupe 30 Afrique* in g30.nelamservices.com/?p=46/ - Consulté le 5/10/2012.
- 43) TREMBLAY Gaëtan, 2008, *Industries culturelles, économie créative et société de l'information*, *Global média journal édition canadienne*, volume 1, n°1, pp 65-88 – www.gmj-uottowa.ca/0801/inaugural-tremblay.pdf - Consulté le 23-11-2002.
- 44) VLASSIS Antonios, 2001, *Les enjeux de la convention sur la diversité des expressions culturelles*, in www.inaglobal.fr/ - Consulté le 15/11/2012.

45) **XAVIER Cubeles**, 2008, 4. *Les politiques culturelles et le processus de mondialisation des industries culturelles*, in Lluís Bonet et Emmanuel Négrier, *la fin des cultures nationales ?*, la découverte «Recherche/territoires du politique», pp 69-81 -<http://www.cairn.info/la-fin-des-cultures-nationales---page-69.htm> - Consulté le 26/01/2012.

♣ THESE ET MEMOIRE

46) **GOUDIABY Banding Mélanie Jeannine Sadio**, 2011, *Pour une optimisation des arts de la scène : projet d'un centre de création et de diffusion artistique dans la ville de Thies: le Ngel*, Mémoire, Université Senghor, 79 p.

47) **NGOULOU Kanel Engandja**, 2010, *Industries culturelles et développement économique de l'Afrique francophone : le cas du Gabon*, Thèse de doctorat en science politique, Université Jean Moulin 3-Iframond, 421 p.

♣ COURS THEORIQUES

48) *Cours Master 1A, 2011, Approche socio-économique du secteur culturel*, avec **Bernard MIEGE**, du 20 au 26/11/2011 à l'Université Senghor (Master en développement, département culture, spécialité gestion des industries culturelles)

49) *Cours Master 1B, 2011, La filière industrielle de l'image et des médias*, avec **Toussaint TIENDREBEOGO**, du 10 au 14/11/2011 à l'Université Senghor (Master en développement, département culture, spécialité Gestion des industries culturelles)

50) *Cours Master 2, 2012, Management des industries culturelles et des médias*, **Jean Emmanuel CASALTA** (France 3 corse via Stella), du 30/09-04/10/2012 (U. Senghor, Master en développement, département culture, spécialité gestion des industries culturelles)

♣ WEBLIOGRAPHIE

- 1- www.cairn.info
- 2- www.inaglobal.fr
- 3- www.uottowa.ca
- 4- www.cercle-richelieu-senghor.org
- 5- www.iconoval.fr
- 6- www.codesria.org
- 7- www.africultures.com
- 8- www.unesco.org

- 9- www.uemoa.int
- 10- www.acpcultures.eu
- 11- www.francophonie.org
- 12- www.ccm.ma
- 13- www.cnc.fr

- 14- www.wikipedia.com
- 15- www.erudit.org
- 16- www.culture.gouv.sn
- 17- www.rue89.com

ANNEXES

Annexe 1 Autres lois adoptées sur le cinéma et l'audiovisuel

- **Loi n°66-40 du 27 mai 1966**, relative au contrôle de films cinématographiques et de leur représentation.
- **Loi n°74-12 du 22 avril 1974**, réservant à l'Etat le monopole de l'importation et de la distribution des films cinématographiques.
- **Loi n°85-22 du 25 février 1985**, relative à l'organisation, l'importation, la commercialisation et la distribution des supports enregistrés pour la reproduction de l'image et du son en télévision.
- **Loi n°85-239 du 04 mars 1985**, relative à la création de la Brigade spéciale de surveillance chargée du contrôle de l'importation, de la commercialisation et de la distribution commerciale des supports enregistrés.
- **Loi n°92-57 du 03 Septembre 1992**, portant sur le pluralisme à la radiotélévision.
- **Loi n°98-09 du 02 Mars 1998**, portant création du Haut Conseil de l'Audiovisuel (HCA).
- **Loi n°2006-04 du 04 janvier 2006**, portant création du Conseil National de Régulation de l'Audiovisuel (CNRA).
- **Loi n°2008-09 du 25 janvier 2008**, portant sur le Droit d'Auteur et les Droits voisins

Annexe 2 Tableau 12 Les maisons de production sénégalaises

N°	STRUCTURE	RESPONSABLE	ADRESSE
1	Alliance Media International	Hamet Fall Diagne	Non disponible (ND)
2	Astou Films	Pape Madické Mbojji	Rue Blanchot x de la compagnie –Gorée Cité Sica sud Foire –Dakar
3	Azanie Films	Amadou Saloum Seck	rue 9 X 16 Médina Dakar
4	BDB Production	Ben Diogaye Béye	rue 3 X blaise Diagne Médina – Dakar Email : bendiog@yahoo.fr
5	BPS Production	Moussa Mboup	71, Avenue André Peytavin – BP 749 Dakar
6	Cauris Films	Alhamdou Sy / Flavia Bianchi	Fenêtre Mermoz – BP 10741 Dakar Liberté
7	CineMediaMix	Arfang Sarr – Crao	ND
8	CineKap	Oumar Sall	Amitiés 3 – rue KA15-villa 4684 Bp : 21016 dakar Ponty www.cinekap.com
9	Consortium de Communication et d'Audiovisuel	Annette Mbaye d'Erneville	n° 2744 Dieuppeul III – Dakar
10	Consultants et Réalisateurs Associés	Assane Diagne / Amadou Thior	n°2017 Usine Béne Tally – Dakar
11	Daaray Kocc	Pape Demba Ndiaye	rue 27 X 20 Médina – Dakar
12	DEPC	Alassane Djigo et Lucien Gunn	68, route du Front de terre
13	Dialer Productions	Alioune Badara Béye	38, Rue Jules Ferry – Dakar
14	Diwaan™	Marie Dione Cissé	N°14, ouest foire – Dakar Email : diwaanfilms@gmail.com
15	Emebe Vision Multimedia	Moussa Yoro Bathily	BP 6008 Dakar Etoile
16	Espace Culturel Christa	Malick Aw	Rond Point Patte d'oie – BP 8682 Dakr Yoff
17	Film Ako Production	Jacques M. F. Niang	Thiaroye Gare BP :20905 Thiaroye
18	Filmi Daarou Wahab	Assane Diagne	n°2017 Usine Béne Tally – Dakar
19	Filmi Doomi Réew	Ousmane Sembéne	36, Avenue Abdoul Karim Bourgi – BP 8087 Dakar Yoff
20	Filmi Get Productions	Alassane Diagne	Villa no 812b niary tally BP: 25408 Dakar fann
21	Filmi Kajoor Productions	Thierno Faty sow / Ousmane Senghor	8635B Sacré Coeur II – Dakar
22	Filmi Kadd-U	Moustapha Seck	ND
23	Film Mag Production	Maguette Diop	58, Boulevard de la République – BP 11434 Cinésées – Dakar
24	Films Momar	Momar Thiam	n° 25, Dieze 320 A – Gueule tapée – BP 12144 Dakar Colobane
25	Gelongal Audiovisuel	Papis Baba Diallo	397-HLM-Grand Yoff Email : gelongal@yahoo.fr
26	Guiss Guiss Communication	Mariama Sylla	Dieuppeul II – VILLA n° 2374A, DAKAR Email : mariamasylla@yahoo.com
27	GUISS GUISS productions	Moustapha Ndoye	www.neriproductions.com
28	IKA 964	Eric Idriss Kanago	ND
29	Jascom Production	Joseph séga Waly Sagna	40, rue Lakhsane Ndoye – BP 21130 Dakar
30	Kaany Productions	Mansour Sora Wade	511 HLM Gueuele Tapée – Dakar Email : wademansoursora@hotmail.com

Thierno Diagne BA - Université Senghor – 2013

31	Karoninka	Angéle Diabang Brener	BP :29740 Dakar-yoff www.karoninka.com
32	Keemtaan Film Production	Abdoul Aziz Sy	n°3, Place de l'Indépendance – Immeuble Colbert, app. 11H – BP 400 – Dakar
33	Kër doff	Bamba Diop	ND
34	La maison du Scribe	Elhadj Gora thiam	ND
35	Les ateliers de l'Arche	Jo Gaï Ramaka	Cices, Route VDN – BP 16758 Dakar
36	Les Films Amonenafi	Ibrahima Sarr	324 Ouagou Niayes2 BP :10817 Dakar
37	Les films du Crocodile	Moussa Touré	n°798, Usine niarry tally – BP 15006 Dakar
38	Les films de l'Atelier	Mamadou sellou Diallo & Gora seck	ND
39	Les films de la vallée	Abdel Aziz Boye	ND
40	Les films Mame Yandé	Ousmane william Mbaye	Sicap liberté – BP 10160 Dakar
41	Les films du quartier	Moussa Gueye	ND
42	Les productions Lion Rouge	Ousmane Ndiaye	127, Avenue Lamine Guéye X Félix faure, 3ème étage – BP 21157 Dakar
43	Loguiss Cine Prod	Sebastien Tendeng, Fabacary Assymbi Coly	94, rue Félix Faure –Dakar Email : Loguiss.cineprod@gmail.com
44	Mbokki Mbaar Productions	Laurence Gavron	Rue A X 3 Point E BP : 45334
45	Mediatk Communication	Moctar Ba	22, rue du Docteur Guillet, 1 ^{er} étage BP :6584-Dakar Etoile Tel : 338219522 Email : Mediatik94@hotmail.com
46	M.S.A Productions	Moussa Séné Absa & Alioune Badou Ba	n°074, Quartier Mamadou niang, Yarakh Hann Marigot 2 – BP 01 Popenguine BP:16661 Dakar Colobane
47	Niciss Productions	Nicolas Sawalo Cissé	ND
48	PBS Film	Pape badara seck	58, Boulevard de la République – BP 502 Dakar RP
49	Picture Box	Marie Ka	Rue Félix Faure –BP : 6922 Dakar Email : picbox@orange.sn
50	Racky Films	Ousmane Sall	Cité Djily Mbaye –villa 85 Dakar Email : Racky.films@gmail.com
51	SNEPAC – International	Cheikh Ngaido Ba	20 – 22, Rue Felix Faure X Avenue Leopold sèdar senghor – BP c/o 4027
52	Sud Prod	Cheikh Tidiane Ndiaye	rue 4 X BD de l'Est, Impasse Camille Point E – Dakar
53	Studio 2000	Elhadj Ndiaye	1, Avenue Abdoulaye Fadiga – BP 8308 Dakar
54	Vidi Film Production	Pape Wongué Mbengue	36, rue Abdou karim Bourgi – Dakar
55	Vision Communication	Babacar Mamadou Seck	Sicap baobab 688E Email : Vicom77@hotmail.fr
56	WARU STUDIO	Fatou Kandé Senghor	19 sotrac-mermoz Email : warustudio@yahoo.fr
57	Waaw Studio	Alioune Babee Ndiaye et Oumar Balla Ndiaye	N° 4481, Sicap-Amitié 3 – Dakar www.waawstudio.com
58	7 Arcs films	Oumar Ndiaye	ND

Source : DCI

Annexe 3 Tableau 13 Fonds d'aide au cinéma 2008

BENEFICIAIRE	INTITULE & GENRE	MONTANT
Mansour Sora WADE	Les Feux de Mansaré – LM	5000000
Mariama FALL	Kassak - reportage téléfilm	500000
Assane DIAGNE	Ramatoulaye – LM	500000
Adama DIAGNE	Une St-Louisienne à Dakar-série	500000
Moustapa CISSE	Ndoumélane série- report. 13 mm	1000000
Yaya Keita LO	Le Phare – docment.	500000
Ibrahima ADJI	Cross Over –LM	500000
Jacques M.F NIANG	L'Institutrice Dévouée – téléfilm	500000
Amadou Saloum SECK	Diner Platonique CMF	1000000
Thierno F. SOW	Excellence, Vos Epouses	1000000
Rabby Sokhma NIANG	La Force de l'Amour-téléfilm	500000
Yacine DIOUF	Téléfilm sur le Théâtre	500000
Cheikh NIANG	Le Complot des Cieux-série 7 films	500000
El Amadou FAYE	Eldorado ou l'Enfer CM	500000
Ndèye Mour DIOP	Lii, Luko fijar – téléfilm	500000
Seydou DIOP	Biran Kumba – CMF	500000
Odile TENDENG	Aline Siteo jaata CMD	500000
Mariame SYLLA	L'Enfant Lumière CMF	500000
Groupe Lydel.Com	Yéla, les Mélodies de la mémoire	1000000
Djibril Saliou NDIAYE	Feuilleton de 104 épisodes	500000
Aissata Morelle GUEYE	Téléfilm Drépanocytose/Sénégal	500000
Clarence T. DELGADO	L'Appel des Arènes CMD	500000
Fatou KANDE Senghor	Fanal de St Louis CM	3000000
Thierno Ibrahima SANE	La Petite Maman	500000
Khalil NDIAYE	Etude sur un réseau de distribution cinématographique au Sénégal	1500000
Amadou THIOR	Workshop /Prod. Film	1000000
Cinéastes Associés	Subvention annuelle	2000000
Festival Image et Vie	Subvention annuelle	1000000
Dakar Image	Subvention annuelle	1000000
Association Cinécole	Subvention annuelle	1000000

Source : DCI

Annexe 4 Encadré 3 Les trois types de quotas

Trois types de quotas peuvent être identifiés sur les marchés

de l'audiovisuel :

- le quota de diffusion oblige les diffuseurs et/ou les exploitants de salles de cinéma à consacrer une part de leur temps de diffusion/ de programmation à des œuvres domestiques ;

- le quota de production est généralement imposé aux diffuseurs. Il peut alors consister en une obligation de consacrer une partie de leur chiffre d'affaires à la commande d'œuvres audiovisuelles et/ou cinématographiques domestiques. Dans le cas des œuvres audiovisuelles, l'obligation de production constitue un complément du quota de diffusion afin d'assurer le respect de ce dernier par des productions fraîches. Pour les œuvres cinématographiques, il s'agit d'orienter une partie des ressources des diffuseurs vers la production cinématographique domestique comme juste rétribution des préjudices que la diffusion des œuvres cinématographiques sur le petit écran implique sur la fréquentation des salles (et donc sur la rémunération émanant de ce support) ;

- la recherche d'un équilibre dans les relations diffuseurs/filière cinématographique.

Peut également s'appuyer sur un autre type de quota : la limitation du nombre de films diffusés par les chaînes de télévision (limitation quantitative et/ou des jours de diffusion et/ou des créneaux horaires de diffusion). Dans le prolongement de cette limitation, la protection de la diffusion en salles peut également passer par la mise en place d'une chronologie de diffusion d'un film. Celle-ci vise à réglementer le cycle de vie d'une œuvre cinématographique selon les différents supports de diffusion (salles, vidéo, *pay-per-view*, télévision à péage, chaînes gratuites...)

Source : (UNESCO, 2006)

Annexe 5 Encadré 4 Les types de travailleur culturel

Deux types de travailleur culturel

Artistes, auteurs, interprètes et artisans

Dans les domaines du disque et du spectacle de variétés(1), de l'édition de livres(2), de la production cinématographique et télévisuelle(3) et des métiers d'art(4), on peut notamment signaler, dans l'ordre :

- 1) les auteurs, compositeurs, arrangeurs, musiciens, choristes, interprètes, metteurs en scène, chorégraphes, concepteurs d'éclairage, de décors et de costumes ;
- 2) les écrivains, rédacteurs, illustrateurs et traducteurs ;
- 3) les scénaristes, réalisateurs et comédiens ;
- 4) les artisans.

Main-d'œuvre technique spécialisée dans le domaine culturel

Parmi cette main d'œuvre technique, on relève notamment, dans le même ordre :

- 1) des réalisateurs sonores, ingénieurs et preneurs de son, graphistes, régisseurs, éclairagistes, décorateurs, sonorisateurs, électriciens et machinistes ;
- 2) des lecteurs, correcteurs, metteurs en pages et graphistes ;
- 3) des équipes de productions, de construction de décor, d'effets spéciaux, de costumes, de maquillages, de camera, de son, de postproduction, etc.

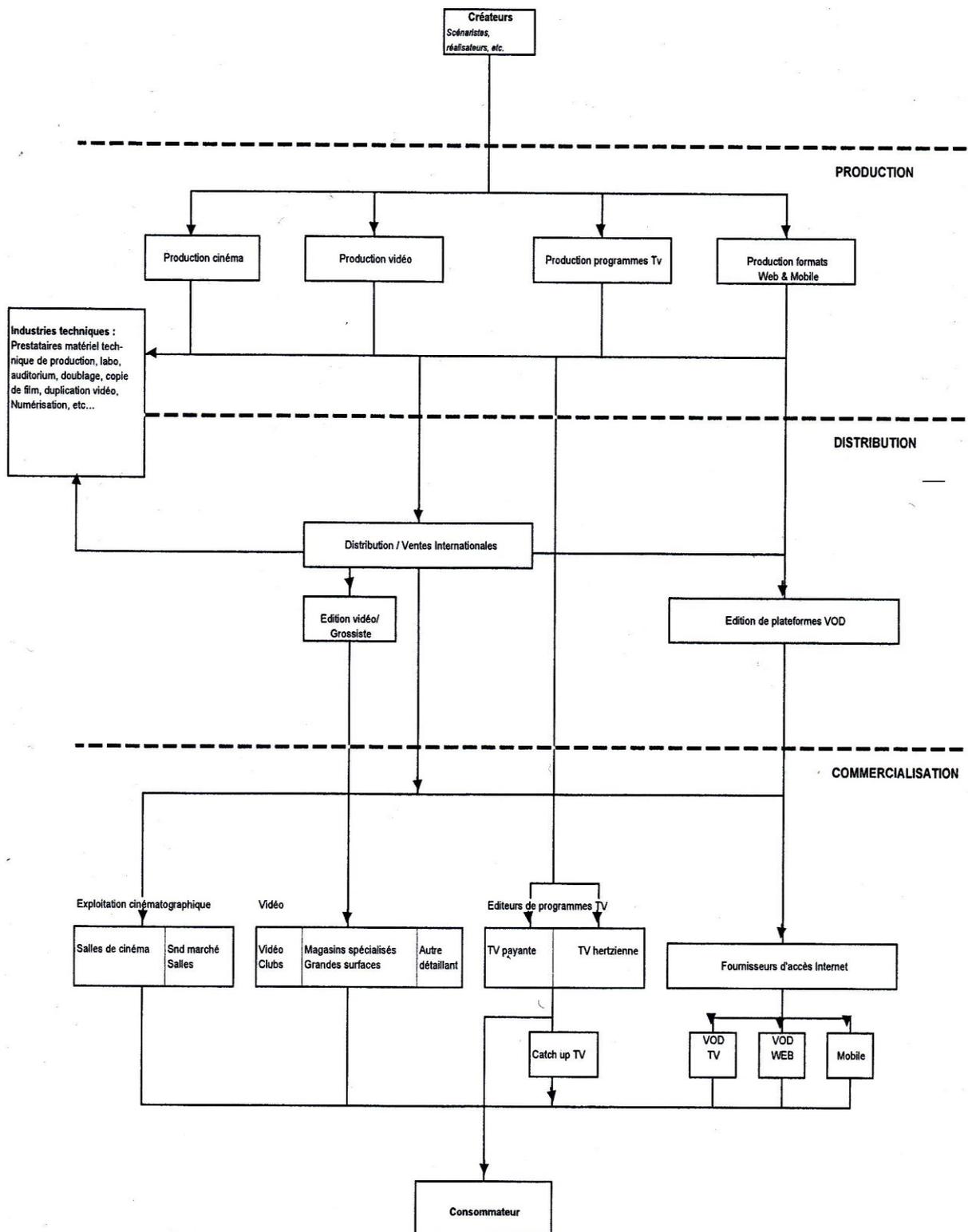
Source : (Ménard 2003, 2004, p.70)

Annexe 6 Tableau 14 Les métiers du cinéma

LES POSTES PERMANENTES	LE FILM EN PREPARATION	LE TOURNAGE	L'APRES TOURNAGE	DISTRIBUTION EXPLOITATION
<p>La production</p> <ul style="list-style-type: none"> - le producteur -le directeur de production <p>La réalisation</p> <ul style="list-style-type: none"> - le réalisateur -le metteur en scène de seconde équipe 	<p>Le projet</p> <ul style="list-style-type: none"> - le scénariste - le dialoguiste - l'adaptateur - le gagman - le scénarimagier - le conseiller technique <p>Le choix des acteurs</p> <ul style="list-style-type: none"> - l'agent - le directeur de casting <p>La préparation du comédien</p> <ul style="list-style-type: none"> - le chorégraphe - le maître d'armes -le répétiteur <p>Le décor</p> <ul style="list-style-type: none"> - le chef décorateur - le chef constructeur - le peintre en décors - l'ensemblier 	<p>L'organisateur</p> <ul style="list-style-type: none"> - le premier assistant réalisateur - la scripte - le régisseur <p>Mise en œuvre</p> <ul style="list-style-type: none"> - le machiniste - l'accessoiriste - l'électricien - le chef de transports <p>L'image</p> <ul style="list-style-type: none"> - le chef opérateur - le cadreur - le pointeur -le photographe de plateau <p>Le son</p> <ul style="list-style-type: none"> - l'ingénieur du son - le perchiste <p>Préparation du comédien</p> <ul style="list-style-type: none"> - le costumier - le coiffeur - l'habilleur - le maquilleur <p>Le comédien</p> <ul style="list-style-type: none"> - la doublure - le cascadeur - le figurant 	<p>Le montage</p> <ul style="list-style-type: none"> - le monteur - le monteur son <p>Le son</p> <ul style="list-style-type: none"> - doublage et postsynchronisation - le directeur de plateau - le détecteur - le sous-titreur - le dialoguiste du doublage - le bruiteur - le concepteur son - le mixeur <p>Musique</p> <ul style="list-style-type: none"> - le compositeur - l'arrangeur - le chef d'orchestre - l'interprète <p>Effets spéciaux et animation</p> <ul style="list-style-type: none"> - les métiers des effets spéciaux - les métiers de l'animation 	<ul style="list-style-type: none"> - le distributeur - l'exploitant - la caissière - l'ouvreuse - le projectionniste <p>Publicité</p> <ul style="list-style-type: none"> - le réalisateur de bande annonce - l'affichiste - l'attaché de presse

Source : (Creton 2005, p.227)

Annexe 7 Figure 2 Les composantes de la filière industrielle de l'image



Source : (Tiendrébégo 2011, Cours Master 1B)

Annexe 8 Les principales majors

1- PARAMOUNT-VIACOM INTERNATIONAL

La Paramount est née en 1916 de deux compagnies de production fondées en 1912 (Famous-Players Film Company et lasky Feature Play Company) et d'un distributeur Paramount Pictures Corp. En 1984, Viacom prend le contrôle de Paramount pour 9,8 milliards de dollars. Cette fusion comprend des chaînes de télévision, réseaux câblés, 14 stations de radio, etc. En décembre 2005, Paramount annonce l'acquisition de Dream works pour 1,6 milliards de dollars, hors filiales dessins animés. La compagnie est revendue en 2008 à Steven Spielberg et ses associés grâce à un financement du groupe indien Reliance.

Principales filiales et activités:

Film: Paramount Pictures, Paramount Vantage, MTV films, Nickelodeon Movies, Dream Works.

Television: MTV Networks, (MTV, VH1, Nickelodeon, Nick at nite, Comedy Central, CMT- Country Music Television, Spike TV, TV land, Logo et environ 150 chaînes dans le monde, divers canaux de diffusion en digital comme Neopets, Xfire, Atom Entertainment, Harmonious and Quizilla...

Video: Paramount Home Entertainment.

Musique: Famous Music.

Site: www.viacom.com

2- SONY PICTURES ENTERTAINMENT

Né en 1919 et réorganisé en 1924, Sony Pictures Entertainment est axé sur Columbia. Ce dernier acquiert son propre studio à Hollywood en 1926 et possède son réseau de distribution à travers les États-Unis et le Canada en 1928. Dans les années 1960, Columbia est l'une des premières à produire pour la télévision. En 1982, Columbia est cédée à Coca-Cola pour 750 millions de dollars. En 1998, Columbia et TriStar sont fondus en une seule unité de production pour produire et distribuer 20 à 24 films par an. En 2004, Sony acquiert la MGM moribonde.

Principales filiales et activités

Film: Sony Pictures Entertainment Motion Picture Group (Columbia Pictures Industries, Sony Pictures Classics, Columbia TriStar Films Distributors International, Sony Pictures Britannia, Sony Theatres, Loeks-Star, Sony Studios).

Television: Sony Pictures Entertainment Television Group; Columbia Pictures TV, TriStar TV, Embassy TV, Merv Griffin Enterprises Inc., Screen Gems, Colex Enterprises, Movietone.

Video: Sony Home Video.

Musique: Sony Music, Sony Electronic Publishing

Site: www.sonypictures.com/corp/aboutsonypictures.html

3- TIME WARNER INC

La Warner Bros est créée en 1923 par les frères Warner. En 1995, elle absorbe Turner Broadcasting System pour 7,8 milliards de dollars. En 2000, sa fusion avec AOL est estimée à 155 milliards de dollars.

Principales filiales et activités

Films: Warner Bros Pictures, Warner Bros Pictures International, Warner Bros Animation, Warner Bros International Cinemas, Warner Bros Studio facilities.

Television: Warner Bros Television Group, Warner Bros Domestic Cable Distribution, Cartoon Network, CNN, TBS, TCM, etc.

Video: Warner Bros Home Entertainment Group

Presse edition: DC Comics (MAD Magazine, Vertigo, Wildstrom), Time Inc (environ 140 magazines).

Divers: Warner Bros Consumer Products, AOL (ADTECH, Advertising.com, AIM, CompuServe, GameDaily.com, ICQ, Lightningcast, MapQuest, Moviefone, Netscape, etc.).

Site: www.timewarner.com

4- 20TH CENTURY-FOX

William Fox a créé Fox en 1915, en 1933 la compagnie fusionne avec la 20th Century de Darryl Zanuck. En Juin 1981, la 20th Century-Fox fusionne avec la compagnie d'un pétrolier de Denver, Marvin Davis. Celui-ci revend la compagnie en deux temps à News Corp. de Rupert Murdoch. En 2005, News Corp prend le contrôle de Myspace pour environ 580 millions de dollars.

Principales filiales et activités

L'ensemble des activités de News Corp. dans le domaine de la communication audiovisuelle est regroupé depuis 1985 dans Fox, Inc.

Film: 20th Century-Fox Film Corp, Fox International Corporation, Fox Searchlight Pictures, Fox 2000, Fox Family Films, Fox Studio Baja, Fox Studio Australia (50%), Fox Animation Studio, Worldwide Film Services, Blue Sky Studios.

Television: 20th Century –Fox TV Production, Metromedia Producers Corp, Evergreen Television, Fox Broadcasting Corp...

Video: Fox Home Video; Playhouse Video; Metromedia Video Prods Inc.

Divers: Fox Interactive, Delphi Internet services Corp, Fox Music Publishing.

Site: www.newscorp.com

5- NBC - UNIVERSAL

Fondée en 1912 par Carl Laemmle, Universal est associée dans les années 1930 à une série de films d'horreurs. Elle fusionne avec International Pictures en 1946 et est acquise par Decca Records en 1952. En 2000, est annoncée sa fusion avec Vivendi Universal. Le mariage est estimé entre 32,7 et 34,4 milliards de dollars. En 2003, Vivendi Universal Entertainment est cédée à NBC/Général Electric pour 3,8 milliards de dollars en cash et 1,7 milliards de dollars en reprise de dettes.

Principales filiales et activités

Film : Universal Pictures Production, Universal Cartoon Studios, Universal Pictures Distribution, Universal Pictures Marketing.

Télévision : MCA TV, NBC, Universal Pay Per View.

Video: MCA Home Video, MCA/Universal Home Video.

Musique: Universal Music Group, MCA Music Entertainment, Universal Music Group...

Parcs: Universal City Studios Hollywood, Universal Studios Florida, Universal Studio Port Aventura, Universal Studio Pekin.

Divers: Universal Interactive Studios, Universal Recreation Group, City Walk...

Site: www.nbcuni.com

6-

THE WALT DISNEY COMPANY

Le Disney Bros Studios est créé en 1923 par les frères Walt et Roy Disney. En 1995, il prend le capital de Cities/ABC pour 19 milliards de dollars. En 2006, il rachète Pixar pour 7,4 milliards de dollars.

Principales filiales et activités :

Film: The Walt Disney Studios, Walt Disney Pictures (Touchstone Pictures, Hollywood Pictures, Disney Feature Animation, Walt Disney Animation France, Miramax...)

Television: Walt Disney Television, Touchstone Television, Disney-ABC International Television, Disney-ABC Domestic Television...

Video: Walt Disney Studio Home Entertainment, SuperCom.

Musique: Disney Music Group, Wonderland Music, Hollywood Records, Lyric Street Records...

Parcs: Disneyland, Disneyworld, Disneyland Paris...

Divers: Disney Consumer Products, Walt Disney Telecommunications, Vista Advertising, Hyperion, Disney-Hachette presse, Infossek...

Site: www.corporate.disney.go.com

Annexe 9 Encadré 5 La polyvalence des formes

« Il n'y a pas si longtemps encore chaque type de contenu était diffusé et stocké sous une forme spécifique autonome, incompatible avec celle des autres contenus : un disque vinyle pour le son, le papier pour l'édition, les cassettes vidéo pour l'image. La numérisation a brisé ces couples contenus/supports de stockage. Ce mouvement n'a pas toujours été perçu car il s'est déroulé en deux temps : d'abord la proposition d'un «double numérique» des anciens supports analogiques : films sur laser disc, puis sur vidéo-CD, enfin sur DVD coexistant avec la cassette VHS ou bien CD audio à côté du disque en vinyle. Dans un second temps, en même temps que les supports numériques ont convergés progressivement, parfois tumultueusement, autour de quelques standards de fait ! Un CD ou un DVD sert à stocker des photos, un concert, un logiciel de jeu ou professionnel, du cinéma ou des archives personnelles ou professionnelles. Multifonctionnel, le support de stockage numérique, fixe ou mobile (comme les clés USB) intègre tous les contenus de manière indifférenciée».

Source : (Chantepie & Diberder, 2005, p.9)

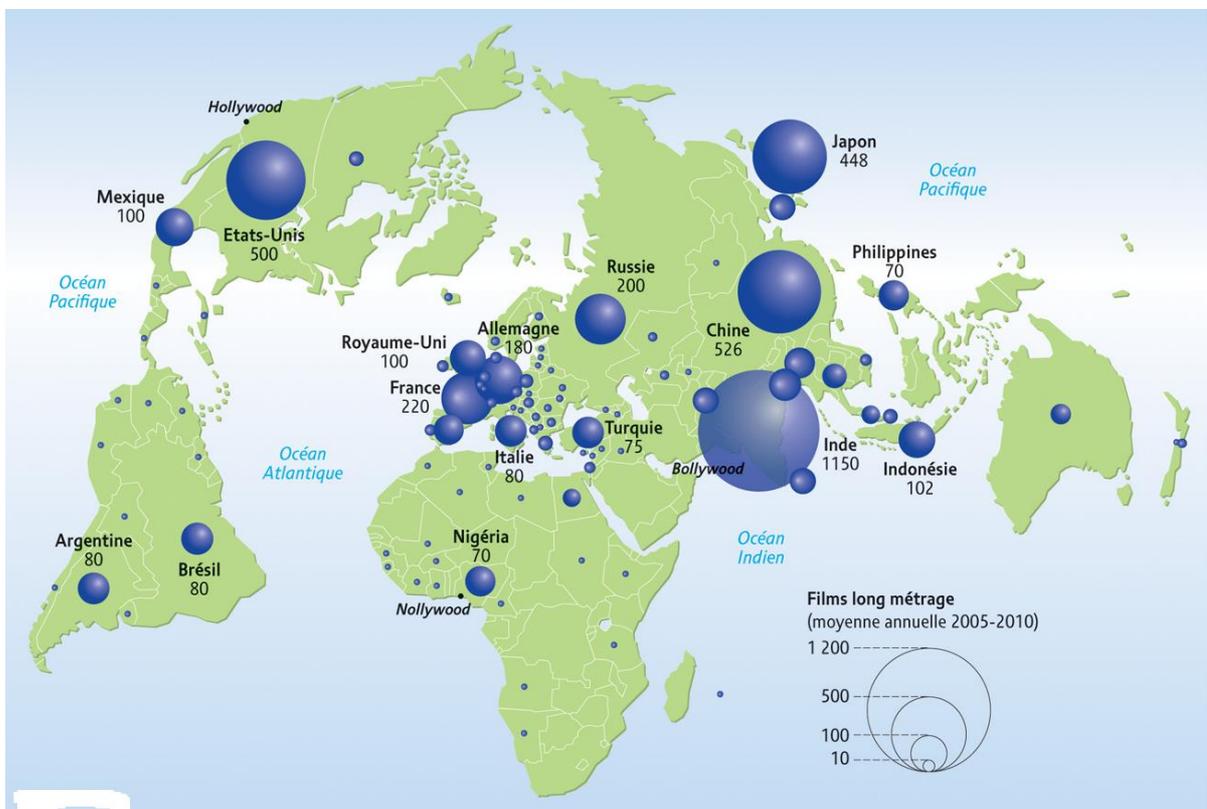
Annexe 10 Encadré 6 La VOD (Vidéo On Demand)

Vidéo on demande : Internet ou câble ?

La rapidité de la pénétration du haut débit (Broadband) a suscité le développement d'une offre de VOD par l'ADSL. Lancé en 2002 par l'italien Fastweb, le modèle du tripe play (accès à Internet, voix sur IP et programmes audiovisuels des chaînes hertziennes, du câble et satellites voire de télévision par abonnement) se décline désormais par des offres de VOD. Il succède à des offres spécifiques de VOD comme *Vidéo Choix* du Britannique Vidéo Networks dès 1999, ou aux Etats-Unis par des services comme *Movielink*, *Moviebeam*, *Starz Encore* ou *Cinéma Now*. La relation historique entre les studios hollywoodiens et les industries audiovisuelles, en particulier les réseaux câblés, continue d'impliquer une segmentation d'accès forte entre les techniques de diffusion : la protection des contenus cinématographiques et leurs possibilités de *versioning* dans la logique de chronologie des médias permettent certes un transport des films par les techniques DSL, mais autant que possible selon le flux séparés et protégés. Le développement éventuel de l'offre de VOD est à la source du rapprochement des câblo-opérateurs et des fournisseurs d'accès à Internet, sinon leur concurrence sur un même modèle d'accès protégé.

Source : (Chantepie & Diberder, 2005, p.35)

Annexe 11 Carte 2 La production de films dans le monde



Source : UNESCO

Annexe 12 Les 10 modalités majeures d'intervention

- 1) les subventions sélectives (au produit) ou automatiques à l'organisme ;
- 2) les aides avec contreparties, remboursements en cas de résultats positifs ;
- 3) les garanties de prêts ;
- 4) les mesures fiscales, TVA (réductions ou crédits d'impôts) ;
- 5) les mesures fiscales : crédit d'impôts, abris fiscaux ;
- 6) le prix unique ;
- 7) diverses mesures réglementaires, chronologie de la diffusion des films selon les supports, le mécénat et les dons etc. ;
- 8) des soutiens nationaux spécifiques ;
- 9) l'action culturelle extérieure, promotion, coopération, accueil non entraves aux échanges ;
- 10) affirmations identitaires : la qualité des producteurs, quotas, etc.

Source : (Cours Master 1A, 2011, Miège)

Annexe 13 Tableau 15 Evolution des fonds d'appui

FONDS INSTITUES	PARTENAIRES	NIVEAU EN 2009
<i>Programme de Soutien à l'Action culturelle (PSAC)</i>	Union européenne	1061000 000
<i>Programme d'Appui à l'Industrie musicale</i>	Banque mondiale	13000000 000
<i>Fonds d'Aide aux Artistes et au Développement de la Culture</i>	Etat	517000000
<i>Fonds de Promotion cinématographique et audiovisuel</i>	Etat	3000000000
<i>Fonds d'Aide à l'Edition</i>	Etat	660000000

Source : LPS

Annexe 14 Les instruments internationaux liés au Sénégal

La Déclaration universelle sur la diversité culturelle, a été adoptée par la 31^e session de la conférence générale de l'Unesco, à Paris, le 2 novembre 2001. « Un instrument d'une telle envergure constitue une première pour la communauté internationale. Il érige la diversité culturelle au rang de «patrimoine mondial de l'humanité »⁸⁷, car les hommes sont différents, les cultures différentes et respecter la diversité c'est reconnaître l'autre sous toutes ses formes. C'est pourquoi «la défense de la diversité culturelle est un impératif éthique, inséparable du respect de la dignité de la personne humaine » (L'Unesco 2003⁸⁸, p.4).

Les biens et services culturels sont différents des autres, en ce qu'ils sont symboliques, porteurs d'identité et de valeurs. A cet effet, « il revient à chaque Etat, dans le respect de ses obligations internationales, de définir sa politique culturelle et de la mettre en œuvre par les moyens d'action qu'il juge les mieux adaptés, qu'il s'agisse de soutiens opérationnels ou de cadres réglementaires » (L'Unesco 2003, p.5).

Sur ce, la déclaration sur la diversité culturelle se propose comme plan d'action entre autres de :

- « stimuler la production, la sauvegarde et la diffusion de contenus diversifiés dans les médias et les réseaux mondiaux d'information et, à cette fin, promouvoir le rôle des services publics de radiodiffusion et de télévision pour le développement de productions audiovisuelles de qualité, en particulier en favorisant la mise en place de mécanismes coopératifs susceptibles d'en faciliter la diffusion ; (article 11, p.7)
- aider à l'émergence ou à la consolidation d'industries culturelles dans les pays en développement et les pays en transition et à cet effet, coopérer au développement des infrastructures et des compétences nécessaires, soutenir l'émergence de marchés locaux viables et faciliter l'accès aux biens culturels de ces pays au marché mondial et aux circuits de distribution internationaux » etc. (article 17, p.7)

C'est sur ce registre que s'inscrit la **Convention de l'Unesco sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles**. Elle a été adoptée à la conférence générale de l'Unesco, en sa 33^e session, à Paris, le 20 octobre 2005. Le Sénégal l'a signé, avec la quasi totalité des Etats et à l'exception des Etats unis et d'Israël.

En effet, « convaincu que les activités, biens et services culturels ont une double nature, économique et culturelle, parce qu'ils sont porteurs d'identités, de valeurs et de sens et qu'ils ne doivent pas être traités comme ayant exclusivement une valeur commerciale » (L'Unesco 2005⁸⁹, p.2), la convention se donne comme objectifs entre autres :

- « de protéger et de promouvoir la diversité des expressions culturelles ;
- de promouvoir le respect de la diversité des expressions culturelles et la prise de conscience de sa valeur aux niveaux local, national et international ;

⁸⁷ Koichiro Matsura, Directeur général de l'Unesco de 1999 à 2009

⁸⁸ UNESCO, 2003, Déclaration universelle sur la diversité culturelle, Paris, 63p– in <http://unesdoc.unesco.org/images/0012/001271/127162f.pdf> – Consulté le 5/10/2012.

⁸⁹ UNESCO, 2005, Convention sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles, 17p. CLT-2005/CONVENTION DIVERSITE-CULT REV.2 – in http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CLT/pdf/Conv2005_IFCD_explanatory%20note_2012_FR.pdf / Consulté le 6/10/2012.

- de réaffirmer le droit souverain des Etats de conserver, d'adopter et de mettre en œuvre les politiques et mesures qu'ils jugent appropriées pour la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles sur leur territoire ;
- de renforcer la coopération et la solidarité internationale dans un esprit de partenariat afin, notamment d'accroître les capacités des pays en développement à protéger et à promouvoir la diversité des expressions culturelles » (L'Unesco 2005, p.3).

Ces objectifs vont en droite ligne avec la création du Fonds international pour la diversité culturelle (FIDC)⁹⁰. En effet c'est l'article 18 qui a prévu la création du FIDC, dans le cadre de la mise en œuvre de la convention. C'est un instrument de soutien aux expressions culturelles dans les pays en voie de développement, et de promotion de la coopération sud-sud et nord-sud-sud.

Cette coopération est au cœur de l'Organisation intergouvernementale du groupe des Etats d'Afrique, des caraïbes et du pacifique, « dont l'objectif principal est la promotion de la coopération entre ses Etats membres à des fins de développement économique et social » (Culture et développement -stratégie du Groupe ACP, op. cit. p.36)

Le Groupe ACP compte 106 Etats membres dont 27 de l'Union européenne et 79 de pays d'Afrique, des Caraïbes et du Pacifique.

La première réunion des ministres de la culture s'est tenue au Sénégal, où **le Plan d'action de Dakar pour la promotion des cultures et des industries culturelles ACP** fut adopté le 20 juin 2003.

Les Ministres de la culture s'engagent ainsi à :

- « adopter les mesures appropriées afin d'élargir l'accès au financement pour les industries culturelles ACP, notamment par des mécanismes tels que le fonds de garantie, les « joints- ventrués » et les incitations fiscales ;
- mener, au niveau national et régional des Etats ACP, des études visant à évaluer la contribution des industries culturelles au développement économique ;
- promouvoir des accords entre les Etats ACP en vue de la création d'un marché commun des productions audiovisuelles et littéraires. Etc. » (Culture et développement -stratégie du Groupe ACP, op. cit. p.31).

En effet, depuis l'accord de Cotonou en 2000, le Groupe ACP vise aussi dans son programme de coopération à « développer les industries culturelles et améliorer les possibilités d'accès au marché pour les biens et services culturels » (Culture et développement -stratégie du Groupe ACP, op. cit. p.39).

⁹⁰ Voir annexe 15 : Le FIDC

Annexe 15 Encadré 7 Le FIDC

Le fonds international pour la diversité culturelle constitue le principal instrument en vue de favoriser de manière concrète et pratique, l'essor des industries culturelles des pays en développement et la coopération dans ce domaine. Il s'agit d'un moyen institutionnel essentiel, au sens où les pays en développement ont souvent des politiques culturelles peu élaborées et leur mise en application demeure déficiente, faute de volonté politique, d'expertise et de moyens financiers. Toutefois, le fonctionnement efficace du fonds repose sur la bonne foi et la loyauté des Etats plutôt que sur un engagement strict, dans la mesure où les parties n'ont pas l'obligation de contribuer au fonds, contrairement à d'autres instruments normatifs de l'UNESCO, comme les conventions sur le patrimoine culturel matériel(1972) et immatériel(2003). Ainsi, les ressources du fonds proviennent des contributions volontaires des parties ainsi que celles d'autres Etats, d'organisations régionales ou internationales, d'organismes publics ou privés ou de personnes privées. Celles-ci s'élèvent en janvier 2011 à plus de 3 millions et demi de dollars. Les contributions réunies du Canada-Québec, de la Finlande, du Norvège, de la France et de l'Espagne atteignent à elles seules près de 3 millions de dollars. Par ailleurs, le Royaume Uni, l'Allemagne, les Pays Bas, l'Italie et l'Australie, partie prenante à la convention et pays fort développés sur le plan des industries culturelles, n'ont pas contribué aux ressources du fonds.

Le caractère volontaire des contributions engendre une situation d'incertitude à propos du financement du fonds et des difficultés d'élaboration d'une approche structurée, cohérente et globale en vue de soutenir les industries culturelles des pays en développement (...). Il convient de souligner que la mise en œuvre de la convention sera confrontée à la question des rapports du fonds avec d'autres programmes de coopération culturelle.

Source : (Vlassis, 2011)

LISTE DES ILLUSTRATIONS

Liste des tableaux

TABLEAU 1	QUELQUES ACCORDS DE COPRODUCTION AVEC LE CCM	12
TABLEAU 2	LES SALLES DE CINEMA ENCORE EN ACTIVITE AU SENEGAL	13
TABLEAU 3	LES SYSTEMES DE SOUTIEN ET LES BARRIERES A L'ENTREE DE L'INDUSTRIE CINEMATOGRAPHIQUE AU SENEGAL.....	17
TABLEAU 4	L'EVOLUTION DU BUDGET DU MC DE 2000 A 2012 (EN MILLIARDS DE FCFA).....	34
TABLEAU 5	LA GRILLE D'ENTREVUE.....	37
TABLEAU 6	BOX OFFICE PAR NATION AU MAROC EN 2011	42
TABLEAU 7	L'ANALYSE STRATEGIQUE	44
TABLEAU 8	AXE 1 : LES DEFIS STRATEGIQUES.....	48
TABLEAU 9	AXE 2 : L'APPREHENSION DU NUMERIQUE	49
TABLEAU 10	AXE 3 : L'ENJEU DE LA POSTPRODUCTION NUMERIQUE.....	49
TABLEAU 11	TABLEAU DE BORD DE LA STRATEGIE.....	52
ANNEXE 2	TABLEAU 12 LES MAISONS DE PRODUCTION SÉNÉGALAISES	X
ANNEXE 3	TABLEAU 13 FONDS D'AIDE AU CINÉMA 2008.....	XII
ANNEXE 6	TABLEAU 14 LES METIERS DU CINEMA	XIV
ANNEXE 13	TABLEAU 15 EVOLUTION DES FONDS D'APPUI	XX

Liste des encadrés

ENCADRE 1	LES PRINCIPALES CARACTERISTIQUES DES INDUSTRIES CULTURELLES	22
ENCADRE 2	LA CHRONOLOGIE DES MEDIAS	28
ANNEXE 4	ENCADRE 3 LES TROIS TYPES DE QUOTAS.....	XIII
ANNEXE 5	ENCADRE 4 LES TYPES DE TRAVAILLEUR CULTUREL.....	XIII
ANNEXE 9	ENCADRE 5 LA POLYVALENCE DES FORMES.....	XVIII
ANNEXE 10	ENCADRE 6 LA VOD (VIDEO ON DEMAND).....	XIX
ANNEXE 15	ENCADRE 7 LE FIDC	XXIII

Liste des figures

FIGURE 1	NOMBRE DE FILMS EN COMPETITION PAR PAYS DE 1946 A 2010 A CANNES	12
ANNEXE 7	FIGURE 2 LES COMPOSANTES DE LA FILIERE INDUSTRIELLE DE L'IMAGE	XV

Listes des cartes

CARTE 1	CARTE DU SENEGAL	35
ANNEXE 11	CARTE 2 LA PRODUCTION DE FILMS DANS LE MONDE	XIX

TABLE DES MATIERES

REMERCIEMENTS	i
DEDICACES	ii
RESUME	iii
ABSTACT.....	iv
LISTE DES ACRONYMES ET ABRÉVIATIONS UTILISÉS	v
SOMMAIRE.....	vi
INTRODUCTION	1
1. DE LA PROBLEMATIQUE D'UNE INDUSTRIE DU CINÉMA AU SENEGAL.....	3
A. Bilan de la politique culturelle du Sénégal.....	3
1.A.1 Politique cinématographique du Sénégal	7
1.A.2 Limites de la coopération internationale	15
B. Cadre opératoire	17
1.B.1 Problèmes prioritaires.....	17
1.B.2 Enoncé des questions	18
1.B.3 Hypothèse(s) et variables de recherche	18
1.B.4 Objectif et résultat attendu.....	18
2 CONCEPT(S) DE BASE ET REVUE BIBLIOGRAPHIQUE	19
A. De la culture aux industries culturelles	19
B. L'industrie cinématographique au cœur des industries culturelles	24
C. Révolution numérique et ses incidences sur l'industrie cinématographique.....	26
D. L'industrie cinématographique, levier de développement.....	29
E. Politique et stratégie pour exister	31
F. La lettre de politique du secteur de la culture	32
3 METHODOLOGIE ET APPORT DU STAGE	35
A. Univers et cadre de l'étude.....	35
B. Méthode et type de recherche.....	36
3.B.1 Approche mixte.....	36
3.B.2 Entrevue	36
3.B.3 Population d'étude	37

3.B.4	Grille d'entretien.....	37
3.B.5	Documentation	39
3.B.6	Technique d'exploitation des données.....	39
C.	Apport du stage	39
3.C.1	Présentation de la structure.....	39
3.C.2	De l'étude du cas de l'industrie cinématographique marocaine	40
4	STRATEGIE D'UNE INDUSTRIE CINEMATOGRAPHIQUE AU SENEGAL	44
A.	Analyse stratégique du cinéma sénégalais	44
B.	Préconisation stratégique.....	45
4.B.1	Vision.....	45
4.B.2	Orientations stratégiques.....	45
4.B.3	Axes stratégiques : objectifs et actions.....	46
4.B.4	Plan d'actions stratégiques.....	47
4.B.5	Dispositif de mise en œuvre et de suivi - évaluation.....	51
	CONCLUSION	53
	REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES.....	55
	ANNEXES	viii
ANNEXE 1	AUTRES LOIS ADOPTEES SUR LE CINEMA ET L'AUDIOVISUEL	IX
ANNEXE 2	TABLEAU 12 LES MAISONS DE PRODUCTION SÉNÉGALAISES	X
ANNEXE 3	TABLEAU 13 FONDS D'AIDE AU CINÉMA 2008.....	XII
ANNEXE 4	ENCADRE 3 LES TROIS TYPES DE QUOTAS.....	XIII
ANNEXE 5	ENCADRE 4 LES TYPES DE TRAVAILLEUR CULTUREL.....	XIII
ANNEXE 6	TABLEAU 14 LES METIERS DU CINEMA	XIV
ANNEXE 7	FIGURE 2 LES COMPOSANTES DE LA FILIERE INDUSTRIELLE DE L'IMAGE	XV
ANNEXE 8	LES PRINCIPALES MAJORS.....	XVI
ANNEXE 9	ENCADRE 5 LA POLYVALENCE DES FORMES.....	XVIII
ANNEXE 10	ENCADRE 6 LA VOD (VIDEO ON DEMAND)	XIX
ANNEXE 11	CARTE 2 LA PRODUCTION DE FILMS DANS LE MONDE	XIX
ANNEXE 12	LES 10 MODALITES MAJEURES D'INTERVENTION	XX
ANNEXE 13	TABLEAU 15 EVOLUTION DES FONDS D'APPUI	XX
ANNEXE 14	LES INSTRUMENTS INTERNATIONAUX LIES AU SENEGAL	XXI
ANNEXE 15	ENCADRE 7 LE FIDC	XXIII
	LISTE DES ILLUSTRATIONS	xxiv
	TABLE DES MATIERES	xxv

