

1. L'espace économique francophone

3. UN AVANTAGE POUR LES ENTREPRISES

► Industries culturelles et créatives : l'atout francophone

Les dernières statistiques disponibles auprès de la Conférence des Nations unies pour le commerce et le développement (CNUCED) confirment la part croissante qu'occupe « l'économie créative » dans le commerce mondial¹. Elle aurait plus que doublé entre 2002 et 2011 pour représenter 624 milliards de dollars (3,5 % du commerce total) avec une croissance des exportations encore plus marquée dans les pays en développement (+12,1 % par an en moyenne sur la même période), même si l'Afrique ne serait responsable que de moins de 1 % de celles-ci².

¹ Citées par *Creative Economy Report Special Edition 2013. Widening Local Development Pathways*, Nations unies / Unesco / PNUD - 2013.

² Rapport sur l'économie créative, Nations unies/PNUD - 2008.

Le poids des industries culturelles et créatives est estimé à « 2 706 milliards de dollars, soit 6,1 % du PIB mondial. Au niveau européen, les industries culturelles représenteraient 8 millions d'emplois directs et environ 4 % du PIB ». Aux États-Unis, elles contribuent à 6,36 % du PIB ; dans les pays du Mercosur, à 4,5 %³.

Les données en provenance de 40 pays, collectées par l'Organisation internationale de la propriété intellectuelle (OMPI), font apparaître que les revenus provenant des seules industries de droits d'auteurs représentent, en moyenne, 5,2 %

³ Rapport sur l'économie créative, Nations unies / PNUD - 2010.

du produit intérieur brut. Plus largement, la contribution des secteurs culturels, au sens large, aux économies des pays en développement sont mesurées par les indicateurs UNESCO de la culture pour le développement (IUCD) qui font ressortir l'importance de l'économie créative. À titre d'exemple, l'UNESCO révèle qu'elle représente (uniquement pour le secteur privé et formel) autant que l'agriculture dans le PIB de l'Équateur, soit un peu plus de 5 %. La question de la définition du périmètre de l'économie créative fait l'objet de nombreuses recherches qui se sont avérées indispensables, surtout après l'adoption par l'UNESCO, en 2005, de la Convention sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles et la mise en place du Fonds international pour la diversité culturelle (FIDC) prévue en son article 18, mais aussi pour suivre les Objectifs du millénaire (OMD) dont le Fonds⁴ comprend un domaine d'activités réservé au lien entre culture et développement destiné à illustrer le rôle essentiel joué par les biens culturels dans le développement (18 programmes ont été développés en Afrique, au Moyen-Orient et en Afrique du Nord, en Asie, en Europe de l'Est et en Amérique latine pour un montant total de 95,6 millions de dollars).

C'est ainsi que les premiers rapports sur l'économie créative ont été élaborés par la CNUCED en 2008 puis 2010 et que la dernière édition, en 2013, s'est tout particulièrement intéressée aux pays en développement. De

⁴ Le Fonds pour la réalisation des OMD a été établi en 2007 grâce à un accord signé entre le gouvernement espagnol et le système des Nations unies (PNUD), dans le but d'accélérer les avancées sur le front de la réalisation des objectifs OMD.



son côté, l'Europe s'est également mobilisée pour favoriser l'émergence d'indicateurs susceptibles de rendre compte de l'impact économique de la culture.

À partir de la première résolution du Conseil européen des ministres de la Culture de 1995 encourageant l'établissement de statistiques sur le sujet, beaucoup d'efforts ont été déployés. Depuis 1997, Eurostat, l'Office statistique de l'Union européenne, a initié plusieurs travaux sur les statistiques culturelles notamment au sein du *Leadership Group* (LEG) de 1997 à 2004, et la Commission européenne a publié, en 2007, le premier recueil intitulé « Statistiques culturelles en Europe », suivi d'un deuxième en 2011.

Pour améliorer la connaissance des secteurs culturels et tenter d'obtenir des données comparables au niveau européen, le réseau ESSnet « Statistiques culturelles », financé par la Commission européenne et coordonné par le Luxembourg, a été créé en septembre 2009 pour une période de deux ans : **quatre groupes ont été institués pour travailler sur la mesure de l'emploi, les dépenses et le financement culturels, celle des pratiques culturelles et de la participation sociale à la culture.**

Si l'on retient la définition adoptée par l'UNESCO⁵ pour le cadre statistique culturel (CSC), les domaines concernés sont : Patrimoine culturel et naturel ; Arts de la scène et festivités ; Arts visuels et artisanat ; Livre et presse ; Audiovisuel et médias numériques ; Design et services créatifs ; Patrimoine culturel immatériel (domaine transversal).

En outre, trois autres domaines transversaux ont été ajoutés en raison du rôle qu'ils jouent dans la production et la diffusion de la culture : Éducation et formation ; Archivage et préservation ; Équipements et matériaux.



Depuis 2010, le Fonds international pour la diversité culturelle (FIDC) a financé, pour environ **4,6 millions de dollars, 71 projets dans 43 pays en développement**, couvrant un large éventail de domaines, du développement et de la mise en œuvre des politiques culturelles, au renforcement des capacités des entrepreneurs culturels, de la cartographie des industries culturelles à la création de nouveaux modèles économiques pour les industries culturelles. Plus de la moitié des projets soutenus ont été développés en Afrique.



D'une manière générale, le poids des industries culturelles dans les pays en développement est difficile à mesurer car elles se développent essentiellement dans le secteur informel. De plus, de nombreux obstacles freinent leur développement : manque de formation et de moyens techniques, absence de financements et de réseaux de distribution, importance du piratage et taille limitée des marchés locaux.

Et la langue française ?

Ce long préambule permet de comprendre combien il est difficile, au sein de cet ensemble touffu, d'isoler le critère de la langue pour la mesure d'une valeur économique. Même dans le cas

de l'écrit ou de la parole lorsqu'ils sont les vecteurs directs d'une activité ou d'une production culturelles, comme pour le livre, la chanson ou le théâtre, les industries qui sont liées à leur production et à leur diffusion peuvent parfaitement soit relever d'autres univers linguistiques (par exemple, en 2011, en Suisse, 58 % des livres édités étaient en langue allemande, 25 % en français, 3 % en italien et le restant dans d'autres langues), soit n'avoir aucune composante linguistique. Un film tourné en anglais par un réalisateur français et produit par un Américain émerge-t-il au compte des industries culturelles francophones ? De même pour une chanson ou une pièce de théâtre...

Nous avons néanmoins choisi de privilégier, dans cet aperçu, les activités et produits culturels dans lesquels la langue française apparaît comme la composante essentielle, en donnant quelques exemples de réalisations constatées depuis 2010 dans quelques pays membres de la Francophonie dont le français est la seule langue officielle (cf. p. 428), mais aussi de relever des éléments probants de la demande (parfois de l'offre) de culture en français dans des pays où il n'est qu'une langue étrangère (cf. p. 447). Enfin, une étude sur l'édition numérique francophone (cf. p. 450) permettra de mesurer le poids des francophones dans un secteur en pleine émergence.

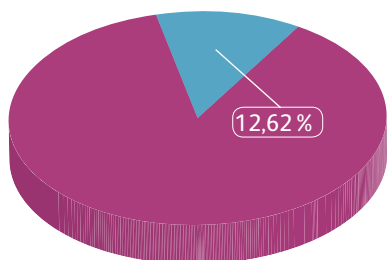
Il est possible aussi, même si la présentation ne se limite pas aux seuls produits culturels de langue française, d'approcher la valeur que représente le secteur économique culturel pour les pays francophones en agrégeant les chiffres des pays dont le français est une langue officielle, comme nous l'avons fait à l'occasion du premier Forum mondial de la langue française au travers d'une brochure publiée en juillet 2012⁶ (cf. graphiques ci-contre⁷).

⁶ « L'impact économique de la langue française et de la Francophonie. Être francophone? Une valeur sûre! », juillet 2012. http://www.francophonie.org/IMG/pdf/Impact_economique_de_la_langue_francaise_et_de_la_Francophonie.pdf

⁷ Calcul des auteurs d'après CNUCED (UNCTAD), Creative Economy Report 2010.

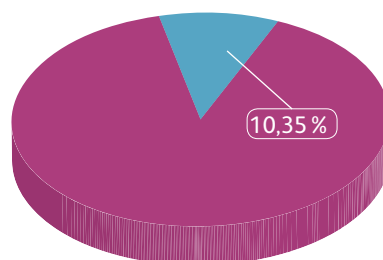
⁵ Le cadre de l'UNESCO pour les statistiques culturelles (CSC), Institut de statistique de l'UNESCO, 2009.

►► Importations* dans l'ensemble de l'économie de la culture



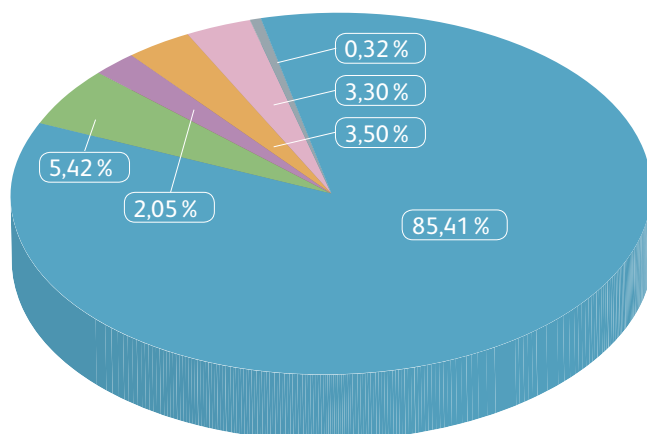
* des pays ayant le français pour langue officielle ou co-officielle.

►► Exportations* dans l'ensemble de l'économie de la culture



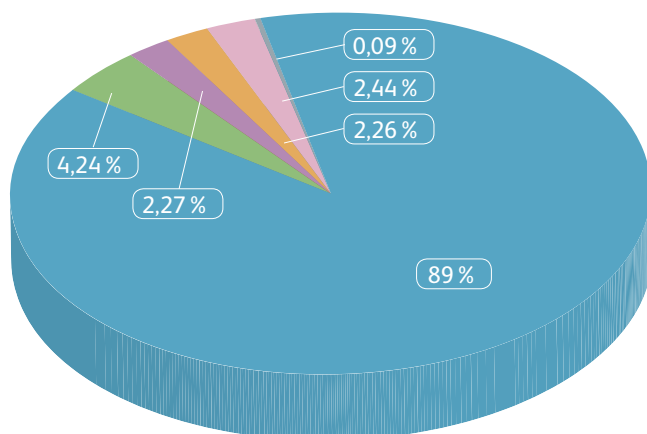
* des pays ayant le français pour langue officielle ou co-officielle.

►► Part des pays ayant le français comme langue officielle ou co-officielle dans les importations mondiales de produits culturels (2008)



* Bien que non-membre de l'OIF, une part des importations de l'Algérie est composée de produits culturels en français.

►► Part des pays ayant le français comme langue officielle ou co-officielle dans les exportations mondiales de produits culturels (2008)



Il est aussi possible de considérer le « marché francophone » qui ciblerait les clients et les consommateurs d'**activités et de biens culturels** en français, par exemple dans le domaine des contenus, notamment dans l'audiovisuel, l'édition et l'éducation, surtout grâce au numérique. C'est ainsi qu'ont raisonné Jérôme Bodin et Pavel Govciyan, les auteurs de l'étude⁸ réalisée pour Natixis en septembre 2013 intitulée « La francophonie, une opportunité de marché majeure » (cf. encadré) qui anticipe une hausse potentielle des chiffres d'affaires de groupes francophones en milliards d'euros en se fondant sur l'augmentation annoncée par « La langue française dans le monde 2010 » du nombre de francophones à l'horizon 2050.

Pour ce qui est du **marché du film**, la question de la langue est évidemment centrale et, comme le démontre l'étude Natixis, devrait être considérée comme une opportunité majeure pour les entrepreneurs culturels francophones, *a priori* les mieux placés pour l'investir avant que les grands groupes internationaux n'occupent le

créneau, notamment dans les économies en développement. Unifrance, l'organisme chargé de la promotion du cinéma français dans le monde, ne s'y est pas trompé en confiant un rapport⁹ à des professionnels dont le titre est sans ambiguïté : « Pour que l'Afrique francophone soit une opportunité pour le cinéma français » et qui commence ainsi : « Le français est une langue d'avenir. La francophonie africaine est une opportunité culturelle et économique. Il s'agit de s'organiser pour pouvoir la saisir, afin que le cinéma français trouve en Afrique un des moteurs de sa croissance future. » Si le titre laisse penser qu'il s'agit essentiellement des intérêts français, les auteurs, acteurs du secteur (producteurs, réalisateurs, diffuseurs, financeurs publics...) en Europe, mais aussi au Maroc, prônent plutôt une alliance des francophones par un processus de coopération et de partenariat unissant les Belges, les Français, les Québécois et quelques pays d'Afrique francophone à partir desquels pourrait se développer une industrie

8 Flash sectoriel. Recherche actions, 11 septembre 2013, Natixis.

9 « Pour que l'Afrique francophone soit une opportunité pour le cinéma français ». Rapport daté du 07/03/14 du groupe de travail Francophonie rédigé pour uniFranceFilms.

La francophonie, une opportunité de marché majeure

(extrait de l'étude Natixis¹)

« Alors que la consommation de biens culturels et éducatifs était (et reste encore) essentiellement locale, nous estimons qu'elle devrait, à terme, reposer sur une nouvelle base : la langue. [...] Cela concerne tout particulièrement les éditeurs/distributeurs de contenus francophones. L'enjeu industriel serait ainsi de s'adapter à ce nouveau marché de référence de taille mondiale : la francophonie/francophilie. [...] »

1/ Dans les contenus audiovisuels, Canal+ France (80 % Vivendi / 20 % Lagardère) est, selon nous, le groupe le mieux positionné. La modélisation de ce potentiel de marché, à partir de 2016, nous conduirait à une création de valeur potentielle de 2,3 Md€, soit 10 % de la capitalisation boursière de Vivendi. Canal+ dispose déjà de positions fortes en Afrique et un renforcement dans les contenus pourrait constituer un socle solide à la future « equity story » du groupe ;

2/ Dans l'édition, Lagardère paraît le mieux placé pour développer une activité durable, via les contenus éducatifs (déjà une présence au Maroc). [...]

Le développement du numérique à l'échelle mondiale va radicalement changer la façon d'adresser les marchés médias. Le numérique induit, en effet, une disparition progressive des frontières dans le domaine des médias et des contenus. Il est dorénavant possible de commercialiser des produits culturels et éducatifs sur tous les territoires, dès qu'on en détient les droits. [...]

Depuis environ 20 ans, les groupes américains ont pleinement tiré profit de l'élargissement de leur marché adressable dans les médias (TV tout particulièrement) mais aussi dans l'éducation. Ainsi, l'évolution du cours de Bourse des 4 grands groupes audiovisuels anglo-saxons (CBS, NewsCorp, Walt Disney, Time Warner) surpasse très nettement celle des 4 groupes français (Vivendi, Lagardère, TF1, M6) : +40 % en moyenne pour les groupes français depuis début 2005 contre +90 % pour les groupes anglo-saxons. Si ce différentiel de performance s'explique par de multiples raisons (parité de change, attractivité des actions américaines, etc.), le positionnement sur les contenus nous semble l'élément explicatif principal. [...] »

1 Flash sectoriel. Recherche actions, 11 septembre 2013, Natixis.



du cinéma viable dans toute sa chaîne de valeur qui intègre : les salles de cinéma ; la vidéo, VOD (vidéo à la demande), SVOD (vidéo à la demande avec abonnement) ; la télévision ; la distribution et la production. Ce rapport se conclut par deux propositions :

- créer un **Festival du film francophone**, « événement qui servirait à la fois de vitrine et de lieu d'échange notamment pour susciter des vocations en matière de distribution » ;
- organiser des **Rencontres du cinéma francophone** « dont la première édition doit se tenir sur le continent africain [afin de] mettre en place un écosystème dédié au cinéma francophone de la planète, [pour] faciliter ces transferts qui permettront aux industries locales de se développer et aux films francophones de trouver de nouveaux horizons de diffusion ».

D'ailleurs, en ne considérant que les pays ayant le français pour langue officielle (seul ou aux côtés d'autres langues), on constate

Entre 2012 et 2014 :

- le Fonds francophone de production audiovisuelle du Sud de l'OIF (volet **cinéma**) a cofinancé 59 projets sous la forme d'aides à la production (fictions, documentaires, longs et courts métrages) et à la post-production (longs métrages uniquement).

- le Fonds francophone de production audiovisuelle du Sud de l'OIF (volet **télévision**) a permis à 86 projets de bénéficier d'aides au développement, à la production ou à la finition.

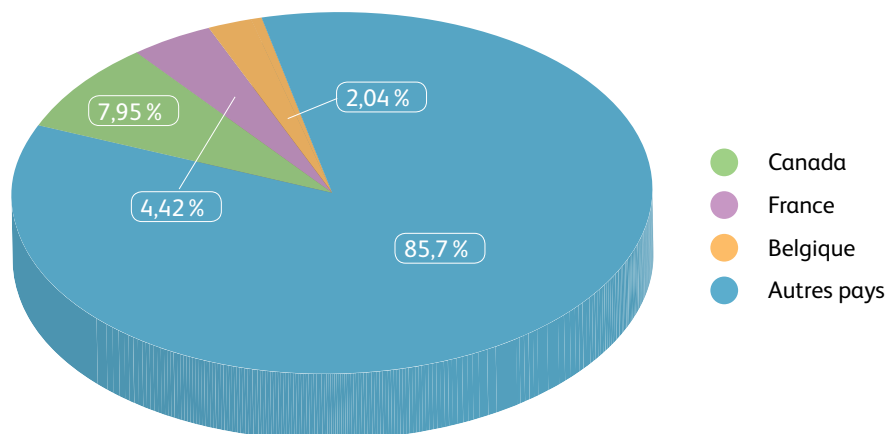
que leur part dans la valeur mondiale des importations et exportations de contenu audiovisuel et de services associés¹⁰ est significative¹¹.

¹⁰ Le « contenu audiovisuel et les services associés » tels que définis par la CNUCED impliquent les services rattachés à la production, la post-production et la diffusion d'émissions de radio, de télévision et de films.

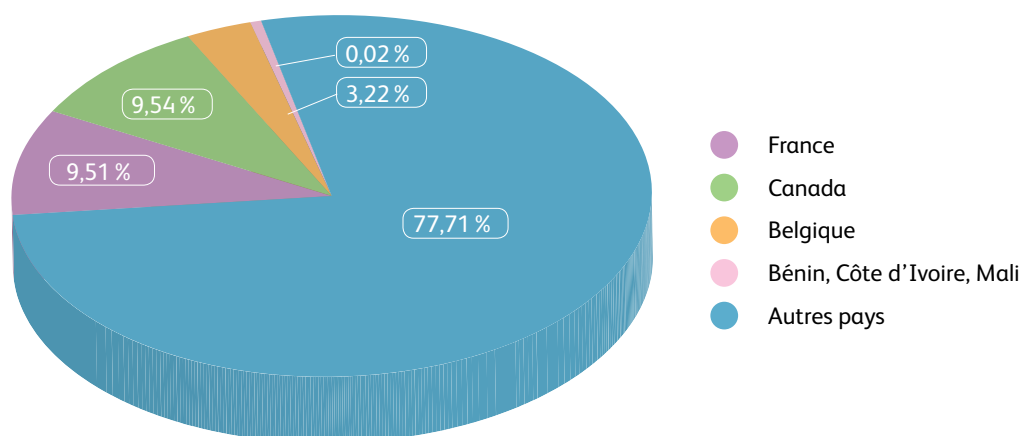
¹¹ Calcul des auteurs d'après CNUCED (UNCTAD), Creative Economy Report 2010.

Part des pays ayant le français comme langue officielle ou co-officielle :

► Dans les exportations mondiales de contenu audiovisuel de services associés (14,3 %)



► Dans les importations mondiales de contenu audiovisuel de services associés (22,29 %)

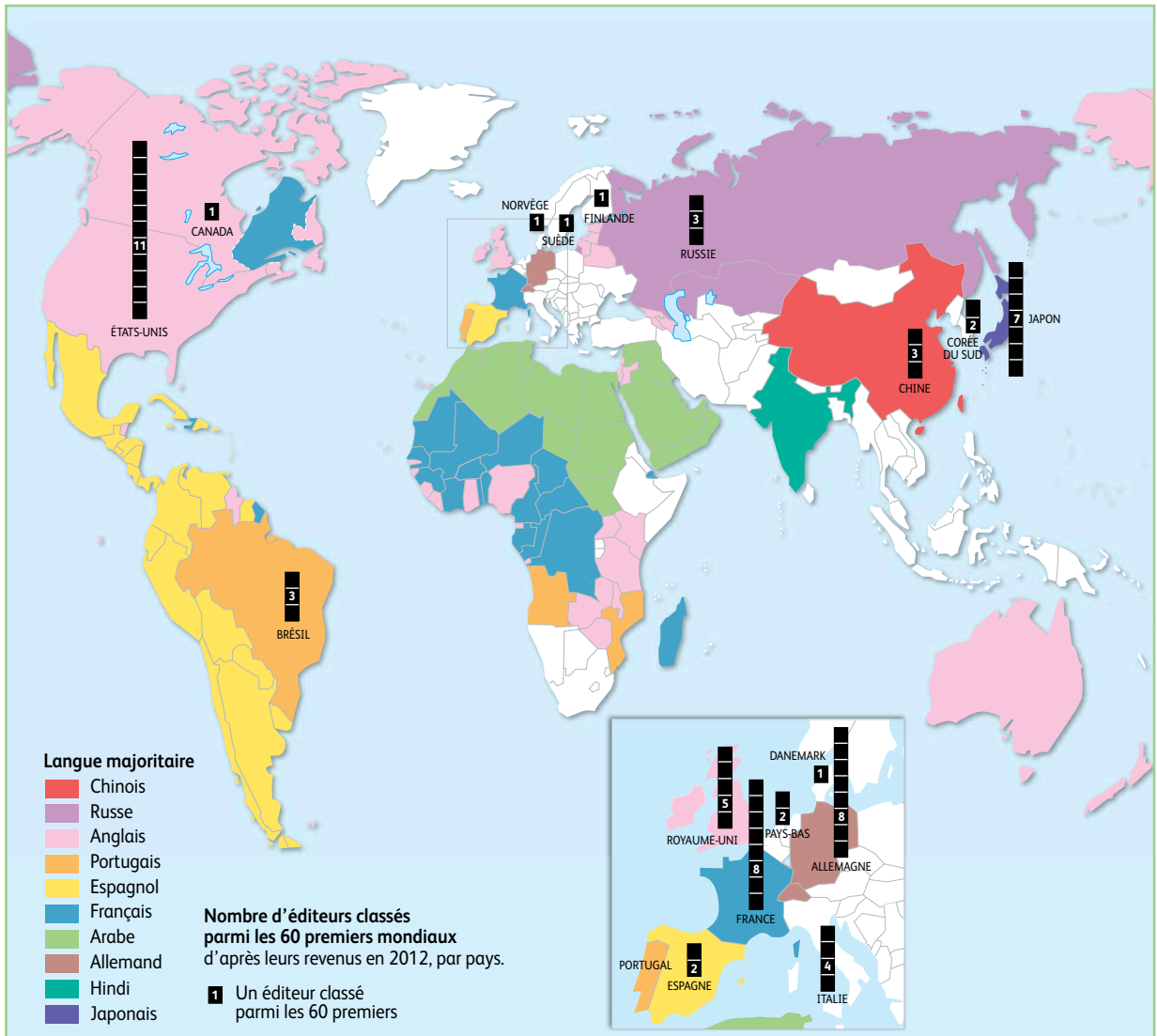


D'autres auteurs ont récemment plaidé dans le même sens pour la « mondialisation » de l'édition française¹² en se fondant toujours sur nos prévisions de croissance du nombre de francophones dans les trente prochaines années et en illustrant leur propos par une carte très éclairante (ci-contre) des marchés

linguistiques éditoriaux qui fait figurer la langue française en bonne position aux côtés de l'anglais, de l'arabe, de l'espagnol, du portugais ou du russe, entre autres.

¹² Pierre Astier et Laure Pécher dans un article intitulé « Mondialisons l'édition française ! » paru le 20/03/2014 sur Le Monde.fr : http://www.lemonde.fr/idees/article/2014/03/20/mondialisons-l-edition-francaise_4346262_3232.html

Planisphère éditorial par grande langue



Sources : Theodora.com ; publisherswwkly.com

Sur le plan **éditorial**, il convient de signaler le remarquable succès que rencontre la bande dessinée franco-belge. Elle a connu en 2012 en Belgique la hausse la plus importante des ventes par catégories éditoriales (+5,3 %) et l'export représente 61 % de l'activité des maisons d'édition belges francophones. Les intérêts français et belges francophones ont convergé pour exploiter le succès des personnages de BD sur différents supports pour la production audiovisuelle et les droits dérivés. Ainsi, le groupe Média-Participations (320 M € de chiffre d'affaires) qui possède des maisons de production en France et en Belgique, exporte des dessins animés dans plus de 145 pays.

D'une manière générale, le marché francophone au sens des locuteurs recensés

par l'OIF (274 millions en 2014) est désormais considéré comme une source importante de création potentielle de revenus et envisagé comme telle par tous les rapports qui abordent le sujet (et qui se multiplient). Ne serait-ce qu'en France, outre les documents cités précédemment, il faut signaler les mentions qui sont faites de la francophonie (toujours sur la base des estimations de l'OIF et des prévisions de l'ODSEF) dans le « 1^{er} Panorama des industries culturelles et créatives », réalisé par le groupe Ernst&Young en novembre 2013 (voir plus bas l'article consacré à la France) et celles qui figurent dans le rapport remis par Jacques Attali au président de la République française en août 2014 pour une stratégie économique francophone. //

► Aperçu du poids des industries culturelles dans quelques pays où le français est la seule langue officielle¹³

On ne pourra citer ici toutes les manifestations culturelles qui se déroulent en Afrique francophone afin d'éviter autant que possible l'effet inventaire d'une telle énumération mais aussi pour garder l'angle économique que nous avons décidé de retenir dans ce chapitre. Le lecteur doit néanmoins savoir qu'une multitude d'initiatives fleurissent dans tous les domaines artistiques, dont certaines revêtent un caractère international propice à la promotion et à la diffusion des créations culturelles francophones. Faute de place, et ne disposant pas des données économiques qui y sont liées, nous ne pourrions revenir en détail sur quelques rendez-vous majeurs de la culture en français (et en langues nationales), mais pouvons les citer au fil des descriptions par pays.

Plusieurs de ces manifestations se déroulent dans des pays qui n'ont pas le français comme unique langue officielle et qui ne seront donc pas présentés dans ce court article. À titre d'exemple, nous

mentionnerons les Rencontres théâtrales internationales du Cameroun (RETIC), rendez-vous incontournable pour les compagnies théâtrales d'Afrique francophone et les professionnels du théâtre.

En effet, comme l'indique notre titre, l'aperçu présenté ci-dessous se limitera aux pays dont le français est la seule langue officielle et pour lesquels nous avons pu recueillir suffisamment de données. Il ne reflète donc que de manière très parcellaire la réalité de la valeur des industries créatives francophones.

Au Burkina Faso¹⁴

Les industries culturelles sont encore embryonnaires au Burkina Faso et l'étroitesse du marché pénalise la rentabilité des biens et services culturels produits localement. Il n'existe pas d'étude statistique sur la contribution macroéconomique de ce secteur au produit intérieur brut mais l'enquête réalisée en 2008-2009 estime que le

¹³ Quelques éléments chiffrés seront également fournis pour le Cameroun, le Liban et le Maroc en raison de la place significative qu'occupe la langue française dans les industries culturelles et de la disponibilité de certaines données.

¹⁴ Profil culturel des pays du Sud membres de la Francophonie. Un aperçu de trois pays de l'UEMOA. Le Burkina Faso, la Côte d'Ivoire, le Sénégal, OIF – 2010. http://www.francophonie.org/IMG/pdf/profil_oif_uemoa_vlegere.pdf



secteur des industries culturelles – édition, musique, audiovisuel et événements culturels – génère au **moins 1 271 emplois à temps plein et 2,9 milliards de FCFA (6,8 millions USD)**.

Les entreprises présentes dans les filières de l'écrit, de l'audiovisuel et de la musique sont caractérisées par une faible taille notamment dans les deux dernières filières. La plupart d'entre elles (70 %) sont des micro-entreprises (moins de 10 salariés) et évoluent le plus souvent dans le secteur informel. Leur contribution à l'économie, en terme de chiffre d'affaires reste très limitée, allant de 500 000 FCFA (1 050 US\$) pour les plus petites, à 1,2 milliard de FCFA (2,5 millions US\$) pour la plus importante.

Le Burkina Faso est – excepté pour certains biens artisanaux, les œuvres d'art ainsi que les instruments de musique grâce aux exportations d'instruments à percussion – importateur net de biens culturels.

L'urbanisation progressive des zones périurbaines et le développement rapide des nouvelles technologies de communication ont entraîné une évolution des pratiques culturelles et de leur place dans le fonctionnement de la société. De **nouvelles pratiques** davantage liées aux loisirs émergent et rencontrent une offre culturelle urbaine proposée par les bibliothèques, les multiples vidéoclubs, les salles de concerts et de cinéma, les festivals, les vendeurs ou loueurs de cassettes audio et vidéo ou numériques (CD audio, DVD, VCD...), les galeries d'art et les boutiques de vente d'objets d'artisanat d'art et de design.

Dans ce contexte, la mise en valeur du patrimoine culturel et la structuration des industries culturelles et créatives constituent des pistes qui ont été explorées pour répondre aux aspirations culturelles de la population dans leur diversité, contribuer au développement de la ville et renforcer son attractivité.

Une **stratégie de développement de l'accueil de conférences internationales et d'organisation d'une vingtaine d'événements** consacrés au cinéma, à la musique, aux marionnettes, à la danse et au théâtre ainsi qu'à l'artisanat d'art et aux arts de la rue a été mise en place. Grâce à elle, de nouveaux métiers sont apparus, une économie s'est progressivement développée en

reliant culture et tourisme mais aussi culture, urbanisme et habitat : hôtellerie, restauration, transports, objets souvenirs, lutherie et formation aux musiques traditionnelles.

Ouagadougou, un carrefour culturel majeur en Afrique de l'Ouest

Des festivals et biennales comme le Salon international de l'Artisanat de Ouagadougou (SIAO), le Festival panafricain du cinéma et de télévision de Ouagadougou (FESPACO), le Festival international de théâtre et de marionnettes de Ouagadougou (FITMO) et les Récrcéâtrales, pour n'en citer que quelques-uns, font de Ouagadougou un carrefour culturel majeur en Afrique de l'Ouest. Ils contribuent également au dynamisme et à l'attractivité de la ville et du pays.

Dotés de budgets qui s'échelonnent de 173 000 € environ pour le FITMO, 345 000 € pour les Récrcéâtrales à plus d'1 million d'euros pour le FESPACO ou le Salon international d'artisanat de Ouagadougou, ces événements génèrent des revenus non négligeables et engendrent un effet multiplicateur sur les secteurs de la communication, de l'hôtellerie, de la restauration et du tourisme. Avec environ 1,2 million d'euros de recettes, le SIAO est l'un des contributeurs les plus significatifs de ce secteur à l'économie locale. Difficilement mesurable dans un contexte où l'économie informelle prédomine, l'effet sur l'emploi semble non négligeable et pourrait se situer entre 1 600 et 4 000 emplois directs.

Considérant l'importance sociale, culturelle et économique de la musique et sa capacité à répondre aux besoins culturels des jeunes mais aussi à leur offrir des opportunités d'activités génératrices de revenus, la collectivité locale s'est engagée depuis 1999 dans un programme de développement de la musique et de son « éco-système » avec le soutien technique et financier de partenaires internationaux : la Coopération française, la Ville de Grenoble, la Commission européenne, l'UNESCO, le Programme Cultures ACP, la Coopération belge et l'association Culture et développement ont contribué à la mise en place d'un dispositif d'appui au



développement de la filière musique autour du Jardin de la musique Reemdoogo, une infrastructure de création, de diffusion, de formation, de promotion et de vente de phonogrammes.

Du Jardin de la musique Reemdoogo au cluster culture et économie¹⁵

Véritable centre de ressources culturelles et éducatives destiné à structurer la filière, en émergence, de la musique, ses missions sont d'appuyer la création musicale avec des locaux de répétition entièrement équipés, de soutenir la diffusion avec une salle semi-couverte de 500 places ; de faciliter la professionnalisation par des activités de formation, d'information et de conseil.

Le Reemdoogo est un **lieu de rencontre et de travail** pour les entrepreneurs du spectacle et les musiciens, qui ont par ailleurs la possibilité de participer à des échanges internationaux avec de jeunes musiciens de Bordeaux, de Paris, de Québec

¹⁵ D'après une étude réalisée par Francisco d'Almeida dans le cadre de la préparation de *Creative Economy Report Special Edition 2013. Widening Local Development Pathways, Nations-Unies / Unesco / PNUD - 2013.*

et de Taïpeh à l'occasion de résidences de création en Europe ou à Ouagadougou. La ville de Grenoble, quant à elle, accueille en résidence de création à chaque édition de sa biennale *Divercities*, de jeunes musiciens ouagalais.

Le dispositif d'appui comprend également une pépinière d'entreprises culturelles destinée à conseiller, former et informer de jeunes entrepreneurs de la filière musique : 117 entrepreneurs et opérateurs culturels ont été concernés en deux ans.

La création du Reemdoogo et de la pépinière d'entreprises culturelles a contribué à une transformation réelle de la vie musicale. En revitalisant la pratique instrumentale, elle a enrayé le développement des concerts en *play-back*. En organisant des ateliers de formation de jeunes instrumentistes, elle a favorisé l'éducation musicale, notamment celle de jeunes filles particulièrement motivées. En accompagnant les jeunes professionnels, elle a contribué au renouvellement des esthétiques grâce à la fusion avec les musiques traditionnelles et renforcé la diversité culturelle de l'offre musicale.

Quant à la dimension économique de la musique, la pépinière d'entreprises culturelles a favorisé la prise de conscience de l'importance du droit de la culture et de la gestion entrepreneuriale dans le développement de la filière. Elle a également contribué à créer des compétences que les jeunes formés pourront utiliser dans leur parcours professionnel.

Équipement culturel à vocation professionnelle, le Reemdoogo est aussi un équipement de proximité et d'animation de la vie musicale de son quartier d'implantation et du monde scolaire. Son installation a fortement contribué à améliorer le cadre de vie des riverains par l'éclairage électrique, l'aménagement et le bitumage des voies de communication attenantes et par l'animation musicale permanente.

Sur la base de ces résultats, la Mairie de Ouagadougou envisage d'implanter, avec l'appui de ses partenaires internationaux, une deuxième infrastructure de diffusion orientée vers les croisements d'esthétiques et de disciplines artistiques et vers la fabrication et la vente d'instruments locaux. Elle serait le troisième pôle d'un cluster économie créative en gestation qui inclurait

la filière particulièrement dynamique de l'artisanat d'art.

Audiovisuel

Tous les **films** importés au Burkina Faso sont soit en français, soit doublés ou sous-titrés en français. Quant aux exportations de films, depuis la liquidation administrative de la Société nationale d'exploitation et de distribution cinématographique du Burkina (SONACIB) en 2007, aucune structure de distribution n'assure plus la circulation des films dans la sous-région ouest-africaine.

Le Burkina Faso est l'un des pays les plus dynamiques de la sous-région dans le secteur de l'**audiovisuel**. Si le Festival biennal panafricain du cinéma et de la télévision de Ouagadougou (FESPACO) a acquis une renommée internationale, la production télévisuelle burkinabè a réussi à se forger une place relative sur le marché local et sous-régional. L'accès difficile au financement ralentit cependant la production audiovisuelle du pays qui est passée de 32 productions en 2005 (long métrages, court métrages, séries TV) à 17 productions en 2007. Suite à des accords de coproduction audiovisuelle avec la France et le Maroc, plusieurs fictions ont vu le jour : *Soleils* de Dany Kouyate, *Twaaga* de Cédric Ido, *Moi, Zaphira* d'Apolline Woyé Traore, *Le Foulard noir* de Boubakar Diallo.

L'enquête réalisée auprès des différents maillons de la filière audiovisuelle – studios d'enregistrement, studios de montage, maisons de production, stations de radio, stations de télévision – révèle que celle-ci génère au moins 778 emplois et environ 658 millions de FCFA (1,4 million USD). Plus de 80 % des structures interrogées sont des micro-entreprises avec un chiffre d'affaires moyen de 40 millions de FCFA (93 000 USD).

Édition et livres

L'enquête réalisée auprès des acteurs de la filière de l'**édition** – maisons d'édition et de distribution, librairies, agence de presse, journaux, bibliothèques – n'est pas exhaustive car les données chiffrées collectées concernent peu de structures. Cependant, elle donne un aperçu de la taille de ce secteur avec une activité générant au

moins 1,6 milliard de FCFA (3,6 millions USD) en 2008 et 121 emplois.

La densité de la production éditoriale reste relativement faible et les maisons d'édition publient en moyenne 5 ouvrages par an. Le maillon de la librairie est, quant à lui, peu développé et de nombreuses boutiques portant l'enseigne de **librairie** sont en réalité des papeteries vendant des fournitures et quelques livres scolaires. Comme dans le reste des pays de l'UEMOA, ce maillon connaît par ailleurs le phénomène des « librairies par terre ». Ce sous-secteur générerait au Burkina Faso un chiffre d'affaires total de près de 15 millions de FCFA soit 32 200 USD. Ces structures sont de petites unités informelles dont le chiffre d'affaires, très faible, oscille entre 100 000 FCFA (soit 220 USD) pour la plus petite et 900 000 FCFA (soit 2 000 USD) pour la plus grande.

Musique

Si les acteurs de la **musique** sont dynamiques et présents dans tous les maillons de la chaîne de valeur, ce secteur reste peu structuré au Burkina Faso.

L'enquête réalisée auprès des différents maillons de la filière musicale – studios d'enregistrement, maisons de production, maisons de distribution, vente au détail, scènes – révèle que celle-ci génère au moins 372 emplois et 255 millions de FCFA (558 000 USD).

Les entreprises qui évoluent dans ce secteur sont majoritairement (81 %) des micro-entreprises. Celles-ci présentent un chiffre d'affaires annuel moyen de 43 millions de FCFA (94 000 USD) mais pour la plupart, il n'excède pas 10 millions de FCFA (21 900 USD).

Le maillon de la **production** est dynamique mais relativement précaire. On compte au moins 13 producteurs dans la capitale mais ceux-ci sont souvent contraints de diversifier leurs activités pour espérer rentabiliser leur entreprise. En effet, la vente de produits musicaux connaît un ralentissement important depuis 3 ans et rend difficile la rentabilité économique dans cette filière.

1 unité de duplication industrielle, 12 studios d'enregistrement, 13 maisons de production, 5 maisons de distribution et plus de 30 salles de spectacles et lieux de diffusion musicale sont recensés sur l'ensemble du territoire. Près de 60 événements culturels (salons, marchés, festivals sur les arts et les traditions populaires et festivals jeunesse) se déroulent au Burkina Faso

Le secteur de la **duplication** est marqué par la place importante de Seydoni, seule entreprise réalisant du pressage industriel, et par le développement parallèle de petites unités de duplication artisanales. La capacité annuelle de production de supports musicaux est estimée à 450 000 cassettes et 13 000 CD.

Le maillon de la **distribution** est particulièrement défaillant, ce qui favorise l'établissement d'une piraterie généralisée. On estime à 91 % la part des produits piratés circulant sur le marché national.

Théâtre

Le **Carrefour international de théâtre de Ouagadougou**¹⁶ est une illustration de la volonté de développer de nouveaux publics dans les communautés locales. Il est l'un des théâtres les plus populaires à Ouagadougou et, au cours des dernières années, il a réussi à transformer le théâtre en une affaire populaire au-delà de l'élite culturelle, notamment en diffusant des publicités à la radio et à la télévision et sur les autobus publics ; les pièces sont jouées plus longtemps, généralement de 3 à 4 semaines afin de laisser suffisamment de temps pour le bouche-à-oreille (la plupart des autres scènes du Burkina Faso ne fonctionnent que sur une ou deux dates), et il a toujours présenté des productions

¹⁶ Dans *Creative Economy Report Special Edition 2013. Widening Local Development Pathways*, Nations-Unies / Unesco / PNUD - 2013 (p.57)

locales pertinentes et de haute qualité.

Au Cameroun¹⁷

L'enquête réalisée en 2011¹⁸ auprès des professionnels de la culture a révélé le dynamisme de certaines filières, en particulier celle de la musique et de l'artisanat d'art, dont le potentiel en matière de création de revenu et d'emploi est incontestable. Au total, pour un échantillon de 905 structures identifiées (hors filière du patrimoine culturel), il ressort que l'ensemble du secteur culturel emploierait au moins 4 458 personnes et générerait au moins 526,7 millions de francs CFA de chiffre d'affaires, sachant que la réalité se situe certainement bien au-delà de ces chiffres.

Tout en mettant en lumière l'**important vivier créatif et la grande diversité des expressions culturelles** qui caractérisent le Cameroun, l'enquête a également montré que **ce potentiel demeure largement sous-exploité**, surtout si l'on considère que grâce au bilinguisme, les produits culturels camerounais sont en mesure de rayonner dans l'espace francophone comme dans l'espace anglophone.

¹⁷ Bien que le français ne soit pas la seule langue officielle au Cameroun, ce pays a été retenu pour les raisons indiquées dans la note page 428.

¹⁸ Profil culturel des pays du Sud membres de la Francophonie. Un aperçu de trois pays de la CEMAC : Cameroun, Congo-Brazzaville, Gabon, OIF - 2012. http://www.francophonie.org/IMG/pdf/profil_oif_cemac_v.legere.pdf

►► Tableau synthétique des principaux chiffres collectés

Filières	Nombre de structures identifiées	Chiffre d'affaires cumulé (millions de francs CFA)	Emploi cumulé
Livre	98	60,2	481
Musique et arts du spectacle	211	170,4	1 000
Cinéma et production audiovisuelle	66	42,2	333
Presse et médias	74	69,9	888
Arts visuels	118	48,2	402
Artisanat d'art et commerce d'antiquités	338	155,8	1 354
TOTAL	905	546,7	4 458

Souvent informelles et de taille modeste, les entreprises culturelles camerounaises, toutes filières confondues, restent assujetties à une importante précarité liée aux difficultés rencontrées pour rentabiliser leur activité. Outre des coûts souvent alourdis par les taxes appliquées aux intrants importés, nombre d'entre elles peinent à élargir leurs débouchés quand bien même le marché potentiel apparaît très large dans un pays qui compte près de 20 millions d'habitants. Ces difficultés s'expliquent en premier lieu par le cloisonnement du marché des biens culturels, lié à la diversité ethnolinguistique qui caractérise le pays, mais surtout à la défaillance des circuits de distribution, rarement capables de couvrir l'ensemble du territoire. De manière générale, la structuration des maillons des différentes filières se révèle souvent sommaire et insuffisante. À cela s'ajoute le problème central qu'est le non-respect de la législation sur le droit d'auteur et les droits voisins. L'omniprésence de la piraterie sur les marchés du disque, du film, mais aussi de l'édition, gangrène le développement de ces filières, en diminuant les revenus des créateurs et producteurs et en exerçant un effet très dissuasif sur l'investissement. La modernisation de l'environnement juridique de la culture et surtout l'accroissement des moyens déployés pour sa mise en œuvre sont donc des défis de taille auxquels les pouvoirs publics doivent continuer de s'atteler, afin d'assainir l'environnement des affaires des entreprises culturelles et permettre ainsi leur développement.

Enfin, l'enquête a également mis en lumière la nécessité d'accroître l'investissement public pour la construction de nouvelles infrastructures culturelles, en particulier pour l'accueil de spectacles et la préservation du patrimoine culturel.

Au Québec (Canada)¹⁹

En 2012, les revenus d'exploitation des seuls secteurs cinéma, édition (dont

¹⁹ Les données statistiques proviennent de l'Observatoire de la culture et des communications de l'Institut de la statistique du Québec.

Le Fonds capital culture Québec (FCCQ) pour le développement de projets culturels d'envergure a été lancé officiellement en novembre 2011. Ce nouveau fonds de 100 M\$, dont la capitalisation est répartie entre le gouvernement du Québec (60 M\$), représenté par la SODEC, et son partenaire le Fonds de solidarité (40 M\$), a pour objectif principal de privilégier l'exportation de la culture québécoise. La production de spectacles, l'édition de livres et l'achat et la vente de droits d'édition, la production cinématographique et télévisuelle, la production multiplateformes, la production d'enregistrements sonores et l'achat et la vente de catalogues, les productions numériques interactives et les jeux vidéo sont les principaux secteurs qui bénéficient de cette initiative financière.

journaux) et arts d'interprétation se sont montés à 2,3 Mds \$ CAD (9,7 Mds \$ CAD pour l'ensemble du Canada).

Née de la fusion de la Société générale du cinéma du Québec et de celle des industries culturelles, la **Société de développement des entreprises culturelles** (SODEC) a pour mission, depuis 1995, le soutien à la création, à la production et à la diffusion des expressions culturelles du Québec.

En 2012-2013, la SODEC a versé 62,6 M \$ CAD sous la forme d'aides directes²⁰, réparties comme suit :

Livre	6,2 M \$ CAD
Métiers d'art et arts visuels	4,8 M \$ CAD
Musique et variétés	12,5 M \$ CAD
Cinéma	39 M \$ CAD

La SODEC intervient également par des mécanismes de financement des entreprises (36,4 M \$ CAD en 2012/2013) et en accordant des crédits d'impôts (209,5 M \$ CAD en 2012/2013) et elle représente le Gouvernement du Québec au sein du **Fonds capital culture Québec** récemment créé.

Productions cinématographiques

Au cours de la dernière décennie, la fréquentation annuelle dans les cinémas et les ciné-parcs du Québec a fluctué entre

Sur l'ensemble du Canada, **114** films dont **49** en français ont été produits en 2010-2011 et **100** films dont **40** en français l'ont été en 2011-2012.

²⁰ Rapport annuel de gestion 2012/2013 de la SODEC.

22,2 millions et 29,9 millions d'entrées. En 2011, l'assistance aux projections en français représentait 74 % de la fréquentation totale, comparativement à 68 % en 2000. Une augmentation s'observe également dans le pourcentage de projections en français : alors que cette proportion, sur le nombre total de projections, était de 70 % en 2000, elle s'élevait à 74 % en 2011. Le nombre de copies de films en français distribuées aux établissements cinématographiques a aussi connu une hausse : de 2003 à 2010, ce nombre est passé de 7,1 millions à 7,8 millions, ce dernier chiffre représentant alors 76 % de l'ensemble des copies de films distribuées aux établissements cinématographiques. Concernant la valeur des productions cinématographiques, les entrées aux projections en français ont généré des revenus de billetterie de 127,6 M\$ en 2011. Ces revenus représentaient 72 % de l'ensemble des recettes de billetterie. Par ailleurs, pour 2010-2011, les 37 longs métrages en français produits au Québec pour le marché des salles représentaient un coût total de production de 169,0 M\$.

Si la qualité de plusieurs longs métrages québécois en français – qui se traduit notamment par leur rayonnement lors de festivals cinématographiques d'envergure internationale – est bien connue, d'autres formes de productions audiovisuelles québécoises de langue française, telles que les documentaires, attirent l'attention. En 2010-2011, les documentaires de langue française représentaient 88 % de l'ensemble des documentaires produits au Québec, comparativement à 81 % pour 2008-2009.

Télévision

De 2008-2009 à 2010-2011, la proportion du nombre de productions télévisuelles en français produites au Québec est passée de 74 % à 88 %. En ce qui a trait aux services de télévision spécialisée et de télévision payante, au cours des dernières années, cette industrie a connu, elle aussi, un **essor considérable**. De 2001 à 2010, le nombre de stations offrant de tels services en langue française est passé de 16 à 28. En 2010, cette industrie a produit des bénéfices nets avant impôts de 145,7 M\$.

Depuis 2001, sa marge bénéficiaire²¹ a crû de manière constante (elle atteignait 26,8 % en 2010).

La contribution au PIB de l'ensemble de la production de contenu sur écran au Québec s'est élevée à 1,4 Mds \$ CAD en 2012-2013 (7,6 Mds \$ CAD pour l'ensemble du Canada).

Spectacles de chanson

Au Québec, entre 2004 et 2010, l'assistance annuelle aux spectacles payants de chanson francophone²² a oscillé entre 0,9 et 1,1 million d'entrées. Ces entrées ont généré des revenus de billetterie de 23,6 M\$ en 2010, comparativement à 21,2 M\$ en 2004. Il est important ici de préciser que ce public se rend essentiellement à des spectacles de chanson québécoise. En effet, en 2010, 92 % des entrées aux spectacles de chanson francophone étaient pour des spectacles provenant du Québec. En ce qui a trait aux représentations offertes, on note aussi, entre 2004 et 2010, une majorité de représentations payantes en français.

Musique enregistrée

En 2011, il s'est vendu 9,25 millions d'albums sur support physique ou numérique au Québec. Parmi les albums québécois vendus, 67 % étaient de langue française. D'ailleurs, depuis 2006, les albums en français ont toujours occupé une **part majoritaire** de l'ensemble des albums québécois vendus dans la Province. Cette tendance peut notamment s'expliquer par la présence de titres francophones parmi les palmarès des albums les plus populaires (au chapitre des ventes, les plus demandés à la radio, etc.). Ces albums francophones à succès sont, la plupart du temps, des albums québécois. Pour l'ensemble des enregistrements sonores (québécois et autres), la valeur des ventes des albums numériques en français pour l'année 2011 (3,0 M\$) a quintuplé par rapport à l'ensemble des ventes de ces albums pour l'année 2008 (0,579 M\$).

²¹ Exclut certains types de représentations payantes : les représentations privées, les représentations de spectacles amateurs et les représentations données dans les locaux d'écoles primaires ou secondaires pour les élèves de ces écoles. Par ailleurs, ne sont pas considérées comme payantes les représentations où le droit d'entrée prend la forme d'un passeport ou d'un macaron valide pour l'ensemble d'un festival ou d'une manifestation culturelle, ni les représentations où il n'y a pas de billet à acheter, mais simplement un droit d'entrée à déboursier.

²² La marge bénéficiaire est une proportion qui correspond au bénéfice net avant impôts par rapport au total des revenus.



Livres

De 2007 à 2009, le nombre de livres en français disponibles dans les bibliothèques publiques autonomes²³ est passé de 13,1 millions à 14 millions, alors que les livres en français y représentaient 86 % de l'ensemble des livres disponibles. Du côté des ouvrages publiés au Québec, 7,4 millions de livres l'ont été en français en 2003, pour 8,3 millions en 2009. Au cours de ces sept années, 83 % et plus des ouvrages publiés au Québec étaient des livres en français.

Au Congo²⁴

L'enquête réalisée en 2011 auprès des professionnels de la culture a permis de mettre en lumière le **dynamisme**

de certaines filières qui, bien que peu structurées, se développent rapidement grâce à l'épargne mobilisée par des investisseurs privés conscients des opportunités du secteur. Sont particulièrement concernées la filière de la musique et surtout celle des médias, avec l'émergence de groupes dont les activités s'étendent de la télévision à la radio en passant par la presse écrite ou la production musicale.

En dehors de ces groupes et d'un petit nombre d'entreprises relativement structurées, les filières culturelles congolaises restent caractérisées par une grande précarité et par la prépondérance de l'informel. Ces caractéristiques expliquent en partie le manque de fiabilité des chiffres collectés, les taux de réponses étant généralement très bas. Avec une grande précaution, on peut quand même estimer que le secteur de la culture emploierait au moins **2 625 personnes** et générerait un chiffre d'affaires cumulé d'au moins **813 millions de francs CFA**, **3,9 milliards de francs CFA** si l'on prend en compte le très important budget du **Festival panafricain de musique (FESPAM)**.

²³ Bibliothèques publiques qui desservent les municipalités de 5 000 habitants ou plus. Elles comprennent aussi certaines bibliothèques publiques qui desservent des municipalités de moins de 5 000 habitants et qui ne sont pas affiliées à un Centre régional de services aux bibliothèques publiques.

²⁴ Profil culturel des pays du Sud membres de la Francophonie. Un aperçu de trois pays de la CEMAC : Cameroun, Congo-Brazzaville, Gabon, OIF - 2012 http://www.francophonie.org/IMG/pdf/profil_oif_cemac_v.legere.pdf

► Tableau synthétique des principaux chiffres collectés

Filières	Nombre de structures identifiées	Chiffre d'affaires cumulé (millions de francs CFA)	Emploi cumulé
Livre	25	27	64
Cinéma et production audiovisuelle	18	NC	13
Musique et arts du spectacle	71	707 / 3 889*	381
Presse et médias	71	50	2 054
Arts visuels	11	47	7
Artisanat d'art et commerce d'antiquités	13	NC	21
Patrimoine et tourisme culturels	9	NC	85
TOTAL	218	831 / 4 013*	2 625

* Si l'on prend en compte le budget du FESPAM.

La 1^{re} édition de TAZAMA 2014, festival du film des femmes africaines, s'est déroulée pendant une semaine en janvier 2014.

Créé en 1996, à l'issue d'un sommet de l'Organisation de l'unité africaine (OUA), le **FESPAM** (9^e édition en 2013) est placé sous la tutelle du ministère congolais de la Culture et des Arts, et se tient tous les deux ans principalement à Brazzaville. Pendant une semaine, artistes, producteurs, mélomanes, chercheurs, muséologues, musicologues, ethnologues, historiens, journalistes, touristes, etc., d'Afrique, d'Europe, d'Asie, d'Amériques se retrouvent à ce rendez-vous éminemment culturel. S'y déroulent :

- des **spectacles musicaux** qui réunissent des grands talents de la musique de l'Afrique et de sa diaspora à travers des podiums disséminés dans la ville de Brazzaville ;

- un **symposium** qui rassemble des musicologues, des muséologues, des ethnologues, des historiens, des chercheurs pour une analyse scientifique du thème de l'édition ;

- le **Marché de la musique africaine** (MUSAF), qui s'articule autour de l'exposition-vente de supports phonographiques, vidéographiques, d'instruments de musique et de rencontres professionnelles sur l'industrie culturelle et musicale ;

- l'**exposition** des instruments traditionnels de musique, animée par le **Musée panafricain de la musique**, haut lieu de recherche, de sauvegarde, de conservation, et de promotion du patrimoine culturel tant matériel qu'immatériel.

L'indéniable potentiel des **industries culturelles** congolaises en termes de création de richesse et d'emploi reste à ce jour entravé par de nombreux obstacles liés aux difficultés rencontrées par les entreprises pour croître autour d'un modèle économique durable.

Ces difficultés sont liées en premier lieu à l'étroitesse des marchés qui, outre le pouvoir d'achat encore relativement faible des Congolais, est imputable dans bien des cas à l'importance du commerce illégal de produits culturels piratés. Concernant les filières de la musique et de l'audiovisuel, le non-respect de la législation sur le droit d'auteur et les droits voisins pénalise ainsi créateurs et producteurs et amoindrit leur capacité à investir et à prendre des risques. À ces problèmes de débouchés vient s'ajouter la lourdeur des coûts, entretenue par une fiscalité désavantageuse et par la forte taxation des biens de production importés, décisifs pour le maillon impression des filières du livre et de la presse écrite.

En Côte d'Ivoire²⁵

Avec une population de près de 20 millions d'habitants dont 49 % d'urbains et 64 % de jeunes, la Côte d'Ivoire dispose d'un potentiel significatif pour le développement des pratiques culturelles, la diversité de l'offre et l'expansion de la demande culturelles.

D'après l'enquête, les trois filières – édition, musique et audiovisuel – génèrent au moins **3 655 emplois à temps plein**.

Les entreprises présentes dans les filières de l'écrit, de l'audiovisuel et de la musique sont caractérisées par une faible taille notamment dans les deux dernières. La plupart de ces entreprises (65 %) sont des micro-entreprises (moins de 10 salariés) et évoluent le plus souvent dans le secteur informel. Leur contribution à l'économie, en terme de chiffre d'affaires reste marginale allant de 2 millions de FCFA (8 400 USD) pour les plus petites à 8 milliards de FCFA (15,4 millions USD) pour la plus importante.

L'ensemble du secteur (édition, audiovisuel, musique, événements culturels) génère un **revenu d'au moins 35 milliards de FCFA** (76,3 millions USD) et 38 milliards de FCFA (82,8 millions US\$) si l'on ajoute le budget des institutions, des organismes de formation et des organisations professionnelles.

Édition et livres

L'enquête réalisée auprès des différents maillons – maisons d'édition, de distribution, librairies, agence de presse, journaux, bibliothèques – estime que la filière de l'édition et du livre génère au moins 1 300 emplois et 26,4 milliards de FCFA (57,6 millions USD).

11 maisons d'édition, 23 imprimeries, 16 librairies, 29 journaux et magazines, 1 agence de presse, 12 bibliothèques (nationale, communales, spécialisées, centres culturels...) sont recensés sur l'ensemble du territoire.

Cette filière est constituée de :

- micro-entreprises (à hauteur de 58 %) avec un chiffre d'affaires moyen de 153 millions de FCFA (336 000 USD) ;
- petites entreprises (à hauteur de 30 %) avec un chiffre d'affaires moyen de 1 milliard de FCFA (2,2 millions USD) ;

– moyennes entreprises (à hauteur de 10 %) avec un chiffre d'affaires moyen de 3 milliards de FCFA (6,6 millions USD) ;

– grandes entreprises (à hauteur de 2 %) avec un chiffre d'affaires moyen de 5 milliards de FCFA (11 millions USD).

Audiovisuel

L'enquête réalisée auprès des différents maillons de la filière audiovisuelle – studios d'enregistrement, studios de montage, maisons de production, stations de radio et de télévision – révèle que celle-ci génère au moins 1 114 emplois à temps plein et 6,3 milliards de FCFA (13,7 millions USD).

7 studios d'enregistrement et de montage, 27 maisons de production, 2 maisons de distribution, 7 stations de télévision, plus de 70 stations de radio (grandes stations et stations de proximité) sont ainsi recensés sur l'ensemble du territoire.

27 productions cinématographiques ont été réalisées en 2012. La Côte d'Ivoire a conclu des accords de coproduction audiovisuelle avec le Burkina Faso, la France, la Guinée et le Maroc.

Le paysage audiovisuel est dominé par la **Radio Télévision Ivoirienne (RTI)** qui comprend 4 chaînes de télévision et 2 chaînes de radio couvrant l'ensemble du territoire. À celles-ci s'ajoutent des radios commerciales, institutionnelles et 70 stations de proximité proches de la vie des communautés. Excepté la RTI, près de 70 % des structures interrogées sont des micro-entreprises avec un chiffre d'affaires moyen de 14 millions de FCFA (31 000 USD).

Musique

Le secteur de la musique est relativement **dynamique** en Côte d'Ivoire comme l'attestent le nombre de pratiques professionnelles certaines et l'essor d'une scène locale reconnue au niveau international. Certains obstacles limitent cependant le développement de ce secteur. L'enquête réalisée auprès des différents maillons de la filière musicale – studios d'enregistrement, maisons de production, maisons de distribution, vente au détail, scènes – révèle que celle-ci génère au moins 1 250 emplois à temps plein et 1,2 milliard de FCFA (2,8 millions USD).

2 unités de duplication industrielle, 15 studios d'enregistrement, 15 maisons de production, 6 maisons de distribution, 2 points de vente spécialisés dans la musique et 4 salles de spectacles sont ainsi recensés sur l'ensemble du territoire.

²⁵ Profil culturel des pays du Sud membres de la Francophonie. Un aperçu de trois pays de l'UEMOA. Le Burkina Faso, la Côte d'Ivoire, le Sénégal, OIF - 2010 http://www.francophonie.org/IMG/pdf/profil_oif_uemoa_vlegere.pdf

► Répartition du chiffre d'affaires du secteur musical par maillon

Structures	Chiffre d'affaires total
Studios d'enregistrement	14,7 millions FCFA
Maisons de production	933 millions FCFA
Maisons de distribution	25 millions FCFA
Ventes au détail	250 millions FCFA
Scènes	31 millions FCFA
ENSEMBLE	1,2 milliard FCFA

Les entreprises qui évoluent dans ce secteur sont majoritairement des micro-entreprises. Leur chiffre d'affaires oscille entre 2 et 250 millions de FCFA (entre 4 400 et 550 000 USD) mais, pour la plupart des entreprises, il n'excède pas 25 millions de FCFA (55 000 USD).

18 événements culturels²⁶ – salons, marchés, festivals sur les arts et les traditions populaires et festivals jeunesse – sont également répertoriés, dont : le SILA (Salon International du Livre d'Abidjan), le SIAPA (Salon international des Arts plastiques d'Abidjan), et surtout le MASA (Marché des Arts du spectacle africain) dont la 8^e édition a eu lieu du 1^{er} au 8 mars 2014.

En France

En France, les industries culturelles et créatives (ICC) ont généré, en 2011,

un chiffre d'affaires global de plus de 74 milliards d'euros²⁷. Près de 80 % de ce montant (61,4 milliards €) sont portés par les acteurs centraux de la filière (création, production, distribution...) et 20 % dans les activités indirectes et induites par chacun des 9 secteurs : arts graphiques et plastiques, musique, spectacle vivant, cinéma, télévision, radio, jeux vidéo, livre, presse/journaux et magazines.

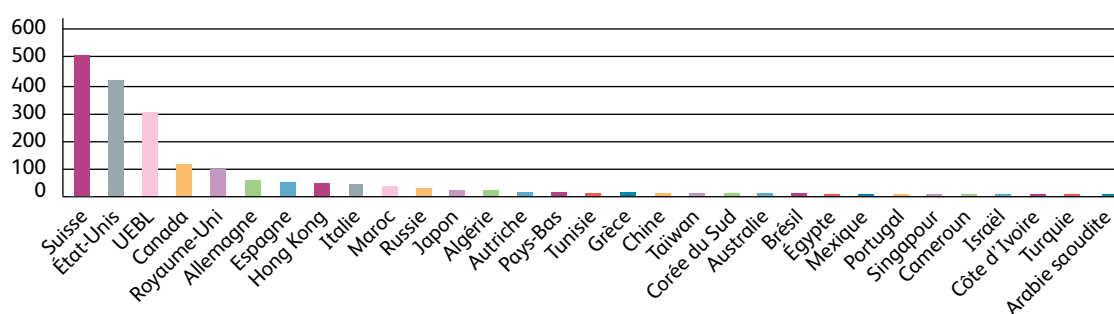
Les ICC employaient en 2011 1,2 million de personnes, soit 5 % de l'emploi intérieur total français, dont 92 % en emplois directs et 8 % dans les activités connexes.

Parmi les principaux importateurs de produits culturels français, les acheteurs de langue française semblent dominer avec une place prépondérante de la Suisse, de l'Union belgo-luxembourgeoise (UEBL) et du Canada (cf. graphique ci-dessous).

²⁷ Sauf mention contraire, les chiffres présentés ici sont tirés de « 1^{er} Panorama des industries culturelles et créatives. Au cœur du rayonnement et de la compétitivité de la France », novembre 2013. © 2013 Ernst & Young Advisory. [http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/EY-Panorama-Industries-culturelles-et-creatives/\\$FILE/EY-Panorama-Industries-culturelles-et-creatives.pdf](http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/EY-Panorama-Industries-culturelles-et-creatives/$FILE/EY-Panorama-Industries-culturelles-et-creatives.pdf)

²⁶ Consultables sur www.francophonie.org/IMG/pdf/profil_oif_uemoa_vlegere.pdf

► Importation de produits culturels français (2009)



Source : base de données CHELEM, CEPII.

Le « 1^{er} Panorama des industries culturelles et créatives »²⁸ met en exergue les réussites francophones dans le domaine des industries culturelles :

- Vivendi, chef de file de la production et édition musicales au niveau mondial ;
- Deezer, l'un des premiers diffuseurs mondiaux pour l'écoute de musique en ligne ;
- Hachette, deuxième éditeur mondial ;
- 20 % du chiffre d'affaires de la presse française constitués par les ventes à l'étranger ;
- le cinéma français est le 3^e producteur en nombre de films derrière l'Inde et les États-Unis ;
- Ubisoft est devenu le 3^e développeur indépendant de jeux vidéo au monde ;
- le marché français de l'art est à la 4^e place mondiale.

Aperçu synthétique du poids des industries culturelles en France (2011)

Arts graphiques et plastiques

18 759 M€ (CA direct ; revenus des auteurs des arts visuels – graphistes, peintres, sculpteurs, plasticiens, illustrateurs, dessinateurs... –, activités des architectes, de design, photographiques, marchands d'art, recettes des musées...)

1 055 M€ (CA indirect ; ventes de matériels de photographie professionnels, activités d'organisation de foires et d'expositions d'art, livres beaux-arts et bandes dessinées, presse...)

307 716 emplois directs et indirects

Édition

5 095 M€ (CA direct ; ventes de livres physiques et numériques, ventes à l'export, subventions publiques)

520 M€ (CA indirect ; dépenses d'acquisition des bibliothèques municipales, ventes de supports numériques de lecture, copie privée hors téléphones intelligents et tablettes)

79 613 emplois directs et indirects

Dont physique 4 171 M€ ; numérique 12 M€ ; ventes de supports 386 M€ ; export 664 M€

Nombre de nouveautés : 70 000 titres

Ventilation par genre :

Fiction 24 %

Non Fiction 76 %

Traductions 16 % (dont 60 % de l'anglais)

Musique

6 041 M€ (CA direct ; ventes de musique enregistrée, spectacle musiques actuelles et classique, diffusion de musique – TV, radios, discothèques –, ventes à l'export...)

2 559 M€ (CA indirect ; marché des factures instrumentales et accessoires, vente de matériel audio, droits d'auteurs et voisins sur les marchés connexes...)

240 874 emplois directs et indirects

Dont vente de « morceaux » 879 M€

Dont CD 80,7 %

Dont téléchargement 11,9 %

Dont écoute en ligne 7,4 %

Dont spectacle vivant 2 400 M€ (musiques actuelle et classique)

Dont radios musicales 491 M€

Dont TV musicales 185 M€

Dont discothèques 1 000 M€

Dont ventes d'équipements 1 300 M€ (chaînes Hi-Fi, autoradios, baladeurs, casques...)

Dont recettes export 389 M€

Spectacle vivant

5 989 M€ (CA direct ; recettes de billetterie, subventions de l'État et des collectivités locales)

2 396 M€ (CA indirect ; retombées indirectes : consommations, hébergements, etc.)

267 713 emplois directs et indirects

Cinéma²⁹

3 297 M€ (CA direct ; billetterie, préachats et coproductions des chaînes TV, apports co-producteurs étrangers et SOFICA, recettes publicitaires en salles, ventes et locations de films, vidéo à la demande, ventes à l'export)

1 087 (CA indirect ; ventes de matériels vidéo et tablettes, ventes de presse cinéma, copie privée hors téléphones intelligents et tablettes)

105 890 emplois directs et indirects

Dont billetterie 1 371 M€

Dont matériels vidéo et tablettes 1 041 M€

Dont Export 157 M€

28 Cf. note 25.

29 Chiffres du Centre national du cinéma et de l'image animée (CNC) : « L'exportation des films français en 2012 » et « La production cinématographique en 2013 ».

Recettes d'exportation (2012) 211,3 M€ (+34,9 % par rapport à 2011)

Sur la période 2003-2012, les recettes d'exportation augmentent en moyenne de 6,1 % par an. L'Europe de l'Ouest reste la principale zone d'accueil pour le cinéma français avec 42,8 % des recettes totales, suivie de l'Amérique du Nord (28,6 %), de l'Europe centrale et orientale (11,2 %), de l'Asie (7,2 %), de l'Amérique latine (4,5 %), du Moyen-Orient (1,9 %), de l'Océanie (1,6 %) et de l'Afrique (0,3 %).

Entrées	206 M
Nombre de films produits (2013)	270
Dont à majorité étrangère	61
Dont premiers films	68
Budget moyen (2013)	4,8 M€
Nombre de films distribués (2010)	550
Entreprise de production	188
Nombre de salles	5 700

Télévision

10 048 M€ (CA direct ; revenus des chaînes TV, ventes et locations de vidéos en DVD/Blu-Ray hors « cinéma », vidéo à la demande, ventes à l'export)

4 873 M€ (CA indirect ; ventes de matériels vidéo et tablettes tactiles, production de films institutionnels et publicitaires, ventes de presse TV)

176 467 emplois directs et indirects

Dont Revenus des chaînes TV 9 252 M€

Dont ventes matériels vidéo et tablettes 3 015 M€

Radio

1 355 M€ (CA direct ; recettes publicitaires des radios, contribution à l'audiovisuel public, part radio)

240 M€ (CA indirect ; ventes de matériels audio)

17 450 emplois directs et indirects

Jeu Vidéo

3 677 M€ (CA direct ; jeux pour consoles de salon et portables, jeux pour ordinateurs hors ligne et en ligne, jeux pour téléphones portables, exportation)

1 314 M€ (CA indirect ; ventes d'équipement des jeux vidéo)

23 635 emplois directs et indirects

Dont jeux pour consoles de salon 1 143 M€

Dont export 1 500 M€

Dont ventes d'équipements 1 314 M€

Nombre de joueurs 28 M

Presse/Journaux et magazines

10 402 M€ (CA direct ; ventes de journaux et magazines, recettes publicitaires de la presse, recettes des sites d'information en ligne – dont applications mobiles –, aides directes à la presse, ventes à l'export)

270 M€ (CA indirect ; ventes de supports numériques de lecture de revues et journaux)

101 933 emplois directs et indirects

Dont ventes de journaux et magazines

5 570 M€

Dont recettes publicitaires 3 580 M€

Dont ventes à l'export 414 M€

Les ventes à l'étranger de la presse française représentent 20 % de son chiffre d'affaires. Deux titres français sont présents dans près de 40 pays.

Au Gabon³⁰

L'enquête réalisée auprès des professionnels de la culture en 2011 a permis de mettre en lumière un **secteur dynamique**, dont le potentiel en matière de création de richesse et de lutte contre la pauvreté est incontestable. Ainsi, avec des taux de réponse relativement élevés, il ressort que le secteur culturel dans son ensemble emploierait directement au moins 2 401 personnes et générerait un chiffre d'affaires cumulé d'au moins 2,28 milliards de francs CFA.

³⁰ Profil culturel des pays du Sud membres de la Francophonie. Un aperçu de trois pays de la CEMAC : Cameroun, Congo-Brazzaville, Gabon, OIF - 2012 http://www.francophonie.org/IMG/pdf/profil_oif_cemac_v.legere.pdf

► Tableau synthétique des principaux chiffres collectés

Filières	Nombre de structures identifiées	Chiffre d'affaires cumulé (millions de francs CFA)	Emploi cumulé
Édition (hors imprimerie)	37	1 304	715
Cinéma et production audiovisuelle	26	28	331
Musique et arts du spectacle	124	83	339
Presse et médias	79	800	942
Arts visuels	12	61	34
Artisanat d'art et commerce d'antiquités	5	n. c.	130
Patrimoine et tourisme culturels	5	n. c.	n. c.
TOTAL	288	2 276	2 491

Ces chiffres sont révélateurs de l'important vivier créatif existant au Gabon, particulièrement dans les filières du livre, du cinéma et de la musique, mais aussi du dynamisme d'un embryon industriel en cours de structuration. Le niveau du pouvoir d'achat des Gabonais, relativement élevé par rapport à la moyenne des pays africains, est également une variable à prendre en compte.

Cependant, derrière ces agrégats, l'enquête a également révélé les freins encore nombreux qui entravent le développement des filières étudiées. Tout d'abord, les carences du cadre juridique concernant le droit d'auteur et les droits voisins entretiennent le développement de la piraterie et contribuent à comprimer les revenus des créateurs et des producteurs. Ce problème est particulièrement sensible au niveau des filières de la musique, du cinéma et du livre, et constitue un important frein à la prise de risques pour les opérateurs concernés.

En raison de cette prolifération du piratage, mais aussi de la lourdeur de la fiscalité qui pèse sur les entreprises et des difficultés d'accès au financement bancaire, bon nombre de structures, souvent jeunes et de taille très modeste, peinent à trouver un modèle économique viable.

Se déroulent également au Gabon la Fête de la culture, la Fête de la musique, le Festival « Gabao » hip-hop, un Festival international de théâtre et un Festival de cinéma du Gabon.

Au Liban

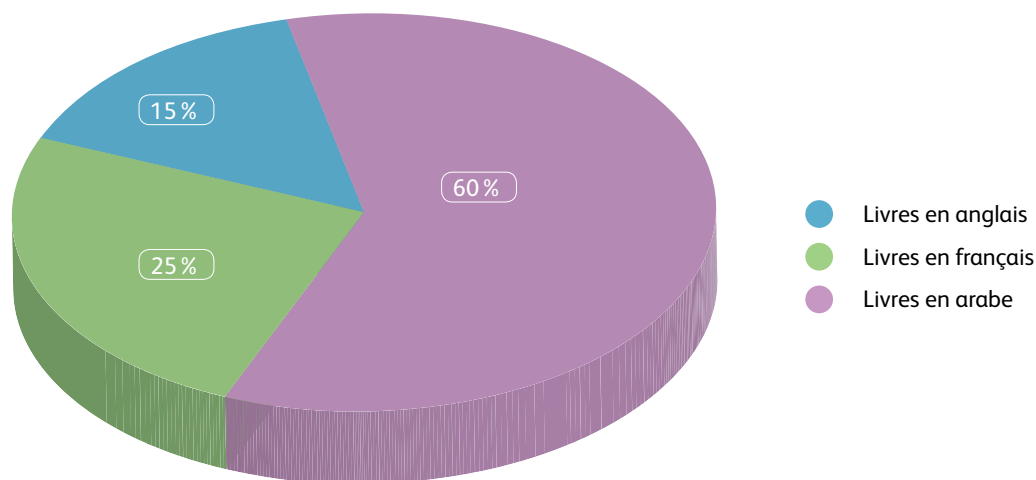
Bien que le français ne soit pas langue officielle au Liban, ce pays a été retenu pour les raisons indiquées page 428.

Édition et livres

Selon les statistiques établies par la Centrale de l'édition, les exportations de livres français vers le Liban représentaient en 2012 (derniers chiffres disponibles) 9 millions et demi d'euros, en constante progression (+ 50 % entre 2000 et 2012). En l'absence de statistiques fiables, on peut estimer à 70 % la part du livre français importé par rapport à la totalité du chiffre d'affaires de l'édition francophone au Liban, laquelle s'établirait donc à 15 millions d'euros environ (estimations calculées en « prix de cession éditeurs », ne correspondant pas au chiffre d'affaires en prix de vente public que l'on peut estimer au double).



Répartition des ventes par langue : position intermédiaire du français, entre l'arabe et l'anglais



Chaque année, le **Salon du livre francophone de Beyrouth** contribue fortement à la visibilité de l'édition francophone (60 000 visiteurs en 2013). Les ventes réalisées par les exposants, importateurs de livres et éditeurs, à l'occasion de ce salon sont estimées supérieures à 2 millions d'euros (2013).

Les cessions de droits de titres en français se font essentiellement vers la langue arabe pour des éditions destinées aussi bien au marché libanais du livre en arabe qu'à l'exportation vers les pays de langue arabe. Les exportations de titres en français restent assez limitées en volume et concernent essentiellement les livres pour enfant, les manuels et le parascolaire.

Le Liban étant surtout exportateur de livres en langue arabe (plus qu'importateur), les importations concernent, outre les ouvrages en langue française, les livres en anglais. Les acquisitions de droits concernent elles aussi essentiellement les livres en langue anglaise.

Audiovisuel

Le marché du film libanais est dominé par les productions américaines. Sur 22,2 millions d'euros de recettes réalisées en 2010, les films américains ont représenté 87 % de ce montant total, les productions libanaises moins de 1 %, et les productions de pays tiers 12,4 %. La part

du cinéma de langue française dans le paysage cinématographique libanais reste minoritaire ; il ne concerne qu'un très petit nombre d'œuvres chaque année, entre 1 et 5 films en moyenne.

6 films français sont sortis en salle au Liban en 2012, et en tout 50 films français sont diffusés en moyenne chaque année à travers les actions de l'Institut français du Liban, les festivals, les ciné-clubs, etc.

En dehors des quelques documentaires cinéma qui bénéficient d'une version en français et sont diffusés à l'étranger, très peu de films libanais sont exportés. Selon la base de données LUMIERE de l'Observatoire européen de l'audiovisuel, seuls 23 films libanais ont été distribués en Europe entre 1996 et 2012 ; parmi ceux-ci, le film *Caramel* de Nadine Labaki a réalisé à lui seul 62 % des entrées des films libanais distribués sur cette période, avec 1,4 million d'entrées. Il est à noter que la France représente le premier débouché des films libanais, représentant la moitié des entrées réalisées.

Musique

Outre le concert annuel « Cabaret du monde » organisé au Music-Hall par l'Institut français depuis 2010 qui accueille plusieurs groupes français et francophones (San Severino, Juliette, Grand Corps Malade, les Brigitte et le chanteur M), on signale des créations originales locales :



Brigitte en concert à Beyrouth.

– « Notre jeunesse » spectacle coproduit par le collectif Zoukak (d'origine libanaise) et la compagnie « Du zieu dans les bleus » (d'origine française) ;

– la présentation en français de « 3 h à Chatila » de Jean Genet, avec une comédienne libanaise et un metteur en scène français.

L'Institut français du Liban, à travers ses neuf antennes régionales (Beyrouth, Deir el Qamar, Jounieh, Tripoli, Saïda, Nabatieh, Tyr, Zahlé, Baalbeck), reste le principal partenaire de la scène artistique et culturelle au Liban.

Au Maroc

Bien que n'ayant pas le français pour langue officielle, le Maroc est présenté ici pour illustrer, dans un pays où le français occupe une place significative, les perspectives de développement qu'offre le secteur audiovisuel.

Patrimoine culturel et cinéma : l'exemple de Ouarzazate

L'État et les collectivités territoriales misent sur le **secteur cinématographique** pour attirer les investissements internationaux et faciliter le développement territorial. En effet, le cinéma génère pour la région un chiffre d'affaires de cent millions de dollars et fournit 3 000 emplois directs et des activités indirectes pour environ 90 000 personnes.

Le Maroc est devenu une destination importante pour le **tournage de films étrangers** depuis le **XX^e siècle**³¹ et un grand pays de cinéma où une importante production cinématographique nationale s'est structurée à partir des années 1960-1970, grâce, notamment, à un système assez complet d'aides de l'État³².

L'histoire du cinéma à Ouarzazate remonte aux années 1950 avec les tournages de *Casablanca* (1952), *Othello* (1952), *Lawrence d'Arabie* (1962) et *Un thé au Sahara* (1990). Plus récemment, Martin Scorsese a choisi Ouarzazate pour le tournage de *Kundun*. Outre leurs retombées sur la filière du cinéma à Ouarzazate, ces films favorisent le tourisme.

³¹ Le premier long-métrage tourné au Maroc date de 1919 (*Le destin*, de J. Pinchon, D. Quintin) ; source : « Tourisme et cinéma, quel impact ? Le cas de Ouarzazate », mémoire de fin d'étude, Imlahi Mohamed, El Atrache Salah-Eddine, 2000, Institut Supérieur international du Tourisme de Tanger.

³² Un fonds de soutien est créé dans les années 1980 et est géré par le Centre cinématographique marocain.

Ouarzazate, des atouts naturels et culturels

La ville de Ouarzazate se situe à 198 kilomètres au sud-est de Marrakech, sur un plateau de 1 160 mètres d'altitude dans la région du Souss Massa Drâa, la deuxième en termes de contribution au PIB du Maroc (12,3 %)¹. Connue comme la porte du Grand Sud, elle est le point de départ de la route des oasis, à la confluence des vallées du Drâa et du Dadès.

Ses sites témoignent d'une histoire multi-séculaire ainsi que d'une diversité d'influences de civilisations et de cultures dont les savoir-faire, les traditions, les connaissances et modes de vie se sont adaptés à la diversité géographique du territoire. Cette diversité de patrimoine culturel matériel et immatériel est aujourd'hui un des plus grands atouts de la région et plus particulièrement de la province de Ouarzazate.

¹ Monographie de la région du Souss Massa Draa, Union régionale de la Cgem Souss Massa Drâa, étude réalisée avec le financement de l'Union européenne, projet Paap II, 2010, p. 18.



L'industrie cinématographique est devenue l'un des vecteurs de diversification et de croissance de l'économie régionale du fait de son impact sur plusieurs secteurs qui y sont liés directement ou indirectement¹ : hôtellerie et restauration, artisanat, transports, services, commerce.

¹ Monographie de Ouarzazate, CRI DSU – Agadir, 2011.



D'autres établissements et lieux de tournage existent dans le pays, comme les Cinedina Studios de Casablanca. Toutefois, les conditions locales ont favorisé la constitution d'un pôle d'activités qui a permis à Ouarzazate d'accueillir 45 % des 140 tournages étrangers effectués au Maroc entre 2006 et 2010 pour une moyenne d'investissements de 50 millions d'euros par an.³³

La combinaison d'atouts tels que le décor naturel et le patrimoine bâti – dunes, montagnes, kasbah et ksour –, un réseau de communication doté d'un

³³ Abdessadek El Alem, Actes de la Conférence « Intelligence économique au service de l'entrepreneuriat régional : un défi pour l'État et les entreprises », Rabat, 2011, p.15.

aéroport international, des capacités d'accueil hôtelier, des mesures incitatives comme l'exonération de la TVA pour tous les biens et services acquis au Maroc, la diminution de la durée de délivrance des visas, des remises sur le transport aérien et l'existence d'une main-d'œuvre expérimentée et qualifiée (artisans, techniciens...) a permis la constitution d'un pôle compétitif de tournage structuré autour de 3 studios : Atlas, C.L.A., Kanzamane et d'un musée du cinéma.

De propriété italo-marocaine, le studio Kanzamane abrite également un centre de formation. Le groupe italien Cinecittà holding, l'Institut Luce, la Région de Latium et le groupe marocain Dagham Films ont contribué à son implantation pour former 200 jeunes Marocains par an aux métiers de l'industrie cinématographique et audiovisuelle.

► L'activité cinématographique à Ouarzazate en chiffres³⁴

Genre	Nombre	Emplois créés	Budget investi en million de dirhams
Longs-métrages	68	94 264	1 925
Courts-métrages	32	116	7,6
Reportages	181	207	9,1
Documentaires	146	299	44,3
TOTAL	429	94 886	1 986

³⁴ Monographie de Ouarzazate, CRI DSU – Agadir, 2011 – années non indiquées.

Comparé à d'autres secteurs de production locale, le potentiel en création d'emplois (temporaires et/ou permanents) du secteur cinématographique est intéressant. Si la moyenne de figurants locaux employés sur chaque tournage était de 200 personnes, 9 films étrangers (l'équivalent de ceux tournés à Ouarzazate en 2012) permettraient à eux seuls d'atteindre en volume les seuils d'emploi des secteurs traditionnels³⁵. Ces chiffres virtuels correspondent au tournage de grands

³⁵ À titre de comparaison, le secteur minier, l'un des pôles principaux de développement économique, a généré, en 2011, 1 856 emplois dans deux sociétés minières et chez leurs sous-traitants. Source : Monographie de Ouarzazate, 2011.

films dont le dernier, *Prince of Persia*, remonte à 2008. Leur réalisation dépend notamment des bouleversements politiques régionaux qui inquiètent les producteurs pour des raisons de sécurité. À ceci s'ajoute la concurrence des studios d'autres pays émergents, d'Europe de l'Est, d'Amérique latine et d'Afrique du Sud.

Pour développer cette filière et tirer parti des atouts naturels et culturels de Ouarzazate, la Province et la Région du Souss Massa Drâa, ont créé une cellule de suivi des affaires cinématographiques³⁶, élaboré

³⁶ Intervention de M. Abdessadek El Alem, actes de conférence citée, p. 16.

une stratégie régionale de développement des métiers du cinéma et mis en place un fonds. Le partenariat public-privé est un axe fondamental de cette stratégie. Un jumelage a été établi avec Hollywood en vue de faciliter le transfert des meilleures pratiques et de bénéficier de l'expertise américaine³⁷.

En 2007, le Conseil de la Région du Souss Massa Drâa, en collaboration avec le Centre cinématographique marocain, a présenté une stratégie pour faire de Ouarzazate le leader de l'accueil de tournages cinématographiques en Afrique à l'horizon 2016. Parmi les 6 axes prioritaires de cette stratégie, on peut retenir la création de la *Ouarzazate Film Commission* sous la forme d'une association qui regroupe l'ensemble des acteurs de cette filière³⁸ ; le développement – à l'instar du Dreamworld Film City de Cape Town (Afrique du Sud) – d'un lieu unique offrant à un producteur tous les services nécessaires ; le recensement et la formation de compétences ; la mise en place d'un système d'incitations financières pour les sociétés de production ; l'implantation d'une infrastructure englobant les équipements dédiés aux tournages, à la santé, aux télécommunications et à l'animation sur place.

L'objectif visé est de porter le nombre de tournages annuels de 57 à 225 entre 2005 et 2016 et de créer 8 000 emplois dans la région³⁹. Compte tenu du contexte mondial et de la baisse potentielle des tournages de films étrangers, cet objectif ne pourrait être tenu sans augmentation du nombre de films marocains tournés à Ouarzazate. En effet, en 2012, sur 25 tournages de longs-métrages étrangers au Maroc, 9 seulement ont été tournés à Ouarzazate⁴⁰.

Le Conseil régional a par ailleurs initié en 2008 un plan d'appui aux activités pour améliorer l'attractivité de la filière doté d'un Fonds de soutien⁴¹. Les activités favorisant les synergies entre tourisme et cinéma et la location d'équipement sont également

prises en compte⁴². Ce fonds, doté d'une enveloppe globale de 3 M DH, est réservé aux sociétés ayant leur siège dans la région du Souss Massa Drâa et dont le projet entre en cohérence avec la stratégie du Conseil régional pour le développement de l'industrie cinématographique.

Des dispositifs régionaux sont également mis en place par le Centre régional d'investissement, qui met à disposition des entrepreneurs locaux des outils de financement, y compris privés, pour la création d'entreprises. À ceux-ci s'ajoute un Fonds de garantie des industries culturelles (FGIC) qui facilite l'accès au financement bancaire pour les PME des industries culturelles ayant un chiffre d'affaires annuel inférieur ou égal à 20 millions DH⁴³.

Outre la promotion des ressources humaines locales, les missions de la *Ouarzazate Film Commission* concernent également la production nationale dont les statistiques prouvent le dynamisme.

Au Sénégal⁴⁴

Comme au Burkina Faso et en Côte d'Ivoire, les industries culturelles sont en **développement** au Sénégal. Les coûts de production des biens et services culturels ne sont pas systématiquement amortis sur le marché national car la taille de la population et le pouvoir d'achat sont restreints.

Les entreprises évoluent principalement dans l'informel et il est difficile d'en estimer la contribution à la richesse nationale tant une grande partie échappe aux recensements statistiques.

Le secteur de la culture dispose cependant d'un potentiel certain qui peut générer des recettes considérables en cas de succès.

Les résultats de l'enquête (à prendre avec précaution) révèlent que l'ensemble du secteur (édition, audiovisuel, musique et événements culturels) génère au moins 2 455 emplois et 12,5 milliards de FCFA (27,3 millions USD).

37 <http://www.regionsmd.com/cinema.html>

38 Conseil régional Souss Massa Drâa, Hanane Hdadou, le CCM, le Centre régional d'investissement.

39 Intervention de M. Abdessadek El Alem, actes de conférence citée, p. 17.

40 Données 2012, source : Abdessadek El Alem, Secrétaire Général, Ouarzazate Film Commission.

41 Appel à projets du Fonds de soutien aux activités cinématographiques à Ouarzazate, Centre régional d'investissement du Souss Massa Drâa.

42 <http://www.ccisouarazazate.com/cinema.php>

43 Monographie de la région du Souss Massa Drâa, p. 44.

44 Profil culturel des pays du Sud membres de la Francophonie. Un aperçu de trois pays de l'UEMOA. Le Burkina Faso, la Côte d'Ivoire, le Sénégal, OIF - 2010. http://www.francophonie.org/IMG/pdf/profil_oif_uemoa_vlegere.pdf

Édition et livres

Près de **30** maisons d'édition, **9** imprimeries, **15** librairies, plus de **60** journaux et magazines, **1** agence de presse, **26** bibliothèques (communales, régionales, nationale, spécialisées, centres culturels...), **47** bibliothèques du réseau « lire en Afrique » et **16** Centres de lecture et d'animation culturelle (CLAC) sont ainsi recensés sur l'ensemble du territoire.

L'édition est un secteur relativement récent au Sénégal puisqu'un embryon d'industrie du livre est né au milieu des années 1970. La production éditoriale est dominée par le français dans un pays où la majorité de la population ne parle pas cette langue. Il existe cependant une édition en langues nationales portée par une forte volonté politique de leur promotion (il existe un fonds d'aide à l'édition). Celle-ci reste malgré tout fragile

compte tenu de la faiblesse de ses débouchés liée au taux d'analphabétisme.

L'enquête réalisée auprès des acteurs de la filière de l'édition – maisons d'édition, de distribution, librairies, agences de presse, journaux, bibliothèques – révèle un chiffre d'affaires du secteur d'environ 8,5 milliards de FCFA (18,3 millions USD) et une contribution à l'emploi de 585 personnes.

Avec un montant de 2,5 millions USD en 2007 et une croissance annuelle moyenne de 26 % depuis 2003, le Sénégal est le plus gros exportateur de livres de l'UEMOA.

Audiovisuel

Précurseur de l'émergence d'un cinéma national en Afrique de l'Ouest, le Sénégal a connu, à partir des années 1990, une dégradation générale qui a entraîné une mutation structurelle de la filière image : cinéma, télévision, vidéo. En effet, le retrait de l'État en matière de production, distribution et diffusion a engendré une crise profonde et durable de la filière et principalement de la diffusion. Il a accéléré la mutation structurelle et technologique de la production rendue possible par l'outil numérique. Ainsi,

l'effondrement de la distribution classique a entraîné celui du réseau d'exploitation passant de 52 salles en 1982 à 15 salles en 2009, provoquant une baisse de la fréquentation et amplifiant le déficit d'exploitation qui, à son tour, a conduit à la fermeture d'un très grand nombre de salles.

En 2010 : 17 films dont 4 longs métrages (2 fictions et 2 documentaires) et 13 courts

métrages ont été produits. Pour l'année 2011, ce sont 20 films dont 4 longs métrages (2 fictions et 2 documentaires). Enfin pour l'année 2012 : 24 films dont 3 fictions (dont le film de Moussa Touré « La pirogue » qui a été récompensée au FESPACO) ont été produits.

Au titre des évolutions engendrées par le numérique, retenons aussi l'émergence de la projection mobile et des festivals pour répondre, sur une plus large échelle territoriale, à la demande nationale qui existe non seulement dans les villes mais aussi en milieu rural. Parallèlement à ce processus, et pour compenser les carences de la distribution, les sociétés de production se chargent de distribuer leurs propres films.

Pourtant, un secteur audiovisuel avec un réel potentiel est en cours de constitution.

Selon une étude de la Mission économique française, ce secteur pourrait avoir un chiffre d'affaires estimé à 15 milliards de FCFA (32,8 millions USD) dont 5,9 milliards pour la télévision. Le secteur publicitaire serait le moteur de cette filière grâce à la libéralisation de la télévision qui a attiré un nombre important de groupes de communication, nationaux et étrangers. Il existe aujourd'hui 6 chaînes de télévision (auxquelles il faut rajouter la récente chaîne TFM détenue pas le chanteur Youssou'n Dour) dont une publique et 27 radios privées. Les nouvelles chaînes de télévision connaissent des problèmes techniques mais leur principale difficulté réside dans l'accès très concurrentiel aux ressources commerciales.

Musique

L'enquête réalisée auprès des différents maillons de la filière musicale – studios d'enregistrement, maisons de production, maisons de distribution, vente au détail, scènes – révèle que celle-ci génère au moins 660 emplois et 460 millions de FCFA (1 million USD). 13 salles de répétitions, 12 unités de duplication (industrielles et artisanales), plus de 60 studios d'enregistrement et de montage, 16 maisons de production, 7 maisons de distribution, 16 salles de spectacles sont ainsi recensés sur l'ensemble du territoire. Une très grande majorité des entreprises de ce secteur sont des micro-entreprises (81 %) et il est difficile d'évaluer leur activité étant donné le très faible taux de réponse des structures interrogées concernant leur production et leur chiffre d'affaires. //

12 studios d'enregistrement et de montage, **36** maisons de production, **15** maisons de distribution, **6** stations de télévision, **25** stations de radio (grandes stations et stations communautaires) et **15** salles de cinéma sont ainsi recensés sur l'ensemble du territoire.

► Une demande mondiale de culture en français

Dans les pays où le français est une langue étrangère, ce sont les **Instituts français (IF)** qui portent l'essentiel de l'offre culturelle en langue française, souvent en association avec les Alliances françaises (qui sont de droit local). Projection de films, présentation de pièces de théâtre et d'expositions, organisation de concerts... Les IF sont également le lieu de consultation des journaux, des magazines et des livres francophones, mais aussi la source à laquelle puiser pour emprunter des disques ou des DVD. Susceptibles de vendre, bien que marginalement, certains biens culturels en français, notamment à l'occasion de manifestations exceptionnelles, de type festival, les IF sont surtout un bon indicateur de la demande de produits et services d'expression française. Comme indiqué dans la partie consacrée à l'enseignement de la langue française de cet ouvrage, la hausse du nombre d'inscrits dans ces établissements montre que cette demande croît globalement, mais il n'est pas possible de distinguer et de présenter ici les évolutions liées à l'audience ou à la consommation de produits culturels. On ne peut que renvoyer le lecteur au site de l'Institut français qui propose la carte des 96 établissements présents dans 161 pays du monde en indiquant tout de même que le réseau assure plus de 36 000 projections cinématographiques, accueille 2 000 projets culturels ou artistiques et 120 créateurs en résidence et publie plus de 750 titres français à l'étranger. De la même manière, à un niveau plus modeste, les Délégations générales du Québec (Bruxelles, Londres, Mexico, Munich, New York, Paris et Tokyo), ses Délégations (Atlanta, Boston, Chicago, Los Angeles et Rome) et, dans une certaine mesure, ses Bureaux (Barcelone, Beijing, Berlin, Hong Kong, Moscou, Mumbai, São Paulo, Shanghai, Stockholm et Washington) contribuent également à la promotion et à la diffusion de l'offre culturelle en langue française ; ainsi que les Délégations de Wallonie-Bruxelles que l'on retrouve à Alger, Berlin, Bucarest, Dakar, Genève, Hanoï, Kinshasa, La Haye, Paris (où se trouve également un centre culturel à

part entière), Pékin, Prague, Québec, Rabat, Santiago du Chili, Tunis et Varsovie.

Au-delà de l'offre accompagnée par les réseaux de coopération culturelle du Nord, et pour les pays dont la langue officielle n'est pas le français, il est significatif de constater que pratiquement tous ceux pour lesquels nous avons pu recueillir des informations (102 pays) accueillent ou organisent des manifestations culturelles en français. Non seulement de nombreuses prestations d'artistes d'expression française (chanteurs, comédiens, poètes, plasticiens, photographes, musiciens...) sont signalées et rencontrent un certain succès, mais des initiatives locales révèlent une demande qu'on ne soupçonne pas toujours. Pour **illustrer**, sans pouvoir en rendre compte de façon exhaustive, cette demande de culture francophone, nous allons évoquer les **secteurs du cinéma et du livre** et signaler quelques créations produites directement en français en dehors de tout contexte francophone.

Le cinéma

À titre d'exemple, on peut signaler l'existence de **Festivals** (ou de Semaines) du film francophone (ou français) dans trente pays : Brésil, Chine, Chypre, Cuba, Danemark, Équateur, Fidji, Grèce, Hongrie, Inde, Islande (+ littérature), Israël, Japon, Kenya, Lettonie, Malte, Moldavie (doublé d'un Festival de la chanson francophone, comme en Roumanie), Nouvelle-Zélande, Paraguay, Pays-Bas, Pérou, Qatar, Roumanie, Russie, Serbie (où se déroule également un Festival de théâtre, comme en Slovaquie), Singapour, Slovaquie (qui organise en plus un Festival de poésie et de musique), Slovénie, Suède et Venezuela (qui a fêté la 27^e édition du Festival en 2013).

Créé en 1999, Franska Filmfestivalen en Suède est devenu, en 2013, une structure associative indépendante pour gérer les activités du festival. Ce dernier se déroule au mois de mai sur une durée moyenne de deux semaines en proposant deux à trois séances par jour. Dans l'intervalle, l'association favorise la promotion du cinéma français

ailleurs : deux saisons du cinéma français sont organisées au cinéma le Zita, une à l'automne et une au printemps, proposant au public la projection d'un film par semaine pendant 7 à 8 semaines.

La nouvelle association a pour objectif de soutenir la diffusion du cinéma français et de proposer au grand public suédois une sélection de films présentant le cinéma français dans sa diversité. Le Festival se veut aussi un outil essentiel permettant l'interaction entre les milieux professionnels du cinéma suédois et français et, en 2012, des ateliers et séminaires professionnels ont démarré afin de susciter des synergies internationales. Par ailleurs, un lien est organisé avec les apprenants de français grâce à la plateforme Education Franska Filmfestivalen : un outil éducatif à la fois linguistique et cinématographique (en partenariat avec la coopération française et la chaîne de télévision éducative UR).

La diffusion du cinéma en langue française dans le monde occupe en général une petite niche dans les réseaux de distribution commerciaux (entre 2 % et 10 % des entrées), ce qui fait néanmoins de cette cinématographie la 2^e ou la 3^e la plus populaire après l'américaine, la nationale et/ou celle d'un autre pays voisin. En Australie et en Irlande, par exemple, elle est la première en langue non anglaise. Au Kenya, la société de distribution 234 Media, propriétaire des multiplex Starflix Cinemas au Kenya et en Ouganda, a un solide projet d'implantation du cinéma français, qui devait être lancé en septembre 2014.

Le livre

Outre les pays suffisamment francophones pour produire de la littérature en langue française, et dont ce n'est pas le lieu de faire l'inventaire, il est intéressant de signaler quelques initiatives relevées dans des pays où le français est une langue étrangère. Ainsi, certains pays publient directement en français :

– en **Croatie**, où plusieurs maisons d'édition publient régulièrement des ouvrages en français qui représentent 6,4 % des ventes réalisées entre 2010 et 2012. De nombreux livres croates ont été traduits en français dont une sélection de poèmes sous le titre « Sublimisme balkanique - tome 1 - poètes de Croatie » aux éditions M.E.O. en Belgique.

– au **Laos**, une antenne de la librairie Monument Books, qui commercialise des ouvrages en français, a été créée à Pakxé en septembre 2010 (environ 4 % d'ouvrages en lao ; 66 % en anglais et 30 % en français). Deux maisons d'édition publient des titres en langue française : DokkeD (littérature et ouvrages historiques) et Xang Noy (littérature de jeunesse).

– en **Lettonie**, trois titres ont été édités directement en français en 2012, dont une édition bilingue de « Cet amour » de Jacques Prévert (Žaks Prevērs « Šī mīlestība ») aux éditions Neputns. Les publications en langues étrangères sont diffusées par la librairie Globuss, mais il faut mentionner aussi les librairies J. Rozes, Valters un Rapa, Jumava et Zvaigzne ABC, rattachées aux maisons d'édition correspondantes.

– en **Mauritanie**, les Éditions de la librairie 15/21 ont édité 10 titres en français en 2010-2012 dans le domaine de la littérature et de l'histoire.

– au **Qatar**, la bibliothèque du ministère de la Culture, des Arts et du Patrimoine distribue gratuitement les livres que le ministère publie en français : romans, recueils de poésies, pièces de théâtre, guides. La Librairie Stephan à Doha vend des livres en français ainsi que ceux faisant partie du programme officiel des écoles et lycées français. Au moins une dizaine de livres sont traduits en français de la langue arabe principalement, dont *La Fable du Lac*, de Dalal Khalifa, en 2012.

– en **Slovaquie**, 10 titres ont été publiés en français en 2010 et 9 en 2011.

– en **Thaïlande**, une maison d'édition publie totalement ou partiellement en français : Bamboo Sinfonia et au **Vietnam**, c'est la maison d'édition The gioi.

Au Japon

Deux auteurs japonais écrivent directement en français : Akira Mizubayashi, qui vit à Tokyo et qui a publié deux romans chez Gallimard (*Une langue venue d'ailleurs*, en 2011 et *Mélodie, Chronique d'une passion*, en 2013) et Ryoko Sekiguchi, qui se partage entre Paris et Tokyo, auteur de poèmes et d'essais, qui a publié deux ouvrages chez Argol en 2012 (*L'Astringent* et *Manger fantôme : Manuel pratique de l'alimentation vaporeuse*).

Si la Suède a perdu sa librairie française, *La plume de ma tante*, en 2010, et la Russie la sienne, *Pangloss*, en 2011, quelques exemples subsistent de lieux de diffusion du livre francophone dans des pays où le français est une langue étrangère :

- en **Australie**, on signale la création d'une librairie francophone à Perth : Le Forum.

- au **Danemark**, la librairie française se nomme Franske Bogcafé.

- en **Lituanie**, on signale l'existence d'une librairie française à Vilnius et des sections de livres français qui existent dans d'autres villes.

- au **Nigeria**, une librairie générale a vu le jour en 2010 au sein du Centre culturel français d'Abuja (filiale de Glendora Book Shop, Lagos) qui, outre un fonds anglophone, propose un important rayon des littératures francophones.

- au **Pérou**, la librairie Euromatex s'est peu à peu spécialisée en ouvrages en langue française et offre à présent, en plus des manuels scolaires qui constituent son fonds de commerce, un éventail d'ouvrages de littérature pour enfants, jeunes et adultes, ainsi que des beaux livres.

- en **Roumanie**, la nouvelle librairie française de Bucarest, Kyralina (en référence au personnage *Kyra Kyralina* de Panaït Istrati, auteur roumain de langue française), a ouvert ses portes le 23 novembre 2012. C'est une librairie généraliste avec un espace consacré aux enfants (livres et jeux). La librairie propose également une sélection de livres en allemand.

- à **Singapour**, on note la création d'une librairie entièrement française, The French Bookshop.

- au **Venezuela**, il existe une seule librairie française, qui connaît des difficultés compte tenu de la situation économique.

Créations locales en français

Au **Costa Rica**, un groupe de musique local de chanson française « la Ruta Tambouctou » compose en français. En **Lituanie**, le théâtre CLEF (Cercle lituanien des étudiants francophones) monte une pièce en français par an : « Madame KA » (2010), « Ça, c'est Paris ! » (2011), « 6 rue Chantereine » (2013). En **Roumanie**, parmi les créations locales en français on retrouve les pièces de théâtre de Matei Visniec et le roman de Liliana Lazăr, « Terre des affranchis », roman qui lui a valu le Prix des cinq continents de la Francophonie en 2010. En **Thaïlande**, 2013 a vu la création franco-thaïlandaise de l'opéra de Francis Poulenc « Les Mamelles de Tirésias », sous la direction du chef d'orchestre Nicolas Krüger et avec la participation de la soprano Pauline Courtin (opéra en français, sous-titré en thaï et en anglais). Au **Danemark**, la pièce de théâtre « Thomas Iratus » a été montée par le metteur en scène danois Kristian Husted, jouée pour la première fois à Københavns Musikteater. En **Équateur**, en 2013, la pièce de théâtre « Quartier Kaleidoscope » a été une création locale de Carlos Gallegos, de la compagnie Teatro de la Vuelta. En **Finlande**, en 2013, a été créé l'Opéra *A Puhara* en français (coproduction Opéra Garnier/Académie Sibelius) et a été lancé, à la télévision, *Talo Ranskassa* « Une maison en France », programme très populaire de type télé-réalité. Au sein d'une classe de français d'adultes filmés au jour le jour, le meilleur apprenant remporte une maison dans le sud de la France. Au **Royaume-Uni**, la Tate Modern a organisé la construction d'objets d'art à partir des « dix mots » de la langue française pour la première fois en 2013. En **Suède**, le concours « la francophonie du nord » qui visait à illustrer les dix mots de la francophonie a récompensé un clip intitulé « Le rap de Marie-Antoinette et d'Axel Von Fersen » réalisé par des élèves de l'école Europaskolan de Strängnäs. Au **Venezuela**, le Colegio Francia monte une pièce de théâtre de Yasmina Reza, en 2012. //

► L'économie du livre et le numérique⁴⁵

L'économie globale du livre est aujourd'hui entrée dans une période de transition accélérée. La diversification des modes de lecture et de transfert des documents, la multiplication des acteurs et l'évolution des technologies bouleversent une industrie éditoriale désormais concernée par les téléphones portables, les tablettes tactiles, les logiciels de lecture, les librairies en ligne et toutes sortes de nouveaux procédés d'impression.

Le livre numérique, qui représente de nouvelles perspectives de diffusion et de rencontres entre les productions intellectuelles francophones et le monde, se définit aussi dans le cadre de l'accès technique, de la formation et, en somme, d'une variété d'usages technologiques. Il est dès lors important de **mettre en lumière les différences entre les divers espaces francophones et leurs problématiques spécifiques**, tout en prenant garde de ne pas établir une hiérarchie comme c'est, hélas, souvent l'usage dans le cadre de réflexions consacrées au développement technologique au Nord et au Sud.

⁴⁵ Sur la base d'un article rédigé par Luc Pinhas, maître de conférences Université Paris 13 LabSic/labex ICCA et Raphaël Thierry, docteur de l'Université de Lorraine/Université Yaoundé 1, chercheur associé au centre « Les Afriques dans le Monde » LAMUMR5115CNRS/Sciences-Po Bordeaux.

Quelques dates clefs

1995 : Amazon lance la première librairie en ligne.
1999 : Première tablette de lecture : le Rocket eBook.
2000 : Amazon ouvre son eBookStore.
2005 : Lancement du format ePub.
2006 : Google lance Google Books, service de consultation de livres.
2007 : Amazon lance le Kindle, liseuse de livres électroniques.
2010 : Lancement de l'iPad, tablette tactile d'Apple.
2011 : Les ventes en ligne de livres numériques de la société Amazon dépassent celles de leurs livres papier.
2012 : Les groupes Bertelsmann (Allemagne) et Pearson (Royaume-Uni) s'associent pour créer Penguin Random House, afin de résister à la concurrence de Google, Apple et Amazon dans le secteur de l'édition.
2013 : Lancement de la Librairie Numérique Africaine (Sénégal).

Questions de terminologie

Qu'entend-on par « livre numérique » ? S'il est courant d'identifier l'édition numérique à une transposition immatérielle du support papier (livre homothétique), l'on compte également trois autres catégories de livrels :
– le **livre-application**, situé entre le support de lecture et le logiciel interactif ;
– la **création numérique d'un éditeur**, qui concerne la publication épisodique de contenus multimédias ;
– le **livre numérique natif** (livre enrichi), qui concerne des supports de lecture hybrides, mêlant textes, images et vidéos.

Par ailleurs, le contenu numérique doit être distingué du support de lecture. Différentes technologies permettent en effet la lecture du livrel : ordinateurs, téléphones intelligents, tablettes tactiles (iPad, Archos, Samsung, Way-C...) et liseuses de type Kindle. À ces supports correspondent des formats (.txt, html, .pdf, ePub, PRC/MOBI, pour ne mentionner que les principaux).

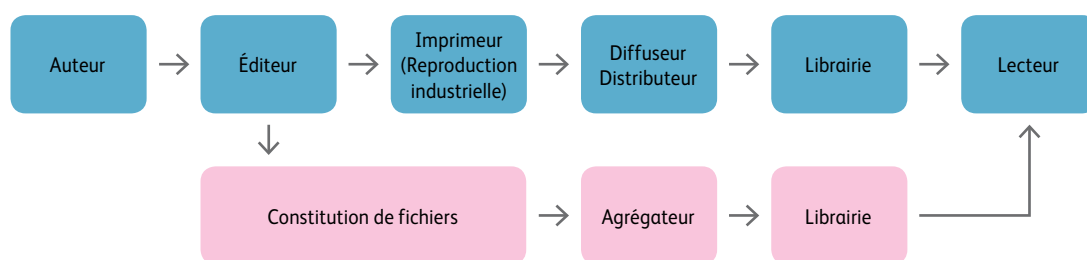
Une chaîne du livre en pleine évolution/révolution

Récente, l'introduction de ces technologies a profondément **modifié la chaîne du livre**. Il est remarquable que les précurseurs du marché n'appartiennent pas au secteur de l'édition : Amazon, Google, Apple font ainsi office de « pionniers » de l'industrie du livre numérique. Les éditeurs « traditionnels », pour leur part, ont initialement tardé à assimiler le numérique à leurs productions, avant d'amorcer le virage avec l'intégration de nouvelles professions : aux fonctions historiques d'éditeur, de directeur de collection et de directeur éditorial se sont peu à peu ajoutés des développeurs Web et autres graphistes en charge du développement technique des livres numériques.

Sur le plan **commercial**, les éditeurs doivent désormais intégrer les nouveaux standards du marché du livre numérique : prix, TVA,

Le circuit du livre

Nous avons choisi de présenter ici les fonctions numériques comme superposées aux processus papier. On peut présenter cependant ce circuit de manière moins linéaire : « la chaîne du livre » devient alors plus « rhizomique ».



Source : V2 © Gilles Collen/Alliance internationale des éditeurs indépendants. <http://www.alliance-lab.org>.

référencement, sécurité des formats. Internet est de même devenu un outil de promotion essentiel des catalogues, par exemple *via* les réseaux sociaux et les sites d'éditeurs. Enfin, ces derniers développent de plus en plus des interfaces marchandes favorisant une vente directe de leurs ouvrages auprès des lecteurs.

Il est souvent considéré que le coût de production d'un livre numérique, exempt de frais d'imprimerie, est nul. Il n'en est rien. Deux cas de figures se présentent : soit l'éditeur supporte les coûts du prépresse⁴⁶ de l'édition numérique, ce qui est relativement onéreux ; soit l'éditeur convertit ses mises en page papier en numérique, ce qui est alors moins coûteux mais exige, comme le fait remarquer l'éditeur Gilles Collet, que celui-ci ait « pris soin d'inscrire le processus de fabrication dans une logique de publication multiformats et multisupports » (http://alliance-lab.org/archives/1072?lang=fr#Usq7_ybS4fj). Si ce n'est pas le cas, l'éditeur s'adresse alors à un prestataire externe qu'il rémunère.

Un autre maillon de la chaîne du livre est également en pleine évolution : les **bibliothécaires** développent de manière progressive des catalogues de livrels et des prêts de liseuses et autres tablettes numériques. Des bases de ressources sont aussi régulièrement mises en ligne, à l'image de la bibliothèque numérique, pluridisciplinaire et communautaire ScholarVox (auf.scholarvox.com), inaugurée en 2012, et qui rassemble quarante et un

campus numériques francophones de l'Agence universitaire de la Francophonie.

Enfin, les **maillons de la fabrication, de la distribution, de la diffusion et, bien entendu, de la vente** sont fortement influencés par l'introduction du numérique dans la chaîne du livre. On parle à cet effet d'une « désintermédiation » qui correspond à la suppression de différents acteurs au bénéfice de nouvelles pratiques et intermédiaires : auto-édition, sites dédiés, vente directe par les éditeurs, Apple, Google, etc.

Le Réseau francophone numérique¹

C'est un réseau de bibliothèques nationales francophones dont le but commun est d'assurer la présence du patrimoine documentaire francophone sur le Web et qui jouit du soutien actif de l'Organisation internationale de la Francophonie. Initialement nommé Réseau francophone des bibliothèques nationales numériques (RFBN) – fondé en 2006 –, il devient RFN (Réseau francophone numérique) en mars 2010, suite à la réunion de l'Assemblée générale du Réseau à Paris, qui envisage d'élargir son champ d'action. Le réseau compte aujourd'hui 24 membres répartis dans 18 pays (Belgique, Bénin, Burkina Faso, Cambodge, Canada, Québec (Canada), Côte d'Ivoire, Égypte, France, Haïti, Luxembourg, Madagascar, Mali, Maroc, Sénégal, Suisse, Tunisie, Vietnam).

Depuis, trois autres réunions de l'Assemblée se sont tenues en novembre 2011 à Montréal, en mai 2012 à Rabat et en avril 2013 à Hanoi. Deux missions de formation à la numérisation ont également été organisées, l'une en janvier 2011 à Dakar (Sénégal), menée par BANQ et la BnF, réunissant 26 stagiaires (Bénin, Burkina Faso, Côte d'Ivoire, Mali, Sénégal, Togo) et l'autre en mai 2012 à Rabat au Maroc, menée par BANQ et la BnF. Dix-huit stagiaires ont été formés (Bénin, Burkina Faso, Côte d'Ivoire, Mali, Maroc, Sénégal, Tunisie).

¹ Encadré ajouté par l'Observatoire de la langue française. <http://www.rfnum.org/pages/index.html>



⁴⁶ Toutes les opérations nécessaires à la lecture du livrel qui pose des questions de format, de codage, de programmation... (NDLR)

Dans cette perspective, le numérique apparaît alors comme une menace pour certains acteurs de la chaîne du livre. Les librairies traditionnelles sont ainsi exposées au développement de la vente directe des ouvrages par les éditeurs et par les distributeurs numériques, de même qu'à la multiplication des librairies et vendeurs en ligne. Ce phénomène est particulièrement tangible au niveau francophone.

Le maillon stratégique de la distribution est tout particulièrement affecté par la donne numérique. Les nouveaux acteurs en ce domaine peuvent être à la fois entrepôts numériques, agrégateurs, distributeurs et vendeurs en ligne, en même temps que prestataires de services pour accompagner les éditeurs dans leur démarche de numérisation des contenus. La création de telles structures est primordiale pour tenter de contrer autant que faire se peut l'hégémonie de l'oligopole Apple, Amazon, Google ou encore Kobo et ses systèmes de lecture souvent verrouillés. Les éditeurs, libraires et bibliothécaires québécois, dans leur grande majorité, se sont entendus avec une entreprise innovante locale, De Marque, pour développer « l'Entrepôt numérique », pièce désormais maîtresse de la présence du livre québécois sur la toile. Les éditeurs français agissent en ordre plus dispersé avec, entre autres, Numilog (Hachette), ePlateforme (Éditis), Éden-Livres (Gallimard, Flammarion, La Martinière...), Immatériel ou encore ePage qui est prestataire de services et interface entre éditeurs et libraires.

La plateforme YouBoox⁴⁷ présente un modèle original en offrant un accès simple à un catalogue de plus de 50 000 livres dans tous les genres (romans, BD, guides pratiques ou de voyage...) disponibles à tous moments par une connexion Internet pour lecture sur téléphones intelligents et tablettes. Le financement est assuré par la publicité, mais un abonnement est possible qui permet d'accéder à un catalogue plus riche et surtout disponible hors connexion et sans publicité.

En Suisse, l'Office du livre de Fribourg, principal distributeur sur le marché romand, a mis en place la solution e-readers.ch qui suscite un grand intérêt de la part des éditeurs et libraires belges.

⁴⁷ Cet exemple a été ajouté par l'Observatoire à l'article original des auteurs.

Équipement et usages du numérique

Dans les pays francophones du Nord

En 2013, la grande majorité des foyers des pays de la Francophonie du Nord possèdent un ordinateur et, dans une moindre mesure, sont connectés à Internet, le plus souvent désormais à haute vitesse. C'est ainsi le cas de quatre foyers sur cinq au Québec (étude CEFRIO/NETendances) et de trois sur quatre en France (étude Médiamétrie/Université Paris-Dauphine). Seules les populations les plus âgées (au-delà de 64 ans) échappent à ce mouvement ; elles sont équipées dans une proportion bien moindre et restent encore, pour les plus de 75 ans, largement démunies de connexion à domicile. Par ailleurs, l'équipement en appareils mobiles se répand largement : 42 % des foyers québécois possèdent un téléphone intelligent (le pourcentage est équivalent en France), 27 % une tablette et 12 % une liseuse.

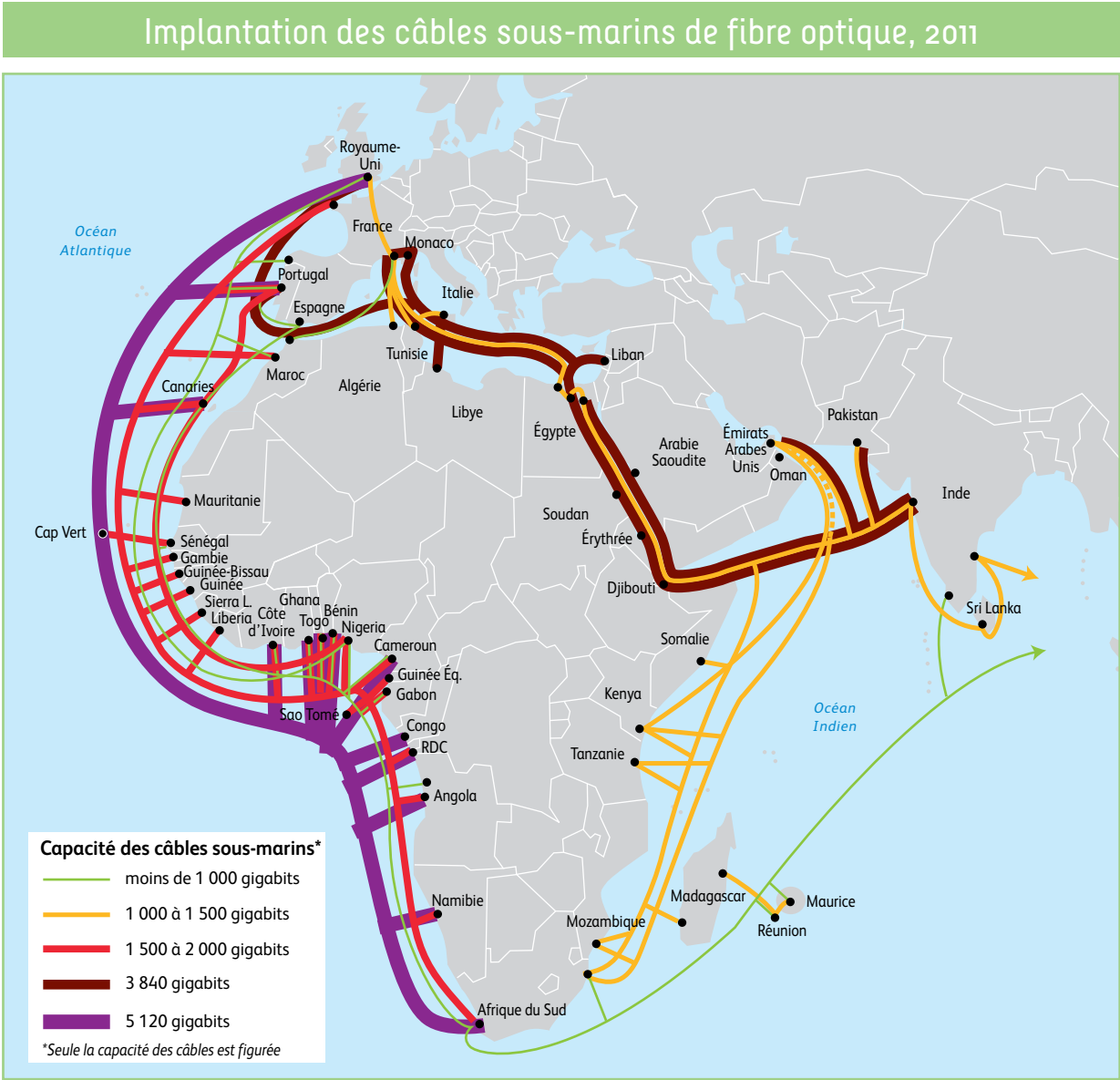
L'ordinateur, surtout portable, demeure pour l'heure le support le plus utilisé pour la lecture, avec la liseuse. Des variations sont toutefois à noter. Ainsi, en Belgique, 7 lecteurs sur 10 téléchargent et lisent sur ordinateurs des formats PDF, tandis qu'en France la liseuse occupe une place bien plus importante. Cependant, la percée de la tablette numérique dans la population des lecteurs au cours des trois dernières années apparaît tout particulièrement remarquable et de nature à changer la donne : selon les études, de 42 à 45 % des lecteurs français (et d'abord la tranche 35-49 ans) en sont ainsi d'ores et déjà équipés et l'utilisent pour la lecture, ce qui est de nature à privilégier le développement du format ePub, vers lequel se tournent de plus en plus les éditeurs. Le téléphone intelligent, pour autant, n'est pas négligé par les utilisateurs les plus jeunes, par ailleurs sensibles aux campagnes de promotion, telle celle menée par l'Apple store pour les fêtes de la fin de l'année 2012.

Contrairement à ce que l'on pourrait parfois penser, si Internet modifie les façons de consommer la culture, les personnes qui s'adonnent à des pratiques de consommation des médias sur Internet sont aussi celles qui fréquentent le plus les établissements culturels et, en particulier, les librairies, selon une enquête sur les pratiques culturelles

menée au Québec pour le compte du ministère de la Culture en 2012 (*Survöl*, juin 2012). Ainsi, les lecteurs de livres numériques seraient avant tout des lecteurs dont la pratique s'intensifie et qui estiment acheter autant de livres qu'auparavant, selon le dernier Baromètre SOFIA/SNE/SGDL publié en France. Ce dernier indique par ailleurs que les lecteurs français acquièrent à 55 % leurs livres en payant et qu'ils préfèrent largement pour l'heure le paiement à l'acte plutôt que le prêt, la location ou encore l'abonnement, ce qui diffère sensiblement du public québécois, plus disposé au prêt. Les usages illicites ne sont pas absents, mais restent néanmoins limités par rapport à la musique, au cinéma ou aux séries télévisées. La littérature est d'autre part très largement en tête des livres lus ou consultés par le public français.

L'accès à Internet en Afrique

À partir des années 2005-2006, l'accès au haut débit dans le monde représente un important tournant technologique. Cette étape se traduit par un aménagement numérique des territoires pour faire baisser les prix et accroître la distribution et la qualité du débit d'Internet. C'est dans cette dynamique que Hamadou Touré, directeur africain de l'Union Internationale des Télécommunications, organise à Kigali en 2007 la rencontre « Connect Africa ». Cet événement aura une influence importante sur l'accès à Internet du continent. L'année 2009 marque ainsi le début de grands chantiers d'implantation des câbles de fibre optique en Afrique.



On estimait alors que le développement du débit Internet africain devait être multiplié par soixante entre 2009 et 2013 (Source : Annie Chéneau-Loquay, *L'Afrique en développement*, n° 234). Cette évolution se traduit par une relative extension de l'accès aux réseaux sans fil pour les particuliers, même si le coût du matériel informatique demeure encore globalement élevé et d'un niveau peu abordable pour les Africains. D'autre part, et bien que considérable, cette évolution reste confidentielle comparée à l'échelle internationale : en 2013, l'Afrique ne représente que 5 % des internautes dans le monde. L'évolution technologique la plus spectaculaire semble plutôt concerner la téléphonie, avec un taux de pénétration continental de 68 % et une croissance annuelle de 40 %. De la sorte, on observe un développement extensif des réseaux 4G par l'intermédiaire des téléphones intelligents qui favorisent un accès à Internet sans nécessairement passer par l'ordinateur. 70 % de ces téléphones devraient disposer d'une connexion en 2014. Une telle extension des technologies téléphoniques favorise de nouvelles opportunités de relais et de diffusion pour l'édition numérique, selon l'éditeur argentin Octavio Kulesz, auteur d'une étude sur l'édition numérique dans les pays en développement (<http://alliance-lab.org/etude/?lang=fr>).

Les principales tendances du marché

Le « décollage du livre numérique » serait-il en train de se produire dans le monde francophone, ainsi que semble le penser, pour l'Hexagone, le Syndicat de l'édition française (SNE) ? Des indices le donnent à penser mais la situation demeure contrastée, comparée notamment aux marchés américains et britanniques. Une distinction nette doit par ailleurs être opérée entre la vente en ligne d'ouvrages essentiellement papier d'une part, la production et la commercialisation de livres proprement numériques, homothétiques ou enrichis, de l'autre.

La **vente en ligne**, relativement marginale jusqu'alors, s'est installée, dans les pays francophones du « Nord », comme canal de vente important dans la seconde moitié des années 2000, soit lorsque l'accès à Internet et, surtout au haut débit, s'est généralisé. En

France, la vente en ligne ne représentait en 2005 que 3,2 % des ventes totales de livres, mais atteignait déjà 13,1 % en 2010 et s'établissait à 17 % en 2012. Au Canada dans son ensemble, 25 % des achats de livres se font en ligne, contre, il est vrai, 42 % en volume sur le marché britannique et 44 % aux États-Unis.

Le marché du livre proprement numérique commence pour sa part tout juste à se développer. Alors qu'il représenterait en 2013 21 % en exemplaires et 11 % en valeur de l'ensemble des ventes de livres grand public aux États-Unis, il ne comptait en 2012 que pour 3 % du chiffre d'affaires des éditeurs français, supports physiques de type DVD compris, soit 81,8 M €, selon le SNE. Au Canada, le livre numérique occuperait déjà, pour la même année, 15 % du marché du livre, mais seulement 4 à 5 % au Québec. Il est vrai que la situation diffère grandement d'une catégorie éditoriale à l'autre. Les ouvrages professionnels et techniques et les ouvrages de sciences humaines et sociales semblent ainsi les principaux contributeurs au chiffre d'affaires de l'édition numérique, de même que la littérature (entre 5 et 8 % des ventes d'exemplaires en moyenne chez Hachette France, par exemple, en 2013), et notamment la littérature dite « de genre », suivie du pratique, en particulier à travers les guides de voyage. Une enquête IPSOS menée au printemps 2013 pour le compte du Partenariat interprofessionnel du livre et de l'édition numérique (PILEn) montre ainsi qu'en Belgique wallonne 36 % des livres de la catégorie « sciences, techniques et médical » sont d'ores et déjà lus sous forme numérique et 31 % pour la catégorie « Management, gestion économie ». En revanche, les livres illustrés semblent relativement peu touchés. Ainsi, seuls quelques milliers de téléchargements du dernier Astérix ont été effectués, alors que 1,9 million d'exemplaires papier ont été mis en place.

Il est vrai que, jusqu'à récemment, le nombre de titres proposés en version numérique, restait relativement restreint : de l'ordre de 70 000 en France en 2010 contre près d'un million aux États-Unis ou en Grande-Bretagne mais pas plus de 80 000 en Allemagne et de l'ordre de 10 000 en Espagne ou en Italie (source Rüdiger Wischenbart, *The Global e-book market*). Le rapport Lescure⁴⁸ évoque pour sa part 100 000 livres numériques en France en 2013.

⁴⁸ Mission « Acte II de l'exception culturelle », rapport de Pierre LESCURE « Contribution aux politiques culturelles à l'ère numérique », mai 2013.

Par ailleurs, la loi française du 1^{er} mars 2012 sur l'exploitation numérique des œuvres indisponibles du XX^e siècle doit permettre la numérisation et l'exploitation patrimoniale, par l'intermédiaire d'une société de gestion collective, d'un corpus de 230 000 à 500 000 titres de langue française.

Il n'en reste pas moins que **diverses résistances viennent s'opposer à la lecture numérique, tout particulièrement en France**. Parmi les principales raisons, sont ainsi invoqués, outre la forte densité du réseau de librairies physiques :

- une réticence à la lecture numérique qui serait partagée par près de 80 % des Français ;
- un prix moyen du livre numérique trop élevé, bien plus qu'aux États-Unis par exemple, et trop proche du prix du livre papier, alors que la demande attend un prix proche de celui du livre au format de poche ;
- la concurrence entre produits culturels attisée par la multiplication des tablettes tactiles ;
- enfin, et surtout, la complexité de l'acte d'achat, du fait d'un manque d'interopérabilité, de la concurrence entre plateformes, de la diversité des formats conjugée à l'insertion de dispositifs de protection (GND - gestion numérique des droits et DRM *digital rights management*) contraignants, du manque d'informations, ou encore des difficultés liées au transfert et au téléchargement (étude Médialib de Sciences Po/MOTif). Par ailleurs, 98,5 % des bibliothèques municipales françaises ne proposaient encore, en 2011, aucun livre numérique, entre autres du fait de l'absence d'un cadre juridique du droit de prêt d'ouvrages numériques (d'après l'Observatoire de la lecture publique). Les éditeurs français s'opposent par ailleurs au prêt numérique de leurs fichiers dans les bibliothèques québécoises, alors même qu'un service de plus en plus populaire a été mis en place par ces dernières (*bibliopresto.ca*). Ce dernier profite pour l'heure essentiellement au développement numérique des éditeurs et libraires québécois, dans la mesure où les achats des collectivités passent obligatoirement, du fait de la loi 51, par les librairies agréées de la province.

Pourtant, le nombre de lecteurs de livres numériques augmente de manière régulière. Ainsi, de 15 à 20 % des Français,

selon les études, ont déjà lu un livre numérique (en totalité ou en partie) et 2,5 % en ont acheté un. Au Québec, 10 % de la population a déjà téléchargé un livre numérique, mais seulement 9,1 % parmi les locuteurs qui ont le français comme langue maternelle, contre 21,1 % pour les autres. Dans la communauté de langue française de Belgique, quatre lecteurs sur dix déclarent avoir déjà lu un livre numérique et 18 % des achats de livres seraient effectués au format numérique (source IPSOS/PILEn). **C'est pourquoi s'expriment de nombreux espoirs de voir le marché du livre numérique francophone s'étendre largement au cours des années à venir et opérer un certain rattrapage par rapport aux marchés anglophones.**

Pour l'heure, le téléchargement unitaire de livres homothétiques semble occuper l'essentiel du marché, bien loin devant l'achat de livres - applications (en augmentation toutefois) ou l'abonnement à des ouvrages à lecture en flux. La BD se singularise cependant grâce à la mise en place, depuis 2010, d'*Iznéo*, première plateforme européenne en ce domaine qui propose à la fois l'achat à l'unité d'ouvrages avec une politique de petits prix, des locations sur dix jours et des formules d'abonnement mensuel. Le livre enrichi, quant à lui, pâtit pour l'heure d'un modèle économique incertain eu égard aux coûts de développement importants qu'il exige. Malgré quelques très belles expérimentations (notamment en livres de jeunesse, livres d'art ou BD) dues aux principaux éditeurs francophones du Nord, il ne se vend guère, sauf pour les guides de voyage de type Le Routard. D'autres projets sont également menés par des associations francophones œuvrant au Sud, comme par exemple Écritures de la Terre (www.ecrituresdelaterre.net).

Il convient enfin de noter le développement tout à fait significatif de l'auto-édition qui remplace l'édition à compte d'auteur de naguère, largement répandue dans les pays du Sud, au Maroc entre autres, faute d'un tissu développé d'éditeurs. Ce phénomène est notamment de nature à ouvrir de nouvelles perspectives à la création des pays francophones du Sud et à faire entendre de nouvelles voix.

Depuis deux ou trois ans, la plupart des éditeurs francophones du « Nord » publient leurs nouveautés simultanément au format papier et au format numérique, enrichissant considérablement l'offre, ce qui devrait encourager la demande.

Si le numérique modifie fortement la chaîne du livre dans la francophonie du Nord, l'influence des librairies en ligne et des livrels, aussi bien que des tablettes de lecture, est encore à l'état de champ d'observation dans les pays du Sud. Alors que l'on référence encore peu de données précises au sujet des différents espaces francophones, des « sphères » d'impulsion émergent ces dernières années.



Maisons d'édition numériques (Afrique-Moyen-Orient)
Nouvelles Éditions Numériques Africaines (Sénégal), Le Nègre International (Sénégal)

Maisons d'édition physiques et numériques (Afrique-Moyen-Orient)
Clé (Cameroun), Abis (Sénégal), Presses Universitaires d'Afrique (Cameroun), Amalion (Sénégal), Sirocco (Maroc), Tamyras (Liban), Lettres de Renaissances (Sénégal), Arcade (Sénégal), Frat Mat éditions (Côte d'Ivoire), NEAS (Sénégal), Oxyzone (Sénégal), In/Dev-Consulting (Cameroun), Maguilen (Sénégal)

Parmi les espaces témoins, on retiendra en particulier le Maghreb, certains pays d'Afrique subsaharienne et le Liban. Une distinction semble en outre nécessaire entre l'accès au livre numérique du Nord dans la Francophonie du Sud et l'accès au livre numérique du Sud. Encore embryonnaires, les initiatives menées par des maisons comme les **Nouvelles Éditions Numériques Africaines** sont souvent étouffées par l'intervention d'ONG qui subventionnent des projets numériques sans forcément favoriser de débouchés commerciaux. De fait, la fracture numérique entre la Francophonie du Nord et la Francophonie du Sud, qui justifie le plus souvent une aide technologique – le cas échéant à l'édition numérique –, se trouve parfois entretenue par les mécanismes d'aide eux-mêmes. D'une façon similaire, au niveau des contenus, on s'interrogera sur la marge que des initiatives de dons de tablettes numériques telles que Worldreader ou Millionbooks laissent aux opérateurs économiques africains, à l'image de la société congolaise VMK, qui développe et commercialise

la première tablette numérique africaine Way-C et le téléphone intelligent Elikia... On rejoint ici les questionnements liés au don de livres à destination des pays du Sud et à l'influence de ces mécanismes sur les chaînes locales du livre. De même, les projets étrangers se heurtent, comme le rappelle l'éditrice Marie-Michèle Razafintsalama (éditions Jeunes Malgaches), à l'adaptabilité des contenus proposés aux contextes locaux. Dans cette idée, ce sont les usages qui doivent forger les technologies, et non l'inverse.

Le numérique, une chance pour les pays du Sud ?

Le livre numérique représente-t-il alors une opportunité pour les pays francophones du Sud ? S'agit-il, pour reprendre une interrogation soulevée par Octavio Kulesz, d'une imitation des usages du Nord, ou bien d'une évolution autonome ? Une chose est certaine : le développement de la lecture numérique suggère un recul de l'analphabétisme. Alors que, selon le projet Digital Africa, 80 % des enfants de moins de 8 ans vont apprendre à lire sur un écran connecté ou un téléphone mobile à l'horizon 2020, l'adaptation des contenus numériques aux téléphones paraît essentielle en Afrique. Une nouvelle génération d'opérateurs comme la société congolaise VMK ou les Nouvelles Éditions Numériques Africaines se trouve alors face à un marché tout à fait prometteur.

À un autre niveau, le procédé d'**impression à la demande**⁴⁹, encore absent du paysage francophone du Sud, suggère de nombreuses perspectives, à l'image de ce qui s'expérimente en Afrique du Sud. L'éditeur Serge Kouam Dontchueng (Presses Universitaires d'Afrique, Cameroun) propose à ce sujet de développer des liens avec les terminaux d'impression à l'étranger. Il s'agirait alors non pas de créer un marché local de tirage à la demande, mais plutôt d'étendre les frontières de vente de la production locale au-delà des seules frontières nationales (source : http://www.institutfrancais.com/sites/default/files/Etude_diffusion_livre_africain.pdf).

⁴⁹ Mode de publication qui a pour principe de servir instantanément les ouvrages demandés. Les tirages sont déclenchés par la commande du client.

L'éducatif a également tout à gagner au développement de l'édition numérique dans la Francophonie du Sud. À cet égard, l'évolution de l'entreprise tunisienne Sanabil Med, créée dès 2004, mérite l'attention. Sa fondatrice, Sana Ghenima, est à l'origine de la mise en place du premier portail éducatif en Tunisie qui, outre des CDRom et des jeux interactifs, propose des contes numériques, en français, en arabe et en anglais. Dans un autre domaine, le religieux est également touché par l'édition numérique avec la création, en Tunisie toujours, de la première structure éditoriale dédiée à l'islam, Islam e-Books.

L'accès à l'information éditoriale se développe d'autre part de plus en plus avec l'essor des bases de données culturelles. C'est notamment le cas du portail multiculturel Sudplanète, développé depuis 2007 dans le cadre du programme européen ACP Culture +, à partir duquel sont progressivement lancés 21 portails nationaux de l'Aire Afrique-Caraïbe-Pacifique. La diffusion numérique de l'information éditoriale, grâce aux bases de données Internet, contribue à une nouvelle visibilité des productions physiques et numériques des pays francophones du Sud.

Le numérique devient enfin un outil de promotion des littératures francophones, à l'image du *Panorama des littératures francophones d'Afrique* publié par l'Institut français en 2012 (<http://www.institutfrancais.com/sites/default/files/01-Panorama-HD.pdf>) ou du projet de mise en réseau Littafcar (<http://littafcar.wordpress.com>).

Ces possibilités pour l'édition, la commercialisation, la diffusion et la promotion numériques se heurtent toutefois à la question de l'assimilation du numérique par les principaux opérateurs du livre que sont les éditeurs et les libraires. Il est admis que le paysage du livre francophone a connu un important essor depuis les années 1990. Or, la génération de professionnels qui ont depuis développé leurs activités s'est majoritairement formée sur des schémas économiques traditionnels. La formation à l'édition numérique, ainsi que l'utilisation des ressources libres, représentent alors un enjeu majeur pour le livre numérique dans la Francophonie du Sud.

La vente du livre : les librairies francophones face au numérique

Dans les pays francophones du Nord

De façon assez évidente, le paysage de la vente du livre se trouve fortement affecté par l'essor du livre numérique et de la vente en ligne et, au premier chef, par la puissance d'action des plateformes globales de produits culturels, Amazon, Apple et Google, dernier venu en 2012 avec Google Play. Pierre Lescure, dans son rapport à la ministre française de la Culture, estime ainsi que les deux premiers détiennent d'ores et déjà près de 50 % du marché des ventes de livres numériques en France. Les chaînes de librairies et les librairies indépendantes sont les premières touchées par les mutations en cours qui font parfois craindre pour leur survie.

En **France**, grâce à la loi sur le prix unique et à ses améliorations ultérieures (modification de l'article 3 sur les commandes des collectivités), le réseau de librairies reste encore aujourd'hui l'un des plus denses au monde, et s'est trouvé appuyé par un certain mouvement de « localisme » dans les pratiques de consommation qui a favorisé les librairies de quartier, au moins dans les zones urbaines fortement peuplées. Pourtant, la situation économique des librairies s'est inexorablement dégradée au cours des dernières années sous les effets conjugués de la hausse des loyers et des charges, de la crise économique et de la montée en puissance de la vente en ligne. Cette dernière occupait déjà, en 2012, 17 % de parts de marché, dont la majeure partie au profit d'Amazon et de ses pratiques anti-concurrentielles, si bien que la firme de Seattle, pour cacher sa puissance, a fait pression sur les instituts de sondages afin que ses résultats soient désormais agrégés à ceux de la librairie de deuxième niveau. Sa politique agressive a toutefois suscité de nombreuses réactions, dont témoigne notamment l'enquête de Jean-Baptiste Malet, *En Amazonie* (Fayard, 2013). Le parlement français a adopté à l'unanimité, le 3 octobre 2013, une loi encadrant la vente de livres à distance qui interdit désormais le cumul de la gratuité des frais de port et de la remise de 5 % autorisée par la loi Lang, combat de

plus de dix ans mené par le syndicat de la librairie française. De son côté, le ministère de la Culture, après avoir déployé le label « Librairies indépendantes de référence », a annoncé en mars 2013 la mise en place d'un plan d'aide pour un montant de 9 M€. L'horizon s'est toutefois assombri pour la vente du livre en magasin, durant cette même année 2013, avec la liquidation judiciaire de la chaîne de produits culturels Virgin, puis la mise en cessation de paiement de la principale chaîne de librairies, Chapitre. De son côté, le portail de la librairie indépendante, *1001 libraires*, n'aura fonctionné que quelques mois, avant de fermer en mai 2012. Quelques grandes librairies françaises, comme Mollat, Decitre ou Gibert ont cependant créé des sites de vente en ligne performants, de même que les librairies de l'Est parisien sous le label *Librest*. Enfin, deux grands portails regroupant des librairies indépendantes en France, mais aussi en Belgique et en Suisse se sont mis en place : *Lalibrairie.com* et *Leslibraires.fr*.

Au **Québec**, les libraires indépendants ont su s'organiser de façon plus précoce, plus collective et plus convaincante pour prendre position dans la vente en ligne. Les libraires québécois, mais aussi ceux des provinces maritimes et de l'Ontario francophone, se sont ainsi regroupés depuis 2007 en une association, Les librairies indépendantes du Québec (LIQ). Elle est à l'initiative de deux sites promotionnels et transactionnels de la production francophone canadienne qui apparaissent riches et bien structurés : *Rue des libraires* et *Livres québécois*, consacré entièrement pour ce dernier à la production québécoise. LIQ publie et diffuse aussi très largement, dans les librairies adhérentes, les bibliothèques et les lieux culturels, un magazine bimestriel gratuit consacré à l'actualité littéraire, *Le libraire*, qui est aussi disponible en ligne. En 2012, le livre numérique vendu au Québec et à l'étranger a représenté 30 % des ventes totales pour *Livres québécois*, en faisant un vecteur majeur de la diffusion de l'édition québécoise. Les deux grandes chaînes de librairies québécoises, Archambault et Renaud-Bray, ont également développé leur site de vente en ligne. Pour autant, les faillites et fermetures de librairies se sont multipliées en 2013 au Québec, rendant la situation d'autant plus préoccupante face à la montée en puissance des grandes

surfaces discount qui ne vendent que des best-sellers à prix cassé et à la concurrence sur le marché d'Amazon Canada. Un vaste rassemblement d'auteurs, d'éditeurs et de libraires s'est donc créé depuis deux ans sous l'appellation « Sauvons les livres », pour réclamer l'instauration d'un prix fixe sur les nouveautés durant neuf mois (et la limitation de la remise autorisée à 10 %) qui toucherait tant le livre imprimé que le livre numérique. Ils sont notamment appuyés par un mémoire rédigé par le vice-président du grand agrégateur québécois de contenus numériques, De Marque, au nom de la sauvegarde de la bibliodiversité.

Le combat similaire mené par les libraires et éditeurs indépendants en **Suisse** a pour sa part échoué face à une consultation populaire défavorable, bien que les cantons romands aient voté majoritairement pour. Les libraires indépendants romands, avec l'appui de l'Office du livre de Fribourg, ont toutefois mis en place depuis 2010 le site de ventes de livres numériques *e-readers.ch*, une plate-forme qui permet à l'internaute d'attribuer son achat à la librairie de son choix, soutenant ainsi la diversité de la librairie sur le territoire.

De son côté, l'étude IPSOS/PIE en montre, d'une part, qu'en **Belgique** deux livres sur dix sont déjà achetés au format numérique, d'autre part que le canal d'acquisition privilégié à 48 %, est celui des grands opérateurs internationaux, contre 20 % à peine pour les sites des librairies, qu'elles soient uniquement en ligne (11 %) ou qu'elles proposent des magasins physiques conjoints (9 %). L'une des principales librairies en ligne de livres numériques francophones, *meslivresnumériques.be*, a été développée par la branche belge du groupe Actissia (propriétaire des librairies Chapitre en France) qui détient cinq librairies sous l'enseigne Libris Agora.

Dans les pays francophones du Sud

Dans la Francophonie du Sud, la vente en ligne reste encore balbutiante, sauf sans doute pour les ouvrages professionnels, et se voit opérée en direct par quelques éditeurs, à l'image des Presses Universitaires d'Afrique (**Cameroun**), de Tarik éditions (**Maroc**) ou des éditions Amalion (**Sénégal**), qui ont lancé des sites marchands. Quelques initiatives très intéressantes ont par ailleurs été développées ces dernières années, à l'image de *Ceresbookshop*, qui commercialise

les ouvrages des principaux **éditeurs tunisiens**, mais aussi d'autres éditeurs francophones. Le portail a été ouvert en 2011 par les éditions Cérès, l'une des toutes premières structures éditoriales à s'être développée, dès 1961, dans les pays recouvrant leur indépendance. Le portail *Algerie-livres* s'inscrit, quant à lui, dans une logique nationale en proposant uniquement des ouvrages édités en **Algérie**. De son côté, l'essor de *Livranoo.com*, librairie en ligne créée dès 2000 à Saint-Denis de **la Réunion**, témoigne du dynamisme de cette île et du développement du commerce électronique dans son économie. Son catalogue propose une large sélection d'ouvrages publiés par les éditeurs des Mascareignes ou sur cette région et sur les Terres australes françaises. Pour sa part, *Livremoi*, espace culturel et librairie installés à **Casablanca**, entend proposer l'intégralité du catalogue francophone aux lecteurs marocains.

Le projet le plus ambitieux, enfin, est développé à partir du **Liban**. *Bookwitty* entend en effet se positionner comme une grande plateforme de distribution internationale de livres grâce à des entrepôts de transit situés à Beyrouth, Paris, Londres et New York. L'originalité de l'entreprise tient en ce qu'elle souhaite développer une offre axée sur la diversité éditoriale et linguistique, et une capacité à fournir des livres « de niche » en s'appuyant sur les stocks de Cedar Books (société mère) et sur une mutualisation des stocks des libraires affiliés à la plate forme. Selon son fondateur, Cyril Hadji-Thomas, le catalogue de *Bookwitty* compte à ce jour vingt millions d'ouvrages disponibles en six langues (anglais, français, arabe, espagnol, italien et allemand).

Alors que ces différents projets s'inscrivent dans le champ de la commercialisation en ligne d'ouvrages physiques, l'expérience de la **Librairie Numérique Africaine** (LNA), consacrée aux productions numériques africaines, fait office de projet pionnier dans le domaine. Lancée en décembre 2013, cette plateforme permet l'achat et le téléchargement d'ouvrages exclusivement africains. Les œuvres qui y sont commercialisées peuvent être lues « sur ordinateur, tablette tactile, téléphone intelligent et liseuse à encre numérique », explique Marc-André Ledoux, directeur des Nouvelles Éditions Numériques



Africaines⁵⁰. Le catalogue de la LNA recense actuellement 118 publications issues de douze maisons d'édition de Côte d'Ivoire, du Cameroun et du Sénégal.

En ce qui concerne les collectifs d'éditeurs, l'*African Books Collective* (ABC), qui rassemble près de cent trente maisons d'édition du continent, a développé un riche catalogue de livres numériques. L'association fonde son modèle économique sur le principe de l'impression à la demande pour les ouvrages postérieurs à 1994. Ce schéma présente l'avantage de limiter les coûts de gestion des stocks. ABC ne propose toutefois pas encore de version numérique des ouvrages francophones représentés (ceux de Senso Unico au Maroc et du Codesria⁵¹ au Sénégal) que l'on peut seulement commander. Pour sa part, l'association d'éditeurs francophones d'Afrique subsaharienne *Afrilivres*, qui rassemble 33 maisons d'édition et référence 1 100 titres, remet à jour sa base de données en ligne depuis août 2012. *Afrilivres* ne propose pas encore d'interface marchande, mais des réflexions sont actuellement menées dans ce sens par le collectif. Enfin, l'Oiseau Indigo est une

⁵⁰ Amadou Maguette Ndaw, « Promotion du livre : La première librairie numérique africaine a été lancée », *Le Soleil*, 18 décembre 2013.

⁵¹ Conseil pour le développement de la recherche en sciences sociales en Afrique.

association française qui assure la diffusion au Nord d'une trentaine de catalogues de la Méditerranée, du Monde Arabe et de l'Afrique subsaharienne, notamment *via* le portail de localisation en librairie *Placedeslibraires* (société

Tite-Live). En janvier 2014, l'Oiseau Indigo a inauguré un partenariat avec *Bookwitty* pour la vente en ligne des ouvrages en diffusion par l'intermédiaire de la librairie L'Alinéa (Martigues).

► Principales librairies francophones en ligne

Algérie	www.algerie-livres.com
Belgique	www.librairiewb.com
	www.lalibrairie.com (France et Suisse aussi)
France	www.leslibraires.fr
	www.librest.com
	www.fnac.com
	www.chapitre.com
	www.gibertjoseph.com
	www.decitre.fr
	www.placedeslibraires.fr
	www.librairielalinea.fr
	www.mollat.com
	www.sauramps.com
	www.furet.com
	www.soumbala.com
	www.librairiedialogues.fr
	www.bookwitty.com
Liban	librairieantoine.cite-du.net
Maroc	www.livre moi.ma
Québec	www.leslibraires.ca
	www.livresquebecois.com
	www.archambault.ca
	www.renaud-bray.com
Sénégal	librairienumeriqueafricaine.com
Suisse	www.e-readers.ch
	www.payot.ch
Tunisie	www.ceresbookshop.com
La Réunion/Océan Indien	www.livranoo.com

Numérique et exception culturelle : les politiques publiques

L'exception culturelle est-elle soluble dans le numérique ? La plupart des professionnels du livre francophone ne le pensent pas et ne le souhaitent pas. Ils demandent par suite instamment aux pouvoirs publics d'assurer la

continuité des politiques publiques face aux velléités de domination oligopolistique des grands acteurs transnationaux d'Internet, Amazon, Google, Apple, voire Kobo, qui entendent régner demain sur la distribution, la diffusion et même l'édition des livres papier comme numériques. Tel est le sens du mouvement « Sauvons les livres » qui se développe au **Québec** depuis deux ans. Les gouvernements francophones, de même que

l'OIF, s'inquiètent aussi d'une dérégulation sauvage qui viendrait notamment menacer le tissu dense des éditeurs et des libraires indépendants et mettre en péril la bibliodiversité, en même temps qu'ils sont soucieux d'aider au développement du marché du livre numérique de langue française. Le gouvernement français a par exemple confié à Pierre Lescure, ancien PDG de Canal Plus, le soin de conduire une mission intitulée « Culture-Acte 2 de l'exception culturelle » dont le rapport, qui couvre les différents champs culturels et fait de nombreuses propositions, a été remis en mai 2013 à la ministre de la Culture.

L'intervention des pouvoirs publics peut prendre trois directions principales : l'encadrement juridique et l'incitation fiscale, la régulation du marché et la mise en place de mécanismes de redistribution sélective (aides financières). Dans tous les cas, les mesures envisageables ou déjà opérationnelles contrecarrent une logique libérale absolue. La France a ainsi adopté en mai 2011 une loi sur le prix unique du livre numérique, fixé par l'éditeur, qui prolonge la loi Lang de 1981. Avec le Luxembourg, dont la fiscalité est similaire, elle s'est aussi opposée à la politique de la Commission européenne en appliquant depuis le 1^{er} janvier 2012 un taux réduit de TVA au livre numérique homothétique, là où Bruxelles considère ce dernier comme une prestation de service et exige un taux plein. Les deux pays se retrouvent du coup poursuivis devant la Cour de justice européenne. Les professionnels québécois du livre se sont pour leur part mobilisés de plus en plus fortement pour obtenir de la puissance publique une loi qui fixe le prix des nouveautés, papier comme numériques, et spécifie que c'est à l'éditeur que revient cette fixation dans les deux cas. Les professionnels belges et suisses sont dans le même état d'esprit.

Un accord a également été signé en France, sous l'égide du ministère de la Culture, pour adapter le contrat d'édition à l'ère du numérique, à la suite d'un rapport demandé au professeur Pierre Sirinelli. Il doit conduire à une réforme du Code de la propriété intellectuelle et à la mise en place d'un Code des usages de nature à apaiser les relations entre éditeurs et auteurs (en particulier en intégrant la possibilité d'une « cession limitée dans le temps »), même si

ces derniers souhaitent aller plus loin et se voir garantir une meilleure rémunération. L'adaptation du contrat d'édition se pose tout autant dans les autres pays francophones. Au Canada, la loi sur la modernisation du droit d'auteur (loi C-11), votée en 2012, suscite les critiques conjointes des auteurs et des éditeurs, lesquels dénoncent les nombreuses exceptions au droit d'auteur qui y ont été introduites et estiment qu'elle ne permettra pas de lutter facilement contre le piratage, ce qui était censé être l'un de ses objets...

Les conditions du prêt numérique demeurent par ailleurs à définir dans la plupart des pays francophones. Aucun cadre juridique n'est ainsi adapté en France, en Belgique, au Québec ou encore en Suisse où la rémunération des auteurs au titre du droit de prêt fait actuellement débat. Des expériences sont pourtant menées. La mise en place au Québec, depuis mars 2012, du consortium *BiblioPresto* permet aux bibliothèques de la province d'acheter des livrels auprès des librairies agréées puis de les mettre à disposition des lecteurs sur la plateforme *pretnumerique.ca*. Un verrou GND (Gestion numérique des droits, DRM en anglais) plante une chronodégradabilité du livrel emprunté qui est prêté de manière unique (et non à travers une démultiplication des copies) à l'exemple du livre papier, ce qui est de nature à tempérer les inquiétudes des éditeurs. Au bout d'un an, 265 000 livrels auraient été empruntés pour 46 000 titres.

En France et en Belgique, le projet « Prêt numérique en bibliothèque », conduit par Dilicom et soutenu par le Centre national du Livre, entend associer libraires, éditeurs et distributeurs numériques pour proposer des prêts en téléchargement chronodégradables ou en lecture en ligne. Le projet n'en est cependant pour l'heure qu'à la phase de test.

Par ailleurs, divers systèmes d'aides ont été adoptés par les pouvoirs publics des pays francophones du Nord pour soutenir l'enrichissement de l'offre numérique et sa diffusion. Ils passent en règle générale par des structures dédiées au soutien de la chaîne du livre, des industries culturelles en général ou d'un secteur culturel spécifique : Société de

Le 25 septembre 2014, TV5MONDE a lancé *bibliothequenumerique.tv5monde.com*. Cette plateforme propose 201 ouvrages de plus de 80 auteurs francophones, téléchargeables gratuitement en version PDF et Epub, qui sont disponibles sur tous les supports, comme les liseuses, tablettes, téléphones intelligents et autre ordinateur.

La Bibliothèque numérique de la francophonie des Amériques

À l'occasion du Salon international du livre de Québec, le Centre de la francophonie des Amériques a lancé, en avril 2014, la Bibliothèque numérique de la francophonie des Amériques. Elle permet d'emprunter gratuitement jusqu'à quatre ouvrages en français pour une lecture sur tablettes électroniques ou via Internet, en format ePub ou PDF. La sélection actuelle compte des centaines d'ouvrages issus des catalogues de grandes maisons d'édition francophones dont Dominique et Compagnie, Hurtubise, de l'Isatis, Québec Amérique, La Courte Échelle, Bayard Canada.

développement des entreprises culturelles (SODEC) au Québec, Centre national du Livre (CNL) ou Centre national des arts plastiques (CNAP) en France. Elles peuvent également être gérées directement par le ministère de la Culture, comme c'est le cas en Belgique pour le Fonds d'aide à l'édition. Ces soutiens financiers portent d'abord sur la numérisation des fonds éditoriaux, mais aussi sur des développements multimédias, la mise en place de sites collectifs d'éditeurs ou de libraires, ou encore la création de plateformes de diffusion de catalogues numériques. D'autres aides se portent vers la numérisation des

fonds patrimoniaux dans les bibliothèques (cf. encadré sur le RFN p. 451), en particulier à travers les programmes de numérisation de la BnAQ et de la BNF (programme Gallica).

Il reste enfin à souligner que l'OIF soutient l'exception culturelle à travers le monde

depuis le Sommet de Maurice de 1993 et a été le plus ardent soutien de la Convention sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles, signée à l'Unesco en 2005. Or, ainsi que le souligne Pierre Lescure dans son rapport, la nouvelle donne numérique nécessite plus que jamais dans les négociations commerciales bilatérales et multilatérales « de défendre avec force [...] la spécificité du traitement des services culturels ».

Se pose alors la question des politiques publiques en matière de livre numérique dans les pays francophones du Sud. Alors que la filière du livre *in extenso* demeure prise en compte de façon fort variable par les pouvoirs en place, les contours d'une législation numérique semblent encore à définir dans la plupart des États. Si le président du Sénégal, Macky Sall, en a appelé, en décembre 2013, à une « alliance nationale

pour le numérique », celle-ci ne concerne pour le moment que la télévision.

Les perspectives de la formation dans les pays francophones du Sud

Dans un contexte évolutif, le regard des professionnels du Sud se porte alors vers l'information et la formation. En répondant à une enquête de l'Alliance internationale des éditeurs indépendants (AEI) en 2011, des éditeurs d'Afrique subsaharienne soulignent plusieurs obstacles à leur transition vers le numérique : manque de savoir-faire, fonds des maisons d'édition pas systématiquement numérisés, piratage très répandu, absence d'appuis du secteur public et prix des logiciels prohibitifs.

Des pistes sont depuis explorées, en tête desquelles figurent **le transfert de compétences dans le cadre de rencontres en marge d'événements consacrés au livre et l'appel aux aides financières existantes pour la conversion des fichiers**. Par ailleurs, des rencontres de réflexion, d'échange d'expériences et de formation sont régulièrement organisées par plusieurs institutions : le Labo numérique de l'AEI, le Bureau international de l'édition française (Bief), le Syndicat national de l'édition, le Centre africain de formation à l'édition et à la diffusion (Cafed) ou encore le Kitab (organisation consacrée au développement de l'industrie du livre et à la promotion de la lecture à Abou Dhabi et dans les Émirats arabes unis).

Il s'agit de concevoir des programmes de formation dans le cadre d'une collaboration entre institutions et opérateurs professionnels. Dans cette perspective, une collaboration avec des pôles universitaires comme le Campus

La bibliothèque numérique de l'AUF (www.bibliotheque.auf.org) met à la disposition des étudiants et des professeurs près 220 ouvrages disponibles en texte intégral répertoriés dans un catalogue pluridisciplinaire.

numérique francophone (CNF) de l'Agence universitaire de la Francophonie à Dakar représente une piste pleine de potentialités. Ces programmes permettent aux opérateurs du livre de se familiariser avec les questions techniques (numérisation, programmes et formats de mise en page) et juridiques (droits d'auteur, contrats d'édition et de distribution), de même que d'appréhender les données majeures du volet économique (stratégie de prix, coûts des différents services).

En ce qui concerne les réalisations concrètes, en 2012, le Cafed a notamment sollicité l'Association francophone des graphistes libres (<http://afgral.org>) pour développer un programme de formation visant à aider les éditeurs africains à mieux intégrer les logiciels libres dans leurs flux de production (Gimp, Scribus, Inkscape, Fontforge). Il concerne tant les éditeurs, que les maquettistes, les illustrateurs, les graphistes ou encore les décideurs. À la suite

d'une formation à la publication assistée par ordinateur au Cafed, les éditions Jeunes Malgaches (Prediff) ont par exemple produit un premier ouvrage avec des logiciels libres (*Rois et reines de Madagascar*).

La politique de volontariats internationaux de l'OIF (un jeune est pris en charge pour travailler pendant une année dans une maison d'édition du Sud) à destination des maisons d'édition africaines semble tout aussi prometteuse. Ce programme qui propose à un volontaire de passer une année dans une maison d'édition en Afrique a permis à Tarik Éditions (Maroc) et aux Presses Universitaires d'Afrique (Cameroun) d'inaugurer leurs sites de vente en ligne. Il conviendrait toutefois sans doute d'intégrer à présent davantage la formation à l'édition numérique dans les cursus des universités du Sud, pour que la bibliodiversité à l'heure d'Internet puisse vivre vraiment et se développer. //

