

Plateformes numériques et distribution-diffusion des films burkinabè : états des lieux et perspectives.

Présenté par

Yipéné Laure Marie Cécile BADO

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

Département culture

Spécialité management des entreprises culturelles

le 21 septembre 2021

Devant le jury composé de :

Dr. Hdr. Jean-François Faü Président

Directeur du département culture
Université Senghor

M. Michel Saba Examineur

Délégué général du CERAV /Afrique

M. Salfo Ouédraogo, Examineur

Conseiller des affaires culturelles, spécialiste en
management des projets du Ministère de la culture des
arts et du tourisme du Burkina Faso

Remerciements

Ce travail est un projet qui a vu le jour grâce aux efforts conjugués de nombreuses personnes auxquelles nous adressons notre profonde gratitude. Nos sincères remerciements :

A M. Michel Saba, Délégué général du Centre Régional pour les Arts Vivants en Afrique (CERAV/Afrique), notre maître de stage, qui, malgré son calendrier chargé, n'a ménagé aucun effort pour nous accompagner tout au long de notre séjour au CERAV/Afrique et dans nos recherches.

A M. Salfo Ouédraogo, ancien Directeur Général des Etudes et des Statistiques Sectorielles (DGESS) du Ministère de la culture, des arts et du tourisme et Point de contact de la Convention 2005 de l'UNESCO au Burkina Faso, notre directeur de mémoire pour sa disponibilité et ses conseils avisés qui nous ont permis d'évoluer dans notre étude.

Au Dr Yarabatioula Yarassoula Jacob, enseignant chercheur à l'Université Joseph Ki-Zerbo, notre co-directeur de mémoire, pour son précieux encadrement.

A M. Désiré Ouédraogo, inspecteur technique, expert de la Convention 2005 de l'UNESCO, pour sa disponibilité et son accompagnement qui ont favorisé l'aboutissement de ce travail de recherches.

Au Dr Jean-François Faü, Directeur du département culture de l'Université Senghor à Alexandrie, pour son encadrement riche et fructueux tout au long de notre cursus de master.

A tout le personnel du département culture pour avoir contribué à notre enrichissement intellectuel.

A tout le personnel du CERAV Afrique, pour l'accueil, la disponibilité, et le soutien dont il a fait preuve tout au long du stage et de l'élaboration du mémoire.

A toute notre famille pour les encouragements et le soutien inconditionnel.

A toutes les personnes ressources et nos aînés pour la relecture du document et leurs conseils avisés.

A tous nos condisciples de la promotion 2019-2021, précisément de la spécialité management des entreprises culturelles, pour leur soutien et la joie que nous avons partagée tout au long de notre cursus académique.

A tous ceux qui ont contribué de près ou de loin à l'élaboration de ce document, merci!

Dédicace

Nous dédions ce document à nos chers parents. Ceux qui, sans les prières, le soutien moral et matériel, ce projet n'aurait jamais vu le jour. Recevez ici toute notre reconnaissance. Soyez bénis abondamment !

Résumé

Le numérique a créé de grandes mutations mondiales dans le domaine des industries culturelles et créatives, et le cinéma ne fait pas l'exception. Le numérique a changé la donne dans la chaîne de valeurs du septième art, de la production à la commercialisation en passant par la distribution et la promotion. Notre étude s'est intéressée au rôle du numérique dans l'exploitation des produits cinématographiques, plus précisément la place des plateformes numériques dans la diffusion des films burkinabè.

L'objectif de notre travail était d'analyser l'état des lieux de l'usage des plateformes numériques dans la distribution et la diffusion des films burkinabè et à l'issue de cela émettre des perspectives en vue d'améliorer la situation. Nous sommes en droit de nous interroger sur la place de choix que les professionnels offrent à l'usage des plateformes numériques. Les consommateurs préfèrent-ils les plateformes numériques aux canaux classiques de diffusion ? De ces questionnements, nous avons formulé l'hypothèse selon laquelle les films burkinabè sont faiblement représentés sur les plateformes numériques. Pour collecter nos données, nous avons utilisé des outils d'étude qualitative et quantitative tels qu'un questionnaire et un guide d'entretien sans oublier la recherche documentaire. Nos enquêtes nous ont révélé que certains professionnels rechignent à faire diffuser leurs films sur les plateformes numériques surtout par méconnaissance de ces canaux et pour des raisons de manque de transparence dans la gestion du droit d'auteur dans l'environnement numérique. Les cinéphiles, de plus en plus, visionnent les films sur les plateformes numériques. Toutefois, le faible débit et la cherté du réseau internet au Burkina constituent les principaux freins à la consommation effective des films burkinabè.

Ainsi, cela nous permet de confirmer l'hypothèse de départ selon laquelle les films burkinabè sont faiblement représentés sur les plateformes numériques. Nous avons suggéré, entre autres, la création d'un environnement propice au développement du numérique et la promotion de la diffusion et de l'accessibilité des contenus cinématographiques dans l'environnement numérique.

Mots-clefs

Numérique- Cinéma-Film-Distribution-Diffusion

Abstract

Digital has created major global changes in the cultural and creative industries including cinema. Digital has changed things in the 7th art's value chain, from production to marketing going through distribution and promotion. Our study focused on the role of the digital in the exploitation of cinematographic products, and more specifically, on the role of digital platforms in the distribution of Burkinabe movies.

The objective of our research work was to analyze the inventory of fixtures of the use of digital platforms in the distribution and broadcasting of Burkinabe movies and, at the end of this, to put forward perspectives with a view to improving the situation. We are entitled to question ourselves about the prime position that professionals offer to the use of digital platforms. Do consumers prefer digital platforms to traditional distribution channels? From these questions, we formulated the hypothesis that Burkinabe movies are poorly represented on digital platforms. To collect our data, we used qualitative and quantitative study tools such as a questionnaire and an interview guide, as well as documentary research. Our surveys revealed that some professionals are reluctant to have their movies distributed on digital platforms, mainly because of a lack of knowledge of these channels and a lack of transparency in the management of copyright in the digital environment. Increasingly, cinephiles are viewing movies on digital platforms. However, the low speed and high cost of the internet network in Burkina are the main barriers to the effective consumption of Burkinabe movies.

Thus, this allows us to confirm the initial hypothesis that Burkinabe movies are poorly represented on digital platforms. We have suggested, among other things, the creation of a suitable environment to digital development and the promotion of the dissemination and accessibility of cinematographic content in the digital environment.

Key-words

Digital-Cinema-Film-Distribution-Broadcasting

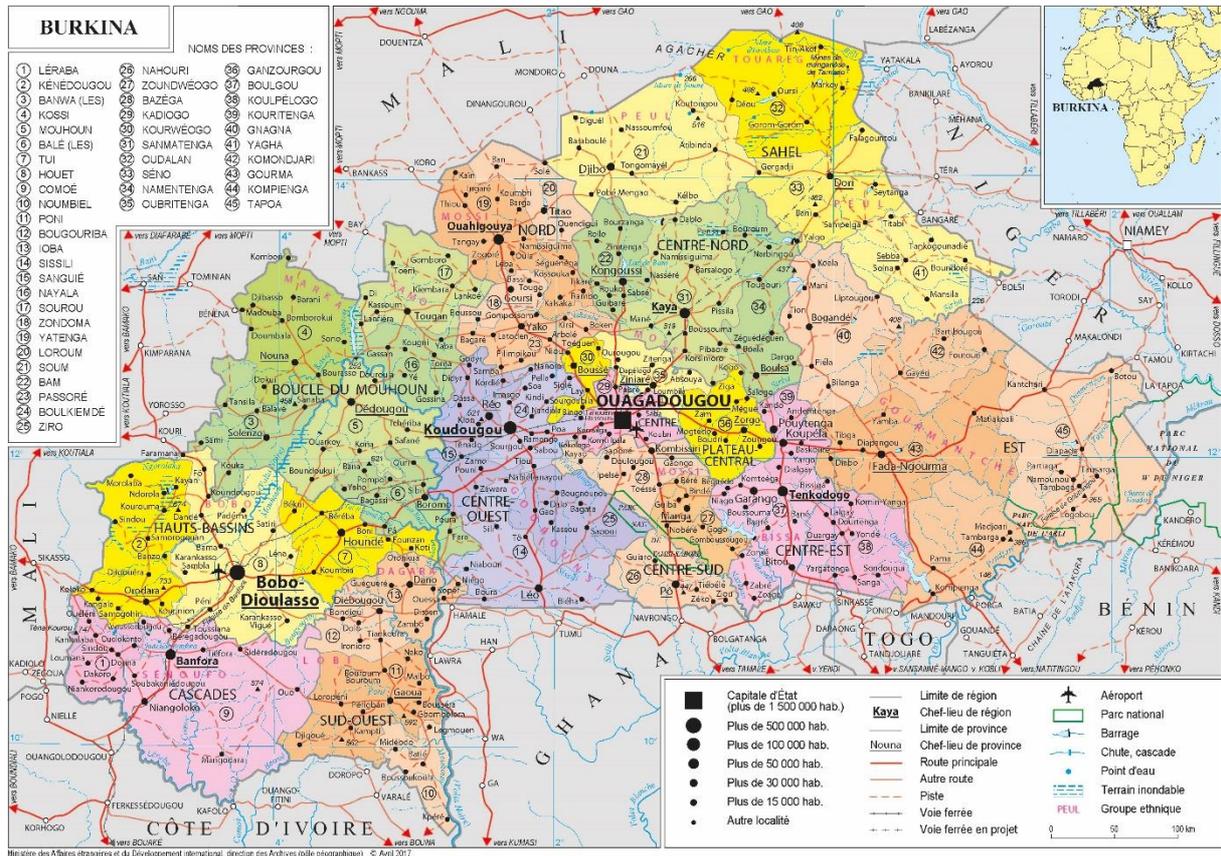
Liste des acronymes et abréviations utilisés

- **ANPTIC** : Agence nationale de promotion des technologies de l'information et de la communication
- **ANSSI** : Agence Nationale de Sécurité des Systèmes d'Information
- **CIL** : Commission de l'informatique et des libertés
- **CIRT** : Centre de cyber sécurité
- **ADCIA** : association des distributeurs cinématographiques et audiovisuels
- **ADCIA** : Association des distributeurs cinématographiques et audiovisuels
- **ARCEP** : Autorité de régulation des communications électroniques et des postes
- **BBDA** : Bureau burkinabè des droits d'auteur
- **CENASA** : Centre national des arts du spectacle et de l'audiovisuel
- **CERAV/Afrique** : Centre régional pour les arts vivants en Afrique
- **CNA** : Cinéma numérique ambulante
- **COMACICO** : compagnie africaine cinématographique et commerciale
- **CSC** : Conseil supérieur de la communication
- **DCN** : Direction de la cinématographie nationale
- **DGCA** : Direction générale du cinéma et de l'audiovisuel
- **DGESS** : Direction générale des études et des statistiques sectorielles
- **DPICC** : Direction de la promotion des industries culturelles et créatives
- **EPST** : Etablissement public de l'Etat à caractère scientifique, culturel et technique
- **FDCT** : Fonds de développement culturel et touristique
- **FESPACO** : Festival panafricain du cinéma et de la télévision de Ouagadougou
- **FFOM** : Forces, faiblesses, opportunités, menaces
- **FNCA** : Fédération nationale du cinéma et de l'audiovisuel
- **ICC** : Industrie culturelle et créative
- **INAFEC** : Institut africain d'éducation cinématographique
- **ISIS-SE** : Institut supérieur de l'image et du son/studio-école
- **MCAT** : Ministère de la culture, des arts et du tourisme
- **MENDP** : Ministère de l'économie numérique, des postes et de la transformation digitale
- **ODD** : Objectifs de développement durable
- **PSCTSL** : Politique sectorielle « culture, tourisme, sports et loisirs »
- **RPQ** : Rapport périodique quadriennal
- **RTB** : Radiodiffusion télévision du Burkina
- **SECMA** : société d'exploitation cinématographique africaine
- **SNCT** : Stratégie nationale de la culture et le tourisme
- **SONACIB** : Société nationale d'exploitation cinématographique du Burkina
- **SONAVOCI** : Société nationale voltaïque du cinéma
- **SVOD** : VOD par abonnement

- **TNB** : Télévision nationale du Burkina
- **TNT** : Télévision numérique terrestre
- **UNESCO** : United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization ou Organisation des Nations unies pour l'éducation, la science et la culture
- **VOD** : Video on demand ou Vidéo à la demande

Préambule : Brève présentation du Burkina Faso

Figure 1 La carte du Burkina Faso



Source : <https://www.diplomatie.gouv.fr/fr/dossiers-pays/burkina-faso/presentation-du-burkina-faso/>)

Tableau 1 Quelques informations sur le Burkina

Population (palmarès : 61e)	21 510 181 habitants (2020)
Croissance démographique	3,07 % / an
Superficie	270 764 km ²
PIB (palmarès : 127e)	15,746 milliards \$USD (2019)
PIB/habitant (palmarès)	775 \$USD (2019)
Espérance de vie (palmarès)	61,20 ans (2018)
Taux d'alphabétisation	52,51 % (2015)
IDH (palmarès : 220e)	0,434 / 1 (2018)
Langues officielles	Français

Source : <https://www.populationdata.net/pays/burkina-faso/> ¹

¹ <https://www.populationdata.net/pays/burkina-faso/>, Consulté le 09/07/2021

Tables des matières

Remerciements	i
Dédicace	ii
Résumé	iii
Mots-clefs.....	iii
Key-words.....	iv
Liste des acronymes et abréviations utilisés.....	v
Préambule : Brève présentation du Burkina Faso	vii
Tables des matières.....	viii
Introduction.....	1
Chapitre 1 : Aspects théoriques	4
I. Cadre conceptuel : Définition des concepts	4
1. Plateforme.....	4
2. Numérique.....	4
3. Distribution.....	5
4. Diffusion	5
5. Film	6
II. Les questions, objectifs, hypothèses.....	6
1. Questions.....	6
2. Objectifs	6
3. Hypothèses.....	7
4. L'intérêt de l'étude.....	7
5. La revue de littérature.....	8
5.1. Ouvrages généraux.....	8
5.1.1 Culture et environnement numérique : deux domaines liés.....	8
5.1.2 Numérique et nouveaux défis dans l'économie de la culture	9
5.2. Ouvrages spécifiques.....	11
5.2.1. Cinéma et numérisation.....	11
5.2.2. Cinéma et numérique : réalités en Afrique et au Burkina Faso	12
6. Cadre théorique : Les théories des industries culturelles et créatives	13
7. Cadre de référence : Critères d'analyse de l'état des lieux de l'usage des plateformes numériques	14
Chapitre 2 : Contexte et problématique de l'étude	16

I	Généralités et contexte historique du cinéma burkinabè	16
1.	Du Cadre institutionnel et juridique.....	17
2.	De l'insuffisance des ressources financières.....	18
3.	Une industrie du cinéma existante, mais une chaîne de valeurs défailante	19
3.1.	Du secteur de la production.....	20
3.2.	De la problématique de la distribution et diffusion du cinéma burkinabè	21
3.2.1	Aperçu général sur le secteur de la distribution cinématographique.....	21
3.2.2	L'organisation de la distribution et de la diffusion au Burkina Faso	21
3.3	De l'environnement numérique au Burkina Faso : les techniques de l'information et de la communication et plateformes numériques de diffusion	23
	Chapitre 3 : Démarche méthodologique de la recherche et analyse des données.....	28
I	Démarche méthodologique	28
1.	Le champ de l'étude	28
1.1.	Brève présentation de la commune de Ouagadougou.....	28
1.2.	Brève présentation de la commune de Bobo-Dioulasso	29
2.	Population d'enquête.....	30
3.	L'échantillonnage	31
4.	Les techniques et outils de collecte et de traitement de données.....	31
4.1.	Les techniques de collecte de données.....	31
4.1.1.	Les recherches documentaires :.....	31
4.1.2.	L'observation participante	32
4.1.3.	L'entretien semi-directif.....	32
4.1.4.	L'entretien en ligne	32
4.1.5.	L'enquête par questionnaire	33
4.2.	Les outils de collecte et de traitement de données.....	33
4.2.1.	Le guide d'entretien	33
4.2.2.	Le questionnaire.....	33
4.2.3.	Les autres outils de collectes de données.....	33
4.2.4.	Les outils de traitement des données	33
5.	Les difficultés rencontrées	34
6.	Le stage professionnel.....	34
II.	Analyse des données : Etat des lieux de l'usage des plateformes numériques dans la distribution et diffusion des plateformes numériques	36

1. Etude quantitative.....	36
1.1. La connaissance des plateformes numériques.....	36
1.1.1 Connaissance des plateformes numériques de diffusion de films	36
1.1.2 Connaissance des plateformes de diffusion de films burkinabè	37
1.2 L’usage des plateformes numériques par les professionnels du cinéma et les consommateurs.....	38
1.2.1 L’usage des plateformes numériques par les professionnels du cinéma	38
1.2.2 L’usage des plateformes par les consommateurs de films	39
1.2.3 Le mode de paiement des films par les consommateurs	40
1.2.4 Le respect de la propriété intellectuelle	41
1.3. Les préférences liées à l’usage des plateformes numériques.....	41
1.3.1. Le classement des canaux de diffusion selon les professionnels du cinéma.....	41
1.3.2. Le classement des canaux de diffusion des consommateurs de cinéma.....	42
1.3.3. Le classement des types de films visionnés par les cinéphiles	43
1.4. L’appréciation des plateformes numériques par les usagers.....	44
1.4.1. Le niveau d’appréciation des plateformes numériques par les professionnels et les consommateurs	44
1.4.2. Le niveau de satisfaction des professionnels quant à l’usage des plateformes ..	45
1.4.3. La place du cinéma burkinabè dans l’usage des plateformes numériques	45
1.4.4. La création d’une plateforme numérique de diffusion burkinabè	46
2. Etude qualitative : Analyse FFOM de l’environnement cinématographique face à l’usage des plateformes numériques	47
2.1. Forces.....	46
2.2. Faiblesses.....	47
2.3. Opportunités.....	47
2.4. Menaces.....	48
3. Proposition de pistes de solutions pour un meilleur usage des plateformes numériques par les acteurs du cinéma et de l’audiovisuel et la population burkinabè.	49
3.1. Un fort engagement politique de l’Etat burkinabè et du MCAT	48
3.2. Un cadre réglementaire propice.....	48
3.3. La promotion du numérique par des programmes de renforcement de capacités.....	49
3.4. Des financements satisfaisants.....	49
Chapitre 4 : Le projet professionnel.....	52

Titre .	52
Promoteur	52
Lieu d’implantation	52
Durée du projet	52
Contexte et justification	52
Description du projet	53
Les objectifs du projet :	53
L’objectif général	53
Objectifs spécifiques	53
Les résultats attendus	53
Les activités à mener :	53
L’analyse diagnostic du projet	54
Les modalités de mise en œuvre du projet	55
L’organigramme de DigitKultur	55
Les ressources humaines et matérielles	55
La stratégie de communication autour du projet	56
Les partenaires potentiels	56
La programmation des activités	56
Le financement du projet	57
Le suivi et l’évaluation	59
Perspectives	59
Conclusion	60
Références bibliographiques	xvi
Ouvrages généraux et spécifiques	xvi
Articles, revues et communications scientifiques	xvi
Périodiques/ Etudes/ Rapports/Cours	xviii
Mémoires, thèses et cours	xx
Documents administratifs, juridiques et manuels	xx
Webographie	xxi
Liste des personnes enquêtés	xxii
Les professionnels du cinéma	xxii
Liste des personnes ressources interviewées	xxii
Liste des illustrations	xxiii
Liste des tableaux	xxiii

Glossaire	xxiv
Annexe 2 : Quelques données statistiques sur les travailleurs du cinéma et de l’audiovisuel	lv
Annexe 2 : Nombre de salles de cinéma fonctionnelles en 2021	lv
Annexe 3 : Coûts de diffusion des œuvres cinématographiques sur les chaînes de télévision	lvi
Annexe 4 : Quelques indications sur le cinéma numérique ambulancier	lvi
Annexe 5 : Communiqué des résultats du premier appel à projets du FDCT	lvii
.....	lvii
Annexe 6 : Le ciné Guimbi à Bobo-Dioulasso en réflexion	lviii
Annexe 7 : Quelques images d’interfaces de plateformes numériques	lviii

Introduction

« Le numérique est aujourd’hui incontournable »². Il a enclenché une révolution dans la chaîne de valeurs des industries culturelles et créatives. En effet, «la numérisation modifie en profondeur notre expérience culturelle, non seulement du point de vue de l’accès, de la production et de la diffusion de la culture, qui sont conditionnés aux nouvelles technologies, mais également en termes de participation, de création et d’apprentissage dans une société de la connaissance »³. Le cinéma, septième art, à l’instar des autres filières des industries culturelles et créatives n’est pas en reste et depuis un bout de temps, connaît un chamboulement dû à la transition numérique à l’échelle du monde entier. Selon Colin Dupré, « en France, le parc des salles achève sa transition numérique (98 % des cinémas sont aujourd’hui équipés, ce qui la place au troisième rang mondial). (...). Les États-Unis occupent la première place, ce qui est logique puisque le cinéma numérique est avant tout une technologie américaine. (...). En Inde, la digitalisation est aussi en marche, et change en profondeur les pratiques cinématographiques et cinéphiliques. (...). Toutefois, les industries cinématographiques d’Afrique, quant à elles, tentent de s’adapter à cette nouvelle donne technologique ». Si de plus en plus de films sont tournés au format numérique, la diffusion et l’exploitation posent davantage de problèmes.⁴ On y constate une crise sans précédent. Le fort dynamisme en Afrique du cinéma nigérian et sud-africain voile la perte de vitesse, depuis les années 1990, du cinéma africain et particulièrement de celui d’Afrique francophone.⁵

Au Burkina Faso, appelé la capitale du cinéma africain, au regard du fait qu’il abrite le Festival panafricain du cinéma et de la télévision de Ouagadougou (FESPACO), le plus grand festival de cinéma d’Afrique, la filière cinématographique vit des moments difficiles depuis la fin des années 1990⁶. Cela est d’autant plus perceptible au niveau de la distribution et diffusion des productions cinématographiques. Le Burkina Faso fait partie des pays africains les moins organisés dans le secteur de la distribution et de la diffusion. La structure qui s’occupait de la distribution, la Société nationale du cinéma du Burkina (SONACIB) n’existe plus.⁷ La gestion

² Culturecom, « La transformation numérique à l’œuvre dans les structures culturelles? », consulté le 6 avril 2021, <https://culture-communication.fr/fr/la-transformation-numerique-a-loeuvre-dans-les-structures-culturelles/>.

³ <https://www.coe.int/fr/web/culture-and-heritage/culture-and-digitisation>, consulté le 06/04/2021

⁴ Dupré, Colin (2013), « Les cinémas africains face au chantier du numérique. L’industrie cinématographique africaine est-elle prête à relever le défi numérique ? », *La revue des médias*, [En ligne] consulté le 07 avril 2021, Publié le 30 septembre 2013 — Mis à jour le 17 avril 2019 , <https://larevuedesmedias.ina.fr/les-cinemas-africains-face-au-chantier-du-numerique>.

⁵ Dakouré, Evariste. s. d. « La promotion de films d’Afrique francophone sur des plateformes numériques : l’exemple du Burkina Faso », 15 pages. Mis en ligne le 13/07/2020, consulté le 16/08/2021 sur <https://lesenjeux.univ-grenoble-alpes.fr/2020/varia/01-la-promotion-de-films-dafrique-francophone-sur-des-plateformes-numeriques-lexemple-du-burkina-faso/>

⁶ Ibid.

⁷ Cette société d’État avait pour attribution d’acquérir des films et d’en faire la distribution pour les salles de cinéma dont elle avait la charge et d’un autre côté de faire la distribution de films auprès de salles privées. La SONAVOCI est devenue la SONACIB avec le changement de nom du pays et a connu des difficultés à partir des

de ce secteur est peu organisée. Ce pays à l'instar des autres pays africains fait face à une crise de salles de cinéma, qui sont insuffisantes, vétustes et concentrées dans les grandes villes. Même les vidéo-clubs dans les provinces rendent l'âme peu à peu. Les supports classiques de diffusion tels que les VCD et DVD sont de moins en moins prisés par les consommateurs. La transition numérique dans le cinéma burkinabè semble avoir la peau dure, même si elle a entraîné d'énormes changements. Le développement du numérique a entre autres eu pour incidence dans le domaine de la distribution au Burkina Faso, la croissance du piratage des œuvres (...). Comme autre évolution dans les domaines de la distribution et diffusion de films, on peut mentionner le fait que la numérisation dans la filière du cinéma est telle qu'aujourd'hui, pour recevoir les films internationaux : européens et américains par exemple, les salles de cinéma doivent être équipées en dispositif numérique ; le Digital Cinema Package (DCP), pour limiter les risques de piratage⁸ ce qui n'est pas toujours le cas au Burkina. De plus en plus, de nombreuses plateformes numériques de contenus culturels voient le jour. Nous assistons à la création de plateformes numériques spécialisées à la vidéo à la demande (VOD). Netflix qui est le géant mondial des sites de streaming, en plus de la diffusion est devenu aujourd'hui producteur. Le numérique a donc créé un chamboulement de la chaîne des valeurs du cinéma. Youtube également qui est le plus grand site de téléchargement est devenu incontournable de nos jours. Les offres de films africains sur des plateformes de VOD se développent de plus en plus sur le continent africain.⁹ Ainsi, de nombreux sites africains ont vu le jour dont Africafilm.tv : la plateforme de VOD 100% africaine¹⁰, Africashow, hébergé par youtube qui est une plateforme de vidéo à la demande, Iroko TV, pionnière en matière de vidéo à la demande (VOD) en Afrique. Des films burkinabè sont disponibles sur des plateformes en ligne comme AfricaShows, Tènk, entre autres. En revanche, beaucoup de professionnels burkinabè du cinéma sont peu disposés à céder des droits de leurs films pour des plateformes numériques.¹¹

Au regard de la lecture mitigée que nous faisons a priori sur le numérique et son implication dans la distribution et diffusion des œuvres cinématographiques, nous avons jugé nécessaire d'approfondir la réflexion sur la question. Dans le cadre de notre recherche, nous nous posons la question fondamentale à savoir « quel est l'état des lieux de l'usage des plateformes numériques dans la diffusion des films burkinabè ? » L'objectif principal de notre travail consiste à analyser l'état des lieux de l'usage des plateformes numériques dans la distribution

années 1990 qui ont conduit à sa liquidation en 2004. Ainsi, le rôle qu'elle jouait en matière de distribution de films s'est estompé.

⁸ Dakouré, Evariste, loc.cit.

⁹ Dakouré, Evariste, loc.cit.

¹⁰ Dakouré, Evariste, loc.cit.

¹¹ Selon Evariste Dakouré, dans *La promotion de films d'Afrique francophone sur des plateformes numériques : l'exemple du Burkina Faso*, les enquêtes de terrain qu'ils ont menées ont révélé que les professionnels burkinabè du cinéma sont peu disposés à céder des droits de leurs films pour des plateformes numériques. Plusieurs enquêtés affirment ne pas bien comprendre le fonctionnement des plateformes.

et diffusion des films burkinabè. De ce fait, nous formulons l'hypothèse suivante : Les films burkinabè sont faiblement représentés sur les plateformes numériques. Notre travail est constitué en quatre grandes parties. La première partie intitulée « les aspects théoriques » développe le cadre conceptuel, questions de recherche, objectifs, hypothèses, intérêt du sujet, revue de littérature et cadre théorique. La deuxième partie portant sur le contexte et la problématique de l'étude met l'accent sur les réalités en matière de distribution et diffusion des œuvres cinématographiques au Burkina Faso et la problématique de l'industrie du cinéma en lien avec l'environnement numérique. La troisième partie qui est constituée de la démarche méthodologique de la recherche et de l'analyse des données, consiste à étayer la technique de collecte des données, le champ de l'étude et les outils de collecte des données ; ce qui nous a permis de faire l'enquête de terrain et le traitement des données donnant lieu à leur analyse. Notre projet professionnel constitue la quatrième partie de notre travail portant sur la proposition d'un incubateur dédié à la réalisation d'initiatives numériques innovantes en culture, dénommé DigitKultur.

Chapitre 1 : Aspects théoriques

Pour appréhender le champ de notre étude, il sied d'étayer les aspects théoriques. Ainsi, dans ce chapitre nous développerons le cadre conceptuel, les questions de recherche et intérêt du sujet, les objectifs, les hypothèses, la revue de littérature et le cadre théorique.

I. Cadre conceptuel : Définition des concepts

Notre thème porte sur les plateformes numériques de distribution et diffusion des films burkinabè. Afin de lever tout quiproquo quant à la compréhension du thème, il est judicieux de procéder à la définition des concepts clés.

1. Plateforme

Selon le dictionnaire Larousse 2011, la plateforme est « l'ensemble d'outils (logiciels, matériels, systèmes d'exploitation, etc.) destinés au stockage et au partage de contenus virtuels (audio, vidéo ou autres) ». Le Robert de poche 2018 la définit comme « un système destiné au partage de contenus numériques (textes, vidéos...). » En définitive, il s'agit donc d'un ensemble d'outils ou d'un système servant à stocker et partager des contenus virtuels.

Selon Françoise Benhamou, dans *Quelle régulation face aux plateformes numériques?* la notion de plateforme est polysémique, et sa conception diffère d'un auteur à un autre. Tantôt elle fait référence à un mode spécifique d'organisation de la production ou à un dispositif d'intermédiation en ligne. Dans d'autres cas, la notion de plateforme se rapporte à des acteurs industriels voire à une stratégie commerciale.¹²

2. Numérique

Selon le petit Larousse illustré 2011, le numérique est défini comme « un adjectif et nom qui se dit de la représentation d'informations ou de grandeurs physiques au moyen de caractères tels que des chiffres, ou au moyen de signaux à valeurs discrètes ; se dit des systèmes, dispositifs ou procédés dont le fonctionnement fait appel à ce mode de représentation (par opposition à analogique) ».

Fabien Maheu dans *Cinéma, peinture et numérique : hybridité de l'image chez Peter Greenaway*, s'est appesanti sur la définition du numérique. Selon lui, le concept de numérique demande à être précisé (...). Il existe plusieurs réalités recouvertes par le terme « numérique ». La première, qui répond le mieux au terme qui la désigne, est en fait un art basé sur la programmation, un « art du code » en somme. Pour composer cet art comme pour le lire, il faut être capable de programmer, c'est-à-dire d'écrire un logiciel. La seconde acception du

¹² Benhamou, Françoise (2018), « Quelle régulation face aux plateformes numériques? », *Les Annales des Mines*, p.75-78., cité par Dakouré, Evariste « La promotion de films d'Afrique francophone sur des plateformes numériques : l'exemple du Burkina Faso », 15 pages. Mis en ligne le 13/07/2020, consulté le 16/08/2021 sur <https://lesenjeux.univ-grenoble-alpes.fr/2020/varia/01-la-promotion-de-films-dafrique-francophone-sur-des-plateformes-numeriques-lexemple-du-burkina-faso/>

terme désigne en fait l'ergonomie des outils informatiques traitant le son et l'image : palettes graphiques, logiciels de traitement audio, outils de montage et de compositing vidéo. En troisième lieu vient ce qu'il est convenu d'appeler le traitement en « temps réel » ou même le « génératif ». L'accent est mis sur le traitement immédiat et la transformation de ces informations en signaux qui paraissent simultanés. Le but n'est plus l'enregistrement mais la délivrance immédiate d'une réponse à des stimuli et ce, sans délai. »¹³.

Rémy Rieffel, dans *Révolution numérique, révolution culturelle*, lui, analyse le numérique comme une révolution moins rassurante. Selon lui « le substantif est souvent porteur d'une image moins rassurante, voire inquiétante. Il redéfinit les savoirs, il transforme les modes d'accès aux connaissances, il bouscule les conceptions traditionnelles de l'information. Il remodèle notre identité personnelle grâce à de nouvelles formes de présence et de visibilité, il fragilise certains principes juridiques (le copyright, la propriété intellectuelle) il modifie notre rapport à l'écriture, il implique une radicale transformation de notre rapport à l'espace et au temps. La liste est longue de ses effets sur notre paysage mental et sur nos pratiques sociales : il touche quasiment tous les domaines et tous les aspects de la société. »¹⁴

3. Distribution

Selon le Dictionnaire Larousse 2011, distribuer signifie « remettre à plusieurs personnes une partie d'un tout. La distribution est l'action de distribuer, de répartir entre des personnes ». Appliqué au cinéma l'appréhension du concept est plus complexe. En effet, selon Rémy Rieffel, la distribution cinématographique comprend « les opérations intermédiaires entre la production et l'exploitation en salles, ainsi que le choix des modalités de la commercialisation »¹⁵. Elle assure l'intermédiation entre la production et l'exploitation des œuvres cinématographiques et audiovisuelles ». Jacob Yarassoula Yarabatioula, dans *Industries culturelles et créatives au Burkina Faso, Analyse des filières*, est plus explicite lorsqu'il affirme que : « le secteur de la distribution regroupe l'ensemble des activités relatives à l'acquisition, à l'importation, à l'exportation et à la promotion commerciale des films cinématographiques et audiovisuels ». ¹⁶

4. Diffusion

« Diffuser » selon le Dictionnaire Larousse 2011, signifie répandre une information par l'intermédiaire des médias ; d'où « la diffusion » est l'action de retransmettre quelque chose par un média. Selon le décret n°2013-384/PRES/PM/MCT du 21 mai 2013 portant conditions

¹³ Maheu, Fabien. 2010. « Cinéma, peinture et numérique : hybridité de l'image chez Peter Greenaway ». Cahiers de Narratologie. Analyse et théorie narratives, no 19 (décembre). Mis en ligne le 22 décembre 2010, consulté le 14 août 2021, <https://doi.org/10.4000/narratologie.6177>

¹⁴ Rieffel, Rémy, 2014. *Révolution numérique, révolution culturelle ?* Gallimard, Barcelone, page 31

¹⁵ Collard, Fabienne. et al., 2016. *La production cinématographique*, CRISP, Bruxelles p. 21

¹⁶ Yarabatioula, Yarassoula Jacob, *Industries culturelles et créatives au Burkina Faso, Analyse des filières*, L'Harmattan, Paris, 2020, p.70

d'exercice de l'activité cinématographique et audiovisuelle au Burkina Faso, la diffusion assimilée à l'exploitation cinématographique et audiovisuelle est « le processus par lequel une personne morale met un film à la disposition du public ».¹⁷

5. Film

Le film est défini selon le Dictionnaire Larousse 2011 comme « une œuvre cinématographique ». L'article 3 du DÉCRET N°2013-384/PRES/PM/MCT portant conditions d'exercice de la profession cinématographique et audiovisuelle le décrit comme, « toute œuvre cinématographique ou audiovisuelle produite sur support celluloïd, vidéographique ou tout autre support ou procédé ».¹⁸

Ainsi, les plateformes numériques de distribution et diffusion de films jouent un rôle d'intermédiaire en organisant, hiérarchisant les contenus et permettant d'accéder à des films fournis par divers acteurs.

II. Les questions, objectifs, hypothèses

Les plateformes numériques de diffusion des films n'occupent pas une place de choix dans la sphère de la distribution et diffusion au Burkina Faso. Cela n'est pas sans susciter des questionnements quant à l'usage de ces plateformes.

1. Questions

1.1. Question principale

Quel est l'état des lieux de l'usage des plateformes numériques dans la distribution et diffusion des films burkinabè ?

1.2. Questions secondaires

- Quelles sont les difficultés qui entravent l'usage des plateformes numériques de distribution et diffusion auprès des professionnels du cinéma Burkinabè ?
- Quelles sont les pistes de solutions permettant de favoriser l'usage des plateformes numériques de distribution et diffusion des films au Burkina Faso ?

2. Objectifs

2.1. Objectif principal

A travers cette étude, notre objectif principal est d'analyser l'état des lieux de l'usage des plateformes numériques dans la distribution et diffusion des films burkinabè.

¹⁷ Ministère de la culture des arts et du tourisme, octobre 2013, Direction générale du cinéma et de l'audiovisuel (DGCA), Textes réglementaires sur le cinéma et l'audiovisuel, p. 5.

¹⁸ Ministère de la culture et du tourisme, Textes réglementaires sur le cinéma et l'audiovisuel, Burkina Faso, 2013, p. 17

2.2. Objectifs secondaires

Les objectifs secondaires consistent à :

- Analyser les difficultés qui freinent l'usage des plateformes numériques de distribution et diffusion auprès des professionnels du cinéma burkinabè.
- Proposer des pistes de solutions permettant de favoriser l'usage des plateformes numériques de distribution et diffusion des films au Burkina Faso.

3. Hypothèses

3.1. Hypothèse principale

Pour notre étude, nous formulons l'hypothèse suivante :
Les films burkinabè sont faiblement représentés sur les plateformes numériques.

3.2. Hypothèses secondaires

L'on constate que :

- Les difficultés économiques et les failles juridiques défavorisent l'appropriation des plateformes numériques dans la distribution et diffusion des films burkinabè.
- L'élaboration de textes permettant de réguler la distribution et diffusion des produits cinématographiques dans l'environnement numérique pourrait favoriser l'usage des plateformes numériques de distribution et diffusion des films au Burkina Faso.

4. L'intérêt de l'étude

Notre étude revêt un intérêt à la fois théorique et pratique.

4.1. L'intérêt théorique

Sur le plan théorique, notre étude relève de notre domaine d'étude qui est le management des entreprises culturelles. Sa circonscription se trouve à cheval entre les théories des industries culturelles et créatives et les sciences de l'information et de la communication. Le théoricien Bernard Miège a su faire le lien entre ces deux champs. Mener une étude sur les plateformes numériques dans la distribution et diffusion des films au Burkina permet d'approfondir la réflexion sur le rôle et la place qu'occupent ces canaux dans le cinéma. Ce travail représente un plus dans l'approfondissement des recherches sur l'appropriation du numérique dans le domaine du cinéma au Burkina Faso qui est embryonnaire actuellement. La convention de 2005 de l'UNESCO sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles incite les pays membres à l'élaboration de feuilles de route aux pays membres afin d'amorcer la transition numérique dans les pratiques culturelles. Ainsi, notre étude a un apport modeste dans l'analyse de la situation des œuvres cinématographiques au Burkina Faso en matière de distribution et diffusion dans l'environnement numérique.

4.2. L'intérêt pratique

Sur le plan socio-culturel, notre étude pourrait contribuer à la promotion de l'usage du numérique dans la distribution et diffusion des œuvres cinématographiques. Les résultats de nos recherches pourraient servir de guide modeste aux agents et promoteurs culturels afin de mieux appréhender l'importance du numérique dans le cinéma et sa plus-value pour les acteurs et producteurs et distributeurs du cinéma.

Sur le plan économique, mener cette étude permettrait aux professionnels d'utiliser les plateformes numériques à bon escient pour commercialiser leurs produits cinématographiques. Les plateformes numériques sont des alternatives en termes de canaux de diffusion qui pourraient profiter aux cinéastes et aux exploitants des plateformes à travers un partenariat gagnant-gagnant.

Sur le plan politique, les suggestions des enquêtés pourraient permettre aux décideurs d'élaborer des textes permettant de pallier les failles juridiques permettant un usage fiable et transparent des plateformes numériques. Ainsi, ils pourraient prendre en compte le numérique dans les textes régissant la distribution et diffusion dans le cinéma ; ce qui permettra aux professionnels du cinéma de s'engager sereinement sur le chemin de la transition numérique.

Sur le plan professionnel, notre étude est d'un grand intérêt pour nous, car, cela nous a permis d'intégrer un réseau important du monde des cinéastes au Burkina Faso. En effet, nous avons pu renflouer notre carnet d'adresses et cela est un atout sur le plan professionnel. De nombreux professionnels du cinéma ont également émis l'intérêt de lire les résultats de nos travaux, afin de s'enquérir de l'état des lieux des réalités en termes d'usage des plateformes numériques. Ainsi, nos recherches pourraient être un guide pour les cinéastes du Burkina Faso et nous permettre de bénéficier d'opportunités professionnelles.

5. La revue de littérature

La revue de littérature permet de découvrir des ouvrages abordant les mêmes thèmes que soi. Elle permet de faire une évaluation critique des développements de la recherche, permettant de déduire l'intérêt théorique et pratique de notre étude.

5.1 Ouvrages généraux

5.1.1 Culture et environnement numérique : deux domaines liés.

Plusieurs auteurs ont fait le lien entre la culture et le numérique. Ainsi, L'UNESCO relève que « les processus de mondialisation, facilités par l'évolution rapide des technologies de l'information et de la communication, s'ils créent les conditions inédites d'une interaction renforcée entre les cultures, représentent aussi un défi pour la diversité culturelle,

notamment au regard des risques de déséquilibres entre pays riches et pays pauvres (...) »¹⁹. Cette allégation de l'institution entre dans le cadre des directives opérationnelles de la Convention de 2005 pour la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles. Ces directives ont été proposées par l'UNESCO, car elle s'est rendu compte de l'incontournabilité du numérique dans l'évolution socio-culturelle de nos pays. D'ailleurs, selon la directrice générale de l'UNESCO, Audrey Azoulay, « les défis mondiaux actuels sont étroitement liés à la révolution numérique, aux données, aux algorithmes et à l'intelligence artificielle. Il faut relever ces défis sans attendre. En adoptant des directives opérationnelles, l'UNESCO et ses États membres encouragent la diversité des expressions culturelles dans le monde numérique »²⁰. Le Burkina Faso reconnaît qu'il faut intégrer les technologies numériques dans les productions culturelles afin d'être au diapason des exigences du marché culturel. C'est fort de ce constat d'ailleurs, que l'Etat burkinabè, selon le *troisième rapport périodique quadriennal (RPQ)*, a commencé depuis peu à mettre en œuvre le « soutien au développement de l'offre de biens et services culturels électroniques au Burkina Faso ».²¹

5.1.2 Numérique et nouveaux défis dans l'économie de la culture

Michèle Rioux et al., dans *Pour une culture en réseaux diversifiée : Appliquer la CDEC à l'ère du numérique*, met en exergue les cinq processus liés au numérique qui posent autant de défis pour les politiques publiques et la coopération internationale²². Il s'agit de la dématérialisation, de la désintermédiation, du décloisonnement, de la délinéarisation et de la déterritorialisation. La dématérialisation consiste en la reproduction des objets de formats physiques en format immatériel. La dématérialisation des contenus facilite leur circulation et ouvre la possibilité à des perspectives de réutilisation et de réarrangement de ces contenus. La désintermédiation signifie un affaiblissement des intermédiaires traditionnels entre producteurs et consommateurs au profit d'une relation directe entre ceux-ci comme dans le cas d'échanges marchands (économie contributive), financiers (crowdfunding) ou non marchands (échanges en P2P par exemple). Dans le secteur du cinéma, le rôle des intermédiaires est limité par la possibilité qu'ont les producteurs, en particulier de films indépendants, de distribuer leurs films sur Internet, ce qui présente des avantages, certains en matière de réduction de coûts, de redistribution de revenus et d'accès direct aux consommateurs et aux communautés d'utilisateurs.²³ Ce processus se caractérise par la capacité du spectateur à consommer les contenus médiatisés de son choix quand et où il veut,

¹⁹ UNESCO, *la convention de 2005 sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles*,

²⁰ UNESCO, *Environnement numérique*, https://fr.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/digital_fr_web.pdf, consulté le 08/02/2021

²¹ UNESCO, *la convention de 2005 sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles*,

²² Rioux, Michèle et al., *Pour une culture en réseaux diversifiée : Appliquer la CDEC à l'ère du numérique*, Rapport remis au Ministère des affaires étrangères et du développement international et au Ministère de la Culture et de la Communication de la France, Paris, MAEDI/MCC, <https://www.ieim.uqam.ca/IMG/pdf/rapportcdecvfinale.pdf>, p.18

²³ Ibid., p.22

et sans avoir à suivre une programmation linéaire imposée par le fournisseur/diffuseur. Le défi consiste à trouver des moyens de s'adapter à un monde dicté par les préférences des utilisateurs qui, au moyen d'un simple clic, peuvent accéder à des contenus diversifiés dans un univers numérique alors que les cadres réglementaires et les politiques visent surtout les médias linéaires traditionnels. Le décloisonnement fait référence au processus de convergence. Avec Internet haut débit, la convergence technologique efface les anciennes frontières sectorielles (média, télécommunications et numérique) qui existent dans plusieurs pays.²⁴ On parle de déterritorialisation, quand les frontières entre les systèmes nationaux s'estompent. L'avantage des grandes entreprises transnationales déterritorialisées des médias numériques est qu'elles sont capables d'investir dans des plateformes et des services de qualité avec l'expérience et la reconnaissance globale de leur marque de commerce tout en évitant la plupart des contraintes et des obligations juridiques qui pèsent sur les entreprises « territorialisées ». ²⁵

La relation industrie culturelle et numérique implique de nombreux enjeux. Le numérique est souvent analysé sous le prisme de l'économie de la culture. En effet, la révolution numérique a changé la donne dans le paysage culturel tant au niveau de la production que de la diffusion des produits et services culturels. Ainsi, pour Philippe Chantepie, dans *Révolution(s) numérique(s) des industries culturelles, Dans Annales des Mines - Réalités industrielles* « c'est bien l'ensemble du secteur des industries culturelles et de la communication qui est ainsi bousculé dans ses stratégies industrielles, financières et commerciales par le numérique et par la puissance acquise par le secteur des technologies numériques. »²⁶. Il renchérit en reconnaissant qu'« avec le basculement progressif des contenus numériques dans la sphère des réseaux électroniques, l'accès aux plates-formes contribue à la réduction des barrières d'entrée aux marchés, répond à des objectifs culturels de démocratisation ou des objectifs de communication de pluralisme, favorise la diversité des contenus susceptibles d'être consommés »²⁷. Il est important de prendre en considération les effets induits par la révolution numérique sur toutes les chaînes des industries culturelles et sur l'accès aux produits et services culturels. L'on constate que « la massification de la diffusion provoque le découplage entre le succès de quelques produits stars, de moins en moins nombreux, et la multiplication des échecs ou des faibles ventes pour les autres »,²⁸ selon Pierre-Jean Benghozi

²⁴ Rioux, Michèle et al., op.cit., p. 28

²⁵ Rioux, Michèle et al., op.cit., p.29

²⁶Chantepie, Philippe. 2010. « Révolution(s) numérique(s) des industries culturelles ». *Annales des Mines - Réalités industrielles* Novembre 2010 (4): 34-41. Mis en ligne le 12/10/2013, consulté le 08/02/2021, <https://www.cairn.info/revue-realites-industrielles1-2010-4-page-34.htm?contenu=article>.

²⁷ Chantepie, Philippe. 2006. L'accès : convergence des régulations des plates-formes numériques ? Ministère de la Culture - DEPS. Mis en ligne le 04/05/2015, consulté le 08/02/2021, <https://www.cairn.info/creation-et-diversite-au-miroir-des-industries--9782110961976-page-373.htm>

²⁸ Benghozi, Pierre-Jean, et Benhamou, Françoise. 2008. « Longue traîne : levier numérique de la diversité culturelle ? » *Culture prospective* n°1 (1): 1-11. Mis en ligne sur Cairn.info, le 10/11/2014, consulté en 09/02/2021, url, <https://www.cairn.info/revue-culture-prospective-2008-1-page-1.htm> ?

et Françoise Benhamou dans *Longue traîne : levier numérique de la diversité culturelle?* la transition numérique peut être analysée dans certains cas comme un mal nécessaire. Il est incontournable mais crée de nombreux bouleversements que ne maîtrisent pas forcément les acteurs culturels.

De ce fait, selon Joelle Farchy, dans *Les industries culturelles à l'heure de la numérisation*, il est vu comme un risque. D'ailleurs, « pareilles mutations sont loin d'avoir été intégrées dans l'évolution des politiques de soutien aux industries culturelles et en particulier de soutien à la diversité culturelle »²⁹.

5.2. Ouvrages spécifiques

5.2.1. Cinéma et numérisation

La numérisation du cinéma s'est faite progressivement. Philippe Chantepie et Alain Diberdier dans *révolution numérique et industries culturelles* reviennent sur le processus de numérisation du cinéma. Le cinéma se numérise sur trois points : les techniques de production et de projection des films, l'essor du DVD et la consommation émergente de films sur Internet. Les structures industrielles de la filière sont cependant d'une grande stabilité.³⁰ Le numérique au cinéma a commencé par le son dès la fin des années 1980 avec le Digital Theater Sound (DTS) pour se généraliser à la décennie suivante avec plusieurs standards (Cinéma Digital Sound, Sony Dynamic Digital Sound ou Dolby Digital).³¹ La réalisation et la production restent analogiques bien que le numérique gagne du terrain notamment pour les courts métrages et les documentaires avec l'utilisation des caméras ou DV CAM. Le segment de la postproduction, au contraire, est déjà très numérisé, depuis l'utilisation du numérique pour les effets spéciaux en 1972. Les techniques du télécinéma permettent la numérisation des bobines de film 35 millimètres et proposent en sortie un signal vidéo numérique, susceptible de stockage sur disque dur à des fins de montage et d'étalonnage.³² En ce qui concerne la diffusion numérique en salle, elle a de nombreux avantages économiques, même si cela exige de lourds investissements bien que plus économique notamment en termes d'acquisition de projecteurs, de serveurs de stockage, les coûts liés à la sécurisation (cryptage, embrouillage, watermarking). La numérisation des salles a d'abord été lente : cinq salles en France en 2003, cent-cinquante dans le monde. (...) le parc mondial a dépassé les 10000 écrans en 2009³³. Par ailleurs, la circulation via internet de copies de films dès leur sortie en salles, oblige à envisager

²⁹ Farchy, Joëlle. 2006. « Les industries culturelles à l'heure de la numérisation ». *Esprit* Mai (5): 142-53. Mis en ligne sur Cairn.info le 01/08/2012, consulté le 09/02/2021, <https://www.cairn.info/revue-esprit-2006-5-page-142.htm>.

³⁰ Chantepie, Philippe., Le Diberdier, Alain. : *révolution numérique et industries culturelles, la découverte*, Paris, 2010, page 31.

³¹ Chantepie, Philippe., Le Diberdier, Alain. : *révolution numérique et industries culturelles, la découverte*, Paris, 2005, 2010, page 31.

³² Ibid, page 32.

³³ Chantepie, Philippe., Le Diberdier, Alain. : *révolution numérique et industries culturelles, la découverte*, Paris, 2010, page 33.

pour certains films un raccourcissement des délais d'exploitation³⁴. Ainsi, une concurrence s'installe entre la plupart des fenêtres d'exploitation avec l'équipement des ménages en lecteur/graveur DVD sur PC, et désormais en vidéoprojecteur (*home cinema*) ou grand écran de télévision qui tendent à reconstituer l'expérience de la salle et rendent moins attractives les offres cinéma des chaînes payantes, voire le cinéma sur les chaînes hertziennes par rapport aux fictions audiovisuelles.³⁵

5.2.2. Cinéma et numérique : réalités en Afrique et au Burkina Faso

Le réalisateur et producteur Delphe Kifouani, dans *De l'analogique au numérique, Cinémas et spectateurs d'Afrique subsaharienne francophone à l'épreuve du changement*, parle du contexte d'usage des plateformes numériques dans la diffusion des films en Afrique. En effet, c'est dans un grand bouleversement qu'apparaissent les plateformes numériques en Afrique en instaurant l'ère de ce que l'auteur appelle « l'image pour tous ». Selon lui, certains cinéastes trouvent en cette pratique l'avènement de la désintermédiation caractérisée par la fin des intermédiaires et la valorisation de l'action du public. En outre, il relève l'insuffisance des lois en Afrique pour encadrer le web pour renforcer sa dimension marchande. Ainsi, cela ne garantit pas une rémunération véritable des œuvres et des auteurs dans cette nouvelle économie. L'auteur pose avec acuité la question de la rentabilité au regard de « la culture de la gratuité » qui s'est installée. Plusieurs plateformes proposent leurs services quasiment sans contrepartie. Au regard du contexte, il qualifie l'accès au cinéma par internet découlant des « pratiques spectatorielles non encadrées et non payantes »³⁶

Evariste Dakouré, dans *La promotion de films d'Afrique francophone sur des plateformes numériques : l'exemple du Burkina Faso*, donne des informations riches et diversifiées en lien avec notre thème d'étude, car aborde presque tous les aspects de l'état des lieux de la numérisation dans la filière cinéma et de l'usage des plateformes numériques de distribution et de diffusion. En relevant les failles de la distribution, l'auteur a fait cas de la faible numérisation des salles de cinéma. En effet, l'équipement des salles en DCP est une condition sine qua non pour projeter les films internationaux, mais, au Burkina Faso, « en dehors des salles exploitées par des acteurs étrangers, l'institut français d'une part et les salles Canal Olympia du groupe Vivendi d'autre part, aucune salle exploitée par des acteurs Burkinabè ne dispose de DCP pour recevoir ces films étrangers »³⁷. Aussi, en ce qui concerne l'usage des plateformes numériques, il reconnaît que les films burkinabè sont présents sur les plateformes

³⁴ Chantepie, Philippe., Le Diberdier, Alain, loc.cit.

³⁵ Ibid, page 34.

³⁶ Kifouani, Delphe., *De l'analogie au numérique, Cinémas et spectateurs d'Afrique subsaharienne francophone à l'épreuve du changement*, L'Harmattan, 2016, Paris, p.127.

³⁷ Dakouré, Evariste. s. d. « La promotion de films d'Afrique francophone sur des plateformes numériques : l'exemple du Burkina Faso », 15 pages. Mis en ligne le 13/07/2020, consulté le 16/08/2021 sur <https://lesenjeux.univ-grenoble-alpes.fr/2020/varia/01-la-promotion-de-films-dafrique-francophone-sur-des-plateformes-numeriques-lexemple-du-burkina-faso/>.

comme Tènk, Africashows, entre autres. Toutefois, les professionnels Burkinabè du cinéma sont réticents à céder leurs droits aux exploitants des plateformes. Les principales raisons avancées sont : la méconnaissance de ces nouveaux canaux, une crise de confiance entre ces professionnels et les gestionnaires desdites plateformes à cause du système de rétribution jugé peu fiable, les failles juridiques qui ne favorisent pas la protection des droits d'auteur des œuvres cinématographiques en ligne et la faible qualité de la connexion. Comme perspectives, l'auteur propose avant tout « l'implication de l'État notamment à travers l'établissement d'un cadre juridique et réglementaire, un acte qui pourrait contribuer à créer un environnement favorable à l'offre de films burkinabè en ligne »³⁸.

Jacob Yarassoula Yarabatioula, dans *Industries culturelles et créatives au Burkina Faso*, lui parle de « catastrophisme » et d'« enchantement »³⁹ pour qualifier les réactions des uns et des autres à l'irruption du numérique dans les métiers du cinéma. En effet, selon lui, certains « perçoivent une opportunité d'exister, de créer et de vendre. (...) Aujourd'hui, si beaucoup de personnes font des films, cela est en partie dû aux facilités techniques qu'offrent entre autres le numérique (...). Le catastrophisme est la vision du cinéma comme étant en perte de vitesse à cause du numérique ».⁴⁰ En effet, pour l'auteur, « finalement chacun peut se prévaloir du titre de cinéaste et de reporter d'images ».⁴¹ Par ailleurs, au Burkina, l'exploitation des plateformes numériques dans la diffusion des œuvres cinématographiques est peu répandue. En effet, « la pratique n'est pas encore courante de vendre des films ou des séries, via des plateformes »⁴² l'auteur.

6. Cadre théorique : Les théories des industries culturelles et créatives

Notre sujet s'inscrit dans le double champ des industries culturelles et créatives et des sciences et techniques de l'information et de la communication.

L'Organisation des Nations Unies pour la Science, l'éducation et la Culture (UNESCO) est la première organisation internationale à s'approprier cette notion en proposant dans un rapport publié en 1982 « Les industries culturelles : un enjeu pour l'avenir de la culture », la définition suivante : « De façon générale, il y a industrie culturelle lorsque les biens et services culturels sont produits reproduits stockés ou diffusés selon des critères industriels et commerciaux : c'est-à-dire une production en grande série et une stratégie de type économique prioritaire sur toute visée de développement culturel ». Le concept des industries culturelles et créatives a évolué au fil du temps grâce aux recherches de nombreux théoriciens. Max Horkheimer et Theodor W. Adorno de l'école de Francfort sont tenus pour être les « pères » de ce qu'il est convenu assez unanimement aujourd'hui de qualifier de

³⁸ Dakouré, Evariste, loc.cit.

³⁹ Yarabatioula, Yarassoula. Jacob., op.cit., p.29

⁴⁰ Yarabatioula, Yarassoula. Jacob., loc.cit.

⁴¹ Yarabatioula, Yarassoula. Jacob, loc.cit.

théorie de l'industrie culturelle⁴³. En effet, le concept d'industrie culturelle a été introduit par Theodor W. Adorno et Marx Horkheimer dès 1947. Cette notion est née de l'analyse critique de la standardisation et de la reproduction de masse des produits de contenu (il s'agissait alors de la radio, de la télévision et du cinéma).⁴⁴ La notion d'« industries culturelles » trouve un nouvel essor à la fin des années soixante-dix, à travers une analyse économique des modalités de production et de diffusion des biens et services culturels, notamment dans les travaux de recherche de Bernard Miège.⁴⁵ L'auteur met en exergue les interférences entre la culture et la communication. Les Technologies de l'information et de la communication (TIC) ont une influence sur les industries culturelles et créatives qui deviennent ainsi des industries du contenu. C'est ainsi que « plusieurs formes de diffusion se déclinent : portails, intermédiation numérique, clubs, courtage, et surtout plateformes ». ⁴⁶

7. Cadre de référence : Critères d'analyse de l'état des lieux de l'usage des plateformes numériques

Afin d'analyser l'état des lieux de l'usage des plateformes numériques et les perspectives, nous nous appuyons sur un certain nombre de critères :

- La connaissance des plateformes numériques de distribution et diffusion des films ;
- L'usage des plateformes numériques de distribution et diffusion des films ;
- Les préférences liées à l'usage des plateformes numériques ;
- L'appréciation des plateformes numériques par les professionnels du cinéma et les consommateurs ;
- Analyse FFOM de l'environnement cinématographique face à l'usage des plateformes numériques.

Tableau 2 Récapitulatif du cadre de référence

Concept de base	Critères
Etat des lieux des plateformes numériques de distribution et diffusion des films burkinabè	La connaissance des plateformes numériques de diffusion des films
	L'usage des plateformes numériques de diffusion des films
	Les préférences liées à l'usage des plateformes numériques

⁴³ Miège, Bernard., *Les industries culturelles et créatives face à l'ordre de l'information et de la communication*, Presses universitaires de Grenoble, 2017, page 17

⁴⁴<http://www.unesco.org/new/fr/culture/themes/cultural-diversity/diversity-of-cultural%20expressions/tools/policy-guide/como-usar-esta-guia/sobre-definiciones-que-se-entiende-por-industrias-culturales-y-creativas/>, consulté le 28 mai 2021

⁴⁵ Ibid.

⁴⁶ Bacharach, Paul « Bernard Miège, *Les industries culturelles et créatives face à l'ordre de l'information et de la communication* », *Lectures* [En ligne], Les comptes rendus, mis en ligne le 02 mai 2017, consulté le 07 juin 2021. URL : <http://journals.openedition.org/lectures/22762> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/lectures.22762>

	L'appréciation des plateformes numériques
	Analyse FFOM de l'environnement cinématographique face à l'usage des plateformes numériques

Source : Laure Bado Laure, 2021

Chapitre 2 : Contexte et problématique de l'étude

Dans ce chapitre, nous développerons le contexte général dans lequel évolue le cinéma au Burkina Faso à travers ses chaînes de valeurs production, distribution et diffusion. En outre, nous ferons cas de la situation numérique au Burkina Faso. Nous étudierons également la problématique de l'industrie du cinéma en lien avec l'environnement numérique.

I Généralités et contexte historique du cinéma burkinabè

Selon la loi N°047-2004/AN du 25 novembre 2004, portant loi d'orientation du cinéma et de l'audiovisuel au Burkina Faso, les différents maillons de l'industrie du cinéma comprennent les secteurs suivants : la production, la distribution, l'exploitation et la diffusion et l'industrie technique. Au Burkina Faso, ils sont globalement confrontés à des défis multiples, tant cette industrie a connu des changements profonds et les acteurs se présentent en perpétuel renouvellement.⁴⁷ Avant d'explorer la sphère de la commercialisation des œuvres, il est important de retracer brièvement le parcours du cinéma burkinabè. Le Burkina Faso a été l'un des premiers pays à mettre en place les institutions cinématographiques. En effet, la mise en place de la télévision nationale dès 1963 a permis de former des techniciens dans le domaine de l'image et du son, qui ont été d'un grand appui dans l'émergence du cinéma. La semaine nationale du cinéma africain, devenu plus tard le Festival panafricain du cinéma et de la télévision de Ouagadougou (FESPACO), est créée en 1969, par les cinéphiles en lien avec le Centre culturel français Georges Méliès, devenu plus tard l'Institut français. Ainsi, les salles de cinéma sont nationalisées par décret présidentiel en 1972 qui étaient jusqu'alors gérées ou programmées par des exploitants Français. C'est à la même date que parut le premier film de fiction burkinabè, *Le sang des parias*, réalisé par Djim Mamadou Kola. L'Etat de plus en plus engagé crée en 1977 à l'Université de Ouagadougou, devenue Université Joseph Ki-Zerbo, l'Institut africain d'éducation cinématographique (INAFEC) qui ferme ses portes en 1987, à cause de la crise financière qui a secoué la plupart des Etats africains. De 1972 à 1990, les films burkinabè étaient produits au rythme du FESPACO, à raison de deux films par an. Les cinéastes tels que Kollo Daniel Sanou, Paul Zoumbara, Gaston Kaboré, Saint Pierre Yaméogo, Idrissa Ouédraogo, etc. représentaient les acteurs du moment. L'âge d'or du cinéma burkinabè se situe dans la décennie 1990-2000. La production était de l'ordre de quatre films par an avec l'entrée de nouveaux cinéastes. Cependant, l'avènement des programmes d'ajustement structurel imposés aux Etats africains au sud du Sahara par les institutions de Bretton Wood ont fortement tari les sources publiques de financement du cinéma dans cette partie du continent dont le Burkina. Cela a créé de nombreuses difficultés liées à l'exploitation et à la distribution des films, obligeant les producteurs à aller vers les circuits internationaux d'exploitation et de distribution. De leur nationalisation, le pays en est venu à la privatisation

⁴⁷ Yarabatioula, Jacob *Yarassoula Industries culturelles et créatives au Burkina Faso Analyse des filières*, L'Harmattan, Paris, 2020, Page 31.

des salles de cinéma puis à la suppression de beaucoup d'entre elles dans la crise des années 1990.

1. Du Cadre institutionnel et juridique

Sur le plan institutionnel, c'est le Ministère de la culture, des arts et du tourisme (MCAT) qui met en œuvre la politique en matière de cinéma à travers la Direction générale du cinéma et de l'audiovisuel (DGCA). Cette direction technique coordonne, promeut, et règlemente l'activité cinématographique et audiovisuelle au Burkina. En plus de la DGCA, d'autres structures étatiques travaillent à accomplir les missions de promotion cinématographique et de mise en œuvre de la politique du cinéma et de l'audiovisuel. Ce sont notamment : le FESPACO, l'Institut supérieur de l'image et du son/studio-école (ISIS-SE), le Centre national des arts du spectacle et de l'audiovisuel (CENASA), le Bureau burkinabè des droits d'auteurs (BBDA), la Radiodiffusion télévision du Burkina (RTB) ⁴⁸ et la Direction de la promotion des industries culturelles et créatives (DPICC). La faîtière des cinéastes est la fédération nationale du cinéma et de l'audiovisuel (FNCA), mise en place depuis 2019.

Au plan national, le gouvernement burkinabè dispose de la Stratégie nationale de la culture et du tourisme (SNCT) 2018-2027, adoptée par arrêté du 14 août 2018, permettant d'encadrer les actions du de la culture et du tourisme. Ainsi, la SNCT prévoit dans ses objectifs spécifiques pour cette décennie, en ce qui concerne le cinéma « la création, la production et la diffusion d'œuvres cinématographiques et audiovisuelles de qualité sont accrues » ⁴⁹. Par ailleurs, la SNCT ne comporte pas dans ses objectifs spécifiques la promotion des contenus culturels dans l'environnement numérique. Aussi, le cinéma est encadré par la loi N°047-2004/AN du 25 novembre 2004, portant loi d'orientation du cinéma et de l'audiovisuel. Selon cette loi en son article 4, « l'activité cinématographique et audiovisuelle au Burkina a pour finalité de produire des films artistiques, éducatifs et commerciaux ; de contribuer à la création de richesses nationales par la production, l'exploitation et la commercialisation des produits et services du cinéma et de l'audiovisuel ; de maintenir la position du Burkina Faso comme pays de référence du cinéma africain ; de promouvoir une culture ancrée dans les valeurs du terroir national et ouverte sur le monde ; de sensibiliser les citoyens sur le sens de l'unité nationale et de la démocratie ; de développer l'esprit de solidarité, de justice, de tolérance, de paix et de civisme ».⁵⁰ Le décret N°2013-384/PRES/PM/MCT du 21 mai 2013, portant conditions d'exercice de la profession cinématographique appréhende la distribution cinématographique et audiovisuelle comme « le processus par lequel une personne morale approvisionne en films des exploitants de salles de spectacles cinématographiques, des chaînes de télévision,

⁴⁸ Yarabatioula, Jacob *Yarassoula Industries culturelles et créatives au Burkina Faso Analyse des filières*, L'Harmattan, Paris, 2020, p. 62

⁴⁹ Ministère de la culture des arts et du tourisme, 2018. « Stratégie nationale de la culture et du tourisme 2018-2027 ». Burkina Faso, p. 44

⁵⁰ Yarabatioula, Yarassoula Jacob, op.cit., P. 31

des vidéoclubs et tous autres exploitants utilisant des canaux de diffusion connus... ». Ainsi, les canaux numériques n’y sont pas inclus. En termes de réglementation professionnelle du droit d’auteur, quelques textes sont en vigueur. La loi N°048-2019/AN, du 12 novembre 2019, portant protection de la propriété littéraire et artistique est la loi récente qui régit les droits d’auteur dans le cinéma. Au plan international, le Burkina Faso a ratifié une dizaine d’accords et de conventions internationaux visant la promotion de la culture. On peut citer en autres, la Convention sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles adoptée le 20 octobre 2005 par l’UNESCO à Paris en fait partie l’avant dernière ratifiée par le Burkina Faso le 20 octobre 2005. « Si le nombre de textes internationaux ratifiés est assez élevé, on relève en pratique une mise en œuvre insatisfaisante due à l’insuffisance des textes internes d’application et un faible suivi des conventions et accords ratifiés” selon le rapport diagnostique de la SNCT.⁵¹

2. De l’insuffisance des ressources financières

L’analyse diagnostique de la culture a révélé que le financement constitue l’une des principales préoccupations des politiques publiques en matière de culture et de tourisme⁵². Ainsi, les actions liées au cinéma et à l’audiovisuel sont par ricochet financées grâce au budget de la culture. Le cinéma n’est pas doté d’un fonds propre national pour le financement de ses projets. En matière de financement public national, les crédits budgétaires alloués au ministère en charge de la culture et du tourisme sont inférieurs à 0,5% par rapport au budget national, selon les données de la SNCT⁵³, donc insuffisant pour tout le département encore plus pour le secteur du cinéma et de l’audiovisuel. En 2019, le budget alloué au Ministère de la Culture, des Arts et du Tourisme était de 8727,5 millions de FCFA, contre 7 167,2 millions de FCFA en 2018, soit une hausse de 13,4%. L’appui de l’Etat au département chargé de la culture et du tourisme est destiné à la mise en œuvre de la politique du Gouvernement en matière de culture et de tourisme. Le Fonds de développement culturel et touristique qui est un établissement public de l’Etat de la catégorie des fonds nationaux de financement est une référence depuis 2016, en matière d’accompagnement financier et technique pour le développement des industries culturelles et touristiques. Le FDCT a lors de son premier appel à projet de 2021 a financé les projets du cinéma et de l’audiovisuel à hauteur de 489 000 673 FCFA.⁵⁴ La méconnaissance des mécanismes de fonctionnement des Fonds Nationaux de Financement par certains entrepreneurs culturel(le)s et touristiques constituent un véritable handicap pour le financement des projets.⁵⁵ En outre, le FDCT étant un panier commun pour

⁵¹ Ministère de la culture des arts et du tourisme, juillet 2018. *Rapport diagnostique de la stratégie nationale de la culture et du tourisme*, p.59

⁵² Ministère de la culture des arts et du tourisme, 2018. « Stratégie nationale de la culture et du tourisme 2018-2027 ». Burkina Faso, p.54

⁵³ Ibid.,

⁵⁴ Confer communiqué du FDCT en annexe

⁵⁵ Ministère de la culture des arts et du tourisme, juillet 2018. *Rapport diagnostique de la stratégie nationale de la culture et du tourisme*, p.82

toutes les filières de la culture, les promoteurs du cinéma estiment les ressources insuffisantes pour leur département. Il existe également d'autres types de financements. Il s'agit entre autres de la coopération bilatérale et multilatérale, le partenariat public-privé, les banques et institutions financières, l'autofinancement, le sponsoring et le mécénat. Il ressort du rapport diagnostic de la SNCT que les financements des partenaires techniques et financiers sont en baisse dû principalement à la crise économique mondiale. Par ailleurs le sponsoring et le mécénat sont faiblement pratiqués du fait de l'absence d'un cadre juridique dédié et de la faible qualité des dossiers de sponsoring. 12 banques et cinq établissements financiers interviennent faiblement dans le domaine de la culture et du tourisme.⁵⁶ Cependant, on peut relever de nombreuses difficultés rendant difficile l'opérationnalité de ces institutions, telles que la méfiance des analystes financiers vis-à-vis du domaine et la non adaptation des produits et modalités de remboursements des crédits. Toutes ces insuffisances rendent difficiles le financement des projets culturels, partant, cinématographique.

3. Une industrie du cinéma existante, mais une chaîne de valeurs défailante

L'industrie du cinéma et de l'audiovisuel participe au développement économique du Burkina Faso. Selon le rapport de l'étude sur les impacts économiques des industries culturelles au Burkina Faso, il apparaît que la filière « Art du cinéma, de l'audiovisuel et du numérique » occupe la deuxième place en termes d'importance, après la filière « Art plastique, appliqué et artisanat d'art » avec 14% de l'apport du domaine de la Culture au PIB. La filière cinéma et audiovisuel est quasiment complète au Burkina Faso, même si un certain nombre de maillons, comme la distribution et l'exploitation sont (ou sont redevenues) très faibles aujourd'hui, selon Jacob Yarabatioula Yarassoula.⁵⁷ Pratiquement tous les métiers du cinéma sont présents, même si certains s'apprennent sur le tas. Aussi, est-il fréquent de voir une seule et même personne cumulant plusieurs métiers dans la chaîne des valeurs.

3.1. Du secteur de la production

En ce qui concerne la production qui est « l'ensemble des activités, procédures et moyens qui concourent à la conception, à la création et à la fabrication d'une œuvre cinématographique ou audiovisuelle »⁵⁸, elle se déroule dans un contexte assez favorable. Toutefois, ce domaine a évolué dans le temps. Le cinéma d'auteur qui faisait la particularité du Burkina autrefois, laisse place peu à peu au cinéma populaire ; cela notamment à la faveur du développement du numérique. Aussi, de nombreux jeunes réalisateurs ont appris le métier sur le tas non à l'école de cinéma, en assistant les anciens du domaine et en renforçant leurs compétences par des formations ponctuelles. Alors, l'appréciation de la qualité technique des œuvres de bon nombre de cette frange de réalisateurs laisse souvent à désirer. L'avènement du numérique a

⁵⁶ Ibid., p.89

⁵⁷ Yarabatioula, Jacob Yarassoula, 2020. *Industries culturelles et créatives au Burkina Faso, Analyse des filières*. L'Harmattan, Paris, p.25

⁵⁸ Ibid., p.32

offert des facilités dans la production des films. De nos jours, par le truchement du numérique, nous assistons à une émergence de nouveaux acteurs (cinéastes) au Burkina Faso, à l'instar de Boubakar Diallo, Aboubacar Zida dit Sidnaba, Oumar Dagnon, Ibrahim Olukunga dont les réalisations permettent de redonner vie aux salles de cinéma. En outre, en termes de scénario, force est de constater que le cinéma burkinabè souffre parfois d'originalité, « de sorte qu'à l'entame d'un film, les spectateurs devinent aisément l'épilogue de l'histoire »⁵⁹. Au regard de ces failles, de nombreux professionnels et acteurs du cinéma reconnaissent que la qualité des œuvres a baissé. De nombreuses structures de production existent mais font face la plupart du temps à des difficultés de financement. Aussi est-il courant de voir que derrière chaque réalisateur se trouve une structure de production et c'est le même qui parfois, joue le rôle de scénariste. Une vingtaine de scénaristes sont officiellement inscrits au registre public des professionnels du cinéma résultant de la formation assurée par l'ISIS-SE. Comme le cinéma a longtemps été dominé par les réalisateurs-producteurs, ils ont eu tendance à se substituer aux scénaristes qui sont présentés comme des collaborateurs artistiques dans le recueil des textes réglementaires.⁶⁰ Le cumul de métiers est de légion dans l'industrie du cinéma. Selon les données de la DGCA, le Burkina Faso compte en 2021, 168 réalisateurs et 203 structures de production. Ce foisonnement des sociétés de production s'explique par la libéralisation économique des années 90, le désengagement de l'Etat du secteur de la production, la souplesse de création de sociétés par la Maison de l'Entreprise du Burkina Faso et l'avènement du numérique qui a diminué le coût de production.⁶¹ Les statistiques de l'administration du cinéma montrent qu'entre 1991 et le premier semestre de 2017, 567 films ont été produits au Burkina Faso. Avec l'avènement du numérique, on estime à plus d'une trentaine de films produits par an. Mais, ce nombre peut être vu à la hausse car de nombreux films sont réalisés sans autorisation de l'administration du cinéma et du coup ne sont pas répertoriés.⁶² Par ailleurs, le FESPACO a tenu compte de la nouvelle donne en intégrant la catégorie « fiction vidéo numérique ». En 2009, 2011, 2013, le Burkina Faso a présenté en sélection officielle, respectivement quatre, trois, deux, fictions. Lors des trois dernières éditions, aucune fiction vidéo numérique n'a fait partie de la sélection officielle. Cela révèle la baisse de qualité des œuvres.

⁵⁹ Yarabatioula, Jacob Yarassoula, 2020. *Industries culturelles et créatives au Burkina Faso, Analyse des filières*. L'Harmattan, Paris, p.33

⁶⁰ Ministère de la culture des arts et du tourisme, juillet 2018. Rapport diagnostic de la stratégie nationale de la culture et du tourisme, p. 25

⁶¹ Ministère de la culture des arts et du tourisme, juillet 2018. Rapport diagnostic de la stratégie nationale de la culture et du tourisme, p. 25

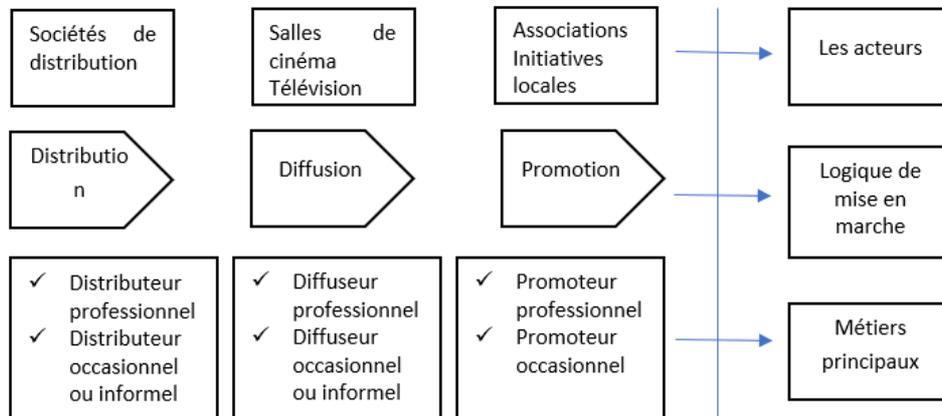
⁶² Ministère de la culture des arts et du tourisme, juillet 2018. Rapport diagnostic de la stratégie nationale de la culture et du tourisme, p. 25

3.2. De la problématique de la distribution et diffusion du cinéma burkinabè

3.2.1 Aperçu général sur le secteur de la distribution cinématographique

Au Burkina, le secteur de la distribution a été dominé avant et après les indépendances, par deux sociétés étrangères : la compagnie africaine cinématographique et commerciale (COMACICO) et la société d'exploitation cinématographique africaine (SECMA). La nationalisation des salles de cinéma est décidée par l'ordonnance n°70/001/PRES du 15 janvier 1970, créant ainsi la Société nationale voltaïque du cinéma (SONAVOCI), qui deviendra par la suite, la Société nationale d'exploitation et de distribution cinématographique du cinéma du Burkina (SONACIB). La SONACIB a été liquidée en 2004 pour des raisons de mauvaise gestion et depuis lors, le métier de distributeur est exercé au plan national par des distributeurs officiellement reconnus, mais aussi par des producteurs et exploitants exerçant dans l'illégalité.⁶³

Figure 2 Les maillons de la mise en marché des produits cinématographiques et audiovisuels



Source : Jacob Yarassoula Yarabatioula, 2017

3.2.2 L'organisation de la distribution et de la diffusion au Burkina Faso

La distribution est l'un des maillons faibles du cinéma au Burkina. En effet, les sociétés de distribution ne jouent pas un rôle assez dynamique dans la diffusion et la promotion des films.⁶⁴ Sur le plan juridique, la profession cinématographique et audiovisuelle est encadrée par le décret n°2013-384/PRES/PM/MCT du 21 mai 2013 portant conditions d'exercice de l'activité cinématographique et audiovisuelle. Prescrit, selon ce décret, l'exercice de tout métier du cinéma et de l'audiovisuel est soumis à l'obtention préalable d'une carte professionnelle. Si, les conditions d'obtention de ladite carte sont précisées pour les autres corps de métiers, il n'en est pas pour les sociétés de distribution.⁶⁵ Aussi, les textes ne

⁶³ Ministère de la culture des arts et du tourisme, juillet 2018. Rapport diagnostic de la stratégie nationale de la culture et du tourisme, p.71

⁶⁴ Yarabatioula, Yarassoula Jacob, *Industries culturelles et créatives au Burkina Faso, Analyse des filières*, L'Harmattan, Paris, 2020, p. 84

⁶⁵ Yarabatioula, Yarassoula Jacob, *Industries culturelles et créatives au Burkina Faso, Analyse des filières*, L'Harmattan, Paris, 2020, p. 86

prévoient pas de cahier de charge pour encadrer l'exercice de la distribution selon nos enquêtes auprès du président de l'association des distributeurs cinématographiques et audiovisuels, Rodrigue Kaboré. Le nombre de sociétés de distribution est dérisoire : on dénombre selon la DGCA, cinq sociétés de distribution. Parmi elles, certaines sont en règle vis-à-vis de l'agrément, d'autres pas. Nous pouvons citer dans ce cas, entre autres, Pub neere, Z Distribution, Kanazoé Distribution. Par ailleurs, l'étroitesse extrême du marché national et les faibles moyens des sociétés de distribution pour la promotion des films font que la programmation des salles est pratiquement pauvre et loin des films africains⁶⁶. Il faut ajouter à cela, l'absence de pratique marketing adaptée à chaque production cinématographique faute de formation adaptée des distributeurs. Le parc de salles a évolué négativement dans le temps et dans l'espace. Le Burkina comptait jusque dans les années 1990, 53 salles dont 16 salles gérées directement par la SONACIB, 25 salles provinciales et 12 salles privées pouvant projeter des films. Aujourd'hui les salles de cinéma sont au nombre de huit. En plus des salles de cinéma, les salles polyvalentes, les centres culturels et les vidéoclubs viennent comme des alternatives dans la projection des films. Autre insuffisance, c'est le manque d'équipement des salles de ciné du Burkina en dehors de l'institut français, des deux salles Canal Olympia en dispositif numérique, le Digital Cinema Package (DCP), pour limiter les risques de piratage. Constitue un frein pour la projection des films étrangers. Pour la diffusion, en général les exploitants de salles entrent directement en contact avec les producteurs pour négocier les droits de diffuser leurs films dans leurs salles.⁶⁷ Dans la plupart des cas, les producteurs préfèrent eux-mêmes démarcher pour placer leurs films auprès des exploitants ou par certains distributeurs internationaux parmi lesquels Côte Ouest, Alshana, et la plateforme DIFFA.⁶⁸ Le Cinéma numérique ambulant (CNA) qui a pour but de diffuser des films auprès des populations défavorisées a eu en 2019 203 séances de projection.⁶⁹

Pour la distribution auprès des exploitants de chaînes de télévision, les producteurs passent par l'intermédiaire de distributeurs nationaux qui perçoivent entre 30 à 40% sur les ventes. Toutefois, on observe quelques fois une crise de confiance entre les producteurs et les distributeurs⁷⁰ de sorte que les producteurs préfèrent eux-mêmes négocier les ventes de leurs produits auprès des diffuseurs des chaînes de télévision. Au Burkina Faso, le paysage médiatique comporte 21 chaînes de télévision en 2019⁷¹. Ce boom national a été favorisé entre autres par l'avènement de la Télévision numérique terrestre (TNT) lancée en décembre

⁶⁶ Yarabatioula, Yarassoula Jacob, loc.cit.

⁶⁷ Ministère de la culture des arts et du tourisme, juillet 2018. Rapport diagnostic de la stratégie nationale de la culture et du tourisme, p.26

⁶⁸ Ministère de la culture des arts et du tourisme, juillet 2018. Rapport diagnostic de la stratégie nationale de la culture et du tourisme, p.26

⁶⁹ Confer annexe quelques indications sur le cinéma numérique ambulant

⁷⁰ ⁷⁰ Ministère de la culture des arts et du tourisme, juillet 2018. Rapport diagnostic de la stratégie nationale de la culture et du tourisme, p. 28

⁷¹ Ministère de la culture des arts et du tourisme, novembre 2020. *Annuaire statistique 2019*, p.68

2017. Dans les années 2000, la Télévision nationale du Burkina (TNB) a entamé une collaboration avec la Direction de la cinématographie nationale (DCN). Cette collaboration a abouti sur des coproductions de séries dont les plus célèbres sont le sitcom « Vis-à-vis » de Abdoulaye Dao et la série « Affaires publiques » de Hadjaratou Lompo; ce qui a permis d'alimenter les programmes de la TNB. De nos jours, la TNB a du mal à acheter les droits de diffusion des films burkinabè et fait de moins en moins des coproductions. En ce qui concerne les chaînes de télévision étrangères, le bouquet Canal+ est l'opérateur le plus présent au Burkina Faso. David Mignot corrobore cela en disant que : « au Burkina Faso, la situation est très impressionnante, car plus d'une famille sur deux qui dispose d'un téléviseur est cliente de Canal + »⁷². Aujourd'hui, c'est beaucoup plus sur les chaînes comme Télé Sud, A+ ou TV5 Monde que des films burkinabè sont diffusés. Les Burkinabè ne découvrent souvent pour la première fois des films nationaux que sur lesdites chaînes de télévision, d'où l'enjeu actuel de la synergie télévision-cinéma⁷³.

Selon le rapport diagnostic de la SNCT, pour la vente aux plateformes numériques, il est à noter qu'a priori, si la diaspora burkinabè constitue un marché potentiel pour les films burkinabè à travers ce type de plateformes, ce n'est pas encore le cas au Burkina Faso, du fait de la faible connectivité. Pourtant, des structures telles qu'"Africa film TV" au Sénégal (Sunuafrika) et Corico commercialisent des films sur les plateformes mais les revenus générés sont encore minimes.⁷⁴

3.3 De l'environnement numérique au Burkina Faso : les techniques de l'information et de la communication et plateformes numériques de diffusion

Si durant près d'un siècle, le seul moyen de consommation était la télévision, le numérique aujourd'hui change entièrement cette configuration et oblige à reconsidérer véritablement le déséquilibre longtemps observé entre l'intérieur (la salle) et l'extérieur qui, en plus de la télévision, s'enrichit du DVD, de la VoD, du réseau internet et de la téléphonie mobile. ⁷⁵ Au Burkina Faso, les intervenants dans le dispositif institutionnel et règlementaire du secteur des TIC sont :

- Le Ministère de l'économie numérique et des postes et de la transformation digitale (MENP)
- L'Autorité de régulation des communications électroniques et des postes (ARCEP)
Le Secrétariat permanent du forum panafricain sur le partage des meilleures pratiques dans le domaine des TIC

⁷² Yarabatioula, Yarassoula Jacob, op.cit., p.108

⁷³ Ibid., p.107

⁷⁴ Ministère de la culture des arts et du tourisme, juillet 2018. Rapport diagnostic de la stratégie nationale de la culture et du tourisme, p.28.

⁷⁵ Kifouani, Delphe, De l'analogie au numérique, Cinémas et spectateurs d'Afrique subsaharienne francophone à l'épreuve du changement, L'Harmattan, 2016, Paris, P.83

- L'Agence nationale de promotion des technologies de l'information et de la communication (ANPTIC)
- L'Agence Nationale de Sécurité des Systèmes d'Information (ANSSI)
- Le Centre de cyber sécurité (CIRT)
- La Commission de l'informatique et des libertés (CIL)

Le MDENP a élaboré une stratégie nationale de développement de l'économie numérique en 2018⁷⁶. Celle-ci fait l'état des lieux de la connectivité au Burkina et des technologies de l'information et de la communication. Elle fait état de propositions d'actions pour améliorer la transformation numérique de l'administration publique, des secteurs économiques et de la société burkinabè. Cependant, il faut noter qu'il n'existe pas de plan numérique adapté à la promotion des contenus culturels.

4 De l'état de la connectivité au Burkina Faso

Devenue en quelques années l'un des plus grands réservoirs d'utilisateurs de la téléphonie mobile et de l'internet, l'Afrique fait pâlir d'envie.⁷⁷ Depuis septembre 2020, la connectivité a été améliorée au Burkina à travers la mise en place d'infrastructures. En effet, réalisées dans le cadre du Projet Régional d'Infrastructures de Communication de l'Afrique de l'Ouest – composante du Burkina Faso (PRICAO-BF), ces infrastructures composées d'un Point d'atterrissage Virtuel (PAV), d'un Point d'Echange Internet (IXP) et d'une capacité supplémentaire de 15 Gigabits/seconde, permettent l'amélioration de la connectivité nationale, régionale et internationale du pays, l'accroissement de la couverture géographique des réseaux à bande passante de grande capacité ainsi que la réduction des coûts de la connectivité au profit du gouvernement, des entreprises et des citoyens⁷⁸. Outre cela, le gouvernement du Burkina Faso a décidé d'accroître son investissement dans la fibre optique en 2021. En effet, selon le premier ministre Christophe Marie Joseph Dabiré, « en vue d'accélérer la transformation digitale, le gouvernement poursuivra la construction du réseau national de la fibre optique dans le cadre du projet Backbone national des télécommunications. Il va accélérer la mise en exploitation de la fibre déjà posée et le développement des services de communications électroniques de qualité pour l'Etat, le secteur privé et les populations »⁷⁹. Toutefois, la qualité de la connexion au Burkina laisse à désirer. Ainsi, en 2015, le Burkina Faso (avec 0,86 Mbps) était classé dernier sur les 196 pays à travers le monde, après certains pays tels que, la Côte d'Ivoire (184^e avec 2,39 Mbps), le Mali (185^e avec 2,35 Mbps), la Guinée (191^e avec 1,60 Mbps), le Bénin (194^e avec 1,16 Mbps) et la

⁷⁶ Ministère du développement de l'économie numérique et des postes et de la transformation digitale. 2018. « Stratégie nationale de développement de l'économie numérique 2018-2027 ».

⁷⁷ Ibid., p. 87

⁷⁸https://www.mdenp.gov.bf/details?tx_news_pi1%5Baction%5D=detail&tx_news_pi1%5Bcontroller%5D=News&tx_news_pi1%5Bnews%5D=144&cHash=d74c1685748c4100a7397e4b7b6be5c4, publié le 07/12/2020, consulté le 02/07/2021

⁷⁹<https://www.agenceecofin.com/infrastructures/0802-84989-le-burkina-faso-fait-du-developpement-du-reseau-de-fibre-optique-une-priorite-en-2021>, publié le 08 février 2021, consulté le 02/07/2021

Guinée Equatoriale (195^e, avant dernier pays avec 1,13 Mbps)⁸⁰. Selon les données du site « le kiosque digital du Burkina », sur une population de 20,61 millions d’habitants en 2020, le Burkina a un taux de pénétration Internet de 22% en janvier 2020 contre une moyenne mondiale de 59% et une moyenne africaine de 36%. Par ailleurs, en ce qui concerne le E-commerce, il ressort selon le même site un taux de bancarisation de 23%, 4,8% de taux de pénétration des cartes de crédit et 33% de la population a un compte de paiement mobile⁸¹.

5 Des téléphonies mobiles

Des fournisseurs d’accès tels que Orange, Vodafone, MTN et Moov existent dans le continent africain. Au Burkina, il existe trois opérateurs de téléphonies mobiles : Moov Africa Burkina, Télécel et Orange. Le nombre de cartes SIM a gardé sa tendance à la hausse (plus 2,04%) au 3^e trimestre 2020 pour atteindre 21 436 545 abonnements pour les trois réseaux de téléphonie mobile. Ce parc correspond à un taux de pénétration de 99,66% de la population nationale estimée pour 2020⁸². Le détail par opérateur est présenté comme suit :

Tableau 3 Répartition du parc des abonnements actifs (nombre de cartes SIM actives)

Désignations	ONATEL SA		TELECEL FASO SA		ORANGE BF SA		TOTAL		
	2020 - T2	2020 - T3	2020 - T2	2020 - T3	2020 - T2	2020 - T3	2020 - T2	2020 - T3	Variation
Abonnements prépayés	8 912 053	9 068 244	2 937 430	2 946 131	9 135 123	9 397 325	20 984 606	21 411 700	2,04%
Abonnements postpayés	18 056	18 465	333	338	6 048	6 042	24 437	24 845	1,67%
Parc total des abonnements	8 930 109	9 086 709	2 937 763	2 946 469	9 141 171	9 403 367	21 009 043	21 436 545	2,03%
Taux de pénétration de la population	41,52%	42,24%	13,66%	13,70%	42,50%	43,72%	97,67%	99,66%	2,03%
Part du marché national selon le parc	42,51%	42,39%	13,98%	13,75%	43,51%	43,87%	100,00%	100,00%	0,00%

Source : Arcep, 2020

6 Les plateformes numériques de distribution et diffusion

La numérisation du cinéma a donné à l’informatique plus de pouvoir qu’auparavant (conception des interfaces, création de logiciels, génération d’applications et de contenus, mise en réseaux, gestion et programmation des terminaux, etc.).⁸³ En ce qui concerne la diffusion par internet via les plateformes numériques, l’Afrique subsaharienne dont le Burkina est en retard par rapport aux autres régions du monde. En effet, selon Delphe Kifouani « En Afrique subsaharienne francophone où le cinéma n’a pu se structurer en chaîne de production, de distribution et d’exploitation de films, (...), la distribution par Internet ne s’est pas développée rapidement comme ailleurs. Les obstacles sont restés bien entendu politiques (absence de cadre juridique et de politiques de soutien), techniques (instabilité de l’ADSL et du câble) et socioculturels ». ⁸⁴ Les modes de distribution s’inscrivent pour le moment dans

⁸⁰<https://www.burkina24.com/2015/01/06/vitesse-de-telechargement-internet-le-burkina-classe-dernier/>, publié le 6 janvier 2015, consulté le 05/07/2021

⁸¹<https://lekiosquedigitalduburkina.com/2020/02/24/burkina-faso-statistiques-sur-le-digital-et-les-medias-sociaux-en-janvier-2020/>, publié le 24/02/2021, consulté le 05/07/2021

⁸² Arcep, données du marché national de la téléphonie mobile, 3^e trimestre 2020, p.6

⁸³ Arcep, données du marché national de la téléphonie mobile, 3^e trimestre 2020, p.6

⁸⁴ Arcep, données du marché national de la téléphonie mobile, 3^e trimestre 2020, p.88

une démarche d'abonnement forfaitaire avec les plateformes numériques (Africa films, Iroko TV, Afrostream, etc).

En Janvier 2015, selon Evariste Dakouré⁸⁵, on répertoriait 118 plateformes dédiées au continent africain tant anglophone que francophone dont seule une trentaine semblait avoir un modèle d'affaires viable. L'un des enjeux reste le coût d'accès du public à l'offre, celui de l'abonnement, et de son choix qui se tournera sans doute vers une seule plateforme qui se doit d'intégrer une offre large couvrant les catégories prisées, telles que des programmes d'Hollywood, de Bollywood et des téléromans.

Au Burkina, il n'existe quasiment pas de plateformes numériques orientées dans la distribution et diffusion de films. Comme l'a si bien remarqué Jacob Yarassoula Yarabatioula « il n'existe pas non plus de plateforme internet pour la promotion et la diffusion des œuvres cinématographiques. Ce qui existe timidement, c'est la web diffusion au niveau des chaînes de télévision »⁸⁶. En effet, les chaînes de télé telles que RTB, BF1, Burkina infos font de la web diffusion. Toutefois, il s'agit de diffusion des programmes de ces chaînes non des sites web spécialisés dans la diffusion de films.

Outre les sites web des chaînes de télévision, les téléphonies mobiles ont mis en place des plateformes pour la diffusion des films. Ainsi, Orange Burkina a mis en place son application « TV mobile d'Orange », qui présente des produits cinématographiques, de la musique, des Romans, du contenu jeunesse. Pour profiter de la TV Mobile, il suffit de souscrire à un abonnement journalier (100/jour), hebdomadaire (500/semaine) ou mensuel (1000 ou 2000/mois). Moov Africa Burkina a également mis en place une application « MOLOTOV TV » sur laquelle les usagers peuvent visionner désormais leurs chaînes de télévisions préférées. La plateforme diffuse des émissions télévisuelles (TV direct, séries, films, sport, documentaires...) en streaming pour un abonnement journalier de 100f.

La plateforme « Fasofilms », créée en avril 2020 est la seule plateforme burkinabè diffusant des films burkinabè. Il s'agit d'un site hébergé par Youtube dont le promoteur Ibrahim Hébié est le responsable de la maison de production « Fasofilms ». Selon le promoteur, la plateforme est une réponse au regard des actes de piraterie de leurs films, constatés sur Youtube. La plateforme numérique a été créée afin de diffuser gratuitement les films produits uniquement par la structure. Ainsi, la plateforme, ne diffuse que les films produits par Fasofilms production et n'est pas ouvert aux autres produits cinématographiques. Nous ne pouvons répertorier toutes les plateformes, mais nous avons mis l'accent sur celles qui sont célèbres en Afrique, par ricochet au Burkina Faso, répertoriées dans ce tableau :

⁸⁵ Dakouré, Evariste. s. d. « La promotion de films d'Afrique francophone sur des plateformes numériques : l'exemple du Burkina Faso », 15 pages. Mis en ligne le 13/07/2020, consulté le 16/08/2021 sur <https://lesenjeux.univ-grenoble-alpes.fr/2020/varia/01-la-promotion-de-films-dafrique-francophone-sur-des-plateformes-numeriques-lexemple-du-burkina-faso/>

⁸⁶ Yarabatioula, Yarassoula Jacob, op.cit. P. 108

Tableau 4 Présentation de quelques plateformes numériques

Désignation	Pays d'origine	Date de création	Produits	Films burkinabè présents ⁸⁷	Paiement
Prime video (Amazon)	Etats-Unis	2016	Films et séries	Aucun	5,99 € par mois
Netflix	Etats-Unis	1997	Films et séries	Aucun	11,99€ par mois
Prende TV (Univision)	Etats-Unis	2021	Films et séries, 30 chaînes en direct en espagnol	Aucun	Gratuit, financé par la publicité
TV5MONDEplus	France	2020	Cinéma, musique	Aucun	Gratuit, financé par la publicité
Iroko	Nigéria	2010	Séries nigérianes	Aucun	Abonnement
Tënk	France	2016	Documentaire d'auteur	Aucun	Abonnement
Africafilms Tv	Sénégal	2012	Vidéos, films documentaires, films d'animation, longs, courts métrages, musique	Célibatorium (Adama Roamba) Ina (Valérie kaboré) Série noire à Koulbi (Boubakar Diallo) Alima (Abdoulaye Dao) La sacoche (Boubakar Diallo) Omar et Charly (Boubakar Diallo) Ouaga battle (Mamadou Gnamou)	Téléchargement payant légal
Africashow	France	2012	Films et séries africaines	Trois femmes un village (Issa Traoré de Brahim) Trois hommes un village (Issa Traoré de Brahim) Supers flics (Aminata Diallo Glez) Kadi Jolie (Idrissa Ouédraogo) Tilaï (Idrissa Ouédraogo) Le parvenu (Yacouba Napon) Rawoko (Yacouba Napon) Quand les éléphants se battent (Abdoulaye Dao) PUH au-delà du mur (Sidbêwendé Bernard Yaméogo)	Gratuit

Source : Tableau réalisé par Laure Bado, juillet 202

⁸⁷ Ces contenus ont été consultés le 15 juillet 2021

Chapitre 3 : Démarche méthodologique de la recherche et analyse des données

Nous avons mené dans le cadre de notre travail une enquête à la fois qualitative et quantitative afin d’avoir des informations complémentaires sur notre objet d’étude. En fonction de l’enquête menée nous avons catégorisé notre public cible et choisi la technique et les outils de collecte de données appropriés.

I Démarche méthodologique

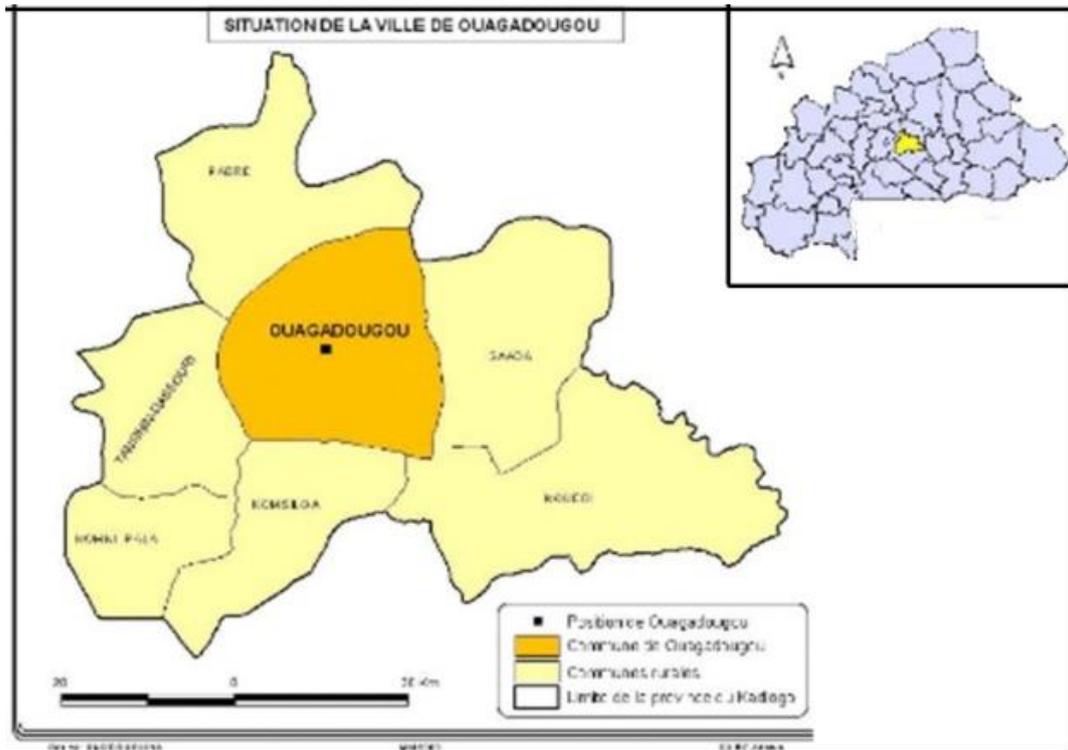
1. Le champ de l’étude

Notre étude porte sur un public cible résidant au Burkina. Dans les faits, nous nous sommes rendu compte que pratiquement tous nos enquêtés résident dans la capitale à Ouagadougou et à Bobo-Dioulasso. De ce fait, notre champ d’étude par la force des choses a été circonscrit dans les communes de Ouagadougou et de Bobo-Dioulasso. L’industrie du cinéma et ses acteurs sont concentrés à Ouagadougou. Une grande partie des enquêtes a donc été menée dans cette ville de juin à Juillet 2021, d’abord en présentiel puis par la suite par mail. En outre, l’autre partie a été menée à Bobo-Dioulasso, où nous faisons notre stage. Nous avons collecté des données auprès d’une partie des consommateurs de films jusqu’en fin juillet.

1.1. Brève présentation de la commune de Ouagadougou

Ouagadougou, capitale du Burkina, chef-lieu de la région du centre a une population de 3. 000 000 habitants en 2018. Il est constitué de 12 Arrondissements et 55 Secteurs. Sa densité brute est de 43 hab/ha avec un taux d’accroissement annuel moyen de 7,6% soit près 150 000 nouveaux citadins par an.

Figure 3 Carte de la commune de Ouagadougou

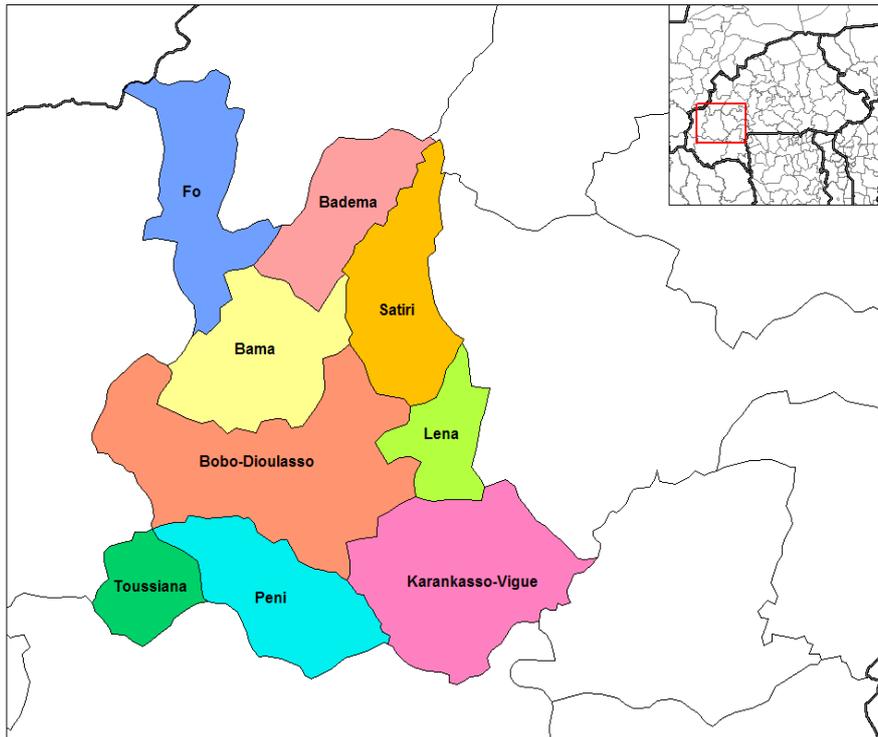


Source : Laure Bado, 2021 (https://www.memoireonline.com/10/09/2797/m_Le-montage-des-deux-roues-motorises--Ouagadougou-Concurrence-et-perspectives2.html)

1.2. Brève présentation de la commune de Bobo-Dioulasso

Bobo-Dioulasso est la capitale économique du Burkina Faso et la deuxième ville en population après Ouagadougou. Elle se situe au sud-ouest du Burkina Faso. Couvrant une superficie de 1 600 km², elle est le chef-lieu de la province du Houet. Avec une population de 903 887 habitants en 2019, elle couvre vingt-cinq secteurs. De nos jours, la Commune de Bobo-Dioulasso demeure un centre économique et culturel d'importance pour le Burkina Faso.

Figure 4 Carte de la commune de Bobo-Dioulasso



Source : Laure Bado, 2021 (https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/f/f2/Houet_departments.png)

2. Population d'enquête

2.1 Cibles primaires

Nos cibles primaires sont constituées des professionnels du cinéma et de l'audiovisuel dont les réalisateurs, les producteurs et les scénaristes. Nous avons tenu à varier les métiers pour avoir des opinions éclectiques et diversifiés. Le choix des professionnels comme cible principale se justifie par le fait que ce sont ces acteurs qui prennent la décision de distribution et diffusion. Aussi, ils sont directement concernés en termes de droits d'auteur. Au regard du fait qu'ils sont les premiers concernés par notre objet d'étude, l'entretien semi-directif permettra de collecter des données à la fois quantitatives et qualitatives sur leurs connaissances des plateformes numériques de distribution et diffusion, leurs expériences en termes d'usage de ces outils et leur appréciation en tant que canaux de distribution et diffusion.

2.2 Cibles secondaires

Les consommateurs constituent notre cible secondaire. Ce sont ces « ciné-spectateurs » qui visionnent les œuvres cinématographiques et qui constituent le marché des films. A travers les questionnaires semi-directifs, nous avons pu collecter des données quantitatives et qualitatives sur leurs habitudes de consommation, précisément leurs préférences en termes de canaux de diffusion. Par ailleurs, connaître leur degré d'appréciation des plateformes numériques permettrait de réorienter le marketing de commercialisation des films au Burkina.

2.3. Personnes ressources

Les personnes ressources sont les agents des institutions et structures techniques tels que l'ANPTIC, la DGCA, le FESPACO, la DPICC, l'association des distributeurs cinématographiques et audiovisuels (ADCIA), le Conseil supérieur de la communication (CSC), le BBDA, l'association des critiques du cinéma du Burkina et les exploitants de plateforme numériques (Fasofilms). A travers des guides d'entretien nous avons collecté des données qualitatives sur essentiellement leurs opinions sur la distribution et diffusion au Burkina, les plateformes numériques, les actions menées par les uns et les autres pour améliorer la numérisation dans le domaine du cinéma, les difficultés rencontrées en ce sens et les solutions préconisées.

3. L'échantillonnage

Au départ, nous avons prévu un échantillon de 50 enquêtés. Notre choix est raisonné et découle d'un échantillonnage dit de boule de neige, selon lequel, un chercheur commence par une petite population d'individus connus et élargit l'échantillon en demandant à ces premiers participants d'en identifier d'autres qui devraient participer à l'étude.⁸⁸ En effet, nous avons profité du réseau de notre structure d'accueil pour avoir accès à nos cibles. Ainsi, à l'issue de chaque entretien, l'enquêté nous référait à d'autres potentielles cibles. Cependant, nous avons fait face à une contrainte de temps et de disponibilité de la plupart des cinéastes. Par ailleurs, certaines fiches envoyées par mail ont été mal remplies, donc, ont dues être déclassées. Finalement, nous avons pu collecter les données auprès de 39 personnes dont 14 professionnels du cinéma, 16 consommateurs et neuf personnes ressources. Toutefois notre échantillon est représentatif car nous avons essayé de toucher à presque toutes les chaînes de valeur de l'industrie du cinéma au Burkina.

4. Les techniques et outils de collecte et de traitement de données

Ces techniques ont consisté en l'utilisation de plusieurs méthodes à savoir : les recherches documentaires, l'observation participante, l'entretien semi-directif, l'entretien en ligne (par email) et l'enquête par questionnaire.

4.1. Les techniques de collecte de données

Afin de vérifier notre hypothèse, nous avons utilisé plusieurs méthodes d'enquête, en vue de collecter les données.

4.1.1. Les recherches documentaires :

« Les documents accumulés en cours de recherche se révèlent souvent très précieux au moment des analyses et des interprétations finales. Ils permettent notamment, la prise en compte d'angles de vue différents et éclairent parfois le chercheur sur la possibilité

⁸⁸<https://www.greelane.com/fr/science-technologie-math%c3%a9matiques/sciences-sociales/snowball-sampling-3026730/>, publié le 06/05/2019, consulté le 11/07/2021

d'extrapoler le résultat de ses observations à d'autres terrains et à d'autres réalités », ⁸⁹selon Serge Théophile Balima et Véronique Duchenne. Ainsi, nous avons effectué de mars en juillet 2021, nos recherches sur le site internet de la bibliothèque de l'université Senghor, à la bibliothèque de l'institut français de Bobo-Dioulasso au Burkina Faso afin de nous procurer les ouvrages généraux, spécifiques, revues, thèses et mémoires. En plus des bibliothèques, les ouvrages consultés au sein du centre de ressources de notre structure d'accueil le CERAV/Afrique nous ont permis de recueillir de nombreuses informations sur notre sujet. La consultation également de sites internet a enrichi nos recherches.

4.1.2. L'observation participante

Opter pour l'observation in situ, c'est privilégier le déplacement effectif du chercheur sur un « terrain » concret, géographiquement et spatialement défini. (...). Son but est d'entrer directement en contact avec les acteurs principaux, et ce au cœur même de l'environnement dans lequel les activités à étudier se déroulent habituellement. ⁹⁰ En effet, favorisée par notre séjour dans notre structure d'accueil et notre implication dans certaines activités telles que les ateliers, conférences, rencontres, l'observation participante nous permet de témoigner de certains faits au sein de l'environnement culturel surtout celui du cinéma. En plus, les témoignages des personnes ressources nous ont été bénéfiques.

4.1.3. L'entretien semi-directif

Nous avons utilisé l'entretien semi-directif pour collecter des données qualitatives, notamment les opinions, impressions et ressentis des enquêtés quant à l'usage des plateformes numériques. Cette technique sied parce qu'elle laisse les gens s'exprimer librement, mais tout en les concentrant sur des sujets de conversation précis. ⁹¹ Selon Paul Inda, c'est « un échange au cours duquel l'interlocuteur exprime ses perceptions, ses interprétations, ses expériences, tandis que le chercheur par ses questions ouvertes et ses réactions, facilite cette expression, évite que celle-ci s'éloigne des objectifs de la recherche ». ⁹²

4.1.4. L'entretien en ligne

L'entretien en ligne a été utilisé comme une alternative au regard du manque de disponibilité des enquêtés. Le mail représentait le dernier recours pour mener les dernières enquêtes. Les

⁸⁹ Balima, Serge Théophile, Duchenne, Véronique, *Méthodologie de la recherche en sciences de l'information et de la communication, l'élaboration du mémoire de maîtrise*, éditions Sankofa/ éditions Sidwaya, Ouagadougou, 2005, p.79

⁹⁰ Ibid., p.76

⁹¹ Balima, Serge Théophile, Duchenne, Véronique, op.cit., P. 87

⁹² Ouattara, Seydou, 2013, *Cours de techniques et méthodes d'enquêtes*, département de communication et journalisme, licence.

questions étaient élaborées sous le format « Google form » afin que les intéressés puissent remplir directement.

4.1.5. L'enquête par questionnaire

Celle-ci vise la collecte méthodique d'informations de façon directe ou par l'intermédiaire d'un enquêteur. Elle permet d'obtenir des renseignements quantitatifs, qualitatifs, précis et exploitables. A travers l'enquête par questionnaire, il s'est agi de collecter les données quantitatives et qualitatives sur l'usage des plateformes numériques telles que le pourcentage de personnes qui les connaissent, qui les utilisent, mais aussi le pourcentage de personnes qui les apprécient ou pas.

4.2. Les outils de collecte et de traitement de données

Les principaux outils de collecte de données utilisés sont :

4.2.1. Le guide d'entretien

Le guide d'entretien a été utilisé à travers un entretien semi-directif auprès des personnes ressources. Le guide d'entretien porte sur l'appréciation que font les personnes ressources de l'usage des plateformes numériques dans la distribution et diffusion de films burkinabè. Il permet à l'interviewé d'exprimer son point de vue, son expérience, sa propre logique, voire ses propres questions et ce, en le laissant libre de choisir le vocabulaire, le mode d'expression, l'ordre qu'il veut.⁹³

4.2.2. Le questionnaire

C'est un outil méthodologique composé d'une série de questions structurées relatives à une situation, des opinions, des niveaux de connaissance ou de conscience d'un phénomène. Notre questionnaire est constitué de questions semi-ouvertes administrées aux professionnels du cinéma et aux consommateurs. Il permet de collecter des données claires, précises, mesurables et faciles à dépouiller.

4.2.3. Les autres outils de collectes de données

Certains outils non moins importants nous ont permis de mener à bien notre enquête de terrain. Il s'agit : d'un téléphone portable Android, avec sa fonction d'enregistrement, un bloc note et un stylo, un ordinateur portable et un écouteur, une motocyclette.

4.2.4. Les outils de traitement des données

Les outils qui nous ont permis de mener à bien le traitement des données collectées sont constitués de l'ordinateur et des logiciels tels que : Excel, Google form, Sphinx.

⁹³ Balima, Serge Théophile, Duchenne, Véronique., op.cit., p. 86

5. Les difficultés rencontrées

Notre enquête de terrain nous a permis de nous entretenir avec les hommes et femmes professionnels du cinéma et de l'audiovisuels et les personnes ressources. Cependant, elle ne s'est pas faite sans embûches.

La principale difficulté que nous avons rencontrée lors de notre collecte des données est l'indisponibilité de nos enquêtés. Certains étaient en déplacement pour raison de travail donc peu disposés à se soumettre aux entretiens fussent-ils en ligne. D'autres étaient trop occupés à se préparer pour le prochain FESPACO. D'autres encore avaient des calendriers chargés. Par ailleurs, certains enquêtés ont eu du mal à remplir les fiches par le google form. Toutes ces contraintes ne nous ont pas permis d'avoir le nombre escompté. Cette situation a rendu les conditions de travail difficiles.

6. Le stage professionnel

6.1. Présentation du centre régional pour les arts vivants en Afrique (CERAV/Afrique)

Le Centre régional pour les arts vivants en Afrique (CERAV/Afrique) est un centre de catégorie 2 de l'UNESCO. Il est officiellement créé au Burkina Faso par décret du 03 octobre 2014, avec le statut d'Etablissement Public de l'Etat à caractère Scientifique, culturel et technique (EPSCT). Ses missions sont :

- a) Promouvoir les arts vivants africains dans leur diversité, en prenant en compte toutes leurs potentialités créatrices et en encourageant les échanges et la coopération entre pays africains ;
- b) Assister les Etats qui coopèrent avec le Centre dans :
 - la création et le renforcement des conditions nécessaires à l'épanouissement des capacités créatrices dans le secteur des arts vivants ;
 - la prise de mesures visant à promouvoir les dimensions culturelles, sociales et économiques des arts vivants ;
 - l'intégration de ces mesures au sein de leurs stratégies de développement;
- a) Œuvrer à la collecte de données et l'échange d'informations, d'expertise et de bonnes pratiques dans le domaine des arts vivants au niveau régional, contribuant ainsi à une meilleure compréhension entre les peuples et les communautés à l'intérieur et à l'extérieur de l'Afrique ;
- b) Favoriser, suivant les besoins, aux niveaux international et régional, l'intégration et la mise en œuvre conjointe de politiques et plans d'action concernant la protection, la promotion, la gestion, la production et la diffusion des arts vivants et mener, à cette fin, des activités de formation ;

- c) Encourager l'élaboration, au niveau africain de visions, politiques et stratégies conjointes dans le domaine de la culture à travers des arts vivants et les industries culturelles qui y sont associées ;
- d) Accompagner en Afrique la mise en œuvre de la Convention UNESCO sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles.

6.2. L'apport personnel au CERAV/Afrique

Au cours de notre séjour, nous avons participé à certaines activités du CERAV/Afrique :

- Les réunions et rencontres : il s'agit des rencontres avec le personnel du CERAV/Afrique et aussi suscitées par les visites des acteurs culturels et partenaires du CERAV/Afrique.
- Les ateliers : Nous pouvons citer entre autres :
 - L'atelier sur « *l'élaboration du guide pratique pour l'assistance technique du CERAV/Afrique aux Etats africains dans l'élaboration de leurs rapports périodiques quadriennaux* » qui s'est tenu à Bobo-Dioulasso au sein de la structure ;
 - L'atelier régional sur « *la contribution des festivals au développement de l'industrie du cinéma et à la résilience du secteur de la culture en Afrique sous contexte Covid-19* » à Ouagadougou, du 25 au 27 mai 2021.
- Les panels : il s'est tenu les panels animés par l'économiste Rassablga Seydou Ouédraogo sur le développement africain, à Bobo-Dioulasso. Nous y avons pris part pour le compte du CERAV/Afrique. Nous avons également participé aux panels sur le balafon sénoufo le 25 juin à Bobo-Dioulasso.
- Les spectacles et activités culturelles : Nous avons pris part à des spectacles de danse contemporaines, de mise en scènes de théâtre et de projection de court-métrage dans le cadre d'activités où le CERAV/Afrique a été invité à assister tout au long de notre séjour.
- Les réalisations audiovisuelles : Nous avons participé aux réalisations audiovisuelles portant sur les activités du CERAV/Afrique, en posant la voix off.

6.3. Les acquis et les perspectives

Le stage s'est bien déroulé dans l'ensemble. Sur le plan professionnel, travailler avec les uns et les autres a permis de renforcer nos compétences. En outre, notre séjour au CERAV nous a permis d'accéder à son réseau d'acteurs de la culture et de renflouer notre carnet d'adresses pour une collaboration éventuelle future.

Sur le plan méthodologique, le CERAV a été pour nous un tremplin dans le cadre de nos enquêtes car la structure nous a facilité l'accès aux hommes et femmes du cinéma et aux services techniques. Le centre de ressources nous en outre permis de consulter de nombreux ouvrages généraux et spécifiques dans le cadre de notre travail. En plus, les apports des agents du CERAV nous ont été bénéfiques dans le cadre de nos recherches.

Sur le plan social, il régnait dans le service une ambiance satisfaisante qui a facilité notre insertion.

II. Analyse des données : Etat des lieux de l'usage des plateformes numériques dans la distribution et diffusion des plateformes numériques

Il s'agira dans cette partie de faire l'analyse des données, et à l'issue de cela proposer des pistes de solution. Ainsi, nous ferons ressortir les résultats de notre enquête de terrain à l'issue du dépouillement et du traitement des données, selon les critères clés tels que :

- La connaissance des plateformes numériques de distribution et diffusion des films ;
- L'usage des plateformes numériques de distribution et diffusion des films ;
- Les préférences liées à l'usage des plateformes numériques ;
- L'appréciation des plateformes numériques par les professionnels du cinéma et les consommateurs ;
- Analyse FFOM de l'environnement cinématographique face à l'usage des plateformes numériques.

1. Etude quantitative

Pour notre travail, nous avons collecté des données mesurables en vue de notre analyse quantitative. Elle a porté sur la connaissance des plateformes numériques de distribution et diffusion des films, l'usage des plateformes numériques de diffusion des films, les préférences liées à l'usage des plateformes numériques et l'appréciation des plateformes numériques.

1.1. La connaissance des plateformes numériques.

Avant d'approfondir le sujet avec les enquêtés, nous avons jugé important de jauger leur connaissance de notre objet d'étude qui est la plateforme numérique de diffusion des films.

1.1.1 Connaissance des plateformes numériques de diffusion de films

Parmi une panoplie de plateformes numériques dédiées à la distribution et diffusion de films les plus connues, nous avons cherché à savoir lesquelles étaient connues des enquêtés. Ainsi, sur 30 enquêtés dont 14 professionnels du cinéma et 16 consommateurs de films, trois personnes affirment ne connaître aucune des plateformes numériques proposées

Figure 5 Répartition des enquêtés selon leur niveau de connaissance des plateformes numériques

Plateformes numériques	Professionnels du cinéma	Consommateurs	Total
Fasofilms TV	8	8	16
TV Mobile d'Orange	6	8	14
Africashows	3	0	3
Africafilm.tv	4	0	4
Amazon	5	4	9
Iroko	9	9	18
Netflix	12	7	19

Univision	1	0	1
TV5MONDEplus	10	7	17
UniverCiné	1	0	1
Apple TV+	1	0	1
Itunes	1	0	1
Mubi	1	0	1
Tènk	4	0	4
Aucune	0	3	3
Minimum	0	0	0
Maximum	12	9	19

Source : Tableau réalisé à partir des données de l'enquête de juin 2021

Les plateformes Netflix, TV5MONDEPlus et Iroko sont les plus connues avec respectivement 12, 10 et 9 sur 30 enquêtés. Netflix est ainsi considéré par la plupart d'entre eux comme la plateforme incontournable et la plus fiable. Les professionnels la considèrent notamment comme très professionnelle et crédible. La plateforme TV5MONDEPlus est aussi connu grâce à la chaîne TV5Monde qui a permis de faire sa promotion auprès de la population. Iroko étant la plateforme de VOD dédiée aux séries de Nollywood, beaucoup d'enquêtés la connaissent car adulent les séries nigérianes. Toutefois, trois personnes affirment ne connaître aucune des plateformes proposées, ne s'intéressent pas particulièrement aux plateformes numériques de diffusion de films.

1.1.2 Connaissance des plateformes de diffusion de films burkinabè

L'on constate comme le démontre le tableau ci-dessous, que 11 enquêtés sur 30 affirment connaître des plateformes numériques diffusant des films burkinabè, contre 19 qui affirment le contraire.

Figure 6 Répartition des enquêtés selon leur niveau de connaissance des plateformes numériques qui diffusent des films burkinabè

Réponse	Professionnels du cinéma	Consommateurs	Total
Oui	7	4	11
Non	7	12	19
Total	14	16	30

Source : Tableau réalisé à partir des données de l'enquête de juin 2021

Ainsi, moins de la moitié des enquêtés connaissent les plateformes diffusant des films burkinabè car affirment-ils, ces films ne se trouvent pas simplement sur les plateformes auxquelles ils sont familiers. Ce sont surtout les consommateurs qui sont les moins familiers aux plateformes numériques qui diffusent les films burkinabè. La raison la plus avancée est le fait que les nouveaux films burkinabè ne se trouvent pas sur les plateformes qu'ils visionnent. Ou encore, beaucoup en réalité ne cherchent pas à visionner les films burkinabè sur les plateformes numériques. Ils ne savent donc pas, si ces films sont à l'affiche ou pas puisque cela ne fait pas partie de leurs préférences.

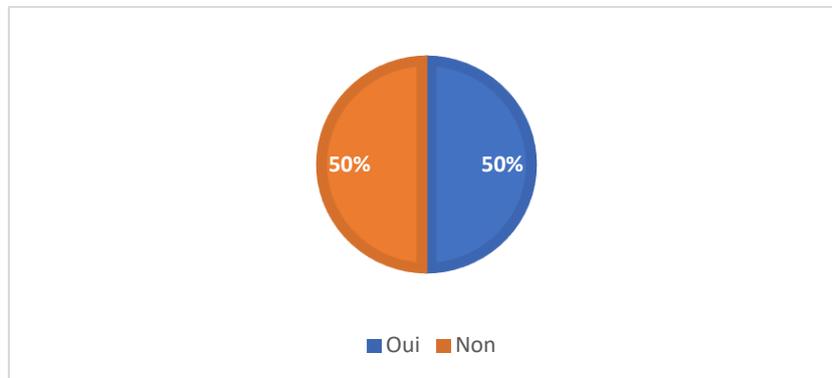
Il ressort en général donc que beaucoup de nos enquêtés connaissent en général les plateformes numériques à travers les différentes publicités sur les médias, de bouche à oreille, pour les avoir utilisées au moins une fois. Toutefois, dès lors que l'on fait le lien avec les œuvres cinématographiques burkinabè le niveau de connaissance baisse.

1.2 L'usage des plateformes numériques par les professionnels du cinéma et les consommateurs

1.2.1 L'usage des plateformes numériques par les professionnels du cinéma

Selon nos enquêtes, 50% des 14 professionnels du cinéma interviewés avouent qu'ils font diffuser leurs œuvres cinématographiques sur les plateformes numériques contre 50% qui ne le font pas.

Figure 7 Répartition des professionnels du cinéma selon leur usage des plateformes numériques



Source : Tableau réalisé à partir des données de l'enquête de juin 2021

La moitié des enquêtés utilise les plateformes numériques car selon eux, c'est la nouvelle donne en termes de canal de diffusion de nos jours. Ils voient en cela, un tremplin pour la visibilité des films burkinabè surtout à l'extérieur. Certains, à l'image du documentariste Michel Zongo qui fait diffuser régulièrement ses œuvres sur Tënk, y voient un moyen de « démocratiser » le cinéma au plus grand nombre tout en cherchant une autre source de revenus. D'autres diffusent sur les plateformes numériques avec qui ils ont en même temps des contrats de coproduction. D'autres le font juste par « défaut » à l'instar de Berni Goldblatt sur Tënk et Appoline Traoré sur TV mobile d'Orange ; non pas pour une motivation quelconque mais parce que cela a été suggéré par le distributeur. D'autres encore ont décidé de céder leurs droits aux plateformes juste pour leurs anciennes œuvres cinématographiques. C'est le cas notamment du cinéaste Gaston Kaboré dont on peut aisément retrouver les films tels que Wend Kuuni et Buudyam en téléchargement libre sur Africashows. Ceux qui ne font pas diffuser sur les plateformes numériques ont avancé comme principal raison le problème de sécurité de ces plateformes et la piraterie. Ainsi, il y a une crise de confiance entre les exploitants de plateformes et les cinéastes. Certains avouent n'avoir pas encore été approchés par ces gestionnaires, ce qui explique leur non usage.

Le tableau ci-dessous permet de récapituler le nombre de films toutes catégories confondues diffusés en ligne.

Tableau 5 Répartition des professionnels du cinéma selon le nombre de films diffusés en ligne

Le nombre de films diffusés sur les PN		
	Nb	% cit.
1-5	4	57,1%
5-10	2	28,6%
Plus de 10	1	14,3%
Total	7	100,0%

Source : Tableau réalisé à partir des données de l'enquête de juin 2021

Nous remarquons qu'une seule personne a fait diffuser en ligne plus de 10 films. Cela révèle que les cinéastes burkinabè ne sont pas vraiment friands des plateformes numériques. Quatre personnes ont reconnu avoir fait diffuser un à cinq films sur les plateformes numériques.

Toutefois, ceux qui ne diffusent pas encore sur les plateformes numériques ont assuré qu'ils étaient tout de même intéressés par les plateformes numériques. En témoigne le tableau suivant.

Tableau 6 Répartition des professionnels du cinéma selon leur intérêt pour les plateformes numériques.

Intéressés par les PN		
	Nb	% cit.
Oui	7	100,0%
Non	0	0,0%
Total	7	100,0%

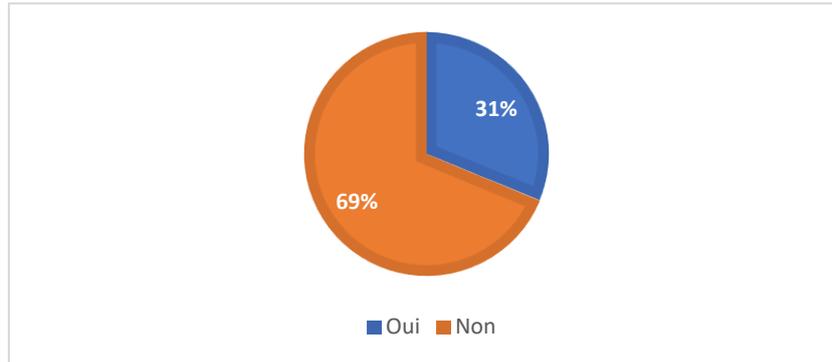
Source : Tableau réalisé à partir des données de l'enquête de juin 2021

Cela démontre de leur volonté à ne pas rejeter les plateformes numériques. Cependant certaines conditions sont formulées à savoir la transparence et la crédibilité de ces sites et des textes règlementaires ou législatifs clairs régissant la distribution de films en ligne.

1.2.2 L'usage des plateformes par les consommateurs de films

Sur 16 consommateurs enquêtés, 69% contre 31% affirment ne pas aimer visionner des films burkinabè sur les plateformes numériques.

Figure 8 Répartition des consommateurs selon leur usage des plateformes numériques



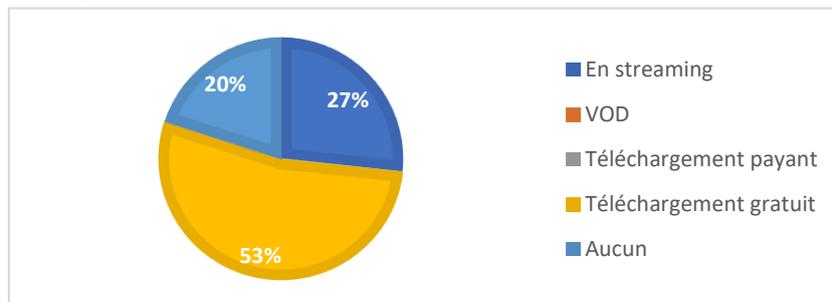
Source : Graphique réalisé à partir des données de l’enquête de juin 2021

Le graphique révèle que les films burkinabè ne constituent pas les premiers choix de nos enquêtés. Les raisons sont diverses. En plus de ceux qui ne sont pas du tout intéressés par les plateformes numériques, la principale raison est que beaucoup n’ont pas connaissance des nouvelles sorties des films burkinabè pour chercher à les visionner en ligne. D’autres ne considèrent pas ou plus les films burkinabè comme leurs préférés. En outre, une partie affirme préférer visionner les films burkinabè en salles. On retient alors, qu’il y a peu d’engouement pour les films burkinabè en ligne, selon les résultats de nos enquêtes.

- Le mode de consommation des films en ligne

A la question de savoir comment les consommateurs avaient accès aux films en ligne, 27% ont avoué visionner les films en streaming, 53,3% utilisent le téléchargement gratuit et 20% affirment n’utiliser ni l’un ni l’autre.

Figure 9 Répartition des consommateurs selon leur mode de consommation des films



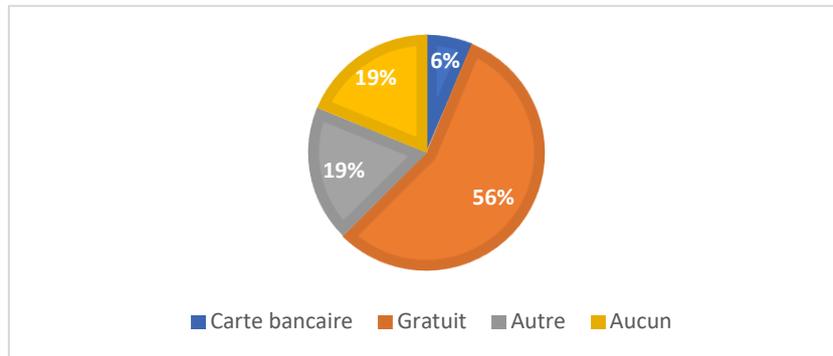
Source : Tableau réalisé à partir des données de l’enquête de juin 2021

Le graphique démontre que plus de personnes utilisent le téléchargement gratuit que le streaming payant. La principale raison avancée est que la connexion coûte cher au Burkina Faso. Certains aussi préfèrent le téléchargement gratuit surtout sur les plateformes hébergées par Youtube comme Fasofilms TV et Africashows parce que c’est plus simple pour eux.

1.2.3 Le mode de paiement des films par les consommateurs

Sur 16 personnes enquêtées, une seule personne reconnaît procéder à l’achat de son film par carte bancaire. Le graphique suivant le démontre.

Figure 10 Répartition des consommateurs selon leur mode de paiement des films



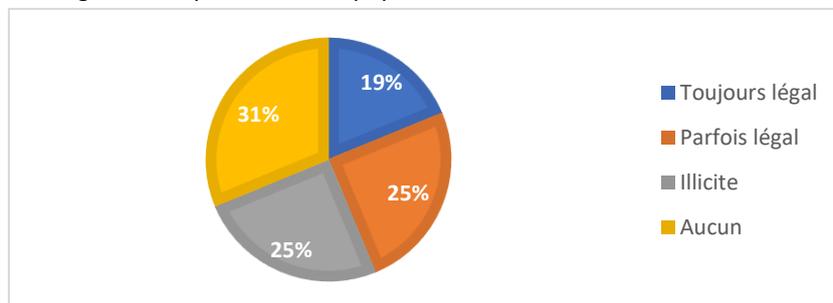
Source : Tableau réalisé à partir des données de l’enquête de juin 2021

Peu de gens paient les prestations de visionnage en ligne. Deux principales raisons expliquent cela. En effet, la fracture économique de la population fait qu’elle préfère l’accès gratuit et le faible taux de bancarisation rend difficile l’opération de paiement en ligne.

1.2.4 Le respect de la propriété intellectuelle

Selon notre enquête, 19% des consommateurs affirment visionner les films en toute légalité contrairement à 25% qui visionnent de manière illicite.

Figure 11 Répartition de la population selon mode d’accès aux films



Source : Tableau réalisé à partir des données de l’enquête de juin 2021

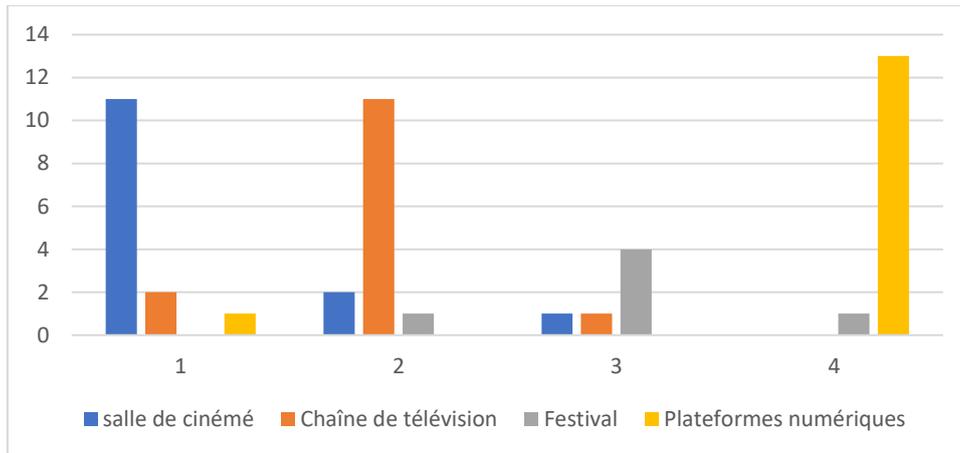
Peu de personnes visionnent les films sur les plateformes numériques dans le strict respect des droits d’auteur. En effet, ils les visionnent sur des sites de téléchargement ou streaming illégaux pour ne pas avoir à payer sur les sites payants. Cela est contraire au respect de la propriété intellectuelle.

1.3. Les préférences liées à l’usage des plateformes numériques

1.3.1. Le classement des canaux de diffusion selon les professionnels du cinéma

Comme le démontre le tableau suivant, la salle de cinéma représente le premier canal de diffusion selon 11 enquêtés sur 14.

Figure 12 Répartition des professionnels du cinéma selon leurs préférences liées aux canaux de diffusion des films



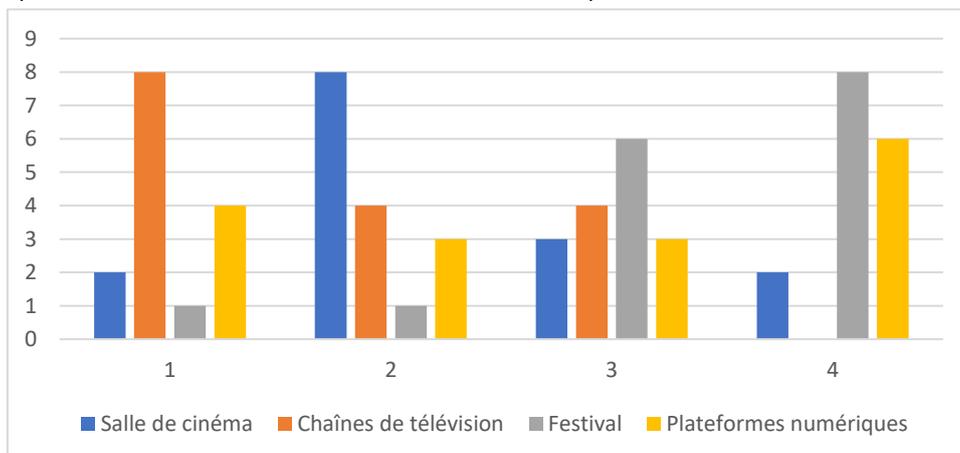
Source : Graphique réalisé à partir des données de l'enquête de juin 2021

La majorité des professionnels ont choisi en premier lieu la salle de cinéma, pour disent-ils, être conformes à la « stratégie dite de la chronologie des médias », qui régit l'ordre d'exploitation d'un film, par le canal de la projection en salles puis par d'autres voies. Toutefois, deux enquêtés ont privilégié les chaînes de télévision parce que leurs réalisations sont dominées par les séries qui sont mieux promues à la télévision. Les festivals et les plateformes numériques sont à égalité en termes de choix avec un enquêté chacun. Les festivals ont été privilégiés par les réalisateurs de courts-métrages qui les considèrent comme un excellent canal de promotion. Les plateformes numériques quant à elles sont beaucoup prisées par les documentaristes qui y trouvent plus ou moins leur compte.

1.3.2. Le classement des canaux de diffusion des consommateurs de cinéma

Selon nos enquêtes, les consommateurs dont 8 personnes privilégient les chaînes de télé comme canal de consommation des films burkinabè. Cela est démontré dans la figure ci-dessous.

Figure 13 Répartition des consommateurs de cinéma selon leurs préférences liées aux canaux de diffusion des f



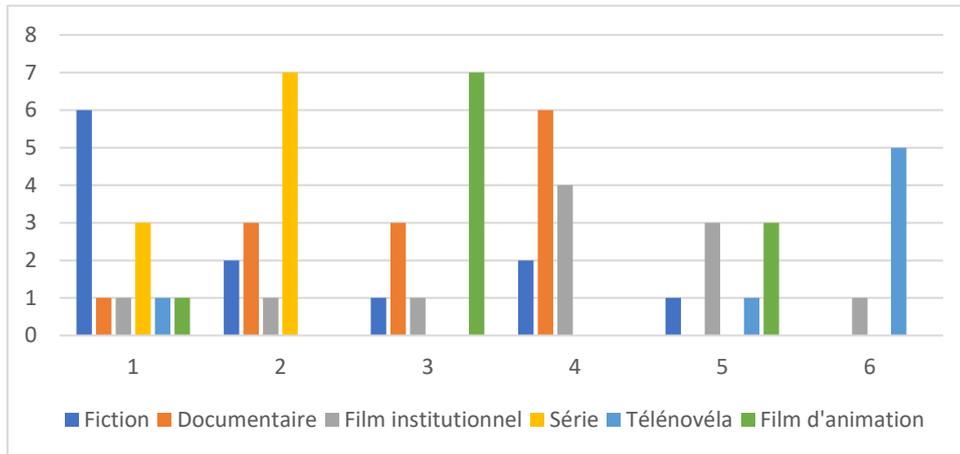
Source : Graphique réalisé à partir des données de l'enquête de juin 2021

Les enquêtés ont plus d'affinités avec les chaînes de télévision et la plupart du temps, c'est par ce canal qu'ils visionnent leurs films. Les plateformes numériques constituent le deuxième choix de quatre enquêtés, trois enquêtés eux, préfèrent la salle de cinéma et un seul préfère se rendre aux festivals. Cela démontre de la baisse d'engouement pour les salles de cinéma. Et cela est en déphasage avec les préférences des cinéastes qui privilégient d'abord les sorties en salle. Les consommateurs burkinabè iront très peu au cinéma visionner les nouvelles sorties des films burkinabè et préféreront visionner cela dans le confort de leurs maisons sur leurs écrans télé ou en ligne.

1.3.3. Le classement des types de films visionnés par les cinéphiles

Sur 16 enquêtés six affirment visionner beaucoup plus les films de fiction, en deuxième position viennent les séries, avec 3 enquêtés.

Figure 14 Répartition des ciné-spectateurs selon leur consommation par catégorie d'œuvre cinématographique



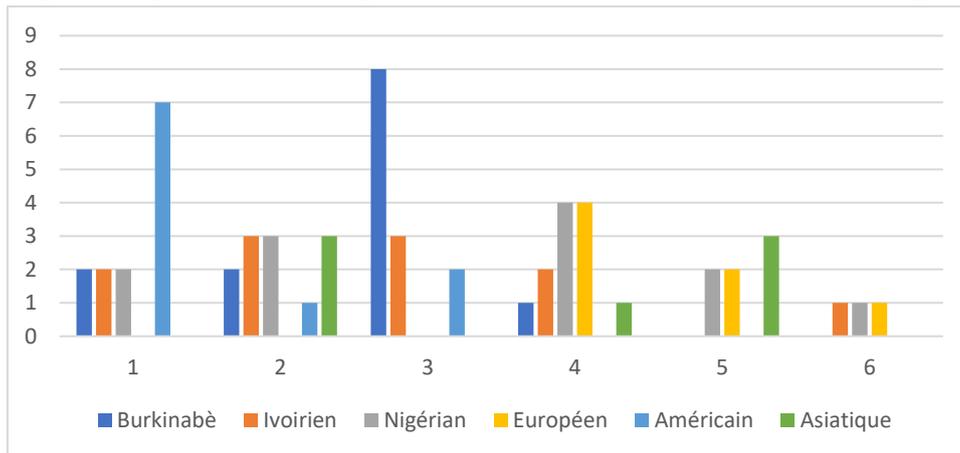
Source : Graphique réalisé à partir des données de l'enquête de juin 2021

Les films de fiction et les séries sont les œuvres cinématographiques les plus appréciées.

1.3.4. Le classement des films visionnés par les consommateurs selon leur origine

Selon nos enquêtes, 7 personnes sur 16 affirment préférer les films américains à tout autre. Cela est démontré dans le graphique suivant.

Figure 15 Répartition des ciné-spectateurs selon leur consommation selon leur origine



Source : Graphique réalisé à partir des données de l’enquête de juin 2021

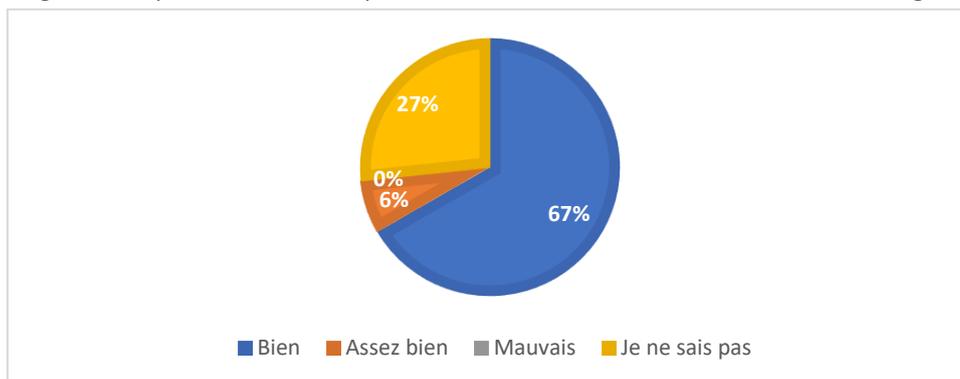
Les films les plus adulés sont ceux américains. Les films africains et /ou burkinabè viennent en deuxième position. L’écart prouve que les productions étrangères sont plus appréciées que celles locales.

1.4. L’appréciation des plateformes numériques par les usagers

1.4.1. Le niveau d’appréciation des plateformes numériques par les professionnels et les consommateurs

Les 30 enquêtés ont exprimé leurs opinions sur l’importance des plateformes numériques. Sur 30 enquêtés professionnels et consommateurs, 67% sont d’avis que les plateformes numériques sont une bonne chose, et 6% trouvent cela assez bien.

Figure 16 Répartition des ciné-spectateurs selon leur consommation selon leur origine



Source : Graphique réalisé à partir des données de l’enquête de juin 2021

La majorité des enquêtés sont d’avis que l’avènement des plateformes numériques est une bonne chose car constitue une alternative pour la diffusion des œuvres cinématographiques non seulement à l’intérieur du pays mais aussi à l’extérieur, encore plus pour la diaspora qui n’a pas forcément accès aux canaux classiques de diffusion. Les professionnels considèrent ces plateformes pas comme un concurrent mais un complément aux autres voies de diffusion.

1.4.2. Le niveau de satisfaction des professionnels quant à l'usage des plateformes

L'usage des plateformes numériques à bon escient est salué par les cinéastes. Cependant, ils avouent que les recettes de l'exploitation en ligne sont en deçà de leurs attentes. En effet, non seulement il n'y a pas de contrat clair définissant le mode de calcul des dividendes, mais également, les exploitants font rarement des comptes rendus aux propriétaires des films, des bénéficiaires de l'exploitation de leurs films. Et quand il y a des retours, les ristournes sont maigres. Un enquêté affirme : « on croit que ça rapporte, mais rien ». C'est entre autres ce qui explique leur faible niveau de satisfaction, illustré dans le tableau ci-dessous.

Tableau 7 Répartition des professionnels du cinéma selon leur degré de satisfaction

Satisfaction de la diffusion sur les PN		
Moyenne = 2,43 'Plutôt pas satisfait'		
	Nb	% cit.
Pas du tout satisfait	2	28,6%
Plutôt pas satisfait	2	28,6%
Plutôt satisfait	2	28,6%
Tout à fait satisfait	0	0,0%
Je ne sais pas	1	14,3%
Total	7	100,0%

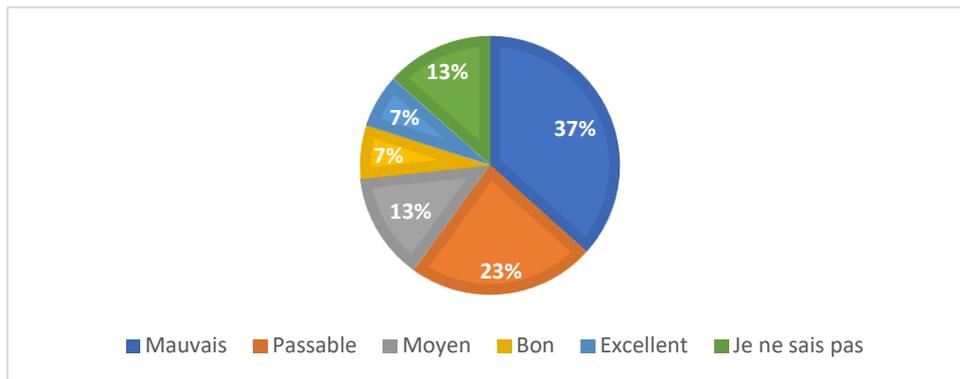
Source : Graphique réalisé à partir des données de l'enquête de juin 2021

Ainsi comme le démontre le tableau la plupart des enquêtés sont peu satisfaits des prestations des exploitants des plateformes quant à l'exploitation de leurs œuvres.

1.4.3. La place du cinéma burkinabè dans l'usage des plateformes numériques

A la question de savoir quelle place occupe le cinéma burkinabè en termes d'exploitation sur les plateformes numériques, 37% des enquêtés qualifient le rang du Burkina par rapport aux autres pays de mauvais, 23% pensent que c'est passable, 13% affirment que c'est moyen, 7% pensent que c'est bon et 7% déclarent que c'est excellent.

Figure 17 Répartition des usagers du cinéma selon leur niveau d’appréciation de l’usage des plateformes numériques au Burkina



Source : Graphique réalisé à partir des données de l’enquête de juin 2021

La majorité des enquêtés ont affirmé qu’en termes d’usage des plateformes numériques, le cinéma burkinabè occupe une mauvaise place. Pour la plupart des professionnels interviewés, d’abord le Burkina n’a pas créé de plateformes numériques à proprement parlé dédié à l’exploitation des films africains en général et burkinabè en particulier. En plus la fracture numérique due aux problèmes de connexion internet et les réalités économiques rendent difficile l’appropriation de ces outils dans l’environnement cinématographique. Par ailleurs, non seulement, selon eux, il y a moins de films burkinabè sur les plateformes comparativement aux autres pays, mais également de nombreux cinéphiles « ne sont pas trop plateformes numériques ».

1.4.4. La création d’une plateforme numérique de diffusion burkinabè

Le besoin de création d’une plateforme numérique portée par un Burkinabè pour la diffusion des productions cinématographiques du Burkina a été signifié par de nombreux enquêtés. Ainsi selon le graphique, 94% des enquêtés contre 6% sont pour la création d’une plateforme numérique burkinabè.

Figure 18 Répartition des usagers du cinéma selon leur avis sur la création d’une plateforme numérique burkinabè



Source : Graphique réalisé à partir des données de l'enquête de juin 2021

La majorité des enquêtés soutiennent cette idée car ils trouvent que cela constitue un tremplin pour la promotion et la visibilité du cinéma burkinabè. Il y aurait plus de transparence dans la collaboration entre les exploitants et les cinéastes et cela favoriserait une meilleure gestion des droits de diffusion. De plus, les autres plateformes faisant de la concurrence déloyale aux pays en développement, avoir une plateforme propre à nous serait une bonne réponse à cette concurrence. Les enquêtés qui sont contre, ont un doute quant à la maturité du Burkina sur le plan technologique et économique à faire face à ce changement. Un consommateur affirme : « Ceux qui aiment les films au Burkina Faso ne sont pas familiers avec l'utilisation des plateformes numériques ». D'autres préconisent d'abord la restructuration du domaine de la distribution avant d'introduire les plateformes numériques.

2. Etude qualitative : Analyse FFOM de l'environnement cinématographique face à l'usage des plateformes numériques

L'analyse critique de l'usage des plateformes numériques consiste à étayer les forces, faiblesses, opportunités et menaces ayant une incidence sur l'exploitation des plateformes numériques de diffusion. Cette analyse a été nourrie par les points de vue non seulement des 16 professionnels du cinéma, mais aussi des neuf personnes ressources à savoir celles du BBDA, de la DPICC, de la DGCA, du FESPACO, de l'association des distributeurs cinématographiques et audiovisuels (ADCIA), de l'ANPTIC, du CSC, de l'association des critiques du cinéma du Burkina (ASCRIB-B), et l'exploitant de la plateforme Fasofilms.

2.1. Forces

Le cinéma burkinabè regorge de nombreuses forces, permettant de faire sien les plateformes numériques comme canaux alternatives de diffusion des films burkinabè. De nombreux enquêtés sont d'accord que le Burkina a une longue et grande histoire cinématographique. Ainsi, son cinéma jouit d'une grande notoriété. Aujourd'hui, de plus en plus, le Burkina fait des films populaires, des films de divertissement plus adaptés aux plateformes numériques, contrairement aux années passées où les réalisateurs se spécialisaient en cinéma d'auteur. Ces films populaires racontent des histoires plus accessibles à la population. En outre, le numérique a favorisé la réalisation des films en quantité. Ainsi, plus il y a des films réalisés,

plus il y aura des films distribués et diffusés en ligne. L'une des grandes forces également est l'engouement de la population pour les films burkinabè. Bien vrai que les goûts des Burkinabè en termes de cinéma est très éclectique, toutefois, les cinéphiles aiment beaucoup les films burkinabè. Ainsi les cinéastes sont assurés d'avoir déjà un marché local important. La qualité technique des productions est aussi un grand atout car « les opérateurs ont confiance à la qualité technique des films burkinabè », pour reprendre les mots du réalisateur Boubakar Diallo.

2.2. Faiblesses

Les enquêtés ont fait ressortir de nombreuses faiblesses freinant l'usage des plateformes numériques. Ainsi, pour beaucoup, le manque de structuration de la distribution au Burkina est un problème important. Pour eux, il n'existe aucune structure sérieuse en la matière, ce qui fait que la plupart des films sont difficilement exportés. Les distributeurs du Burkina ont un nombre réduit de potentiels acheteurs dont ceux possédant des plateformes numériques. Un autre frein, c'est la méconnaissance de ces canaux et la résistance de la mutation des formes de diffusions par les exploitants. Le président de l'association des distributeurs cinématographiques et audiovisuels (ADCIA), a effectivement reconnu ne pas travailler avec des exploitants des plateformes numériques pour des raisons de sécurité. La baisse de qualité des œuvres cinématographiques été relevée par la plupart des enquêtés qui déplorent la prolifération de réalisateurs sur le marché du cinéma qui ne sont pas forcément aguerris. Pourtant, pour être sollicités par les exploitants des plateformes, les œuvres doivent respecter certaines normes de qualité. Par ailleurs, il y a un handicap juridique car la loi 2004 sur le cinéma n'inclut pas la distribution et diffusion dans l'environnement numérique. Toutefois, cette loi est en relecture pour la mettre à jour. Ce qui rend méfiants les professionnels du secteur qui méconnaissent ce nouvel environnement et ses règles ; d'autant plus que le Burkina ne possède pas encore son code du numérique ; condition sine qua non pour la mutation numérique.

2.3. Opportunités

La présence du Ministère de l'économie numérique, des postes et de la transformation digitale est une opportunité, en ce sens qu'avec le MCAT, ils peuvent travailler conjointement pour mettre au point les infrastructures nécessaires à l'usage des plateformes numériques, telle que, la construction du réseau national de la fibre optique dans le cadre du projet Backbone national des télécommunications, déjà entamée. Des actions en faveur de l'entrepreneuriat numérique des jeunes sont mises en œuvre afin de soutenir l'innovation dans les industries culturelles et créatives. C'est le cas du financement d'incubateurs (SiraLABS KeoLID), de l'organisation de jeu concours (geniTIC) et de l'organisation des sessions de détection de talents pour la maturation des projets retenus. Le Burkina Faso a ratifié la Convention de 2005 de l'UNESCO, sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles le 15 septembre 2006. Cet acte est une opportunité pour la culture du

pays car, cette convention met un point d'honneur à la valorisation de l'environnement numérique. L'UNESCO sera comme un motivateur afin que chaque pays se dote de sa feuille de route pour la mise en œuvre de cette convention dans l'environnement numérique.

2.4. Menaces

L'insuffisance de financement du cinéma au Burkina est un grand obstacle pour son rayonnement sur tous les plans, y compris numérique. L'une des grandes menaces est la cherté de la connexion internet et sa non vulgarisation dans toutes les provinces ; ce qui rend difficile la consommation des films en ligne. En outre, la question de la sécurité informatique n'est pas résolue au Burkina Faso. Pourtant affirme la réalisatrice Mamounata Nikiéma « le public susceptible de voir les films est d'abord burkinabè et africain, autant rentabiliser sur les canaux de diffusions sûrs et en dernière position diffuser sur le numérique ». L'une des menaces également, c'est le terrorisme qui prend de l'ampleur. Cela constitue un frein pour l'économie du pays en général et la culture en particulier dont le cinéma.

3. Proposition de pistes de solutions pour un meilleur usage des plateformes numériques par les acteurs du cinéma et de l'audiovisuel et la population burkinabè.

Au regard des insuffisances, quelques pistes de solutions permettraient aux acteurs culturels et à l'Etat burkinabè, d'améliorer les conditions d'usage des plateformes numériques de diffusion de films burkinabè et ainsi consolider leur appropriation :

3.1. Un fort engagement politique de l'Etat burkinabè et du MCAT

Une vision et une forte volonté politique permettraient de prendre les décisions idoines afin de donner à la culture une place de choix dans l'économie du Burkina, car de nombreux créateurs dénoncent le faible engagement de l'Etat dans la promotion économique de la culture. De cette volonté, découleraient les prises de décisions pour une profonde numérisation de la culture et partant du cinéma.

3.2. Un cadre réglementaire propice

La relecture et la réactualisation des textes et des politiques nationales de la culture doivent intégrer les nouveaux enjeux, risques et opportunités du numérique pour le développement des industries culturelles. Ainsi, selon la DGCA, la loi 2004 est en cette date en relecture afin de prendre en compte l'environnement numérique.

Le développement d'une stratégie et d'un plan numérique culturel adaptés aux réalités du Burkina pourrait servir de cadre de réglementation visant à encadrer la production, la commercialisation et la promotion des contenus culturels dans l'environnement numérique.

La création d'un lieu de concertation, afin de proposer des solutions visant au respect du droit d'auteur en matière de diffusion dans l'univers numérique et garantir ainsi une meilleure

traçabilité du reversement de droits aux ayants droits, à partir de l'exploitation de leurs œuvres en ligne est primordiale.

En outre, la mise en application de la Convention de 2005 de l'UNESCO sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles, en tenant compte des nouvelles directives opérationnelles relatives à l'environnement numérique doit être une réalité. Le Burkina Faso ayant ratifié la convention depuis 2006, produit régulièrement les rapports périodiques quadriennaux (RPQ) sur l'état des lieux en la matière. Depuis 2019, la nouvelle feuille de route ayant été approuvée par la conférence des parties, celle-ci a invité les Parties à s'inspirer de la feuille de route ouverte pour élaborer des feuilles de route nationales selon leurs besoins et leurs ressources⁹⁴. Cependant, le Burkina Faso qui n'a pas encore élaboré la sienne propre, gagnerait à le faire, en commençant par la mise en place de textes nationaux propices à l'élaboration de la feuille de route.

3.3. La promotion du numérique par des programmes de renforcement de capacités

La réduction des inégalités de compétence en matière d'usage et d'appropriation des outils numériques permettrait de lutter contre l'analphabétisme numérique. A travers des programmes éducatifs, l'on pourrait contribuer à inculquer au grand public une véritable culture numérique basée sur l'utilisation et la maîtrise des technologies numériques. En outre, les créateurs, travailleurs/entrepreneurs et organismes culturels ont besoin d'être familiarisés et de maîtriser l'utilisation des outils informatiques de base.

Aussi, la réduction de la fracture numérique en comblant les disparités numériques par la disponibilité de la connectivité notamment dans les zones rurales est capitale. Cela pourrait se faire en généralisant l'accès à Internet haute vitesse dans les régions, grâce notamment à des tarifs accessibles pour tous les citoyens. Toutefois, Certains des enquêtés ont proposé la gratuité de l'internet dans certaines zones du pays, comme c'est le cas dans certains pays de l'Afrique.

Le renforcement de la coopération internationale en matière de production, de diffusion et de distribution numériques de contenus culturels en général et cinématographiques en particulier serait un atout pour les entrepreneurs culturels.

Le fait d'inciter les géants du Net qui possèdent des plateformes de VoD, à contribuer davantage à la production, à l'e-position et à la promotion de nouveaux talents et de contenus

⁹⁴ Comité intergouvernemental pour la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles. 2021. « Quatorzième session, Point 14 de l'ordre du jour provisoire : Proposition d'établissement d'un programme d'assistance pour la mise en œuvre de la Convention dans l'environnement numérique ». 20 pages.

cinématographiques locaux est capital. Cela permettrait de réduire la concurrence faite aux au cinéma des pays en développement.

3.4. Des financements satisfaisants

La contribution au financement des projets innovants et inclusifs favorisant la création, la diffusion, la promotion et la circulation en ligne de contenus culturels plus précisément des œuvres cinématographiques est important. Le ministère en charge de l'économie numérique initie déjà des activités de promotion des projets numériques. Toutefois, il sied de consolider ces actions.

De plus, tous les acteurs du cinéma déplorent l'absence de fonds spécialement dédié au cinéma, comme on le constate dans certains pays tels que le Sénégal et la côte d'Ivoire. Le FDCT étant un panier commun pour toute la culture est insuffisant. Certains créateurs proposent de créer ce fonds grâce à la subvention de l'Etat d'une part et d'autre part grâce à la dividende prélevée sur les tickets d'entrée dans les salles de cinéma.

Chapitre 4 : Le projet professionnel

Titre : Proposition d'un incubateur dédié à la réalisation d'initiatives numériques innovantes en culture, dénommé DigitKultur.

Promoteur :

Nom du porteur du projet : Agence d'ingénierie culturelle, Folôn-ko ;

Personne physique représentant l'agence : Laure Bado

Statut juridique : Société anonyme à responsabilité limitée.

Lieu d'implantation : Le projet sera implanté à Bobo-Dioulasso, deuxième ville du Burkina Faso, capitale économique et ville culturelle par excellence.

Durée du projet : Sa durée est de trois ans

Contexte et justification

La promotion de la culture numérique au Burkina Faso est en marche, même si elle accuse de nombreuses insuffisances. Selon la stratégie nationale de développement de l'économie numérique élaborée selon le décret 2018-0450/PRES/PM/MDENP/MINEFID du 06 juin 2018, « l'économie numérique ne se limite pas à un secteur en particulier. Il convient de prendre en compte l'ensemble des secteurs qui s'appuient sur les TIC, les producteurs et les utilisateurs. ».⁹⁵ Ainsi, les industries culturelles et créatives ne doivent pas être en reste, mais être au diapason des avancées technologiques mondiales pour plus d'impact dans le développement socio-économique du Burkina Faso.

C'est fort de ce constat, que nous avons jugé important de créer un incubateur de projets culturels dans l'environnement numérique. Le Ministère de l'économie numérique, des postes et de la transformation digitale (MDENP) a déjà pris en compte la « création de dispositifs d'incubation régionaux » dans le programme 6 « Capital humain, innovation et expertise numérique »⁹⁶ de sa stratégie nationale. Des projets portés par l'Agence nationale de la promotion des TIC (ANPTIC), ont déjà été accompagnés par des incubateurs tels que Sira Labs et KeoLID au Burkina Faso. Nous pouvons citer entre autres, le projet « Wuli » incubé par Sira Labs, qui s'inscrit dans la composante 3 du vaste projet e-Burkina porté par le Burkina Faso au compte de l'Etat Burkinabè.⁹⁷ Toutefois, notre incubateur est innovant, en ce sens qu'il est exclusivement dédié à la réalisation d'initiatives numériques innovantes émanant des Industries culturelles et créatives (ICC). Au Burkina Faso, de nombreux entrepreneurs et porteurs de projets numériques dans le cadre des ICC, gagneraient à être formés et accompagnés pour plus d'efficacité dans leurs prestations.

⁹⁵ Ministère du développement de l'économie numérique et des postes et de la transformation digitale. 2018. « Stratégie nationale de développement de l'économie numérique 2018-2027 », p.9.

⁹⁶ Ibid., p.36

⁹⁷ <http://www.sira-labs.com/v20/presentation-de-sira-labs/#1587808483874-1e323596-bd42>, consulté le 27/08/2021

Description du projet

Notre projet consiste à mettre en place une plateforme d'incubation dédiées aux industries culturelles et créatives dans l'environnement numérique. Il s'agira d'accompagner et de favoriser le développement économique des start-ups grâce aux programmes d'incubation. Il se veut être innovant et inclusif. Les secteurs concernés sont : musique et live, livre et édition numérique, cinéma, audiovisuel, jeux vidéo, animation et images, Entertainment, internet, éducation et formation, presse et information.

Public cible :

Ce sont les entrepreneurs culturels, jeunes sans emploi, candidats à l'entrepreneuriat culturel, cadres de l'administration culturelle, etc.

Les objectifs du projet :

L'objectif général

L'objectif général du projet est de contribuer au développement de l'économie de la culture, dans l'environnement numérique au Burkina Faso.

Objectifs spécifiques

- Créer et rendre opérationnel un incubateur de start-up numérique à vocation culturelle à Bobo-Dioulasso, en 2022 ;
- Accueillir et incuber 100 personnes pour le développement économique de leurs entreprises d'ici à 2025 ;
- Rendre pérennes les entreprises culturelles incubées et celles déjà opérationnelles ;
- Accroître d'au moins 2% la contribution de la culture au produit intérieur brut (PIB) du pays d'ici à 2025.

Les résultats attendus

Les résultats suivants sont attendus après la mise en œuvre du projet :

- Un incubateur a été créé à Bobo-Dioulasso et fonctionne depuis décembre 2022 ;
- 100 personnes ont été recrutées et formées en trois années d'existence de l'incubateur ;
- Les entreprises culturelles sont de plus en plus pérennes ;
- En 2025, la contribution de la culture au produit intérieur brut (PIB) s'élève à au moins 2% au Burkina Faso.

Les activités à mener :

Pour l'atteinte des résultats et objectifs ci-dessus énumérés, plusieurs activités seront menées. Il s'agit principalement :

- de la mise en place de l'équipe de coordination du projet ;
- de l'élaboration et de l'adoption des statuts du projet;
- de la mise en œuvre de l'étude de faisabilité ;

- de la recherche de partenaires ;
- du recrutement du personnel chargé de sa gestion ;
- de la formation des formateurs ;
- de la location du local devant servir de siège de l'incubateur ;
- de l'acquisition du matériel informatique, didactique et fournitures diverses;
- de la campagne de communication par l'élaboration de supports et de leur diffusion à travers différents canaux de communication;
- du recrutement des candidats et de leur incubation.
- du suivi-évaluation et du réajustement du projet ;
- du suivi des entreprises incubées et celles déjà opérationnelles ;
- de la capitalisation des acquis.

L'analyse diagnostic du projet

Il s'agira de faire l'état des lieux de l'environnement du projet à travers l'analyse FFOM :

Tableau 8: Analyse FFOM

Forces	Faiblesses
Existence d'un mécanisme formel de financement des projets des acteurs culturels ; Matière première pour la création inépuisable ; Nombre de plus en plus croissant de créateurs ; Diversification des moyens de production et de commercialisation des produits et services culturels ; Diversification de canaux de consommation de produits et services culturels ; Existence d'une stratégie nationale de développement des industries culturelles ; Existence d'une stratégie nationale de développement de l'économie numérique ;	Absence d'un plan numérique culturel Faible accès aux offres de financements des projets culturels Etroitesse du marché intérieur
Opportunités	Menaces
Transfert de la culture aux collectivités ; Prise en compte de la dimension économique de la culture par l'Etat et de ses démembrements ; Beaucoup de jeunes porteurs de projets ou entrepreneurs ; Les politiques publiques favorables à l'entrepreneuriat ; Mise en œuvre d'infrastructures électroniques pour accroître la connectivité ; Niveau d'accès à Internet acceptable au Burkina Faso ; Niveau de disponibilité et d'accessibilité des appareils numériques (téléphones smartphones, ordinateurs...) acceptable ; L'existence et le dynamisme de l'Agence nationale pour la promotion des TIC (ANPTIC) au Burkina Faso ; La ratification de la convention de 2005 de l'UNESCO par le Burkina Faso	Enclavement et fracture numérique du Burkina Faso ; Réfraction de bon nombre d'acteurs culturels à l'usage du numérique ; Instabilité due à la menace terroriste ; Crise économique.

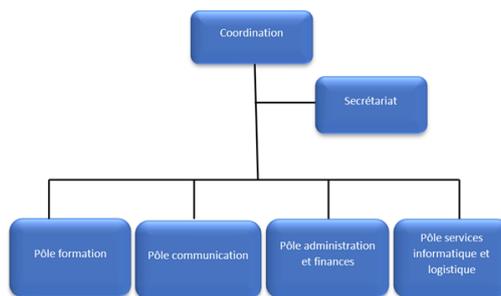
Source: Laure Bado, 2021

Les modalités de mise en œuvre du projet

Le projet sera piloté par une équipe de coordination. Certains membres du personnel seront recrutés et d'autres seront des contractuels. Nous mènerons une importante campagne de communication et solliciterons l'appui de partenaires techniques et financiers. Aussi, pour mener à bien notre projet, les ressources humaines, matérielles et financières seront de mise.

L'organigramme de DigitKultur

Figure 19 Organigramme de DigitalKultur



Source : Laure Bado, 2021

Les ressources humaines et matérielles

Tableau 9: Liste des ressources humaines et matérielles

Les ressources humaines	Les ressources matérielles
Sur le plan administratif :	Un local
Un coordonnateur de projet	Trente ordinateurs de bureaux
Un chargé de formation	Dix régulateurs de tension
Un chargé de communication	Dix ordinateurs portables
Un responsable logistique	Un véhicule 4x4 pour le déplacement
Un informaticien	Un minibus pour le déplacement des bénéficiaires
Un comptable	Quatre téléphones fixes
Une assistante de direction	Quarante bureaux de réunion (tables)
Un chauffeur	90 chaises
Un agent de sécurité	Dix fauteuils
Les bénéficiaires du projet :	Deux imprimantes
Les futurs entrepreneurs	Deux photocopieuses
Les entrepreneurs déjà en exercice	Une machine à reliure
	Cinq agrafeuses
	Vingt cartouches d'encre
	Cinq paquets de stylo
	Dix paquets de marqueurs
	Deux tableaux mobile
	Dix cartons de paquets de rame
	Une installation de wifi haut débit
	Trois caméras de surveillance

Source : Laure Bado, 2021

La stratégie de communication autour du projet

Il s'agira de mener une campagne de communication en amont du projet afin de faire connaître, aimer et adhérer au projet. Elle consistera à réaliser :

- des spots publicitaires sur les chaînes de télévision publiques et privées : RTB, Burkina Info, BF1 ;
- des passages dans des émissions de fortes audiences desdites télévisions ;
- des encarts publicitaires dans la presse écrite : Sidwaya, L'Observateur Paalga, Le Pays ;
- des bannières publicitaires dans la presse en ligne : le Fasonet, Burkina 24 ;
- des spots publicitaires dans des radios partenaires ;
- des campagnes de communication digitale sur les canaux tels que Facebook, WhatsApp, Instagram, LinkedIn
- La communication de proximité par la distribution d'offres de services dans les entreprises et structures culturelles et les structures et institutions partenaires.
- la technique du « bouche à oreille ».

Les partenaires potentiels

Tableau 10 Liste des potentiels partenaires

Partenaires nationaux	Partenaires internationaux
Le ministère de la culture, des arts et du tourisme	L'Union économique et monétaire ouest-africaine (UEMOA)
L'agence national de promotion des TIC (ANPTIC)	La Communauté économique des Etats de l'Afrique de l'Ouest (CEDEAO)
Maison de l'entreprise du Burkina Faso	L'Organisation internationale de la Francophonie (OIF)
Fonds de développement culturel et touristique (FDCT)	L'Organisation des Nations Unies pour l'éducation, la science et la culture (UNESCO)
La commune de Bobo-Dioulasso	L'Union européenne (UE) ;
Le Groupe Banque Sahélo-Saharienne pour l'investissement et le commerce (BSIC)	La Fédération Wallonie Bruxelles
Coris Bank International (CBI)	L'ONG AFRICALIA
Le Fonds d'appui à la promotion de l'emploi (FAPE)	
Le Fonds d'appui à la formation professionnelle et à l'apprentissage (FAFPA)	
Le Fonds burkinabè de développement économique et social (FBDES) MEF	
L'Agence pour le financement et la promotion de la petite et moyenne entreprise (AFP-PME) / MICA.	
Le Centre régional pour les arts vivants en Afrique (CERAV/Afrique)	

1. Source : Laure Bado, 2021

La programmation des activités

Le projet sera réalisé sur une durée de trois ans. La répartition des activités est faite par trimestre.

Tableau 11 Chronogramme de mise en œuvre du projet

Délai en trimestre	Année 1				Année 2				Année 3				Personnes responsables
	1 ^e	2 ^e	3 ^e	4 ^e	1 ^e	2 ^e	3 ^e	4 ^e	1 ^e	2 ^e	3 ^e	4 ^e	
Activités													
Mise en place de l'équipe de coordination du projet													Agence Folônko
Elaboration et adoption des statuts du projet													Coordonnateur
Mise en œuvre de l'étude de faisabilité													Coordonnateur
Recherche de partenaires													Coordonnateur
Recrutement du personnel du projet													Coordonnateur
Formation des formateurs													Coordonnateur
Location du local devant servir de siège de l'incubateur													Responsable logistique
Acquisition du matériel informatique, didactique et fournitures diverses													Responsable logistique
Campagne de communication													Chargé de communication
Recrutement et incubation des candidats													Coordonnateur
Suivi-évaluation et réajustement du projet													Coordonnateur
Suivi des entreprises incubées et celles déjà opérationnelles													Chargé des formations
Capitalisation des acquis													Coordonnateur

Source : laure Bado, 2021

Le financement du projet

L'appui financier et technique est indispensable pour l'exécution effective du projet. Ainsi, les potentiels partenaires ont été identifiés en raison de leur lien avec le domaine de la culture, avec les questions de formation, d'emploi, ou d'entrepreneuriat et parce qu'ils pourraient tirer profit de l'exécution du projet. Il s'agit d'institutions publiques et privées, nationales et internationales, de banques et d'institutions financières, d'institutions de coopération bilatérale et multilatérale.

Le budget prévisionnel (en francs CFA) / 1€= environ 655 FCFA

Tableau 12 Budget prévisionnel

Dépenses				Recettes		
Désignation	Quantité	Coût unitaire	Coût total			
I. Investissements				Investissements		Taux
Formation des formateurs	3	5000000	15000000	Financements publics nationaux	9900250	10%
30 ordinateurs de bureaux	30	500000	15000000			

10 régulateurs de tension	10	35000	350000				
10 ordinateurs portables	10	700000	7000000				
Un véhicule 4x4 pour le déplacement	1	PM	PM		Véhicule 4x4	-	
1 minibus pour le déplacement des bénéficiaires	1	PM	PM	Partenaires internationaux	Minibus	-	
4 téléphones fixes	4	25000	100000		29700750		30%
40 bureaux de réunion (tables)	40	50000	2000000				
90 chaises	90	7500	675000				
10 fauteuils	10	125000	1250000				
2 imprimantes	2	250000	500000				
2 photocopieuses	2	800000	1600000	Partenaires sous-régionaux			
1 machine à reliure	1	200000	200000		14850375		15%
2 tableaux mobiles	2	75000	150000				
3 caméras de surveillance	3	250000	750000				
Fonds de roulement pour un an		5000000	5000000				
Imprévus	10%	Précédent	4957500				
Sous-total 1			54532500				
II- Fonctionnement (Formation, salaires, frais divers)				Fonctionnement			
Location du local	12 mois	400000	4800000	Partenaires nationaux publics		28%	
5 agrafeuses	5	7000	140000		27720700		
20 cartouches d'encre	20	15000	75000				
5 paquets de stylo	5	1500	15000				
10 paquets de marqueurs	10	2000	20000				
10 cartons de paquets de rame	10	20000	200000				
Connexion internet	12 mois	100000	1200000	Partenaires nationaux privés			
Eau	12 mois	35000	420000		15840400		16%
Electricité	12 mois	100000	1200000				
Carburant	12 mois	200000	2400000				
Communication	FF	FF	7000000				
Assurance	12 mois	FF	2000000				
Salaire du personnel	12 mois	FF	25000000				
Sous-total 2			44470000				
				Inscription des candidats	990025	1%	
Total général			99002500 FCFA	Total	99002500 FCFA	100%	
			Soit =151148,85 €		Soit =151148,85€		

Source : Laure Bado, 2021

Le suivi et l'évaluation

Le suivi du projet se fera régulièrement afin que les insuffisances éventuelles puissent être palliées au fil de la mise en œuvre du projet. Des responsables seront désignés par l'équipe de coordination afin d'assurer le suivi des activités du projet.

En ce qui concerne l'évaluation, il s'agit pour nous de mesurer les impacts du projet. Nous ferons trois types d'évaluation. Il s'agit de l'évaluation ex-ante, l'évaluation à mi-parcours et l'évaluation ex-post. L'évaluation ex-ante se fera en amont, pour nous permettre d'anticiper sur les impacts futurs du projet. L'évaluation à mi-parcours nous permettra de connaître les effets immédiats du projet pendant qu'il est en train d'être réalisé. Et l'évaluation ex-post se fera à la fin du projet, mais à long terme. Elle sera confiée à un cabinet spécialisé.

Perspectives

A l'issue des trois ans de réalisation du projet, des mécanismes de capitalisation et de consolidation des acquis, notamment à travers l'organisation d'ateliers, seront mis en œuvre. A la suite de l'évaluation définitive au bout des trois ans, le projet se réorientera en fonction des besoins et des impératifs du moment, et pourrait lancer sa deuxième phase d'exécution si les conditions y sont propices.

Conclusion

C'est dans un bouleversement sans précédent du circuit de diffusion et de distribution de films que l'Afrique subsaharienne francophone a découvert les nouvelles plateformes. Si, elles participent de la visibilité des films grâce notamment à la téléphonie mobile et au réseau internet, elles instaurent également l'ère de l'image pour tous, où n'importe qui pour presque rien, peut filmer, monter et diffuser par la médiation d'un site internet.⁹⁸ Ainsi, l'objectif de notre travail a consisté à analyser l'état des lieux de l'usage des plateformes numériques dans la distribution et diffusion des films burkinabè. Notre public cible est composé de 39 personnes, dont 14 créateurs et producteurs de films, 16 cinéphiles consommateurs de films burkinabè, et neuf personnes ressources. Nos enquêtes nous ont donné des informations riches et diversifiées sur le sujet. Ainsi, elles révèlent que de nombreuses personnes ne connaissent pas les plateformes numériques qui diffusent des films burkinabè car n'utilisant pas ces outils ou ont moins de préférence pour ces films. Les créateurs et producteurs d'œuvres cinématographiques s'approprient les plateformes numériques de façon mitigée pour des raisons de sécurité informatique et de méconnaissance de ces plateformes. Pendant ce temps, au niveau des consommateurs, ceux-ci privilégient encore le canal classique qu'est la chaîne pour visionner les films burkinabè. Les professionnels qui exploitent les plateformes pour la diffusion de leurs films sont pour la plupart, peu satisfaits du rendement. Aussi, beaucoup d'enquêtés affirment qu'en termes d'exploitation des plateformes numériques le cinéma burkinabè est à la traîne. Au regard de l'analyse qui précède, nous sommes en droit de confirmer notre hypothèse de départ selon laquelle, les films burkinabè sont faiblement représentés sur les plateformes numériques. Par ailleurs, les conditions ne sont pas effectivement réunies pour renforcer la commercialisation des films burkinabè en ligne. Les problèmes technologiques, économiques, socio-culturels, législatifs constituent des freins en termes de numérisation de la distribution et diffusion des films burkinabè. Toutefois, la qualité technique des ressources humaines et le fait que malgré tout, la population aime les films locaux constituent de grands atouts pour l'élargissement des canaux de diffusion. Pour pallier les insuffisances évoquées, les enquêtés ont préconisé l'élaboration de textes encadrant l'exploitation des films dans l'environnement numérique, et d'un plan numérique encadrant la web diffusion au Burkina. Aussi, la réduction de la fracture numérique par la vulgarisation de l'accès à internet sur le territoire serait un grand pas. Les professionnels du cinéma ont suggéré la création d'un fonds dédié spécialement au cinéma. En outre, le soutien matériel et financier de projets innovants liés à la création, la diffusion, la promotion et la circulation en ligne de contenus culturels, précisément cinématographiques serait d'un apport considérable. L'élaboration effective des feuilles de route pour la mise en

⁹⁸ Kifouani, Delphe., De l'analogie au numérique, Cinémas et spectateurs d'Afrique subsaharienne francophone à l'épreuve du changement, L'Harmattan, 2016, Paris, P. 125

œuvre de la Convention de 2005 de l'UNESCO dans l'environnement numérique serait un bon conducteur, pour atteindre les objectifs en termes de numérisation de la sphère culturelle et partant du cinéma. Accompagner et renforcer les capacités des créateurs, producteurs et autres acteurs culturels dans l'environnement numérique doit constituer le fer de lance du ministère en charge de la culture. Ce qui fait d'ailleurs l'objet de notre projet professionnel à travers la proposition d'un incubateur dédié à la réalisation d'initiatives numériques innovantes en culture, dénommé DigitKultur.

Références bibliographiques

Ouvrages généraux et spécifiques

- Caille, Patricia., Forest, Claude. (dir.), 2017. Regarder des films en Afrique. Presses Universitaires du Septentrion, Villeneuve d'Ascq, 350 pages
- Chantepie, Philippe, Le Diberdier, Alain, 2010. Révolution numérique et industries culturelles. La découverte, Paris, 128 pages.
- Collard, Fabienne. et al., 2016. La production cinématographique, CRISP, Bruxelles, 119 pages.
- Kifouani, Delphe. 2016. De l'analogie au numérique, Cinémas et spectateurs d'Afrique subsaharienne francophone à l'épreuve du changement. L'Harmattan. Paris. 148 pages.
- Miège, Bernard, 2017. Les industries culturelles et créatives face à l'ordre de l'information et de la communication, Presses universitaires de Grenoble, 191 pages.
- Ministère du développement de l'économie numérique et des postes, mars 2018, Stratégie nationale de développement de l'économie numérique 2018-2027, 57 pages.
- Union économique et monétaire ouest africaine (UEMOA) : Politique commune de développement culturel au sein de l'UEMOA, 94 pages.
- Québec (Province) et Ministère de la culture et des communications. 2014. Pour occuper l'espace numérique : stratégie culturelle numérique du Québec. <http://www.deslibris.ca/ID/243654>.
- Rieffel, Rémy, 2014. Révolution numérique, révolution culturelle ? Gallimard, Barcelone, 248 pages.
- Rioux, Michèle et al., s. d., 2015. « Pour une culture en réseaux diversifiée : Appliquer la Convention sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles (CDEC) à l'ère du numérique » 112 pages, consulté le 06/06/2021, <https://orbi.uliege.be/bitstream/2268/182991/1/rapportcdecvfinale.pdf>
- Yarabatioula, Yarassoula Jacob, 2020. Industries culturelles et créatives au Burkina Faso, Analyse des filières. L'Harmattan, Paris, 450 pages.
- Zorom, Idrissa. 2017. Législation et réglementation culturelles et artistiques au Burkina Faso. Educ Afrique, 2017, Ouagadougou, 145 pages.
- Articles, revues et communications scientifiques
- Bacharach, Paul. 2017. « Bernard Miège, Les industries culturelles et créatives face à l'ordre de l'information et de la communication ». Lectures, mis en ligne le 02 mai 2017, consulté le 07 juin 2021. <https://journals.openedition.org/lectures/22762>.
- Badinou, Panayota. 2016. Biens culturels. Quelle définition et pour quels biens ? BSN Press. Mis en ligne le 20/03/2017, consulté le 07 février 2021, <https://www.cairn.info/le-fabuleux-destin-des-biens-culturels--9782940516636-page-9.htm?contenu=resume>

- Benghozi, Pierre-Jean, Et Benhamou, Françoise. 2008. « Longue traîne : levier numérique de la diversité culturelle ? » *Culture prospective* n°1 (1): 1-11. Mis en ligne sur Cairn.info, le 10/11/2014, consulté en 09/02/2021, url, <https://www.cairn.info/revue-culture-prospective-2008-1-page-1.htm> ?
- Chantepie, Philippe. 2006. L'accès : convergence des régulations des plates-formes numériques ? Ministère de la Culture - DEPS. Mis en ligne le 04/05/2015, consulté le 08/02/2021, <https://www.cairn.info/creation-et-diversite-au-miroir-des-industries--9782110961976-page-373.htm> .
- Chantepie, Philippe. 2010. « Révolution(s) numérique(s) des industries culturelles ». *Annales des Mines - Réalités industrielles* Novembre 2010 (4): 34-41. Mis en ligne le 12/10/2013, consulté le 08/02/2021, <https://www.cairn.info/revue-realites-industrielles1-2010-4-page-34.htm?contenu=article>.
- Dakouré, Evariste. s. d. « La promotion de films d'Afrique francophone sur des plateformes numériques : l'exemple du Burkina Faso », 15 pages. Mis en ligne le 13/07/2020, consulté le 16/08/2021 sur <https://lesenjeux.univ-grenoble-alpes.fr/2020/varia/01-la-promotion-de-films-dafrique-francophone-sur-des-plateformes-numeriques-lexemple-du-burkina-faso/>
- Farchy, Joëlle. 2006. « Les industries culturelles à l'heure de la numérisation ». *Esprit* Mai (5): 142-53. Mis en ligne sur Cairn.info le 01/08/2012, consulté le 09/02/2021, <https://www.cairn.info/revue-esprit-2006-5-page-142.htm>,
- Maheu, Fabien. 2010. « Cinéma, peinture et numérique : hybridité de l'image chez Peter Greenaway ». *Cahiers de Narratologie. Analyse et théorie narratives*, no 19 (décembre). mis en ligne le 22 décembre 2010, consulté le 14 août 2021, <https://doi.org/10.4000/narratologie.6177>
- Mairesse, François, et Rochelandet, François. 2015. *Economie des arts et de la culture*. Armand Colin. Mis en ligne le 09/03/2016, consulté le 7/025/2021, <https://doi.org/10.3917/arco.maire.2015.01>.
- Varin, Clémence, et Guèvremont, Véronique. 2019. « La Convention sur la diversité des expressions culturelles quinze ans après : une mise en œuvre effective d'un instrument juridique faiblement contraignant ». *Revue québécoise de droit international / Quebec Journal of International Law / Revista quebequense de derecho internacional* 32 (2): 1-27., publié le 10 février 2021, consulté le 11 août 2021, <https://doi.org/10.7202/1075168ar>
- Yanon, Géraldine, et Barbey, Francis. 2018. « Numérique : Nouvelles opportunités, nouvelles inégalités ». *Communication, technologies et développement*, no 6 (décembre). Mis en ligne le 18 décembre 2018, consulté le 07 avril 2021, <https://doi.org/10.4000/ctd.494>.

Périodiques/ Etudes/ Rapports/Cours

- Arcep, données du marché national de la téléphonie mobile, 3e trimestre 2020, consulté le 13/08/2021, <http://www.arcep.bf/download/observatoire/observatoire-mobile/2020-3eme-trimestre-du-marche-national-de-la-telephonie-mobile.pdf>
- Comité intergouvernemental pour la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles. 2021. « Quatorzième session, Point 14 de l'ordre du jour provisoire : Proposition d'établissement d'un programme d'assistance pour la mise en œuvre de la Convention dans l'environnement numérique ». 20 pages.
- Ministère de l'Économie numérique, des Postes et de la Transformation Digitale. s. d. « Amélioration de la connectivité au Burkina Faso : de grandes infrastructures de communications électronique inaugurées ». publié le 07/12/2020, consulté le 02/07/2021
https://www.mdenp.gov.bf/details?tx_news_pi1%5Baction%5D=detail&tx_news_pi1%5Bcontroller%5D=News&tx_news_pi1%5Bnews%5D=144&cHash=d74c1685748c4100a7397e4b7b6be5c4
- Ministère du développement de l'économie numérique et des postes et de la transformation digitale. 2018. « Stratégie nationale de développement de l'économie numérique 2018-2027 ».
- Ministère de la culture des arts et du tourisme, 2018. « Stratégie nationale de la culture et du tourisme 2018-2027 ». Burkina Faso, 94 pages.
- Ministère de la culture des arts et du tourisme, février 2017. Politique sectorielle, « culture, tourisme, sports et loisirs » 2018-2027, février 2017, 86 pages.
- Ministère de la culture des arts et du tourisme, juillet 2018. Rapport diagnostic de la stratégie nationale de la culture et du tourisme.
- Ministère de la culture des arts et du tourisme, juin 2018. Plan d'actions de la stratégie nationale de la culture et du tourisme (PA/SNCT) 2018-2020, 82 pages, consulté le 13/08/2021,
https://www.culture.gov.bf/fileadmin/user_upload/stockage/documents/plan_dactions_snct_2018-2020-vf.pdf
- Ministère de la culture des arts et du tourisme, novembre 2020. Annuaire statistique 2019, 100 pages.
- Ministère de la culture des arts et du tourisme, novembre 2020. Tableau de bord statistique 2019 du Ministère de la Culture, des Arts et du Tourisme, 87 pages.

- Ministère de la culture des arts et du tourisme. 2020. « Mise en œuvre de la Convention de 2005 de l'UNESCO sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles au Burkina Faso, Troisième rapport périodique quadriennal ». Consulté le 18/09/2020, https://www.ceravafrique.org/sites/default/files/2020-08/3e%20Rapport%20Pe%CC%81riodique%20Quadriennal%20du%20Burkina%20Faso_Convention%202005%20VF-converti_0.pdf,.
- Ministère du développement de l'économie numérique et des postes, octobre 2015. Tableau de bord de l'utilisation des TICS dans les entreprises, 34 pages
- « Re|penser les politiques culturelles: 10 ans de promotion de la diversité des expressions culturelles pour le développement - UNESCO Bibliothèque Numérique ». 2015, s. d. Consulté le 12 août 2021. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000242867>.
- Secrétariat technique d'analyse et d'études stratégiques (STAES), Rapport-diagnostic sur la maturité numérique des administrations publiques au Burkina Faso, 87 pages.
- Tchéhouali, Destiny, Décembre 2016. Étude sur les enjeux et les retombées économiques et artistiques de la diffusion et la distribution en ligne de contenu culturel ACP, Rapport final, 179 pages.
- Unesco. 2001. « Déclaration universelle de l'Unesco sur la diversité culturelle, adoptée par la 31e session de la conférence générale de l'Unesco paris ». Consulté le 18/09/2020, <https://www.ceravafrique.org/sites/default/files/2020-06/De%CC%81claration%20universelle%20de%20l%27UNESCO%20sur%20la%20diversite%CC%81%20culturelle.pdf>.
- Unesco. 2005. « La convention de 2005 sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles ». Consulté le 18/09/2020, <https://www.ceravafrique.org/sites/default/files/2020-06/Convention%20de%202005%20de%20l%27UNESCO%20sur%20la%20protection%20et%20la%20promotion%20de%20la%20diversite%CC%81%20des%20expressions%20culturelles.pdf>,.
- Unesco. s. d. « feuille de route ouverte pour la mise en œuvre de la Convention de 2005 dans l'environnement numérique ». Consulté le 18/09/2020, <https://www.ceravafrique.org/sites/default/files/2020-06/Feuille%20de%20route%20ouverte%20pour%20la%20mise%20en%20%C5%93uvre%20de%20la%20Convention%20de%202005%20dans%20l%27environnement%20nume%CC%81rique.df>,.
-

Mémoires, thèses et cours

- Konkobo, Emmanuel. 2021, *cours de politique culturelle au Burkina Faso, section Assistant des affaires culturelles, cycle B*, Institut régional d'administration des Hauts-Bassins, Bobo-Dioulasso.
- Niangao, Bély Hermann Abdoul-Karim. 2019, *Les conditions d'une valorisation efficace du patrimoine culturel par les musées au Burkina Faso*, pour l'obtention du Master en Développement de l'Université Senghor, Département : Culture, Spécialité : Gestion du Patrimoine Culturel, Université Senghor à Alexandrie, 63 pages.
- Ouattara, Seydou., 2013, *Cours de techniques et méthodes d'enquêtes*, département de communication et journalisme, licence, Université Joseph Ki-Zerbo.
- Sow Kowôma Vincent, 2017, *L'entrepreneur de spectacles vivants et le développement de l'industrie musicale au Burkina Faso à l'ère du numérique*, mémoire pour l'obtention du Master en Développement de l'Université Senghor, Département Culture, Spécialité Gestion des industries culturelles, Université Senghor à Alexandrie, 2017, 71 pages.
- Yarabatioula, Yarassoula Jacob. s. d. 2016. « Industries culturelles et créatives au Burkina Faso.: Analyse des filières au prisme des politiques et des stratégies d'acteurs . », 777 pages
- Zida, Raguidissida Emile. s. d. 2014. « Les industries culturelles dans les pays francophones d'Afrique subsaharienne : cas du Burkina Faso », 408. (Thèse), Consulté le 12/08/2021, <https://tel.archives-ouvertes.fr/tel-02013988/document>
- Zongo, Yamnoma Géoffroy. 2019, *Télévision et vulgarisation des pratiques agricoles innovantes au Burkina Faso : proposition d'émissions télévisuelles*, Pour l'obtention du Master en Développement de l'Université Senghor, Département : Culture, Spécialité: Communication et Médias, Université Senghor à Alexandrie, 64 pages.

Documents administratifs, juridiques et manuels

- Assemblée nationale, Loi N°032-99/AN, du 22 décembre 1999, portant protection de la propriété littéraire et artistique.
- Assemblée nationale, Loi N°048-2019/AN, du 12 novembre 2019, portant protection de la propriété littéraire et artistique.
- Burkina Faso, Accord entre le gouvernement du Burkina Faso et l'organisation des nations unies pour l'éducation, la science et la culture portant sur la création à Bobo-Dioulasso (Burkina Faso) d'un centre régional pour les arts vivants en Afrique placé sous l'égide de l'Unesco (catégorie 2), Paris, 14 juin 2010, 10 pages.

- Ministère de la culture des arts et du tourisme, octobre 2013, Direction générale du cinéma et de l'audiovisuel (DGCA), Textes réglementaires sur le cinéma et l'audiovisuel, 64 pages.

Webographie

- « Burkina Faso : statistiques sur le Digital et les Médias Sociaux en janvier 2020 – Le Kiosque Digital du Burkina ». s. d. publié le 24/02/2020, Consulté le 13 août 2021. <https://lekiosquedigitalduburkina.com/2020/02/24/burkina-faso-statistiques-sur-le-digital-et-les-medias-sociaux-en-janvier-2020/>.
- « Burkina Faso • Fiche pays • PopulationData.net ». s. d. PopulationData.net. consulté le 09/07/2021. <https://www.populationdata.net/pays/burkina-faso/>.
- « Comprendre l'impact du numérique sur la culture ». s. d. Culture et Patrimoine culturel. Consulté le 12 août 2021. <https://www.coe.int/fr/web/culture-and-heritage/culture-and-digitisation>.
- « Houet_departments.png (1056x816) ». s. d. Consulté le 13 août 2021. https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/f/f2/Houet_departments.png.
- « Mémoire Online - Le montage des deux roues motorisés à Ouagadougou: Concurrence et perspectives - R Ulysse Emmanuel OUEDRAOGO ». s. d. Consulté le 13 août 2021. https://www.memoireonline.com/10/09/2797/m_Le-montage-des-deux-roues-motorises--Ouagadougou-Concurrence-et-perspectives2.html.
- « Qu'entend-on par industries culturelles et créatives ? Définitions | Organisation des Nations Unies pour l'éducation, la science et la culture ». s. d. Consulté le 13 août 2021. <http://www.unesco.org/new/fr/culture/themes/cultural-diversity/diversity-of-cultural%20expressions/tools/policy-guide/como-usar-esta-guia/sobre-definiciones-que-se-entiende-por-industrias-culturales-y-creativas/>.
- Culturecom. s. d. « La transformation numérique à l'œuvre dans les structures culturelles? » Consulté le 6 avril 2021. <https://culture-communication.fr/fr/la-transformation-numerique-a-loeuvre-dans-les-structures-culturelles/>⁹⁹
- Ministère de l'Europe et des Affaires étrangères. s. d. « Présentation du Burkina Faso ». France Diplomatie - Ministère de l'Europe et des Affaires étrangères. Consulté le 13 août 2021. <https://www.diplomatie.gouv.fr/fr/dossiers-pays/burkina-faso/presentation-du-burkina-faso/>.

⁹⁹ Culturecom, « La transformation numérique à l'œuvre dans les structures culturelles? », consulté le 6 avril 2021, <https://culture-communication.fr/fr/la-transformation-numerique-a-loeuvre-dans-les-structures-culturelles/>.

- NoufouKindoBF. 2015. « Vitesse de téléchargement Internet : Le Burkina classé dernier ». L'Actualité du Burkina Faso 24h/24, 6 janvier 2015. <https://www.burkina24.com/2015/01/06/vitesse-de-telechargement-internet-le-burkina-classe-dernier/>, publié le 6 janvier 2015, consulté le 05/07/2021

Liste des personnes enquêtés

Les professionnels du cinéma

	Nom et prénom (s)	Profession / Fonction	Date de l'entretien
1	Diallo Boubakar	Producteur Les films Le Dromadaire	18/07/2021
2	Goldblatt Berni	Réalisateur-producteur Les films du Djabadjah	21/07/2021
3	Kaboré Gaston	Réalisateur	04/06/2021
4	Kaboré Valérie	Réalisatrice	21/06/2021
5	Lompo Adjaratou	Réalisatrice	17/07/2021
6	Nikièma Mamounata	Réalisatrice-productrice	23/06/2021
7	Ouédraogo Jean-Baptiste Pazouknam	Réalisateur	29/05/2021
8	Palenfo Augusta	Réalisatrice	04/06/2021
9	Sawadogo Noraogo	Scénariste, producteur Réveil production	04/06/2021
10	Tiendrébéogo Raymond	Réalisateur	04/06/2021
11	Traoré Appoline	Réalisatrice-productrice Les films Selmon	01/06/2021
12	Traoré Kady	Réalisatrice-productrice Athéna films	10/06/2021
13	Zampaligre Salam	Scénariste	23/07/2021
14	Zongo Michel	Réalisateur-producteur Diam production	01/06/2021

Liste des personnes ressources interviewées

	Nom et prénom (s)	Profession	Date de l'entretien
1	Akouabou François	Responsable département festival/ FESPACO	28/05/2021
2	Bayili Nébilibié Abraham	Critique du cinéma Président de l'association des critiques du cinéma du Burkina	09/06/2021
3	Doli Ollo	Ingénieur du cinéma et de l'audiovisuel, Chef de service du développement des industries culturelles et créatives à la DPICC	16/07/2021
4	Hébié Ibrahim	Exploitant de la plateforme numérique Fasofilms	06/06/2021
5	Ilboudo Assami	Directeur de la promotion et de la coopération du cinéma et de l'audiovisuel/DGCA	08/06/2021

6	Kaboré Rakis Rodrigue	Distributeur pub neéré Président de l'association des distributeurs cinématographiques et audiovisuels du Burkina	18/06/2021
7	Ky serge	Ingénieur en informatique/ANPTIC	17/06/2021
8	Louis Modeste Ouédraogo	Responsable département juridique /CSC	07/08/2021
9	Wahabou Bara	Directeur général du BBDA	23/07/2021
10	Yougaré Boukaré	Manager/ANPTIC	17/06/2021

Liste des illustrations

Figure 1 La carte du Burkina Faso	vii
Figure 2 La chaîne de valeur de la filière cinéma et audiovisuel.....	Error! Bookmark not defined.
Figure 3 Les maillons de la mise en marché des produits cinématographiques et audiovisuels	21
Figure 4 Carte de la commune de Ouagadougou.....	29
Figure 5 Carte de la commune de Bobo-Dioulasso	30
Figure 6 Répartition des enquêtés selon leur niveau de connaissance des plateformes numériques	36
Figure 7 Répartition des enquêtés selon leur niveau de connaissance des plateformes numériques qui diffusent des films burkinabè	37
Figure 8 Répartition des professionnels du cinéma selon leur usage des plateformes numériques.....	38
Figure 9 Répartition des consommateurs selon leur usage des plateformes numériques.....	40
Figure 10 Répartition des consommateurs selon leur mode de consommation des films.....	40
Figure 11 Répartition des consommateurs selon leur mode de paiement des films	41
Figure 12 Répartition de la population selon mode d'accès aux films.....	41
Figure 13 Répartition des professionnels du cinéma selon leurs préférences liées aux canaux de diffusion des films	42
Figure 14 Répartition des consommateurs de cinéma selon leurs préférences liées aux canaux de diffusion des f	42
Figure 15 Répartition des ciné-spectateurs selon leur consommation par catégorie d'œuvre cinématographique	43
Figure 16 Répartition des ciné-spectateurs selon leur consommation selon leur origine.....	44
Figure 17 Répartition des ciné-spectateurs selon leur consommation selon leur origine.....	44
Figure 18 Répartition des usagers du cinéma selon leur niveau d'appréciation de l'usage des plateformes numériques au Burkina	46
Figure 19 Répartition des usagers du cinéma selon leur avis sur la création d'une plateforme numérique burkinabè.....	46

Liste des tableaux

Tableau 1 Quelques informations sur le Burkina	vii
Tableau 2 Récapitulatif du cadre de référence	14
Tableau 3 Domaine du cinéma et degré d'autonomie.....	Error! Bookmark not defined.
Tableau 4 Répartition du parc des abonnements actifs (nombre de cartes SIM actives.....	25

Tableau 5 Présentation de quelques plateformes numériques	27
Tableau 6 Répartition des professionnels du cinéma selon le nombre de films diffusés en ligne	39
Tableau 7 Répartition des professionnels du cinéma selon leur intérêt pour les plateformes numériques.	39
Tableau 8 Répartition des professionnels du cinéma selon leur degré de satisfaction	45

Glossaire

Backbone : Partie centrale (backbone), destinée au transport à haut débit des données. Elle constitue le socle sur lequel repose les réseaux de communications électroniques. Caractérisé par son débit élevé, le backbone permet d’interconnecter les réseaux assurant la desserte de l’usager. Le backbone est aussi appelé réseau de collecte.¹⁰⁰

Bande passante : La bande passante est représentative de la capacité de transmission d’une liaison de transport de données. Elle représente la quantité d’information exprimée en bits par seconde pouvant être transmise par les réseaux de télécommunications.¹⁰¹

Culture : Ensemble des traits distinctifs, spirituels et matériels, intellectuels et affectifs qui caractérisent une société ou un 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.¹⁰²

Economie de la culture : Secteur qui s'accorde à conjuguer la création, la production et la commercialisation des biens et des services dont la particularité réside dans l'intangibilité de leurs contenus à caractère culturel, généralement protégés par les droits d'auteur.¹⁰³

Economie numérique : L’économie numérique couvre l’ensemble de l’écosystème numérique, c’est-à-dire qu’elle prend en compte les domaines productif, institutionnel, des usagers/clients et des applicatifs, chaque domaine étant constitué de différents composants contribuant à l’économie numérique dans son ensemble.¹⁰⁴

¹⁰⁰ Ministère du développement de l’économie numérique et des postes, mars 2018, Stratégie nationale de développement de l’économie numérique 2018-2027, p.54 .

¹⁰¹ Ibid.

¹⁰² Ministère de la culture des arts et du tourisme, 2018. « Stratégie nationale de la culture et du tourisme 2018-2027 ». Burkina Faso, p.70

¹⁰³ UNION ECONOMIQUE ET MONETAIRE OUEST AFRICAINE (UEMOA) : Politique commune de développement culturel au sein de l’UEMOA, p.6

¹⁰⁴ Ibid.

Fibre optique : Support de transmission présentant les plus grandes capacités de transmission. On trouve la fibre optique dans les backbones mais également dans les réseaux de desserte avec le développement de la fibre à l'abonné. ¹⁰⁵

Incubateur : Dispositif d'appui pour l'accompagnement de porteurs de projets dans la perspective de création d'entreprise. L'incubateur offre toute une série de services adaptés aux besoins des porteurs de projets (accès à des locaux, conseils, formation, accès à des financements...).¹⁰⁶

Internet : Réseau de transmission mondial constitué d'un ensemble de réseaux nationaux, régionaux et locaux reliés entre eux par un protocole de communication commun-TCP-IP. Internet est devenu le réseau le plus utilisé par les échanges numériques.¹⁰⁷

Téléphonie mobile : Système de transmission de la voix et des données reposant sur des ondes radioélectriques. Plusieurs générations de transmissions de transmission mobile se succèdent. Avec la troisième génération (3G), la transmission des données devient plus facile du fait d'une bande passante accrue. Actuellement, les déploiements de la téléphonie mobile concernent la 4G, la 5G étant en préparation dans certains pays. Chaque génération de téléphonie mobile nécessite une utilisation de bandes de fréquences spécifiques. Elle apporte des gains notables en matière de bande passante à l'utilisateur. ¹⁰⁸

TIC : Terme générique reprenant tout un ensemble de technologies de l'information et de la communication assurant la création, le stockage, la transmission, l'utilisation de données.¹⁰⁹

Annexes

Annexe 1 : Fiches de collecte de données

¹⁰⁵ Ministère du développement de l'économie numérique et des postes, mars 2018, Stratégie nationale de développement de l'économie numérique 2018-2020, op.cit.,p.54

¹⁰⁶ Ibid.

¹⁰⁷ Ministère du développement de l'économie numérique et des postes, mars 2018, Stratégie nationale de développement de l'économie numérique 2018-2020, op.cit., p.55.

¹⁰⁸ Ibid.p.55

¹⁰⁹ Ibid.

Questionnaire (Les professionnels du cinéma : réalisateurs, producteurs, scénaristes)

09 mars au 09 août - Université Senghor/CERAV/Afrique

Bonjour. Nous sommes étudiante en master en développement/Management des entreprises culturelles, à l'Université Senghor à Alexandrie. Dans le cadre de notre mémoire de fin de cycle, nous menons une étude sur les plateformes numériques et la diffusion des films burkinabè. L'objectif de notre travail est d'analyser la place des plateformes numériques dans la diffusion des films burkinabè. Vos informations ne seront utilisées qu'aux fins de l'étude menée.

I- Identification

1. Nom et Prénom (s)

2. Sexe

1. Masculin 2. Féminin

3. Profession

1. Réalisateur 2. Producteur 3. Scénariste

Vous pouvez cocher plusieurs cases.

4. Autre fonction?

1. Oui 2. Non

5. Si oui laquelle?

6. Niveau d'instruction

1. Primaire 2. Secondaire 3. Supérieur

7. Dernier diplôme obtenu

8. Tranche d'âge

1. 18-35 2. 36-45 3. 46-55 4. 56 et plus

9. Lieu de résidence actuel

1. Ouagadougou 2. Bobo-Dioulasso 3. Autre

10. Si autre, lequel?

11. Nationalité

1. Burkinabè 2. Ivoirien 3. Français 4. Autre

Vous pouvez cocher plusieurs cases.

12. Si autre, précisez.

13. Ancienneté dans le métier en nombre d'années

1. Moins de 5 ans 2. 5-10 3. 10-15 4. 15-20 5. Plus de 20

II- Etat des lieux de la production cinématographique

14. Combien de films avez-vous réalisés/produits/créés?

1. Moins de 5 2. 5-10 3. 10-15 4. 15-20 5. Plus de 20

15. Quels types de films avez-vous réalisés/produits/créés?

1. Fictions 2. Documentaires 3. Films institutionnels 4. Films d'animation 5. Séries

Vous pouvez cocher plusieurs cases.

16. Comment diffusez-vous vos films? Quels canaux utilisez-vous?

1. Salle de cinéma 2. Chaîne de télévision 3. Festival 4. Plateformes numériques

Vous pouvez cocher plusieurs cases.

III- Connaissance des plateformes numériques qui diffusent des films burkinabè

17. Quelles plateformes numériques de diffusion de films connaissez-vous ?

1. Fasofilms TV 2. TVMobile d'Orange 3. Africashows 4. Africafilm.tv
 5. Afrostream 6. Iroko 7. Tenk 8. Netflix
 9. Amazon 10. Univision 11. TVSMONDEplus 12. je ne sais pas

Vous pouvez cocher plusieurs cases (8 au maximum).

18. Si vous en connaissez d'autres citez-les

19. Connaissez-vous des plateformes numériques (chaînes, sites web, pages, application...) qui diffusent des films burkinabè?

1. Oui 2. Non 3. Je ne sais pas

20. Si vous en connaissez, citez-les!

21. Diffusez-vous souvent vos films sur les plateformes numériques?

1. Oui 2. Non

22. Justifiez votre réponse

23. Combien de films avez-vous diffusés sur les plateformes numériques?

1. 1-5 2. 5-10 3. Plus de 10

24. Quels films avez-vous diffusés sur les plateformes numériques?

25. Quelles sont les modalités de paiement de vos droits d'auteur par le gestionnaire de la plateforme pour les films que vous y diffusez?

1. Par le nombre de diffusion 2. Le nombre de vues 3. Le nombre de téléchargement 4. Autres

Vous pouvez cocher plusieurs cases (3 au maximum).

26. Si autre précisez.

27. Si vous ne diffusez pas sur les plateformes numériques, êtes-vous tout de même intéressés par elles comme canaux de diffusion de vos films?

1. Oui 2. Non

28. Justifiez votre réponse

IV- Niveau de préférence des plateformes de diffusion

29. Que préférez-vous entre ces différents canaux de diffusion proposés ci-dessous? Classez de 1 à 4 du plus important au moins important. 1 étant compris comme la première place.

1. Salle de cinéma 2. Festival 3. Chaîne de télévision 4. En ligne

Tous pouvez cocher plusieurs cases.

30. Veuillez justifier votre premier choix

31. Parmi les plateformes numériques de diffusion de films burkinabè ci-après laquelle préférez-vous ?

1. Fasofilms TV 2. TV Orange mobile 3. Africafilm.tv 4. Africashows 5. Afrostream 6. Iroko
 7. Tenk 8. Netflix 9. Autres

V- Les difficultés liées à la distribution et diffusion des films burkinabè

32. Selon vous quels sont les problèmes que le cinéma burkinabè rencontre en général et en termes de distribution et diffusion en particulier?

33. Que suggérez-vous comme solutions?

VI- De l'importance des plateformes numériques

34. Que pensez-vous du cinéma burkinabè actuel à l'ère du numérique en terme de distribution et diffusion?

35. Que pensez-vous des plateformes numériques comme canaux de diffusion des films burkinabè

36. Êtes-vous pour la création d'une plateforme numérique burkinabè de VOD ou streaming pour la diffusion des films burkinabè et africains?

1. Oui 2. Non 3. Indifférent

37. veuillez justifier votre réponse!

38. Selon vous, en termes d'exploitation des plateformes numériques de diffusion, quelle place occupe le cinéma burkinabè par rapport aux autres pays africains ?

1. Mauvais 2. Passable 3. Moyen 4. Bon 5. Excellent 6. Je ne sais pas

39. Veuillez justifier votre choix!

40. Si vous diffusez sur les plateformes numériques, quel est votre degré de satisfaction?

1. Pas du tout satisfait 2. Plutôt pas satisfait 3. Plutôt satisfait 4. Tout à fait satisfait 5. Je ne sais pas

41. Justifiez votre réponse!

VII- Analyse des conditions d'usage des plateformes numériques

42. Quelles forces le cinéma burkinabè possède-t-il et qui peuvent favoriser sa diffusion sur les plateformes numériques?

43. Quelles sont les faiblesses qui freinent l'utilisation des plateformes numériques de diffusion?

44. Les plateformes numériques de diffusion sont-elles une opportunité ou une menace pour le cinéma burkinabè?

1. Opportunité 2. Menace

45. Veuillez justifier votre réponse!

VIII- Suggestions

46. Dans le but de pallier les difficultés sus-mentionnées, quelles solutions proposez-vous sur le plan législatif?

47. Que proposez-vous comme mesures que les acteurs du cinéma doivent prendre?

48. Que proposez-vous sur le plan politique?

49. Que proposez-vous sur le plan économique?

Questionnaire (consommateurs)

09 mars-09 août 2021 - Université Senghor/ CERAV/Afrique

Bonjour. Nous sommes étudiante en master en développement/ management des entreprises culturelles, à l'Université Senghor à Alexandrie. Dans le cadre de notre mémoire de fin de cycle, nous menons une étude sur les plateformes numériques et la diffusion des films burkinabè. L'objectif de notre travail est d'analyser la place des plateformes numériques dans la diffusion des films burkinabè. Vos informations ne seront utilisées qu'aux fins de l'étude menée.

Identification

1. Sexe

1. Masculin 2. Féminin

2. Profession

3. Niveau d'instruction

1. Primaire 2. Secondaire 3. Supérieur

4. Dernier diplôme obtenu

5. Tranche d'âge

1. 18-35 2. 36-45 3. 46-55 4. 56 et plus

6. Lieu de résidence

1. Ouagadougou 2. Bobo-Dioulasso 3. Autre

7. Si autre, précisez.

8. Nationalité

1. Burkinabè 2. Ivoirien 3. Malien 4. Béninois 5. Togolais 6. Autre

9. Si autre, précisez.

Connaissance des plateformes numériques

10. Quelles plateformes de diffusion de films connaissez-vous ?

1. Fasofilms TV 2. TVMobile d'Orange 3. Africashows 4. Africafilm.tv
 5. Afrostream 6. Iroko 7. Tenk 8. Netflix
 9. Amazon 10. Univision 11. TV5MONDEplus 12. Autres

Vous pouvez cocher plusieurs cases (10 au maximum).

11. Justifiez votre premier choix

12. Comment avez-vous connu ces plateformes ?

13. Aimez-vous beaucoup visionner les films burkinabè sur les plateformes numériques ?

1. Oui 2. Non

14. Justifiez votre premier choix

15. Quels types de films visionnez-vous le plus sur les plateformes numériques ?

1. Burkinabè 2. ivoiriens 3. nigériens 4. européens 5. américains 6. Asiatiques 7. Autres

Vous pouvez cocher plusieurs cases (6 au maximum).

16. Si autre, précisez

17. Justifiez votre réponse

18. Quels types de films visionnez-vous le plus selon leur spécificités sur les plateformes numériques ?

1. Fictions 2. Documentaires 3. Films institutionnels 4. Séries 5. Films d'animation
 6. Télénovelas 7. Autre

Vous pouvez cocher plusieurs cases.

19. Justification5

20. Autre type

21. Connaissez-vous des plateformes numériques (sites web, pages, application...) qui diffusent des films burkinabè

1. Oui 2. Non

22. Si oui, lesquelles ?

23. Quels films burkinabè avez-vous visionnés sur les plateformes numériques ?

De la consommation des films burkinabè

24. Que préférez-vous entre ces différents canaux de diffusion des films burkinabè suivants ?

1. Salle de cinéma 2. Festival 3. Chaîne de télévision 4. En ligne

Ordonnez 4 réponses.

25. Veuillez justifier votre choix

26. De toutes les plateformes numériques de diffusion de films burkinabè que préférez-vous ?

1. Africafilm.tv 2. Africashows 3. Afostream 4. Iroko 5. Tenk 6. Netflix 7. Autres

27. Justification6

28. Utilisez-vous ces sites de manière légale? (paiement, abonnement) ou illicite? (téléchargement illicite, piraterie) ?

1. Toujours légale 2. parfois légale 3. illicite

29. Veuillez justifier votre réponse

30. Comment avez-vous accès à vos films ?

1. En streaming 2. Vidéo à la demande 3. Téléchargement 4. Autres

31. Si autres, précisez

32. Justifiez votre réponse

33. Quel est votre mode de paiement pour avoir accès à vos films ?

1. Par carte bancaire 2. En espèces 3. Gratuit 4. Autres

34. Si autre, lequel ?

35. Justifiez votre réponse

De l'importance des plateformes numériques

36. Que pensez-vous des plateformes numériques comme canaux de diffusion des films burkinabè ?

37. Etes-vous pour la création d'une plateforme numérique burkinabè de VOD ou streaming pour la diffusion des films burkinabè et africains

1. Oui 2. Non

38. Justifiez votre réponse

39. Selon vous, en termes d'exploitation des plateformes numériques de diffusion quelle place occupe le cinéma burkinabè par rapport aux autres pays africains ?

1. Mauvais 2. Passable 3. Moyen 4. Bon 5. Excellent

40. Veuillez justifier votre réponse !

41. Les plateformes numériques de diffusion sont-elles un atout ou une menace pour le cinéma burkinabè ?

1. Opportunité 2. Menace

42. Veuillez justifier votre réponse !

43. Quelles sont les principales difficultés que vous avez dans l'usage des plateformes numériques de diffusion des films ?

44. Que suggérez-vous comme solutions pour résoudre ces difficultés?

45. Qu'avez-vous à ajouter?

Questionnaire (Distributeurs)

01 mars au 31 août - Université Senghor/CERAV Afrique

Bonjour. Nous sommes étudiante en master 2 management des entreprises culturelles, à l'Université Senghor à Alexandrie. Dans le cadre de notre mémoire de fin de cycle, nous menons une étude sur les plateformes numériques et la diffusion des films burkinabè. L'objectif de notre travail est d'analyser la place des plateformes numériques dans la diffusion des films burkinabè. Vos informations seront utilisées dans le cadre scientifique et de manière anonyme.

I- Identification

1. Nom et Prénom (s)

2. Sexe

1. Masculin 2. Féminin

3. Profession

1. Réalisateur 2. Producteur

4. Autre fonction?

1. Oui 2. Non

5. Si oui laquelle?

6. Niveau d'instruction

1. Primaire 2. Secondaire 3. Supérieur

7. Dernier diplôme obtenu

8. Tranche d'âge

1. 18-35 2. 36-45 3. 46-55 4. 56 et plus

9. Lieu de résidence actuel

10. Nationalité

11. Ancienneté dans le métier en nombre d'années

1. Moins de 5 ans 2. 5-10 3. 10-15 4. 15-20 5. Plus de 20

II- Etat des lieux du catalogue de distribution

12. Combien de films avez-vous distribués?

1. Moins de 5 2. 5-10 3. 10-15 4. 15-20 5. Plus de 20

13. Quels types de films avez-vous distribués?

1. Fictions 2. Documentaires 3. Films institutionnels 4. Films d'animation 5. Séries

14. Comment distribuez-vous vos films? Quels canaux utilisez-vous?

1. Salle de cinéma 2. Chaîne de télévision 3. Festival 4. Plateformes numériques

Vous pouvez cocher plusieurs cases.

III- Connaissance des plateformes numériques qui diffusent des films burkinabè

15. Quelles plateformes numériques de diffusion de films connaissez-vous ?

1. Fasofilms TV 2. TVMobile d'Orange 3. Africashows 4. Africafilm.tv
 5. Afrostream 6. Iroko 7. Tenk 8. Netflix
 9. Amazon 10. Univision 11. TVSMONDEplus 12. je ne sais pas

Vous pouvez cocher plusieurs cases (8 au maximum).

16. Si vous en connaissez d'autres citez-les

17. Connaissez-vous des plateformes numériques (chaînes, sites web, pages, application...) qui diffusent des films burkinabè?

1. Oui 2. Non 3. Je ne sais pas

18. Si vous en connaissez, citez-les!

19. Distribuez-vous souvent des films des plateformes numériques?

1. Oui 2. Non

20. Justifiez votre réponse

21. Combien de films avez-vous distribués sur les plateformes numériques?

1. 1-5 2. 5-10 3. Plus de 10

22. Quels films avez-vous distribués sur les plateformes numériques?

23. Si vous ne distribuez pas sur les plateformes numériques, êtes-vous tout de même intéressés par elles comme canaux de diffusion de vos films?

1. Oui 2. Non

24. Justifiez votre réponse

IV- Niveau de préférence des plateformes de diffusion

25. Que préférez-vous entre ces différents canaux de distribution proposés ci-dessous? Classez de 1 à 4 du plus important au moins important. 1 étant compris comme la première place.

1. Salle de cinéma 2. Festival 3. Chaîne de télévision 4. En ligne

Vous pouvez cocher plusieurs cases.

26. Veuillez justifier votre premier choix

27. Parmi les plateformes numériques de diffusion de films burkinabè ci-après laquelle préférez-vous ?

1. Africafilm.tv 2. Africashows 3. Afrostream 4. Iroko 5. Tenk 6. Netflix 7. Autres

V- Les difficultés liées à la distribution et diffusion des films burkinabè

28. Selon vous quels sont les problèmes que le cinéma burkinabè rencontre en général et en termes de distribution et diffusion en particulier?

29. Que suggérez-vous comme solutions?

VI- De l'importance des plateformes numériques

30. Que pensez-vous du cinéma burkinabè actuel à l'ère du numérique en terme de distribution et diffusion?

31. Que pensez-vous des plateformes numériques comme canaux de diffusion des films burkinabè

32. Etes-vous pour la création d'une plateforme numérique burkinabè de VOD ou streaming pour la diffusion des films burkinabè et africains?

1. Oui 2. Non 3. Indifférent

33. veuillez justifier votre réponse!

34. Selon vous, en termes d'exploitation des plateformes numériques de diffusion, quelle place occupe le cinéma burkinabè par rapport aux autres pays africains ?

1. Mauvais 2. Passable 3. Moyen 4. Bon 5. Excellent 6. Je ne sais pas

35. Veuillez justifier votre choix!

VII- Analyse des conditions d'usage des plateformes numériques

36. Quelles forces le cinéma burkinabè possède-t-il et qui peuvent favoriser sa diffusion sur les plateformes numériques?

37. Quelles sont les faiblesses qui freinent l'utilisation des plateformes numériques de diffusion?

38. Les plateformes numériques de diffusion sont-elles une opportunité ou une menace pour le cinéma burkinabè?

1. Opportunité 2. Menace

39. Veuillez justifier votre réponse!

VIII- Suggestions

40. Dans le but de pallier les difficultés sus-mentionnées et favoriser l'exploitation des plateformes numériques, quelles solutions proposez-vous sur le plan législatif?

41. Que proposez-vous comme mesures que les acteurs du cinéma doivent prendre?

42. Que proposez-vous sur le plan politique?

43. Que proposez-vous sur le plan économique?

--

Guide d'entretien (DGCA)

09 mars au 09 août 2021 - Université Senghor/CERAV Afrique

Bonjour. Nous sommes étudiante en master en développement/ management des entreprises culturelles, à l'Université Senghor à Alexandrie. Dans le cadre de notre mémoire de fin de cycle, nous menons une étude sur les plateformes numériques et la diffusion des films burkinabè. L'objectif de notre travail est d'analyser la place des plateformes numériques dans la diffusion des films burkinabè. Vos informations ne seront utilisées qu'aux fins de l'étude menée.

Identification

1. Nom et Prénom (s)

2. Sexe

1. Masculin 2. Féminin

3. Si oui laquelle?

4. Niveau d'instruction

1. Primaire 2. Secondaire 3. Supérieur

5. Lieu de résidence actuel

1. Ouagadougou 2. Bobo-Dioulasso 3. Autre

6. Si autre, lequel?

7. Nationalité

1. Burkinabè 2. Ivoirien 3. Français 4. Autre

Vous pouvez cocher plusieurs cases.

8. Si autre, précisez.

9. Ancienneté dans le métier en nombre d'années

1. Moins de 5 ans 2. 5-10 3. 10-15 4. 15-20 5. Plus de 20

Les réalités du cinéma burkinabè

10. A quelles difficultés le cinéma burkinabè est-il confronté de nos jours ?

11. Que proposez-vous comme solutions ?

Les difficultés liées à la distribution et diffusion des films burkinabè

12. Selon vous quels sont les problèmes que le cinéma burkinabè rencontre en termes de distribution et diffusion

13. Que proposez-vous comme solutions ?

De l'importance des plateformes numériques

14. Que pensez-vous du cinéma burkinabè actuel à l'ère du numérique ?

15. Que pensez-vous des plateformes numériques comme canaux de diffusion des films burkinabè

16. Les plateformes numériques de diffusion sont-elles un atout ou une menace pour le cinéma burkinabè? Pourquoi ?

1. Atout 2. Menace

17. Veuillez justifier votre réponse!

Suggestions

18. Quels atouts le cinéma burkinabè possède-t-il et qui peuvent favoriser sa diffusion sur les plateformes numériques

19. Quelles sont les difficultés qui freinent l'utilisation des plateformes numériques de diffusion ?

20. Quelles solutions proposez-vous ?

Guide d'entretien (DPICC)

09 mars-09 août 2021 - Université Senghor/CERAV Afrique

Bonjour. Nous sommes étudiante en master en développement/ management des entreprises culturelles, à l'Université Senghor à Alexandrie. Dans le cadre de notre mémoire de fin de cycle, nous menons une étude sur les plateformes numériques et la diffusion des films burkinabè. L'objectif de notre travail est d'analyser la place des plateformes numériques dans la diffusion des films burkinabè. Vos informations ne seront utilisées qu'aux fins de l'étude menée.

Identification

1. Nom et Prénom (s)

2. Sexe

1. Masculin 2. Féminin

3. Professionl

4. Niveau d'instruction

1. Primaire 2. Secondaire 3. Supérieur

5. Dernier diplôme obtenu

6. Tranche d'âge

1. 18-35 2. 36-45 3. 46-55 4. 56 et plus

7. Lieu de résidence actuel

1. Ouagadougou 2. Bobo-Dioulasso 3. Autre

8. Nationalité

1. Burkinabè 2. Ivoirien 3. Français 4. Autre

9. Ancienneté dans le métier en nombre d'années

1. Moins de 5 ans 2. 5-10 3. 10-15 4. 15-20 5. Plus de 20

De l'importance des plateformes numériques

10. Que pensez-vous du cinéma burkinabè actuel à l'ère du numérique ?

11. Que pensez-vous des plateformes numériques comme canaux de diffusion des films burkinabè

12. Les plateformes numériques de diffusion sont-elles un atout ou une menace pour le cinéma burkinabè? Pourquoi ?

1. Atout 2. Menace

13. Veuillez justifier votre réponse!

15. Que proposez-vous comme solutions ?

Les difficultés liées à la distribution et diffusion des films burkinabè

16. Selon vous quels sont les problèmes que le cinéma burkinabè rencontre en termes de distribution et diffusion

17. Que proposez-vous comme solutions

De l'importance des plateformes numériques

18. Que pensez-vous du cinéma burkinabè actuel à l'ère du numérique

19. Que pensez-vous des plateformes numériques comme canaux de diffusion des films burkinabè

20. Les plateformes numériques de diffusion sont-elles un atout ou une menace pour le cinéma burkinabè? Pourquoi ?

1. Atout 2. Menace

21. Veuillez justifier votre réponse

Régulation du cinéma

22. Quels sont les textes qui encadrent les droits d'auteurs dans le cinéma?

23. Qu'en est-il des textes qui encadrent les droits d'auteur dans la diffusion des films Burkinabè sur les plateformes numériques?

24. Qu'est ce qui freine l'élaboration de ces textes ?

25. Que proposez-vous comme solutions?

26. Ya t-il eu des concertations avec la DGCA pour intégrer le numérique dans les textes?

Suggestions

27. Quels atouts le cinéma burkinabè possède-t-il et qui peuvent favoriser sa diffusion sur les plateformes numériques ?

Guide d'entretien (BBDA)

09 mars-09 août 2021 - Université Senghor/ CERAV Afrique

Bonjour. Nous sommes étudiante en master en développement/ management des entreprises culturelles, à l'Université Senghor à Alexandrie. Dans le cadre de notre mémoire de fin de cycle, nous menons une étude sur les plateformes numériques et la diffusion des films burkinabè. L'objectif de notre travail est d'analyser la place des plateformes numériques dans la diffusion des films burkinabè. Vos informations ne seront utilisées qu'aux fins de l'étude menée.

Identification

1. Nom et Prénom (s)

2. Sexe

1. Masculin 2. Féminin

3. Professionnel

1. Réalisateur 2. Producteur 3. Scénariste

4. Autre fonction?

1. Oui 2. Non

5. Si oui laquelle?

6. Niveau d'instruction

1. Primaire 2. Secondaire 3. Supérieur

7. Dernier diplôme obtenu

8. Tranche d'âge

1. 18-35 2. 36-45 3. 46-55 4. 56 et plus

9. Lieu de résidence actuel

1. Ouagadougou 2. Bobo-Dioulasso 3. Autre

10. Si autre, lequel?

11. Nationalité

1. Burkinabè 2. Ivoirien 3. Français 4. Autre

12. Si autre, précisez.

13. Ancienneté dans le métier en nombre d'années

1. Moins de 5 ans 2. 5-10 3. 10-15 4. 15-20 5. Plus de 20

Les réalités du cinéma burkinabè

14. A quelles difficultés le cinéma burkinabè est-il confronté de nos jours ?

29. Que suggérez-vous comme solutions?

VI- De l'importance des plateformes numériques

30. Que pensez-vous du cinéma burkinabè actuel à l'ère du numérique en terme de distribution et diffusion?

31. Que pensez-vous des plateformes numériques comme canaux de diffusion des films burkinabè

32. Etes-vous pour la création d'une plateforme numérique burkinabè de VOD ou streaming pour la diffusion des films burkinabè et africains?

1. Oui 2. Non 3. Indifférent

33. veuillez justifier votre réponse!

34. Selon vous, en termes d'exploitation des plateformes numériques de diffusion, quelle place occupe le cinéma burkinabè par rapport aux autres pays africains ?

1. Mauvais 2. Passable 3. Moyen 4. Bon 5. Excellent 6. Je ne sais pas

35. Veuillez justifier votre choix!

VII- Analyse des conditions d'usage des plateformes numériques

36. Quelles forces le cinéma burkinabè possède-t-il et qui peuvent favoriser sa diffusion sur les plateformes numériques?

37. Quelles sont les faiblesses qui freinent l'utilisation des plateformes numériques de diffusion?

38. Les plateformes numériques de diffusion sont-elles une opportunité ou une menace pour le cinéma burkinabè?

1. Opportunité 2. Menace

39. Veuillez justifier votre réponse!

VIII- Suggestions

40. Dans le but de pallier les difficultés sus-mentionnées et favoriser l'exploitation des plateformes numériques, quelles solutions proposez-vous sur le plan législatif?

41. Que proposez-vous comme mesures que les acteurs du cinéma doivent prendre?

42. Que proposez-vous sur le plan politique?

Guide d'entretien (FESPACO)

09 mars au 09 août 2021 - Université Senghor/CERAV Afrique

Bonjour. Nous sommes étudiante en master en développement/ management des entreprises culturelles, à l'Université Senghor à Alexandrie. Dans le cadre de notre mémoire de fin de cycle, nous menons une étude sur les plateformes numériques et la diffusion des films burkinabè. Vos informations ne seront utilisées qu'aux fins de l'étude menée.

Identification

1. Nom et Prénom (s)

2. Sexe

1. Masculin 2. Féminin

3. Professionl

1. Réalisateur 2. Producteur 3. Scénariste

4. Autre fonction?

1. Oui 2. Non

5. Si oui laquelle?

6. Niveau d'ins truction

1. Primaire 2. Secondaire 3. Supérieur

7. Dernier diplôme obtenu

8. Tranche d'âge

1. 18-35 2. 36-45 3. 46-55 4. 56 et plus

9. Lieu de résidence actuel

1. Ouagadougou 2. Bobo-Dioulasso 3. Autre

10. Si autre, lequel?

11. Nationalité

1. Burkinabè 2. Ivoirien 3. Français 4. Autre

12. Si autre, précisez.

13. Ancienneté dans le métier en nombre d'années

1. Moins de 5 ans 2. 5-10 3. 10-15 4. 15-20 5. Plus de 20

Les réalités du cinéma burkinabè

14. A quelles difficultés le cinéma burkinabè est-il confronté de nos jours ?

15. Que proposez-vous comme solutions ?

Les difficultés liées à la distribution et diffusion des films burkinabè

16. Selon vous quels sont les problèmes que le cinéma burkinabè rencontre en termes de distribution et diffusion

17. Que proposez-vous comme solutions ?

De l'importance des plateformes numériques

18. Que pensez-vous du cinéma burkinabè actuel à l'ère du numérique ?

19. Que pensez-vous des plateformes numériques comme canaux de diffusion des films burkinabè

20. Les plateformes numériques de diffusion sont-elles un atout ou une menace pour le cinéma burkinabè? Pourquoi ?

1. Atout 2. Menace

21. Veuillez justifier votre réponse!

Suggestions

22. Quels atouts le cinéma burkinabè possède-t-il et qui peuvent favoriser sa diffusion sur les plateformes numériques

23. Quelles sont les difficultés qui freinent l'utilisation des plateformes numériques de diffusion ?

24. Quelles solutions proposez-vous ?

Guide d'entretien (CSC)

Identification

1. Nom et Prénom(s)

2. Sexe

1. Masculin 2. Féminin

3. Profession

4. Niveau d'instruction

1. Primaire 2. Secondaire 3. Supérieur

5. Dernier diplôme obtenu

6. Tranche d'âge

1. 18-35 2. 36-45 3. 46-55 4. 56 et plus

7. Lieu de résidence actuel

1. Ouagadougou 2. Bobo-Dioulasso 3. Autre

8. Nationalité

1. Burkinabè 2. Ivoirien 3. Français 4. Autre

9. Ancienneté dans le métier en nombre d'années

1. Moins de 5 ans 2. 5-10 3. 10-15 4. 15-20 5. Plus de 20

Régulation de la communication numérique

10. Existe-t-il une politique de régulation des plateformes numériques diffusion émettant au Burkina?

11. Ya-t-il un code du numérique au Burkina?

12. Le CSC a-t-il la compétence pour réguler les plateformes numériques au Burkina?

Difficultés et solutions

14. Quelles sont les difficultés qui freinent la création des plateformes numériques de diffusion au Burkina Faso?

15. Y a-t-il des actions menées par le ministère afin de promouvoir l'entrepreneuriat dans le numérique?

16. Y a-t-il déjà eu des projets de création de plateformes de diffusion de films portés par des Burkinabè? Si oui lesquels?

17. Quelles solutions proposez-vous pour stimuler la promotion du numérique dans le domaine de la culture en général et la filière cinéma en particulier?

Guide d'entretien (Critique de cinéma)

09 mars-09 août 2021 - Université Senghor/CERAV Afrique

Bonjour. Nous sommes étudiante en master en développement/ management des entreprises culturelles, à l'Université Senghor à Alexandrie. Dans le cadre de notre mémoire de fin de cycle, nous menons une étude sur les plateformes numériques et la diffusion des films burkinabè. L'objectif de notre travail est d'analyser la place des plateformes numériques dans la diffusion des films burkinabè. Vos informations ne seront utilisées qu'aux fins de l'étude menée.

Identification

1. Nom et Prénom (s)

2. Sexe

1. Masculin 2. Féminin

3. Profession

1. Réalisateur 2. Producteur 3. Scénariste

4. Autre fonction?

1. Oui 2. Non

5. Si oui laquelle?

6. Niveau d'instruction

1. Primaire 2. Secondaire 3. Supérieur

7. Dernier diplôme obtenu

8. Tranche d'âge

1. 18-35 2. 36-45 3. 46-55 4. 56 et plus

9. Lieu de résidence actuel

1. Ouagadougou 2. Bobo-Dioulasso 3. Autre

10. Si autre, lequel?

11. Nationalité

1. Burkinabè 2. Ivoirien 3. Français 4. Autre

12. Si autre, précisez.

13. Ancienneté dans le métier en nombre d'années

1. Moins de 5 ans 2. 5-10 3. 10-15 4. 15-20 5. Plus de 20

Les plateformes numériques de diffusion des films Burkinabè

14. Quel est l'état des lieux du cinéma Burkinabè (réalisation, Production, exploitation)

15. Que pensez-vous du numérique dans la chaîne de valeur du cinéma burkinabè?

16. Quelles sont les forces, les faiblesses, les opportunités et les menaces quant-à l'usage des plateformes numériques de diffusion?

17. Qu'avez-vous à ajouter?

Guide d'entretien (Gestionnaire de plateforme numérique Fasofilms)

09 mars au 09 août - Université Senghor/CERAV Afrique

Bonjour. Nous sommes étudiante en master en développement/ Management des entreprises culturelles, à l'Université Senghor à Alexandrie. Dans le cadre de notre mémoire de fin de cycle, nous menons une étude sur les plateformes numériques et la diffusion des films burkinabè. L'objectif de notre travail est d'analyser la place des plateformes numériques dans la diffusion des films burkinabè. Vos informations ne seront utilisées qu'aux fins de l'étude menée.

I- Identification

1. Nom et Prénom (s)

2. Sexe

1. Masculin 2. Féminin

3. Profession

1. Réalisateur 2. Producteur

4. Autre fonction ?

1. Oui 2. Non

5. Si oui laquelle ?

6. Niveau d'instruction

1. Primaire 2. Secondaire 3. Supérieur

7. Dernier diplôme obtenu

8. Tranche d'âge

1. 18-35 2. 36-45 3. 46-55 4. 56 et plus

9. Lieu de résidence actuel

1. Ouagadougou 2. Bobo-Dioulasso 3. Autre

10. Nationalité

1. Burkinabè 2. Ivoirien 3. Français 4. Autre

11. Ancienneté dans le métier en nombre d'années

1. Moins de 5 ans 2. 5-10 3. 10-15 4. 15-20 5. Plus de 20

Plateforme de diffusion Fasofilms

12. Qu'est-ce qui a motivé la création d'une plateforme ?

13. Comment ~~avez~~ vous procédé à la création d'une plateforme numérique ?

14. Avez-vous eu des soutiens sur le plan financier, matériel, technologique, du côté des services techniques (DGCA, BBDA, DPIC) ?

Guide d'entretien (Gestionnaire de plateforme numérique Fasofilms)

09 mars au 09 août - Université Senghor/CERAV Afrique

Bonjour. Nous sommes étudiante en master en développement/ Management des entreprises culturelles, à l'Université Senghor à Alexandrie. Dans le cadre de notre mémoire de fin de cycle, nous menons une étude sur les plateformes numériques et la diffusion des films burkinabè. L'objectif de notre travail est d'analyser la place des plateformes numériques dans la diffusion des films burkinabè. Vos informations ne seront utilisées qu'aux fins de l'étude menée.

I- Identification

1. Nom et Prénom (s)

2. Sexe

1. Masculin 2. Féminin

3. Profession

1. Réalisateur 2. Producteur

4. Autre fonction ?

1. Oui 2. Non

5. Si oui laquelle ?

6. Niveau d'instruction

1. Primaire 2. Secondaire 3. Supérieur

7. Dernier diplôme obtenu

8. Tranche d'âge

1. 18-35 2. 36-45 3. 46-55 4. 56 et plus

9. Lieu de résidence actuel

1. Ouagadougou 2. Bobo-Dioulasso 3. Autre

10. Nationalité

1. Burkinabè 2. Ivoirien 3. Français 4. Autre

11. Ancienneté dans le métier en nombre d'années

1. Moins de 5 ans 2. 5-10 3. 10-15 4. 15-20 5. Plus de 20

Plateforme de diffusion Fasofilms

12. Qu'est-ce qui a motivé la création d'une plateforme ?

13. Comment vous êtes-vous procédé à la création d'une plateforme numérique ?

14. Avez-vous eu des soutiens sur le plan financier, matériel, technologique, du côté des services techniques (DGCA, BBDA, DPIC)?

15. Etes-vous enregistrés au niveau de la DGCA et avez-vous votre agrément?

16. Combien d'abonnés avez-vous sur votre site? le Pourcentage des Burkinabè?

17. Quels sont les types de films que vous diffusez? et le nombre?

18. Quelles sont les préférences des consommateurs burkinabè?

19. Diffusez-vous es films d'autres producteurs? lesquels?

20. Si oui comment rémunérez-vous les droits d'auteur?

21. Comment êtes-vous rémunérés également?

22. Avez-vous fait des formations de renforcement de capacités afin de rendre plus permente votre plateforme?

23. Etes-vous satisfait de votre plateforme?

24. Quelles sont les difficultés que vous avez avec votre plateforme?

25. Quelles solutions propos ez-vous?

Questionnaire (Ministère de l'économie numérique/ANPTIC)

09 mars au 09 août 2021 - Université Senghor/CERAV Afrique

Bonjour. Nous sommes étudiant en master en développement/ Management des entreprises culturelles, à l'Université Senghor à Alexandrie. Dans le cadre de notre mémoire de fin de cycle, nous menons une étude sur les plateformes numériques et la diffusion des films burkinabè. L'objectif de notre travail est d'analyser la place des plateformes numériques dans la diffusion des films burkinabè. Vos informations ne seront utilisées qu'aux fins de l'étude menée.

Identification

1. Nom et Prénom (s)

2. Sexe

1. Masculin 2. Féminin

3. Profession

4. Niveau d'instruction

1. Primaire 2. Secondaire 3. Supérieur

5. Dernier diplôme obtenu

6. Tranche d'âge

1. 18-35 2. 36-45 3. 46-55 4. 56 et plus

7. Lieu de résidence actuel

1. Ouagadougou 2. Bobo-Dioulasso 3. Autre

8. Nationalité

1. Burkinabè 2. Ivoirien 3. Français 4. Autre

9. Ancienneté dans le métier en nombre d'années

1. Moins de 5 ans 2. 5-10 3. 10-15 4. 15-20 5. Plus de 20

De l'existence des plateformes numériques de diffusion de films

10. Quelles sont les plateformes numériques de diffusion de films émettant au Burkina que vous pouvez-vous répertorier ?

11. Y a-t-il des plateformes numériques de diffusion de films créées par des Burkinabè ?

12. Si non qu'est ce qui bloque cette création ?

De la consommation des films burkinabè

13. Quelles sont les plateformes numériques de diffusion de films qui enregistrent le plus d'abonnement de la population burkinabè ?

14. Avez-vous des statistiques en la matière ?

15. Quel est l'état de la connectivité au Burkina Faso?

16. Qu'est ce qui est fait pour améliorer la situation?

De l'importance des plateformes numériques

17. Etes-vous pour la création d'une plateforme numérique burkinabè de pour la diffusion des films burkinabè et africains ?

1. Oui 2. Non

18. Veuillez justifier votre réponse

19. y a t-il eu des projets de création de plateformes numériques de diffusion de films portés par des jeunes ? parlez-en!

20. Quelles sont les forces et les faiblesses influençant la création d'une plateforme numérique au Burkina ?

21. Que fait le ministère en charge de l'économie numérique pour stimuler l'entrepreneuriat dans le domaine du numérique?

22. Qu'avez-vous à ajouter ?

Annexe 2 : Quelques données statistiques sur les travailleurs du cinéma et de l'audiovisuel

Tableau 13 Structures du cinéma et de l'audiovisuel

STRUCTURES	NOMBRE		
		Homme	Femme
ENTREPRISES			
Structures de production	203	168	35
Structures de distribution	7	6	1
Structures d'exploitation	21	17	4
ASSOCIATIONS			
Structures de promotion	10	8	2
TOTAL	241	199	42

Source : Direction du cinéma et de l'audiovisuel

Tableau 14 Les techniciens

TECHNICIENS				
			Homme	Femme
01	Réalisateur	168	149	19
02	Assistant réalisateur	59	53	06
03	Directeur photo	02	02	00
04	Cadreur	21	20	01
05	Assistant cadreur	03	3	00
06	Photographe de plateau	01	01	00
07	Electricien éclairagiste	12	12	00
08	Ingénieur Son	05	04	01
09	Assistant Son	05	03	02
10	Chef monteur	11	09	02
11	Assistant monteur	03	03	00
12	Régisseur général	03	03	00
13	Script	03	02	01
14	Chef décorateur	05	05	00
15	Décorateur	01	01	00
16	Machiniste	02	02	00
17	Habilleur	01	00	01
18	Costumier	03	01	02
19	Chef maquilleur	02	00	02
20	Maquilleur	03	00	03
Total (techniciens)		313	273	40

Source : Direction du cinéma et de l'audiovisuel

Annexe 2 : Nombre de salles de cinéma fonctionnelles en 2021

Tableau 15 Nombre de salles de cinéma fonctionnelles en 2021

Désignation	Date de création	Nombre de places assises
Ciné Burkina	1975	560 places

Ciné Espoir Tampouy	1986	1200 places
Ciné Neerwaya	1989	1066 places
Canal Olympia Ouaga 2000	2017	300 places
Canal Olympia Pissy ¹¹⁰	1986	1200 places
Ciné Wemtenga	1986	1200 places
Ciné Sanyon	1990	650 places
Ciné Palace	1962	1400 places

Source : Enquête de terrain, 2021

Annexe 3 : Coûts de diffusion des œuvres cinématographiques sur les chaînes de télévision

Tableau 16 Coûts de diffusion des œuvres cinématographiques sur les chaînes de télévision

Chaînes	Prix en euros
Séries	
TV5	Entre 2000 et 3000 euros l'épisode de 13,26,52 minutes en préachat.
A+	Entre 1000 et 1500 euros l'épisode en préachat. Entre 500 et 800 euros en achat.
Chaînes locales africaines	Entre 200 et 300 euros l'épisode. Bartering (films contre espaces publicitaires).
Long métrage	
TV5	4000 et 5000 en préachat. Entre 2000 et 3000 euros en achat.
A+	1500 et 2000 euros en préachat. 1000 euros en achat.
Chaînes locales africaines	Entre 750 et 1000 euros.

Source : Jacob Yarassoula Yarabatioula, 2017

Annexe 4 : Quelques indications sur le cinéma numérique ambulant

Tableau 17 Quelques indications sur le cinéma numérique ambulant

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Nombre de séances de projection	189	241	238	80	308	201	449	231	458	203
Nombre de régions concernées	13	6	13	11	9	9	10	6	13	06
Nombre de participants	54 570	144 000	129 325	40 000	114 321	89 656	169 062	28 541	106 300	83 000

Source: Annuaire statistique MCAT, 2019

¹¹⁰ Cette salle a été créée en 1986 en tant Ciné Pissy, puis a été réhabilitée pour devenir Canal Olympia Pissy

Annexe 5 : Communiqué des résultats du premier appel à projets du FDCT**FILIERE : CINEMA ET AUDIOVISUEL**

N°	TITRE DU PROJET	NOM DE LA STRUCTURE (CHEF DE FIL)	MONTANT ACCORDE
1	Production d'un film documentaire : la destinée d'une camionneuse	DORZON SARL	27 420 278
2	Production du film long métrage djumu le mal de l'ombre	WAATI GROUP SARL	24 477 705
3	Projet Haro les criminels du genre (PHCG)	DOUBACOM	29 303 899
4	Production d'une série animée 3D ; Burkina Faso : Un pays, un peuple, une culture plurielle et diverse	PIT PRODUCTION	26 087 217
5	Développement et lancement de la webTV oustti.tv	PRODUCTIONS UNIVERSELLES	20 897 888
6	Projet de formation de jeunes filles et garçons, en vue de les accompagner à créer des structures de production pour produire et vendre des programmes prêts à diffuser à la Télé citoyenne Tenkodogo	MEDIA 2000	19 679 625
7	Formation des professionnels de métier en écriture de scénarios de fiction et en réalisation de films cinématographiques de long métrage	ASSOCIATION INSTITUT IMAGINE	22 797 252
8	Kantaga , Roi Soleil	SAHELIS PRODUCTION	28 113 750
9	De l'idée au court métrage	ASSOCIATION TAAFE VISION	21 371 136
10	De plus en plus loin	ARTISTIC CONTRIBUTION AFRIC ET CREATION AND IMAGE AGENCY (ACACIA) PRODUCTIONS	31 862 250
11	Sarah Magni	LES FILMS DU DROMADAIRE	26 052 075
12	Complexe Musical : école des stars	STUDIO LA REFERENCE	19 220 434
13	Afrik film jaar (AFY)	BAMBUARO PICTURE PRODUCTION	26 078 295
14	Djéliya la mémoire du mandingue	PILUMPIKU PRODUCTION	30 269 138
15	Dynamisation du maillon de la distribution/diffusion des films burkinabè	PUB NEERE	18 864 326
16	Amadé	YEREGA INTERNATIONAL SARL	24 595 783
17	Cinephone	NESBY PRODUCTION	31 315 344
18	Ma ya Dawa ou les aventures de Gurunga	ASSOCIATION GRACE THEATRE	17 496 124
19	Production d'un film intitulé exogène	LES STUDIOS DU BOSQUET	25 382 031
20	La marche des jeunes cinéastes	CINOMADE BURKINA	17 716 123
TOTAL			489 000 673

Annexe 6 : Le ciné Guimbi à Bobo-Dioulasso en réfection

L'association de soutien du cinéma au Burkina a lancé un projet de sauvetage et de réhabilitation du mythique Ciné. Depuis 2013, un réseau de soutien international a été initié autour de ce projet ; cela contribue à lutter contre le manque de salles de ciné au Burkina Faso en général, et à Bobo-Dioulasso en particulier. Contribuer à la renaissance du Ciné Guimbi est un acte de survie du 7^e art. Aujourd'hui le chantier est en marche.¹¹¹



Figure 20 Avant



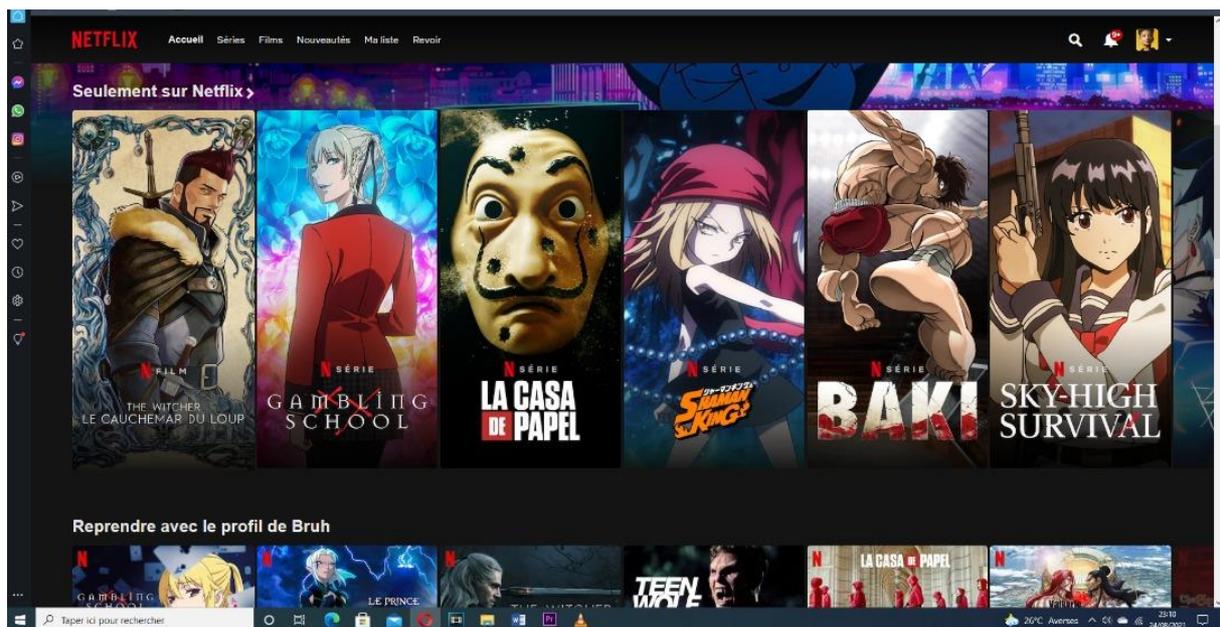
Figure 22 Aujourd'hui



Figure 21 Maquette du futur

Annexe 7 : Quelques images d'interfaces de plateformes numériques

Figure 23 Interface de Netflix



Source: Consulté le 24/08/2021

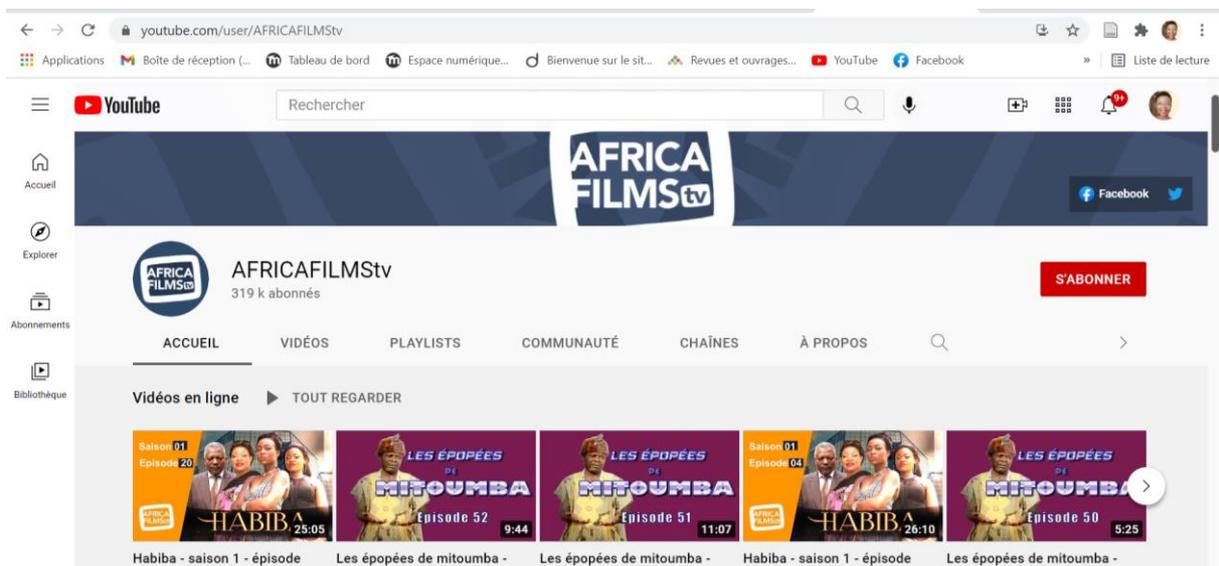
¹¹¹ Source : www.cinéguibimbi.org, consulté le 27/08/2021

Figure 24 IrokoTV



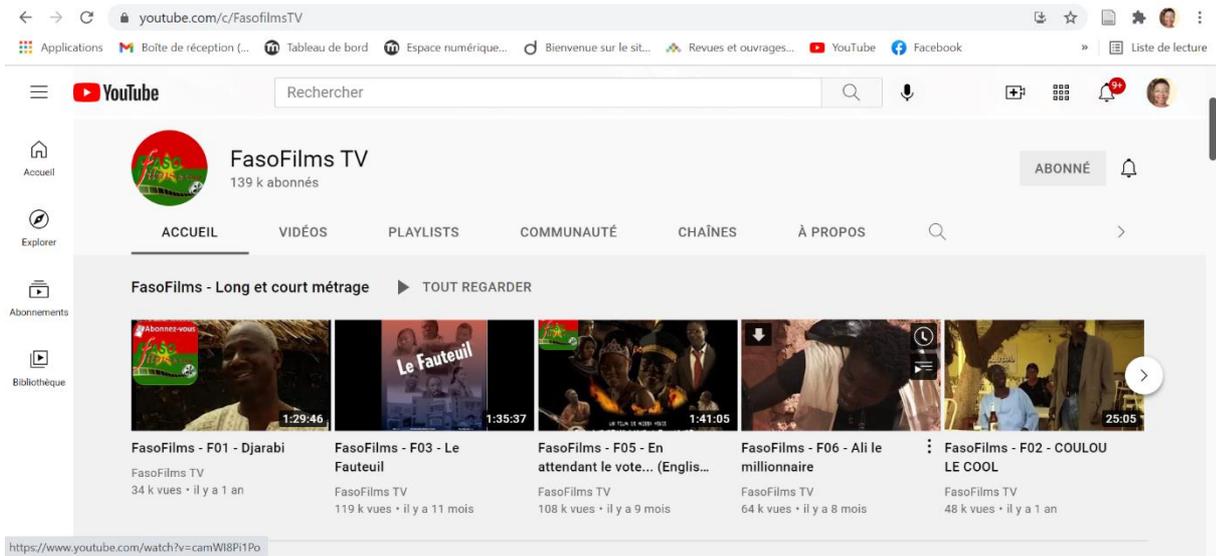
Source: irokovt.com, consulté le 27/08/2021

Figure 25 AFRICAFILMStv



Source: <https://www.youtube.com/user/AFRICAFILMStv>, consulté le 27.08/2021

Figure 26 FasofilmTV



Source: <https://www.youtube.com/c/FasofilmsTV>, consulté le 27/08/2021